



# LES ARD DE L'UNION EUROPEENNE ET L'ATTRACTION D'INVESTISSEURS ETRANGERS

---

Il est évident que l'élargissement de l'Union Européenne aura un impact important sur le pouvoir d'attractivité des territoires des 15 pays de l'Union vis-à-vis des investissements mobiles. Depuis quelques années, on constate d'ailleurs une anticipation des investisseurs quant aux avantages qu'ils pourront retirer de la nouvelle géographie européenne. En effet, depuis 2000<sup>1</sup>, les pays d'Europe Centrale et Orientale attirent de plus en plus d'investisseurs, notamment dans le secteur manufacturier. En 2002, dans un marché en récession de 4%, la part de marché des pays d'Europe Centrale et Orientale s'est accrue pour atteindre 18% du marché. Certains pays tels que la République Tchèque, la Hongrie, la Slovaquie détiennent déjà des parts de marché supérieures à celles de certains Etats membres tels que la Belgique, l'Irlande et l'Italie, par exemple. Toutefois, les pays de l'Union Européenne gardent leurs avantages compétitifs pour l'attraction d'entreprises opérant dans les secteurs des services et des services à l'industrie.

Les régions de l'Union Européenne réagissent bien sûr pour maintenir leur compétitivité et leur attractivité ainsi que pour valoriser leurs atouts.

La question est donc la suivante: "Que peuvent faire les agences régionales de développement de l'Union Européenne pour attirer des entreprises étrangères?".

En premier lieu, elles adaptent leur offre territoriale aux nouveaux paramètres de localisation des entreprises d'une part et spécialisent leur offre en fonction des secteurs d'activité qui constituent leur cible privilégiée d'autre part.

Ces constats sont illustrés par les actions menées afin de mettre en avant leurs avantages ou leurs attraits en matière de capacité de recherche et d'innovation, de qualité de main d'œuvre, de proximité de réseaux d'entreprises sous-traitantes, d'accessibilité et de qualité des infrastructures, notamment en ce qui concerne les technologies de l'innovation. Il va de soi que les arguments de l'attractivité d'une région pour des entreprises du secteur des biotechnologies ou de la pharmacie ne sont pas les mêmes que pour les entreprises opérant dans le secteur manufacturier, les call centres ou la logistique, par exemple.

En deuxième lieu, les ARD assurent un service après-vente de qualité, notamment l'assistance aux formalités administratives auxquelles doivent faire face les entreprises étrangères.

En troisième lieu, elles peuvent avoir une action en matière de rétention d'entreprises déjà implantées dans la région ainsi qu'en ce qui concerne l'accroissement de la valeur ajoutée locale de l'investisseur étranger. Il s'agit d'un rôle de prévention face aux tendances de délocalisation.

En quatrième lieu, les ARD tentent de valoriser les investissements déjà implantés sur leur territoire. Il est en effet de plus en plus évident que les entreprises opérant dans un même secteur se regroupent sur un même territoire ou autour d'une entreprise moteur voire un centre d'excellence.

---

<sup>1</sup> European Investment Monitor, 2003 Report, Ernst & Young

Cinquièmement, les ARD se doivent d'améliorer leur technique de marketing et tenter d'imposer une marque régionale. Cette marque régionale fera référence à une offre territoriale globale mettant en avant le potentiel d'innovation, la disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée ou de centres de compétences, la qualité de vie, l'environnement administratif favorable à l'entreprise, etc...

Il faut remarquer que dans les conférences il est fait référence comme régions à succès à la Silicon Valley et à Sophia Antipolis qui sont, non pas des noms de régions administratives, mais des "noms de marques".

Compte tenu de ce qui précède, il est clair que l'attractivité des régions ne repose plus uniquement sur les infrastructures ou l'offre d'espaces dans un parc industriel et que le marketing devient plus sophistiqué et plus focalisé qu'il ne l'était il y a quelques années.

Toutefois, il reste aux ARD des défis à relever, par exemple dans des domaines tels que :

- La masse critique de la région. Combien de territoires sont-ils connus ou peuvent-ils attirer l'attention de décideurs américains ou asiatiques? Tous les territoires ont-ils la possibilité de créer une "marque régionale" forte et reconnue par ces décideurs?
- L'offre est très fragmentée, y compris à l'échelle régionale. Il existe une multitude d'opérateurs agissant dans le domaine de l'attraction d'investissements étrangers. Dans certaines régions, plusieurs agences opèrent dans ce secteur. Se pose également la question des synergies qui peuvent être mises en œuvre entre les opérateurs régionaux et l'agence nationale d'attraction des investissements étrangers.
- L'unicité du territoire. Les entreprises cherchent in fine un endroit qui peut leur apporter une particularité ou une spécificité qui les aidera dans leur expansion. Les ARD devront donc être capables d'identifier leurs besoins spécifiques et être en mesure de communiquer cette identité aux décideurs.

Je souhaiterais faire part de deux réflexions pour les travaux futurs des ARD, à savoir :

1. Les ARD devraient-elles développer des actions spécifiques afin d'attirer des entrepreneurs talentueux en plus d'entreprises multinationales? Rappelons que le succès de la Silicon Valley repose en partie sur le fait qu'un nombre significatif de créateurs d'entreprises originaires d'Europe et d'Asie s'y sont établis pour créer leur entreprise.
2. Les ARD ont-elles un rôle à jouer en ce qui concerne l'accompagnement des PME sous-traitantes régionales à l'étranger et ainsi les aider à suivre le mouvement de localisation de leurs donneurs d'ordre majeurs? Rappelons que lors du choix de son nouveau site d'exploitation en Slovaquie, Peugeot a expliqué que ce lieu était proche d'une unité de production de Volkswagen qui y avait déjà amené des sous-traitants qui sont communs aux deux entreprises.

Notons enfin, plus important peut-être que l'élargissement, que le flux d'investissements étrangers pourrait être affecté par des considérations de sécurité. Jusqu'il y a peu, les entreprises étaient concernées par des questions de stabilité administrative et politique. Dans le futur, il faudra tenir compte de leur perception de la sécurité physique de leurs investissements et de leur personnel. Ce facteur semble actuellement être une des préoccupations majeures des investisseurs américains qui demeurent, rappelons-le, les plus actifs sur le marché européen des investissements mobiles.