HAL
open science

Construire l'attractivité durable régionale: l'exemple de l'Aquitaine

Anne Musson

To cite this version:

Anne Musson. Construire l'attractivité durable régionale: l'exemple de l'Aquitaine. 2012. hal-00704414

HAL Id: hal-00704414

https://hal.science/hal-00704414v1

Preprint submitted on 5 Jun 2012

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LAREFI Working Paper
LABORATOIRE D'ANALYSE ET DE RECHERCHE EN ÉCONOMIE ET FINANCE INTERNATIONALES

Construire l'attractivité durable régionale: l'exemple de l'Aquitaine

Anne Musson

LAREFI Working Paper N°2012-02

03 Mars 2012

LAREFI
Université Montesquieu-Bordeaux IV
Bâtiment Recherche Economie – 1er étage
Avenue Léon Duguit – 33 608 Pessac

LAREFI – LABORATOIRE D'ANALYSE ET DE RECHERCHE EN ECONOMIE ET FINANCES INTERNATIONALES

AUTHORS

Anne MUSSON[1], Doctorante. CATT, Université de Pau et des Pays de l'Adour **;** Larefi, Université Montesquieu Bordeaux 4 **;** ADES, Université Bordeaux 3.
mussonann@gmail.com

NOTICES

LAREFI Working Papers contain preliminary material and research results. They have been peer reviewed. They are circulated in order to stimulate discussion and critical comment; any opinions expressed are only those of the author(s).
Copyright LAREFI. All rights reserved. Sections of this material may be reproduced for personal and not-for-profit use without the express written permission of but with acknowledgment to LAREFI. To reproduce the material contained herein for profit or commercial use requires express written permission. To obtain permission, contact LAREFI at cyril.mesmer@u-bordeaux4.fr.

[1] L'auteur tient à remercier tous les membres du projet ADAGE (http://adage.u-bordeaux4.fr/), qui ont participé à l'élaboration du questionnaire ayant servi à la construction de cet article, ainsi qu'Audrey Lagaillarde, François Mimiague et Louis Dupuy pour leur aide précieuse. L'auteur demeure seul responsable des erreurs et omissions pouvant subsister.

Sommaire

1. Introduction 2
2. L'attente des chefs d'entreprise en Aquitaine 12
2.1. Quelle gouvernance ? L'entreprise, ses parties prenantes et ses attentes envers les collectivités 12
2.1.1. La représentation du rôle des collectivités locales par les responsables de PME 12
2.1.2. L'entreprise et ses parties prenantes 18
2.2. L'entreprise et le développement durable : quel rôle le dirigeant aquitain s'octroie-t-il dans la construction d'un développement durable ? 19
2.2.1. Les acteurs du territoire et le développement durable local 19
2.2.2. L'entreprise et le développement durable 20
2.3. La nécessaire communication autour du développement durable 26
3. La structure de l'attractivité durable en Aquitaine 30
3.1. Les entrepreneurs aquitains et ligériens ont-ils des représentations différentes ? 30
3.2. Impulser l'attractivité durable en Aquitaine 33
4. Conclusion 37
5. Bibliographie 38

Liste des tableaux

Schéma 1 : Modules statistiques comparés –Classifications Ascendantes Hiérarchiques 25

Tableau 1 Représentations et région d'implantation 31

Schéma 2 : Le cercle vertueux de l'attractivité durable en Aquitaine 35

Liste des Graphiques

Graphique 1 Le rôle des collectivités locales 17

Graphique 2 Importance attribuée par les PDG au rôle des différents acteurs dans la construction d'un développement durable local 20

Graphique 3 Lien entre entreprise et développement durable. Analyse factorielle en coordonnées 23

Graphiques 4 et 4.bis : Représentation du développement durable. Analyse factorielle en coordonnées..... 27

Résumé

Le présent article s'intéresse à l'attractivité durable régionale, et plus précisément à sa construction en Aquitaine, en analysant les représentations des entrepreneurs. Considérant que l'attractivité doit prendre en compte la qualité de vie de la population locale, son bien-être, et évaluer le bon état de l'environnement, nous nous attacherons à démontrer la nécessaire et opportune construction de l'attractivité durable. Afin de mettre en avant les spécificités régionales, nous présenterons les différences et les similitudes entre aquitains et dirigeants des Pays-de-la-Loire, en termes d'attentes envers les collectivités locales et de représentation du développement durable. A l'aune des caractéristiques décrites, nous conclurons sur la dynamique de l'attractivité durable pouvant être imprimée au sein de la région aquitaine. Nous montrerons alors que les dirigeants de PME sont prêts à s'engager dans le développement durable local mais pas seuls. Dès lors, il appartiendrait aux collectivités territoriales d'initier le cercle vertueux de l'attractivité durable, en misant, notamment, sur la valorisation des ressources naturelles et humaines et sur l'innovation.

Mots-Clés *:* PME, gouvernance territoriale, Développement Durable, Enquête, Territoires, RSE.

Classification JEL *:* C42, D21, Q01, Q56, Q58, R58

1. Introduction

1.1. De la notion d'attractivité durable.

Lundi 21 mai 2012, dans un article publié dans la Voix du Nord et intitulé « L'attraction des pôles d'excellence se poursuit dans le Nord-Pas-de-Calais », Pierre de Saintignon, vice-président du Conseil régional en charge des affaires économiques, déclarait que « *le pôle du textile et de l'habillement a été lancé dans un tel contexte [de ralentissement économique et de désindustrialisation]. Il a été le premier espace de dialogue entre les différents acteurs et fondateurs de la politique économique de la région. C'est de là que sont nés les pôles d'excellence, qui existaient avant même les pôles de compétitivité. L'idée a été reprise au niveau national par Jean-Louis Borloo.* »[2] . Au-delà du désir politique d'améliorer la compétitivité et l'attractivité nationales, le cœur de l'enjeu au sein de ces pôles est bien le dynamisme territorial et l'emploi[3]. En effet, « un pôle de compétitivité rassemble sur un territoire donné, des entreprises, des laboratoires de recherche et des établissements de formation pour développer des synergies et des coopérations »[4] : apparaît donc l'idée de favoriser le développement des économies d'échelle externes. L'organisation et l'approfondissement des avantages du district industriel marshallien (Marshall, 1890) se matérialisent au sein des pôles de compétitivité. Un réseau entre toutes les entreprises du district s'organise, à travers des réunions et des actions communes. Un partenariat est clairement encouragé et soutenu entre les firmes, les chercheurs et les organismes de formation, ces deux derniers acteurs du pôle se développant parallèlement. La présence d'économies d'échelles externes, ou, du moins, une potentialité dans ce sens, constituerait donc un important facteur attractif d'un territoire, autrement dit, elles seraient des variables impactant fortement la capacité à attirer les activités nouvelles et les facteurs de production mobiles –capitaux, travailleurs qualifiés- sur un territoire (DGTPE, 2004).

[2] http://www.lavoixeco.com/actualite/Secteurs_activites/Services_aux_entreprises/2012/05/21/article_l-attraction-des-poles-d-excellence-se-p.shtml
[3] http://competitivite.gouv.fr/politique-des-poles-471.html
[4] *Ibid*.

Chaque année, divers bureaux de consulting ou organisations internationales tels que le Forum économique mondial, AT Kearney, l'Organisation des Nations Unies (ONU) ou encore l'*International Institute for Management Development* (IMD), entre autres, s'attachent à classer les pays selon leur niveau d'attractivité vis-à-vis des entreprises, et, pour cet exercice, compilent les variables qui, selon leurs études, sont déterminantes. Parmi les principaux thèmes récurrents, se trouvent les variables macroéconomiques (variables liées au PIB et sa croissance, au commerce international, etc.), la facilité à communiquer, à faire des affaires (infrastructures, cadre administratif et juridique, etc.) et des facteurs plus spécifiques liés à la compétitivité des entreprises (fiscalité, marché du travail, etc.)[5]. Les études empiriques récentes ne s'accordent pas exactement avec ces analyses, celles-ci montrant globalement la prépondérance de la proximité des grands marchés comme déterminant du choix de localisation des firmes (Crozet et Mayer, 2002 ; Crozet et al., 2004 ; Redding et Venables, 2004). Si les principaux indices composites évaluant l'attractivité effectuent une évaluation *a priori*, d'autres s'attachent à mesurer la performance en matière d'attractivité *a posteriori*, en mesurant par exemple les Investissements directs étrangers (IDE) entrants[6].

On observe effectivement, au niveau international, une véritable « course » aux IDE, qui s'explique par l'apport de ceux-ci à la croissance et au développement économique, celui-ci ne se limitant pas à la simple entrée de capitaux, mais se traduisant également par le transfert de technologie, de savoir-faire et l'accès à de nouveaux marchés[7]. Néanmoins, cette concurrence que se livrent les territoires n'est pas sans conséquence, et affecte particulièrement l'environnement et le bien-être des populations. En effet, la compétition visant à attirer le plus d'investissements possible s'est traduit ces dernières décennies par une course au « moins-disant » : le moins-disant fiscal, le moins-disant social ou encore le moins-disant environnemental. Ce jeu non-coopératif est par essence-même et à travers ses conséquences en totale opposition avec une politique de

[5] Pour une description de ces indicateurs, voir Musson (2012)
[6] Voir notamment l'indice des IDE de la CNUCED : http://archive.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=2469&lang=1
[7] Pour une revue des vérifications empiriques à la contribution des IDE à la croissance, voir notamment Dhakal et al. (2007).

développement durable. En effet, même si l'objectif politique premier doit et semble chercher l'amélioration du bien-être et le développement durable, la contrainte économique de court terme est bien souvent prépondérante et la compétitivité d'une économie mondialisée se place de manière récurrente au cœur des débats (Thornley et Newman, 2005). Pourtant, le changement climatique, la prise de conscience citoyenne face à la dégradation de l'environnement, la montée des inégalités et la persistance de la pauvreté sont autant de phénomènes posant la question de la durabilité du développement. Ainsi Krugman (2000) considère la compétitivité comme une « dangereuse obsession », car, en se concentrant sur la course vers le bas de la compétitivité-coût et en négligeant la course vers le haut de la compétitivité-productivité (notamment dans le secteur des services), la croissance s'appauvrira au lieu de se renforcer (Laurent et Le Cacheux, 2007[8]). Cette réflexion se situe dans le prolongement du rapport Brundtland (1987) qui définissait le développement durable comme « un processus de transformation dans lequel l'exploitation des ressources, la direction des investissements, l'orientation des techniques et les changements institutionnels se font de manière harmonieuse et renforcent le potentiel présent et à venir permettant de mieux répondre aux besoins et aspirations de l'humanité »[9]. Dès lors, il se divise en trois pôles : le social, l'environnemental et l'économique. La mesure de l'attractivité doit donc prendre en compte la qualité de vie de la population locale, son bien-être, et évaluer le bon état de l'environnement.

Il ne s'agit donc pas ici de traiter les problèmes environnementaux et sociaux comme des effets externes à l'économie et à l'attractivité, mais bien comme parties d'un tout que constituerait l'attractivité durable. Nous proposons de définir l'attractivité durable comme la capacité d'un territoire à attirer les activités nouvelles et les facteurs de production mobiles tout en ne compromettant pas cette même capacité dans le futur. Dès lors, les territoires doivent prendre en compte les impacts qu'ont les entreprises sur leur localisation, qu'ils soient positifs ou négatifs,

[8] http://www.ofce.sciences-po.fr/pointdevue/points-16.htm

[9] Cette démarche s'inscrit également parfaitement dans les réflexions menées par la Commission Stiglitz (*Commission sur la Mesure de la Performance Economique et du Progrès Social* – mise en place en France en 2007 et présidée par J.Stiglitz et A. Sen, Travaux publiés en 2009), ceux de Krugman (2000) et de Mulkay (2006), entre autres.

autant pour la bonne intégration des entreprises d'aujourd'hui que pour l'attractivité du territoire à long terme. Pour être dans une démarche d'attractivité durable, les territoires doivent à la fois avoir une réflexion sur les entreprises qu'ils souhaitent accueillir, en privilégiant des entreprises "vertueuses" (par la maîtrise de leur impact environnemental et le souci du bien-être de leurs salariés par exemple), et à la fois mettre en place des conditions de développement et d'épanouissement optimales pour les entreprises et leurs salariés : politique de déplacements, environnement, enseignement et accueil de la petite enfance, etc. Mais, toujours sous la contrainte économique de court-terme, les décideurs politiques, locaux ou nationaux, doivent avoir l'assurance d'un succès futur.

La question majeure soulevée ici est alors la suivante : le développement durable peut-il représenter un élément d'attractivité et de maintien pour les entreprises ? Si oui, dans quelle mesure ?

Zeng et Zhao (2006) expliquent que les gains liés à l'agglomération (et donc au potentiel marchand et aux économies d'échelle externes) peuvent permettre aux entreprises de supporter plus de réglementation environnementale, sans que cela incite à la délocalisation, ce qui limiterait alors la pollution globale. Le lien entre l'attractivité territoriale et la protection environnementale, et plus généralement, le développement durable, trouve dès lors son enjeu principal au cœur de l'entreprise. Ainsi, si les intérêts des entreprises s'avèrent opposés au développement durable, il parait difficile de le mettre en œuvre autrement que sous la contrainte. Si, depuis 2002, les entreprises françaises cotées et soumises au droit français doivent informer le public sur les impacts sociaux et environnementaux de leurs activités[10], nombre d'entre elles vont plus loin dans le processus, et, surtout, les Petites et moyennes entreprises (PME), sans y être contraint légalement, sont, depuis les années 1990, de plus en plus nombreuses à mettre en œuvre volontairement des démarches responsables et à intégrer ce que l'on dénomme la Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE). Celle-ci est liée à l'application de principes liés au développement durable au sein des firmes

[10] Article 116 de la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE) adoptée en 2001.

et consiste dès lors, pour les entreprises, « à prendre en compte les impacts sociaux et environnementaux de leur activité pour adopter les meilleures pratiques possibles et contribuer ainsi à l'amélioration de la société et à la protection de l'environnement, elle permet d'associer logique économique, responsabilité sociale et écoresponsabilité[11] ». Ainsi, les changements notables opérés dans les processus stratégiques entrepreneuriaux ne viennent pas tant d'une plus grande sévérité réglementaire que, d'une part, de son anticipation, et, d'autre part, d'une augmentation des exigences des parties prenantes, au premier rang desquels les consommateurs.

Le rôle de l'entreprise dans la construction du développement durable, au niveau local notamment, est ainsi prépondérant. Dans son Livre vert consacré à la promotion d'un cadre européen de la RSE, la Commission Européenne (2001) est dans ce sens très explicite[12] et souligne le caractère incontournable d'une implication des entreprises à l'échelon local est ici souligné, cette dimension venant pointer le rôle clef des territoires et des jeux d'acteurs qui s'y déroulent pour résoudre une problématique globale telle que celle du développement durable. Dans ce contexte, le rôle clef du tandem entreprise-collectivité locale, et en particulier celui des PME, est souvent souligné en tant que moteur du développement territorial durable (Dejardin, 2006 ; Harribey, 2008 ; Asselineau et Cromarias, 2010 ; Costantino et al., 2010). Attractivité et développement durable sont effectivement des problématiques inhérentes aux territoires, et particulièrement aux régions. A cet égard, le journal d'information du Conseil Régional d'Aquitaine s'avère une illustration parfaite, puisque ces deux derniers numéros titraient successivement « La bataille de l'emploi » (hiver 2012), puis « Révolution énergétique » (printemps 2012)[13].

[11] http://www.developpement-durable.gouv.fr/Responsabilite-societale-des.html

[12] « La responsabilité sociale de l'entreprise implique qu'une entreprise est responsable de ses impacts sur tous les stakeholders concernés. Il s'agit de l'engagement continu des entreprises à se comporter de manière équitable et responsable tout en contribuant au développement économique et en améliorant la qualité de vie de leurs employés et de leur famille. En exprimant leur responsabilité sociale, les entreprises affirment leur rôle de cohésion sociale et territoriale. A travers la production, les relations avec leurs employés et leurs investissements, les entreprises sont à même d'influencer l'emploi, la qualité des emplois et la qualité des relations industrielles, y compris le respect des droits fondamentaux, l'égalité des chances, la non-discrimination, la qualité des biens et services, la santé et l'environnement » (Commission Européenne, 2001)

[13] http://aquitaine.fr/le-journal-regional/

Nous avons alors décidé de concentrer notre étude, décrite en suivant, sur cette région française, l'Aquitaine, dont un panorama sera ensuite présenté, tout en la mettant en abyme avec une autre, celle des Pays-de-la Loire.

1.2. Description de l'étude

Les PME/TPE étant au cœur du développement territorial, les impliquer dans une démarche visant à établir une attractivité durable semble autant nécessaire que source de gains réciproques[14]. Reste à savoir comment s'y prendre pour que la dynamique opère et que le cercle vertueux s'enclenche.

Pour cette étude, ont été interviewés des dirigeants[15] de PME industrielles ou du secteur des services, localisées dans les cinq départements aquitains : Gironde, Pyrénées-Atlantiques, Lot-et-Garonne, Dordogne et Landes. Afin d'enrichir cette étude régionale, ont également été interviewés 18 entrepreneurs situés dans les Pays-de-la-Loire, dans le but de comparer les résultats et d'étudier les différences et similitudes entre les représentations des dirigeants aquitains et ligériens. Le second territoire d'étude a été choisi suite à une analyse comparative des régions françaises. Les deux régions présentent l'avantage d'être comparables de par leurs caractéristiques (cinq départements, dont plusieurs à vocation rurale, une métropole dominante, la façade atlantique, des atouts naturels et touristiques, etc.) mais sont également différentes de par leur culture et spécialisations économiques (l'échantillon est plus précisément décrit au sein de l'annexe 1).

Nous avons donc procédé à un échantillonnage par jugement, en contactant les experts connaissant les entreprises locales. Dans les études qualitatives, la taille de l'échantillon est fonction de la durée de l'interview et de la faisabilité ; les grandes études ne portant pas sur plus de 50 à 60 personnes (Borges Da Silva, 2001 ; Britten, 1995 ; Tabachnik et Fidell, 2006, voir également Guichard et Tran, 2006, pour une étude réalisée auprès de 15 managers). Notre objectif premier était de réaliser 40 entretiens, doit 20 en Aquitaine : or, la saturation a été largement atteinte après 18

[14] Voir à ce propos le rapport du Conseil économique, social et environnemental régional (CESER) datant d'octobre 2007 : « Les PME/TPE dans le développement des territoires aquitains ».
[15] Tout au long de cet article, le dirigeant d'entreprise est assimilé au chef d'entreprise, au Président directeur général (PDG) et à l'entrepreneur.

entretiens dans chaque région[16]. En tout, 36 entretiens semi-directifs ont donc été réalisés auprès de chefs d'entreprise, complétés par un court questionnaire limité à des questions fermées.

L'analyse textuelle des entretiens se réalise à l'aide du logiciel ALCESTE (version 2010), les réponses au questionnaire permettant ensuite de discriminer et classer les différents types de discours identifiés grâce à celle-ci (Reinert, 1993). Ce logiciel met l'accent sur les ressemblances et les dissemblances de vocabulaire. Il permet de repérer la présence d'ensembles d'énoncés, appelés classes, qui se ressemblent du point de vue de la cooccurrence significative (Chi2) du vocabulaire qui les compose. Les classes d'énoncés décrivent ainsi des profils différents. Alceste fonctionne sur la base d'une double classification descendante hiérarchique, procède par partitions successives du corpus et met ainsi au jour des classes de mots (Helme-Guizon et M.-L. Gavard-Perret, 2004).

Celles-ci se définissent grâce à leur vocabulaire spécifique, leurs unités de contexte (u.c.e) représentatives et les variables illustratives qui leur sont attachées (Capdevielle-Mougnibas et al., 2004). On peut ainsi, par exemple, se demander si la représentation du développement durable ou les attentes envers les collectivités sont différentes selon le profil du chef d'entreprise (âge, qualification, rapport au développement durable, etc.) et le type d'entreprise (secteur, taille, positionnement stratégique, certification, etc.). Concernant cette étude, nous discriminerons nos répondants selon 3 caractéristiques[17] :

Le niveau territorial privilégié (local, régional ou national) ;

[16] La saturation empirique désigne le phénomène par lequel le chercheur juge que les derniers documents, entrevues ou observations n'apportent plus d'informations suffisamment nouvelles ou différentes pour justifier une augmentation du matériel empirique (Pires, 1997, voir également Bertaux, 1980).

[17] Ces informations sur l'entreprise, ou son PDG, appelées « mots étoilés », se retrouvent dans les résultats issus du traitement par le logiciel Alceste, mais ne sont pas prises en compte dans l'analyse (puisqu'il s'agit de discriminants, mais pas des mots compris dans l'analyse textuelle). On pourra, alors, savoir si un ou plusieurs critères, un intervalle d'âge par exemple, caractérisent une classe. Pour ce traitement en particulier, nous nous limitons à un petit nombre de discriminants ; chaque analyse logicielle ne supportant d'ailleurs que trois discriminants à la fois. Cette étude concernant spécifiquement les représentations des interviewés des collectivités locales, la coopération imaginée pour construite une attractivité durable, et, plus globalement, les liens avec les parties prenantes, discriminer en fonction de variables liées au territoire et aux différentes coopérations nous a paru pertinent et potentiellement révélateur. Notons que tous les discriminants non utilisés ici sont susceptibles de faire l'objet de prochaines études.

Le rôle accordé aux collectivités dans la construction d'un développement durable local (investissement faible, moyen, fort ou maximum ; la même question étant posée concernant les entreprises et les citoyens) ;

L'entreprise a des contacts avec ses parties prenantes concernant ses impacts sociaux ou environnementaux, ou non.

De plus, nous enrichirons certaines analyses réalisées indépendamment de cette étude en utilisant la région d'origine comme discriminant.

Identifier leurs représentations signifie observer la façon dont les entrepreneurs imaginent les valeurs et les normes sociales liées au développement durable et aux territoires (Herzlich, 1969). En effet, une représentation sociale est une image représentée (Monnoni, 2010) destinée à organiser les conduites et orienter les communications (Moscovici, 1976) : elle est donc reliée à l'action (Abric, 2003). Dès lors, les représentations guidant les comportements (Moscovici, 1976 ; Wagner, 1994), orientant et organisant les conduites (Jodelet, 1989), étudier les représentations des dirigeants de PME en vue de préparer une politique locale de développement durable apparait pertinent. Notre analyse constitue un moyen d'identifier les attentes des entrepreneurs, mais elle est aussi un appui pour communiquer de façon adaptée, un outil pour crédibiliser les propositions des collectivités locales[18], pour anticiper les réactions des PDG (voir Souchet et al, 2007 ; Goldman et al, 1981 ; Dolinski, 2000) et pour donner les informations pertinentes. La bonne compréhension des perceptions permettra aux politiques et aux stratégies de communication d'être plus efficace pour encourager, promouvoir et impulser des comportements permettant un développement durable (Aitken et al., 2011). Nous étudierons ainsi les représentations liées aux collectivités et au développement durable, dans le but de construire une politique locale d'attractivité durable dans une région précisément, l'Aquitaine.

[18]Hovland et Weiss (1951), Leyens (1979) et Mannoni (2010) expliquent que le degré de compétence perçu ou le manque de connaissance de l'autorité détermine fortement son influence.

1.3. L'Aquitaine et le développement durable : du potentiel naturel à la dynamique impulsée.

L'Aquitaine, forte d'une superficie de 41308 km² et de 3,2 millions d'habitants, représente 85,7 milliards d'euros de PIB et 1 288 706 emplois en 2009 et se classe ainsi 6ème région française en termes de population et de PIB[19]. La région se distingue par son dynamisme (4ème région française par la croissance du PIB entre 2000 et 2009)[20] dans des domaines divers et variés : ainsi, elle est, en 2010, la 1ère région française pour les activités de Technologies de l'information et de la Communication (TIC) - Santé[21], la 1ère région viticole mondiale en vins d'appellation[22], la 1ère région française pour le nombre d'exploitations labellisées[23], la 4ème concernant le solde migratoire[24], la 5ème par le taux de création d'entreprises[25] et la 5ème région touristique[26]. En 2009, elle se classe notamment 1ère région française pour la création d'emplois verts[27].

Région frontalière et maritime, l'Aquitaine occupe en 2010 la 11ème place des régions exportatrices françaises[28]. Son commerce extérieur est à l'image de sa spécialisation sectorielle, il se concentre autour de quelques grands pôles industriels : industries alimentaires, constructions aéronautique et spatiale, produits chimiques et pharmaceutiques. Cette compétitivité spécifique, soutenue par des infrastructures performantes, un soutien aux activités de recherche et aux secteurs innovants, doublée d'un cadre de vie réputé, dessinent largement l'attractivité de l'Aquitaine. Au 31 décembre 2009, la Région regroupait 312018 entreprises[29]. Une écrasante majorité d'entre elles était des PME : près de 94% des entreprises emploient ainsi moins de 10 salariés.

---

[19] Insee- Conseil Régional d'Aquitaine
[20] *Ibid*
[21] Aquitaine Europe Communication- ; CCIR Aquitaine et Conseil Régional Aquitaine (2011).
[22] Draaf Aquitaine-Conseil Régional Aquitaine-Insee-2009.
[23] Agreste 2008-2009
[24] Croissance de la population entre 1999 et 2010. Source : Insee – Estimation de population au 1er janvier 2010.
[25] Champ : Ensemble des activités marchandes non agricoles. Source: Insee-APCE-2010.
[26] CCIR Aquitaine et Conseil Régional Aquitaine (2011).
[27] *Ibid*
[28] Insee.
[29] *Ibid.*

D'après une étude de la Chambre de commerce et d'Industrie régionale (CCIR, 2009) étudiant les flux d'Investissements directs à l'étranger (IDE[30]), l'Aquitaine ne se distingue pas, historiquement, comme l'une des régions les plus attractives de France. En revanche, elle semble combler son retard relatif sur ces dernières années. Ainsi, les IDE ont progressé à hauteur de 180% entre 1993 et 2007, alors que l'augmentation était de 147% au niveau national, et, en 2007, l'Aquitaine occupe ainsi, selon ce critère, la 7ème place des régions françaises les plus attractives (*ibid*). Une analyse sectorielle de ces flux montre plus précisément que la région puise son attractivité dans les secteurs de l'agro-alimentaire, de l'agriculture, de l'équipement électrique, électronique, informatique et médical, du verre, de la céramique, des minéraux, du bois et du papier ainsi que de la chimie et la plasturgie.

Dans un avis datant d'octobre 2007 et concernant les enjeux liés aux ressources naturelles en Aquitaine, le Conseil économique, social et environnemental régional souligne une telle importance du potentiel de ressources naturelles qu'elle en constitue une véritable spécificité régionale (CESER, 2007). Celui-ci est valorisé par le tissu industriel régional, qui couvre la plupart des étapes de la chaîne de production dans certains domaines comme les industries du bois ou de la production de médicaments (pharmacie-cosmétologie-santé humaine). Cet ensemble apparait plus hétérogène pour les secteurs de l'agro-industrie ou de la chimie et de l'énergie (CESER, 2007). D'après son profil environnemental[31], l'Aquitaine se distingue par un ensemble exceptionnel de milieux naturels et de nombreuses espèces faunistiques et floristiques endémiques : les enjeux d'un développement durable sont ici de protéger la biodiversité et de maintenir la pluralité du territoire. La région dispose également d'un patrimoine culturel d'une grande richesse qui contribue grandement à sa notoriété et son attractivité. Face aux diverses pressions, notamment touristique, l'enjeu est de concilier intérêts économiques et préservation du patrimoine, dans le but également de maintenir le dynamisme de population propre à l'Aquitaine. Elle est, en effet, la 6ème région française la plus

[30] Les IDE sont, à la différence des investisseurs dits de portefeuille, des investissements productifs réalisés par des agents économiques non résidents, pouvant prendre la forme soit d'une création d'entreprise soit, pour une entreprise existante, d'une prise de participation supérieur à 10% du capital (CCIR, 2009)
[31] www.aquitaine.ecologie.gouv.fr

peuplée en 2010 avec 3,2 millions d'habitants, et bénéficie d'un fort excédent migratoire. Elle se place ainsi au 4ème rang des régions françaises par la croissance de sa population entre 1999 et 2010, et le taux s'élève à 11%, contre 7,3% concernant la France métropolitaine (Insee). L'Aquitaine fait ainsi partie des régions françaises les plus attractives et les plus dynamiques sur le plan démographique.

En matière de développement durable, l'Aquitaine a donc un potentiel à développer, garant du dynamisme futur. Si elle accuse un retard par rapport à d'autres régions pionnières, en France, des actions ont été depuis longtemps été entreprises et de nombreux projets ont été récemment initiés. L'Aquitaine est ainsi devenue en 2010 première région créatrice d'emplois « verts », et les investissements industriels pour protéger l'environnement y sont supérieurs à la moyenne[32].

A l'aide d'une enquête auprès de responsables d'entreprises aquitaines, et en comparant les résultats obtenus avec les PDG des Pays-de-la-Loire (section 2), nous allons tenter d'identifier des recommandations pour la mise en place d'une gouvernance territoriale durable s'appuyant sur les PME (section 3).

2. L'attente des chefs d'entreprise en Aquitaine

L'objet de notre analyse est donc de présenter, en s'appuyant sur un panel de 18 PME se situant en Aquitaine, les attentes et relations de leurs dirigeants envers et avec les collectivités locales (section 2.1) ainsi que la représentation qu'elles se font du développement durable et du territoire aquitain (sections 2.2 et 2.3).

2.1. Quelle gouvernance ? L'entreprise, ses parties prenantes et ses attentes envers les collectivités.

2.1.1. La représentation du rôle des collectivités locales par les responsables de PME

[32] Source : CCIR d'Aquitaine

Nous commençons par l'étude de la question 15 de l'entretien[33], celle-ci interrogeant les dirigeants sur le rôle des collectivités locales. L'analyse factorielle en coordonnées issue de la classification simple sur les u.c.e. permet d'obtenir le graphique 1. Il se comprend ainsi. L'analyse textuelle a permis de repérer la présence d'ensembles d'énoncés, les classes, qui décrivent ainsi des profils différents de répondants. Ce sont ces classes qui sont représentées par des cercles de couleurs, la forme de ceux-ci étant dictée par le positionnement du discours par rapport aux axes du graphique. Lorsque les cercles se superposent, cela signifie qu'une partie du discours est commune à différentes classes. Les mots listés sont représentatifs du discours de chaque classe et succèdent à l'appellation de la classe. Par exemple, sur le graphique 1, la classe « Tandem Indispensable» a pour caractéristique d'utiliser fortement et par ordre d'importance, les mots suivants : collectif, dire, rôle, public, important, chose, venir, etc. L'analyse textuelle a ici permis de dégager trois classes représentant 95 % du corpus (cf. graphique 1). Les trois critères discriminants choisis apparaissent comme significatifs, se distinguant dans au moins un des groupes, et les cercles se dessinent suivant les actions publiques locales souhaitées (axe 1) et l'intensité de la relation attendue avec la collectivité (axe 2).

La classe 1, regroupant 32% du discours classé[34], est celle considérant la « collectivité locale comme partenaire pragmatique ». Utilisant du vocabulaire lié au temps (« aujourd'hui » est le mot le plus caractéristique du groupe) et à l'argent (« cher », « payer », « subvention »), les membres de cette classe ont des attentes très précises et immédiates envers les collectivités locales. Les chefs d'entreprise ont des « besoins » bien identifiés correspondant à des « problèmes » précis. Ils sont en attente d'une aide concrète, rapide, et plutôt financière de la part des collectivités, et perçoivent la relation comme plutôt ponctuelle, comme l'exprime ce chef d'entreprise : *« Je suis contre le « laissez-faire » et pour le faire faire. […]. Je ne conçois pas une collectivité absente, je conçois une collectivité*

[33] L'ensemble des questions posées est disponible sur demande.

[34] Lorsque le logiciel analyse un corpus entier de réponse, la première étape consiste à trier entre le discours s'avérant pertinent pour identifier les différents discours, alors que certaines phrases s'avèrent inutiles pour la discrimination. Nous obtenant alors le « corpus » ou « discours classé ». Ici, 95% de l'ensemble des réponses des entrepreneurs s'est avéré utile.

présente, garante d'un certain nombre de valeurs, travaillant en partenariat avec le tissu industriel, avec l'économie pour essayer d'imaginer l'avenir ; assurer à certains moments les investissements de l'avenir pour être l'incitateur, pour prendre un certain nombre de risques également ». Des attentes en matière environnementale sont évoquées, en témoignent les mots « polluer », « déchet » ou encore « voiture ». Ces chefs d'entreprise se distinguant des autres par des contacts récents avec leurs différentes parties prenantes (qui peuvent être les fournisseurs, les services de l'Etat, les clients, les associations, etc) concernant les impacts sociaux et environnementaux de leur entreprise, on peut dès lors imaginer qu'ils ont eux-mêmes organisé leur réseau, leur communication, leur veille, et qu'ils n'ont alors pas besoin de la collectivité pour des actions globales, mais bien pour des supports ponctuels et précis.

Ce ne sont pas les mêmes considérations que celles des membres de la classe 3 (21% des énoncés classés), qui, s'opposant à la précédente par rapport à l'axe 2, a, en revanche, des attentes globales envers les collectivités territoriales. Tout d'abord, ces chefs d'entreprise associent fortement le rôle des collectivités au développement durable, celui-ci étant le mot le plus caractéristique du discours. Cette tendance est confirmée par le discriminant spécifique à ce groupe qui révèle une forte importance attribuée aux collectivités locales dans la construction d'un développement local durable. Malgré une prépondérance accordée au niveau national dans la vie de l'entreprise, les PDG lient solidement la collectivité au territoire, utilisant de manière significative les termes « région » et « territoire ». Contrairement au groupe précédent, les attentes ne sont pas précises, ciblées et principalement financières, mais globales, concernant les relations entre acteurs du territoire (« vie », « ensemble », « synergie ») et des actions générales sur le long-terme (« créer », « aménager », « économie », « infrastructures »). Ce groupe est donc celui considérant « la collectivité locale (comme) l'organisatrice d'une dynamique pérenne ».

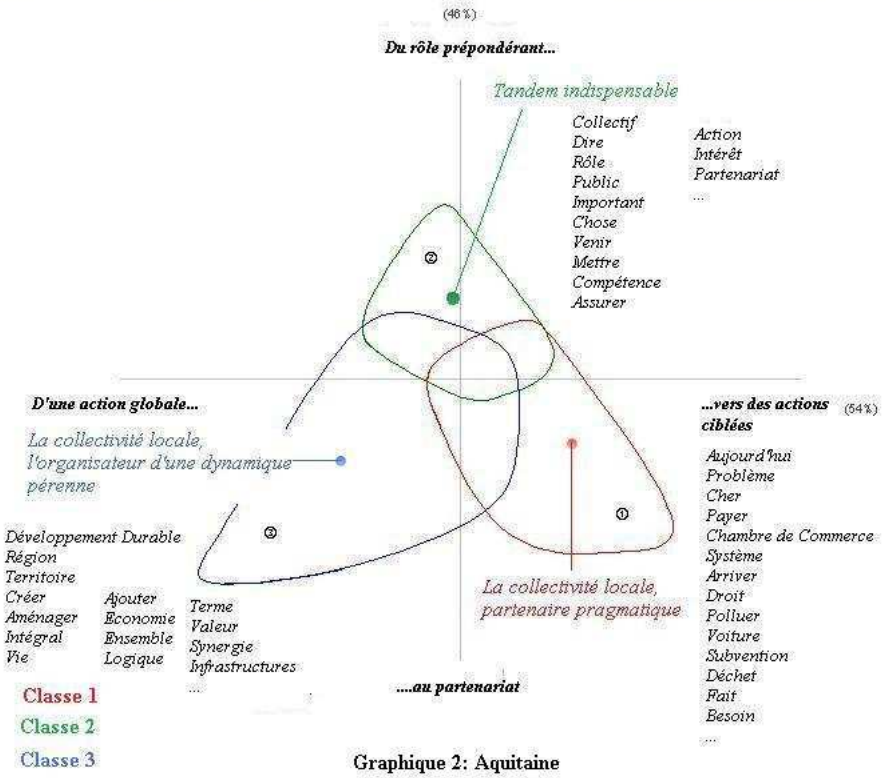
Enfin, la classe 2 (47% des énoncés classés) s'oppose aux deux autres suivant le premier axe, ceci révélant le fait que ses membres accordent plus que les autres un rôle prépondérant à la collectivité locale : c'est le groupe du « Tandem indispensable ». En effet, les chefs d'entreprise

voient ici en elle un véritable partenaire indispensable dans leur quotidien (« partenariat », « compétence », « important », « assurer »), autant pour organiser les synergies sur le territoire (le prépondérant « collectif ») que pour mener des actions conjointes (« action », « chose », « assurer »). Notons également que la forte attente envers les collectivités locales se situe dans tous les domaines (un chef d'entreprise s'exprime ainsi : *« Le rôle de la collectivité, auprès de nous, bien sûr que c'est très important. […] Oh l'attente est grande de la part des services publics, l'attente est grande. »*), rien ne ciblant la sphère du développement durable, par exemple. Ces conclusions sont confirmées par les discriminants, ce groupe se caractérisant par une préférence allant aux niveaux territoriaux local et régional, par une absence de contact avec les parties prenantes concernant les thèmes sociaux et environnementaux (ce qui signifierait un besoin supplémentaire envers les collectivités pour les mises en relation) et enfin par l'attribution d'un rôle maximal aux collectivités territoriales dans la construction d'un développement durable local.

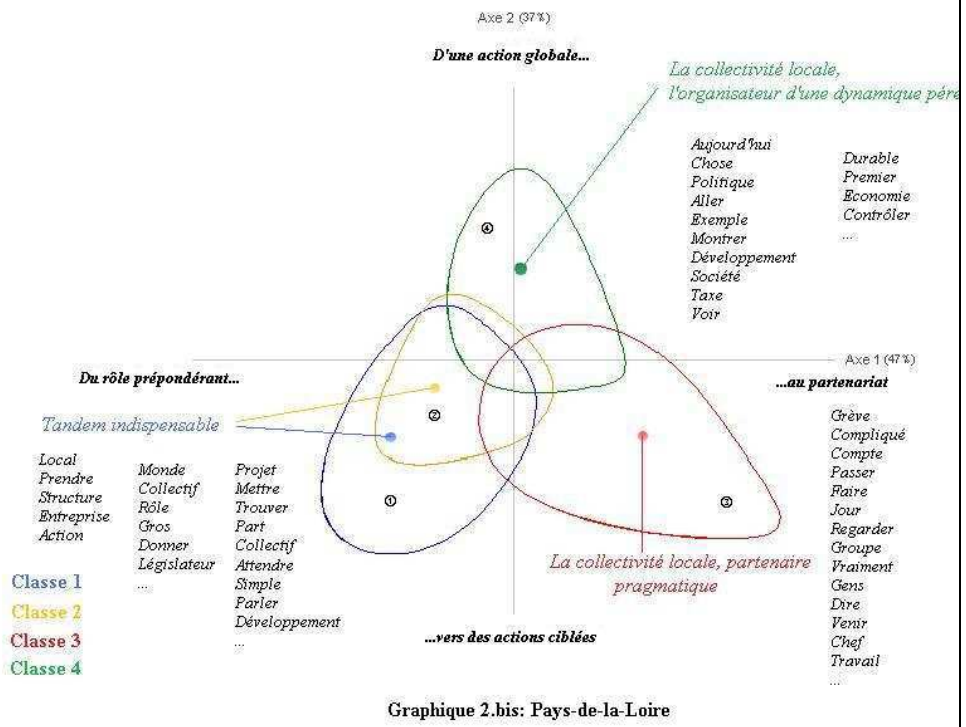
Les dirigeants des Pays-de-la-Loire se retrouvent-ils dans les attentes des PDG aquitains ? En effectuant la même analyse factorielle, mais avec les réponses des 18 entrepreneurs de l'autre région, nous pouvons répondre par l'affirmative (graphique 2.bis). En effet, la similitude dans le vocabulaire utilisé est remarquable, certains mots caractéristiques étant exactement les mêmes (« collectif », « aujourd'hui », « chose », « action », « économie ») ou proches dans leur signification (« problème » et « compliqué » ; « valeur », « ensemble » et « société » ou encore « infrastructures » et « structure »). On retrouve finalement aisément les groupes identifiés grâce aux réponses aquitaines (graphiques 2 et 2.bis). Les résultats sont cependant un peu différents, la classe du « Tandem indispensable » se divisant en deux, par exemple, concernant les Pays-de-la-Loire, la classe 1 mettant alors davantage l'accent sur la territorialisation et la seconde sur les actions coordonnées. Les attentes envers les collectivités sont donc proches, et assimilables, que les entreprises soient localisées en Aquitaine ou dans les Pays-de-la-Loire. Plus précisément, nous pourrions nous demander si certains discours sont plus caractéristiques de l'une ou l'autre des régions. Lors d'une

précédente étude, nous nous étions intéressés à la représentation du territoire[35] et nous avions identifié quatre types de discours : la « représentation performatrice », la « représentation géographique », la « représentation administrative » et la « représentation communautaire ». En réalisant cette même analyse, mais en discriminant les réponses suivant la région d'origine, cette variable apparait comme caractéristique. Il semblerait alors que les entrepreneurs ligériens soient davantage sensibles à l'aspect géographique du territoire et à la compétitivité (et donc membres des deux premiers groupes cités) et que les dirigeants aquitains soient plus enclins à se représenter le territoire comme une entité administrative et le lieu de rencontre d'une communauté (les deux autres classes). Ainsi, si les attentes envers les collectivités sont proches, la représentation du territoire semble être plus sensible à la région d'origine.

[35] Analyse textuelle issue des réponses aux interrogations suivantes : Qu'est-ce qu'un territoire ? Que pensez-vous de la Réforme Balladur (2009)? Quel est le rôle des collectivités locales ? Etude détaillée sur demande.



Graphique 2: Aquitaine



Graphique 2.bis: Pays-de-la-Loire

Graphique 1 Le rôle des collectivités locales

Analyse factorielle en coordonnées

Source : Auteur à partir des données de l'enquête propre à l'étude

2.1.2. L'entreprise et ses parties prenantes

Afin de compléter l'analyse précédente, nous pouvons nous intéresser à la question 20 de l'entretien, *i.e.* « Avez-vous des contacts avec des associations locales ? Les pouvoirs publics locaux ? Les structures de recherche ? Les structures de formation ? ».

A la lecture des réponses, quatre remarques s'imposent :

Très peu d'entreprises n'ont aucun ou peu de contacts avec les parties prenantes sus nommées ;

Pour les autres, on remarque une prépondérance de contacts avec les associations très ancrées localement, telles que les associations sportives et culturelles, preuve de la volonté du chef d'entreprise d'être un membre actif au sein de son territoire, au-delà se son rôle économique ;

On observe également bon nombre de contacts avec les structures de formation. Ajouté au commentaire précédent, nous avons la preuve ici encore que la population (les salariés) est au cœur de l'ancrage territorial de l'entreprise ;

Enfin, nous pouvons également retenir l'évocation répétée de contacts avec les associations d'entreprises, symboles de la synergie créée par de simples rassemblements.

Les dirigeants des Pays-de-la-Loire offrent le même type de réponse, peut-être insistent-ils davantage sur les organismes de formation et les associations liées à leur activité entrepreneuriale, cette constatation restant à confirmer, compte tenu de la taille de notre échantillon.

Une analyse textuelle de cette question traitée par Alceste, à l'aide d'une classification double, nous permet de confirmer ces conclusions. En effet, si l'analyse factorielle en coordonnées distingue quatre groupes, ils s'opposent de manière très faible, deux se confondant presque totalement. Ces deux derniers mettent en avant les relations avec les organismes de formation. Un autre, proche de ceux-ci, fait plutôt valoir l'intérêt d'actions et d'infrastructures communes. Enfin, la dernière classe, utilisant un vocabulaire beaucoup plus riche, insiste sur les relations avec les associations et les collectivités locales, soulignant le rôle de l'action coordonnée et des efforts

communs dans la construction d'un développement durable...pour tous. Concernant les Pays-de-la-Loire, les groupes s'opposent un peu plus, mais il faut noter qu'une classification simple sur u.c.e. a été réalisée, pour des raisons techniques liées à la taille du corpus de texte. Au-delà de cette différence, le vocabulaire caractéristique est similaire, les problématiques soulevées sont les mêmes: l'importance donnée aux contacts avec les structures de formation, la nécessaire coordination des acteurs du territoire, la synergie et le soutien « naturel » aux associations locales. Ainsi, les discours identifiés par les deux analyses factorielles en coordonnées se correspondent globalement.

2.2. L'entreprise et le développement durable : quel rôle le dirigeant aquitain s'octroie-t-il dans la construction d'un développement durable ?

Si les collectivités aquitaines veulent impliquer les PME dans l'élaboration d'un développement durable local, il paraît important au préalable d'identifier de quelle manière les chefs d'entreprise perçoivent leur rôle dans cette construction. Cela permettra de repérer leurs attentes, leur position, leurs espoirs, leurs dispositions et prédispositions.

2.2.1. Les acteurs du territoire et le développement durable local

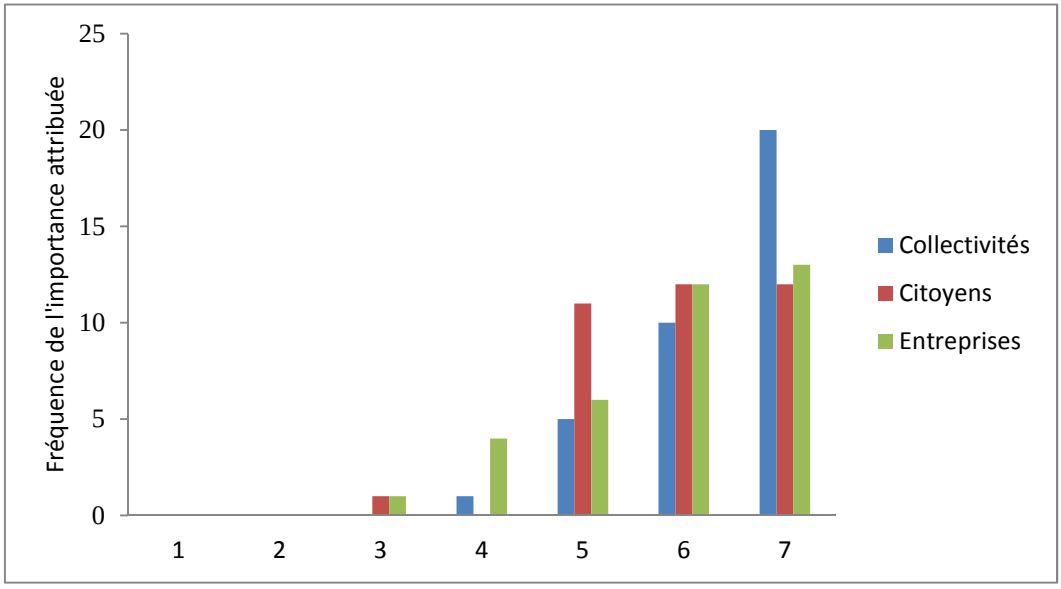
Dans un premier temps, en analysant la question 23 du questionnaire[36], nous pouvons observer l'importance attribuée par les PDG au rôle des différents acteurs (collectivités, citoyens et entreprises) dans la construction d'un développement durable local. Le graphique 2 ci-dessous, s'intéressant aux 36 entrepreneurs, nous révèle alors deux conclusions importantes. Ce qui frappe tout d'abord est la prépondérance de l'attribution de la note « 7 », quelle que soit l'entité régionale considérée. Les chefs d'entreprise considèrent donc, en majorité, que l'ensemble des acteurs du territoire doivent s'insérer le plus fortement et rapidement possible dans la voie du développement durable. Cependant, on observe tout de même quelques nuances : les chefs d'entreprise semblent

[36] Q23 : Selon vous, dans quelle mesure les acteurs suivants doivent-ils contribuer à construire un développement local durable ?

- ☐ Collectivités
  Très faiblement 1 2 3 4 5 6 7 Très fortement
- ☐ Citoyens
  Très faiblement 1 2 3 4 5 6 7 Très fortement
- ☐ Entreprises
  Très faiblement 1 2 3 4 5 6 7 Très fortement

attribuer aux collectivités la plus grande responsabilité dans la construction du développement durable local, les citoyens et les entreprises obtenant plus souvent des notes inférieures à 7.

Les nuances sont flagrantes lorsque l'on compare les réponses des dirigeants installés en Aquitaine et ceux localisés dans les Pays-de-la-Loire. En effet, ces derniers attribuent moins souvent que les premiers la note maximale à l'implication de tous les acteurs dans la construction d'un développement local durable. Plus généralement, les entrepreneurs des Pays de la Loire exigent, en moyenne, un plus faible investissement de chacun des acteurs territoriaux, même si, à l'image de leurs homologues aquitains, ils privilégient le rôle des collectivités territoriales. Cette constatation amène à une première conclusion, restant cependant prudente et préliminaire[37]: les dirigeants aquitains semblent plus volontaires que leurs voisins ligériens concernant une démarche de développement durable local qui impliquerait l'ensemble des acteurs territoriaux.



Graphique 2 Importance attribuée par les PDG au rôle des différents acteurs dans la construction d'un développement durable local

Source : Auteur à partir des données de l'enquête propre à l'étude

2.2.2. L'entreprise et le développement durable

[37] On ne peut raisonnablement conclure statistiquement sur des questions fermées s'adressant à un échantillon de 18 personnes (en revanche, cela s'avère plus correct concernant l'ensemble du panel, concernant 36 entrepreneurs)

En recentrant la problématique sur l'acteur « entreprise », nous pouvons maintenant analyser la question 8 de l'entretien[38], afin d'identifier comment l'entreprise perçoit son rôle dans la construction du développement durable.

Le graphique 3 présente l'analyse factorielle en coordonnées de l'ensemble des réponses concernant les 18 entrepreneurs aquitains. A l'issue de l'analyse, 95% du corpus a été classé et trois classes ont été distinguées.

Les classes 1 et 2, regroupant 65% des énoncés classés, ont en commun de considérer le développement durable comme un enjeu majeur de l'entreprise. Les membres de la première identifient ainsi un « fort lien réciproque » entre les deux, le développement durable, le mot le plus significatif de leur discours, étant d'ores-et-déjà intégré dans différents pans de leur entreprise (« aujourd'hui »), et par différents biais (« action », « façon », « objectif »). Si les PDG évoquent le rôle crucial de l'entreprise pour le développement durable local (elle a notamment un rôle d'exemple et d'éducation, comme l'explique celui-ci : *« l'entreprise a une implantation, a une visibilité de la part du grand public, et se doit d'être exemplaire. Ce sont les entreprises qui peuvent impacter les images que l'on donne d'une région et que l'on donne du développement durable »*), on ressent bien, à travers l'analyse textuelle, combien cette prise en compte est également importante (« important, « grand ») pour l'entreprise : elle peut avoir des impacts directs (« économie », « environnement »), en terme d'image[39] (« image », « sensible») et peut constituer le « moteur » ou l' « objectif » de l'«entreprise ».

La classe 2 (21% des énoncés classés) se distingue de la première dans le sens où ses membres perçoivent plus le développement durable comme un changement obligé («contraint ») par les mutations de la société. Ainsi, ces entreprises agissent en faveur du développement durable (en témoignent les trois mots les plus caractéristiques du discours, tous des verbes : « aller »,

[38] Q.8 : Quel rapport percevez-vous entre développement durable et entreprise ?

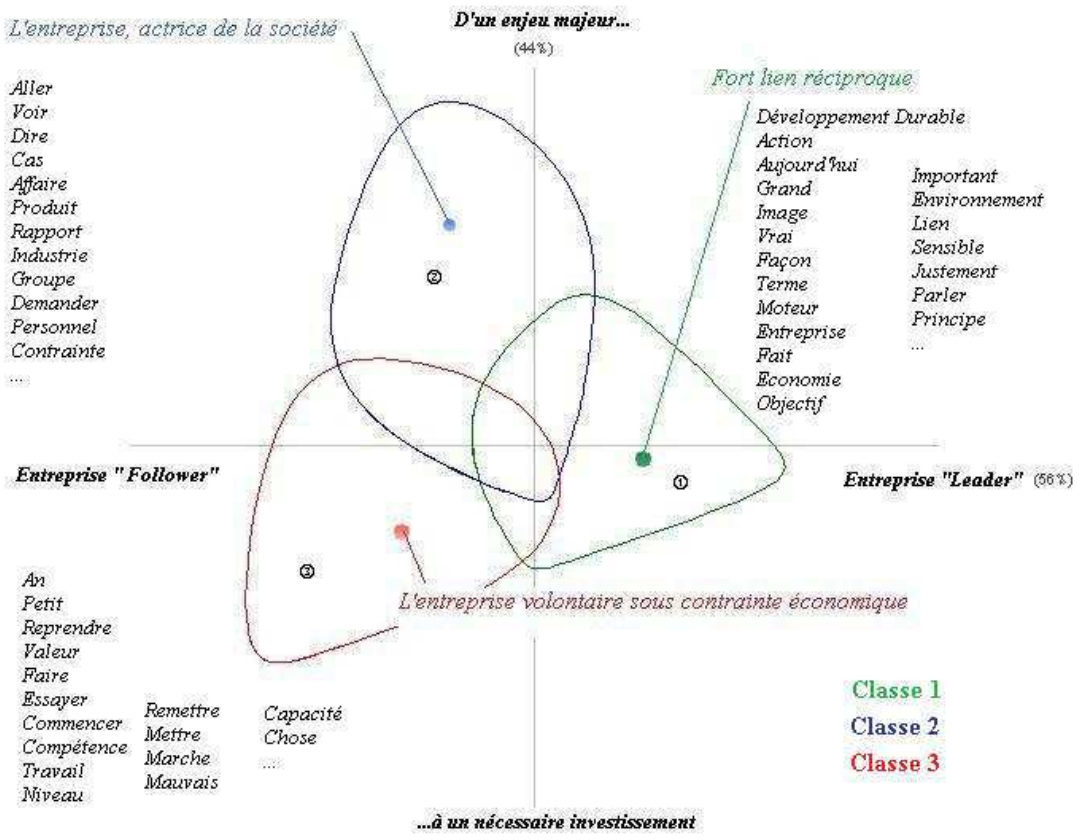
[39] Le concept d'image de marque, lié en marketing d'entreprise au capital-client (voir notamment Aaker, 1991 ; Kapferer, 1991 ; Keller, 1998), peut se définir par analogie dans le cas d'une région par le capital territorial définit par Chamard et Liquet (2009) comme « l'effet différentiel de la connaissance d'un lieu (région) sur la réponse de l'utilisateur à l'offre territoriale «élaborée et mise en œuvre par les praticiens sous l'impulsion des élus de cette collectivité territoriale ».

« voir », « dire ») sous la pression législative, celle des citoyens, des consommateurs, et, non des moindres, de leurs salariés. La politique de l'entreprise s'insère ici dans une autre, beaucoup plus globale, et, en matière de développement durable, les membres du groupe dit de « l'entreprise, actrice de la société », sont mi-followers, mi-leaders.

Enfin, la troisième classe s'oppose aux deux autres suivant le premier axe, ce qui signifie que ses membres considèrent davantage le développement durable comme un nécessaire investissement qu'un enjeu majeur. On ressent ici clairement la contrainte économique de court terme de l'entreprise, en témoigne la forte utilisation de vocabulaire temporel (« an », « essayer », « commencer », « marche »), malgré la volonté des PDG d'intégrer une telle politique. Cependant, ils constatent le nécessaire investissement que celle-ci représente, au-delà d'être conforme à leurs valeurs. De véritables efforts sont mis en place, dans la mesure du possible (« faire », « essayer », « commencer », « mettre », « marche ») et la constatation est faite de la difficulté dans le changement (« reprendre », « compétence », « travail », « niveau », « mauvais », « capacité »). Ce groupe est donc celui de « l'entreprise volontaire sous contrainte économique ». Le verbatim suivant est assez caractéristique : *« Oui, l'entreprise fait partie des acteurs primordiaux pour le développement durable, il faut donc lui imposer un certain nombre de* ***règles****… mais il est hors de question qu'elle le fasse seule »*.

Graphique 3 Lien entre entreprise et développement durable. Analyse factorielle en coordonnées

Source : Auteur à partir des données de l'enquête propre à l'étude

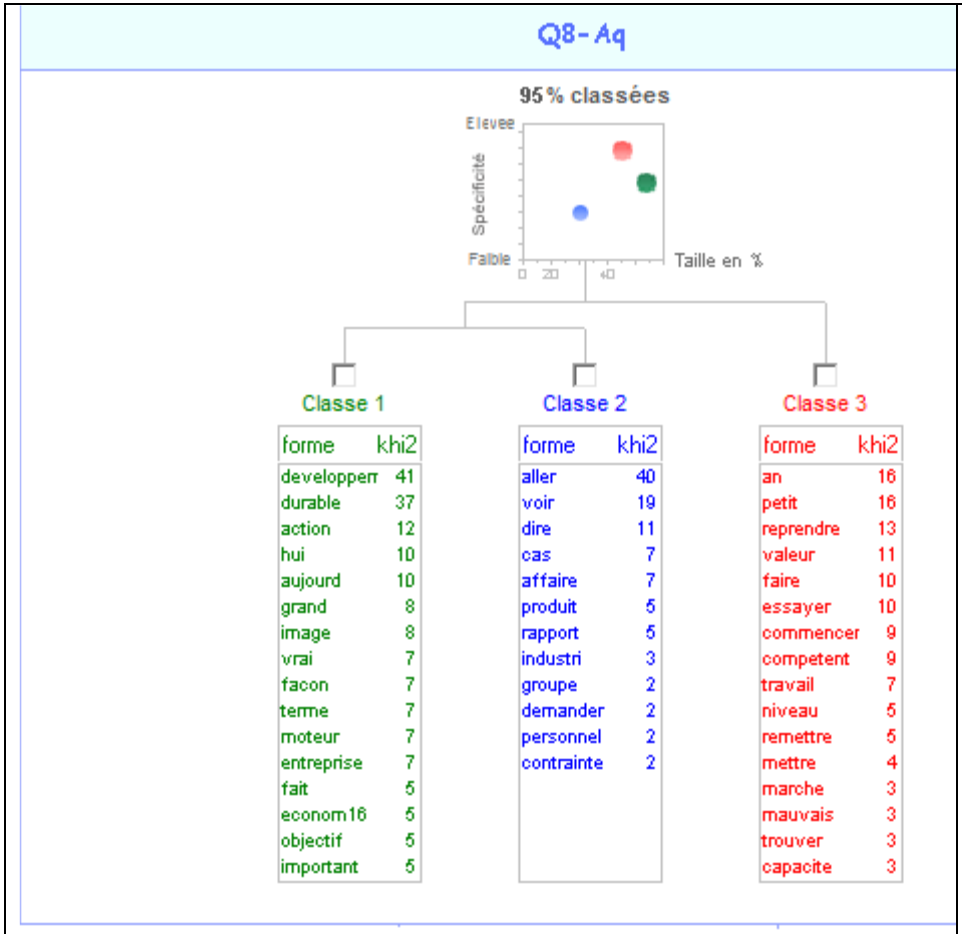


De manière générale, il est évident que de différentes manières et à divers degrés, les chefs d'entreprise ne sont pas indifférents au développement durable et à son intégration dans leur stratégie. Il paraît important de relever que sur le thème de l'entreprise et du développement durable, très peu de ces responsables de PME évoquent la RSE. Ceci s'avère surprenant car, justement, la RSE est l'application des principes de développement durable au sein des entreprises. Cette absence révèle clairement un manque d'information des responsables ou d'adaptabilité du concept envers les PME.

Le schéma 1 ci-dessous permet de comparer les résultats de l'analyse textuelle obtenus pour les deux régions d'étude. Des trois classes identifiées pour le cas aquitain, n'en restent que deux

concernant les Pays-de-la-Loire. Pourtant, ces deux groupes sont totalement identifiables aux classes 1 et 3 repérées dans l'analyse précédente, en témoignent leur spécificité et leur vocabulaire caractéristique. Le groupe de « l'entreprise, actrice de la société » disparait donc lorsque l'on s'intéresse à la région des Pays-de-la-Loire, au profit de la classe du « fort lien réciproque », regroupant alors 62% des énoncés classés. On retrouve les mêmes caractéristiques : alors que les membres de la classe dite « l'entreprise volontaire sous contrainte économique » accordent une importance prépondérante au niveau régional, les autres entrepreneurs se caractérisent plus par leurs attentes envers les collectivités et par des contacts réguliers avec leurs parties prenantes.

La représentation que se font les dirigeants d'entreprise des Pays-de-la-Loire semble donc davantage binaire : pour certains, le développement durable est perçu comme une forte opportunité alors que pour d'autres, il s'agit pour l'instant d'une contrainte à intégrer. En revanche, concernant l'Aquitaine, le discours est plus riche, davantage d'énoncés sont classés et une classe intermédiaire se distingue, mettant l'accent sur le rôle sociétal de l'entreprise. Notons enfin qu'avec une analyse effectuée au niveau global, en utilisant les 36 réponses, si les mêmes caractéristiques se distinguent, le discriminant « région d'origine » n'apparaît pas significatif. Ceci n'est pas surprenant, car si l'étude propre à l'Aquitaine fait apparaître une classe de plus, les dirigeants, quelle que soit leur région d'implantation, se retrouvent dans les deux autres.



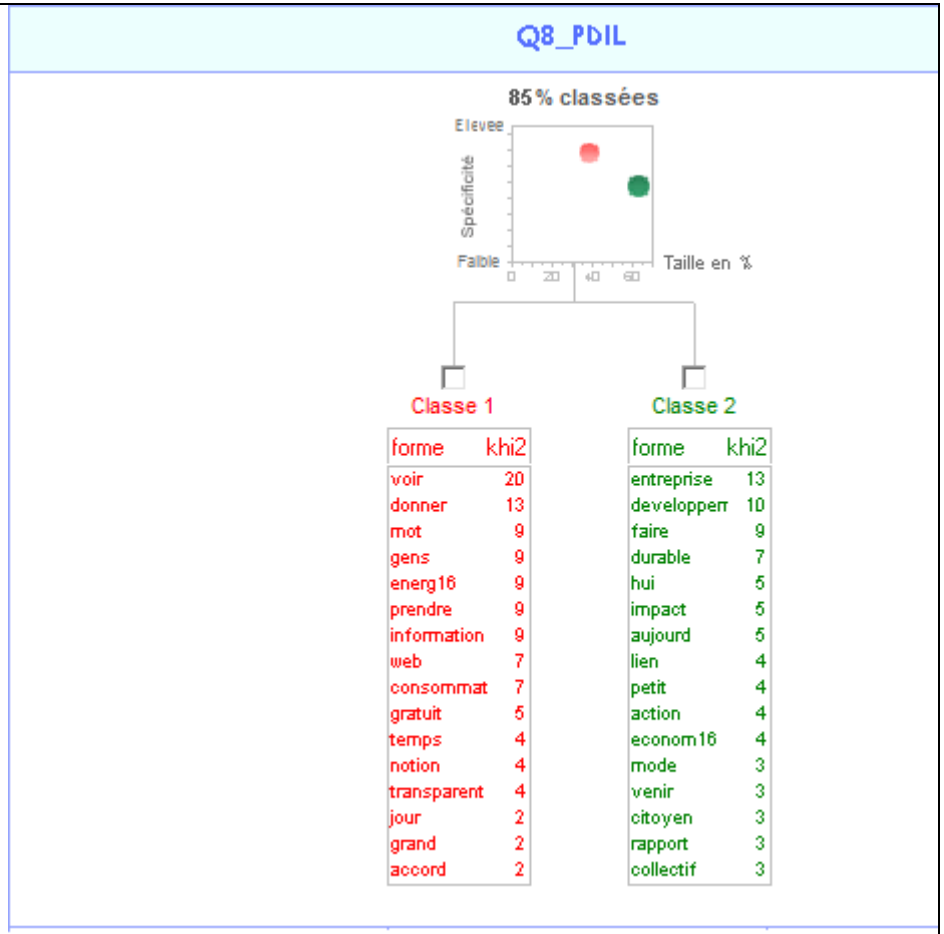


Schéma 1 : Modules statistiques comparés –Classifications Ascendantes Hiérarchiques

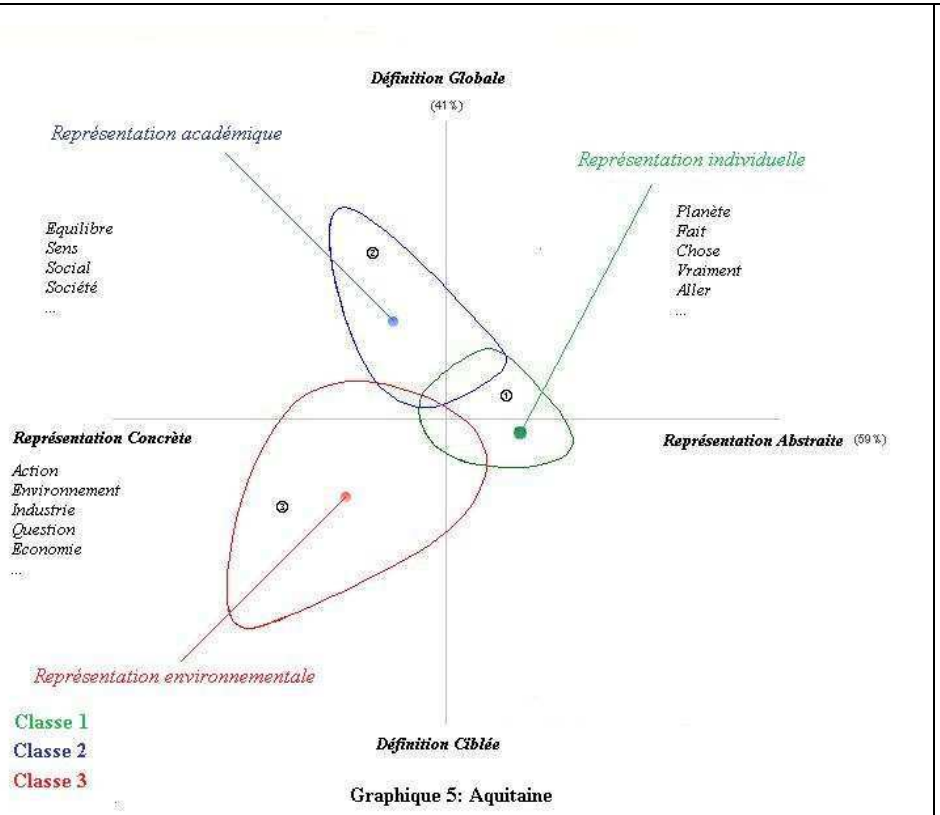
Source : Auteur à partir des données de l'enquête propre à l'étude

2.3. La nécessaire communication autour du développement durable

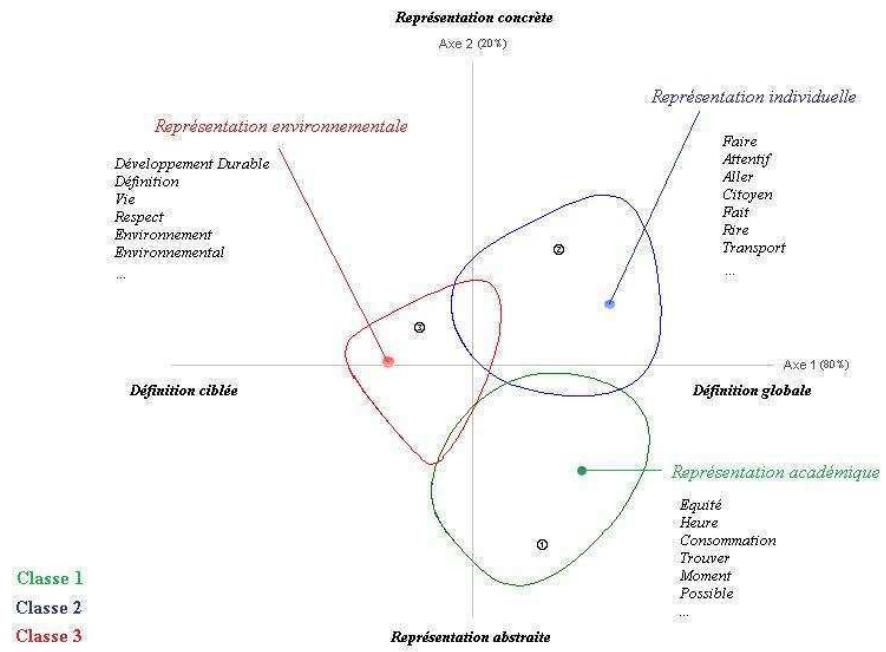
Enfin, pour analyser de manière plus globale la représentation que se font les responsables d'entreprise du développement durable, nous nous intéressons à la question 6 de l'entretien[40]. En effet, si nos analyses précédentes permettent d'anticiper l'efficacité d'une politique volontariste en faveur du développement durable par les collectivités locales -notamment en Aquitaine-, pour assurer le succès de celle-ci, il faut qu'elle soit bien comprise par les chefs d'entreprise. Or, la représentation que se font les responsables de PME du développement durable est vraisemblablement plurielle et probablement différente de celle des représentants des collectivités territoriales: c'est ce que nous allons détailler maintenant.

A la suite de l'analyse, 55% du corpus a été classé, et trois classes émergent alors (graphique 4). Si le vocabulaire caractéristique n'est ici pas très fastueux, l'étude des termes absents significatifs enrichit l'étude, et, surtout, l'analyse de ces mêmes questions avec l'ensemble de l'échantillon permet de confirmer nos intuitions et de bien décrire les différentes classes.

[40] Q.6 : Que représente pour vous le développement durable ?



Graphique 5: Aquitaine



Graphique 5.bis: Pays-de-la-Loire

Graphiques 4 et 4.bis : Représentation du développement durable. Analyse factorielle en coordonnées

Source : Auteur à partir des données de l'enquête propre à l'étude

Les chefs d'entreprise ont donc tous une idée de ce qu'est le développement durable, mais, à l'exception de la classe 2 (représentant 27% des énoncés classés), elle est généralement confuse. En effet, les membres de celle-ci, dite de la « représentation académique », nous énoncent une définition globale et commune du développement durable, au travers de ses trois volets, ceux-ci étant la source d'un « équilibre » pour la « société » dans son ensemble, sans que l'un n'ait la primauté sur les autres (*« c'est un développement aux objectifs partagés qui assure un juste équilibre entre l'environnemental, le social et l'économique »).* Ces PDG semblent avoir de manière générale une vision globale de et pour leur entreprise, puisque les contacts avec les parties prenantes concernant le développement durable constituent une de leurs caractéristiques significatives. Ils s'opposent aux membres de la première classe suivant le deuxième axe, car, eux, ont une représentation du développement durable plus abstraite : c'est le groupe de la « représentation individuelle », qui regroupe la majorité relative des énoncés classés (49%). En effet, les individus nous expliquent leur vision personnelle du développement durable, loin de la définition commune reprenant les trois axes de la notion, comme l'illustre ce verbatim : *« Je ne sais pas vraiment la vraie définition du développement durable. Alors je vais imaginer. […] C'est créer, c'est développer les choses…en essayant de mieux tenir compte demain de ce qu'on appelle la planète, mais surtout de ce qui reste sur la planète »*. Les explications sont alors assez abstraites, avec un vocabulaire spécifique comme « fait », « chose », «vraiment », etc. Les répondants usent d'exemples pour expliquer la notion de développement durable. Enfin, la classe 3, dite de la « représentation environnementale », s'oppose aux autres suivant le premier axe : la définition est ciblée. Comme la dénomination de la classe l'indique, ces chefs d'entreprise perçoivent le développement durable à travers la protection de l'environnement, et le rôle de l'entreprise pour celle-ci. Dès lors, le vocabulaire spécifique tourne autour des termes « environnement », « action», « industrie », etc. Ces mots évoquent la nécessité pour l'entreprise d'agir en faveur de l'environnement, le volet social du développement durable étant occulté. Ce PDG donne ainsi la réponse suivante : *« Le développement durable, c'est comment, pour atteindre un objectif défini à l'avance, mettre en œuvre des moyens qui préservent au mieux*

l'environnement ». La vision du développement durable est ici beaucoup plus micro-économique que celle des groupes précédents.

Comparons maintenant ces représentations avec celles des dirigeants implantés au sein des Pays-de-la-Loire. Les discours sont assimilables à tel point que les mêmes groupes peuvent être identifiés, mais c'est la classe de la « représentation environnementale » qui rassemble ici la majorité d'énoncés classés (54%), contre celle de la « représentation individuelle » précédemment. Le vocabulaire utilisé par les aquitains apparait également plus riche que les autres ; il n'y avait notamment pas suffisamment de discours classé pour réaliser une classification double dans le cas des Pays-de-la-Loire[41]. Au cours d'une précédente étude[42], nous avions expliqué la représentation plurielle du développement durable des entrepreneurs, et identifié trois groupes : « représentation globale et commune » ; « représentation individuelle » et « représentation entrepreneuriale ». Si l'on discrimine en fonction de la région d'implantation, provenir d'aquitaine s'affirme comme caractéristique du premier groupe, alors qu'être installé dans les Pays-de-la-Loire est plus typique du groupe de la « représentation individuelle ». Ceci confirme une première constatation : le vocabulaire utilisé par les aquitains est plus caractéristique et spécifique, plus facile à identifier et à rassembler. Un second enseignement, qui doit cependant demeurer prudent, serait enfin que les dirigeants aquitains aient davantage assimilé la dimension globale du développement durable que leurs homologues ligériens, leur représentation demeurant, malgré tout, plurielle et confuse.

D'après l'analyse des 18 entretiens propres à l'Aquitaine, les dirigeants d'entreprise ont tous conscience de l'importance prise par les problématiques liées au développement durable, mais ils en ont une représentation différente. Il semblerait cependant que leurs représentations soient plus identifiables et parfois plus globales que celles issues de l'analyse des réponses des autres dirigeants, localisés au sein des Pays-de-la-Loire.

[41] Une classification simple a donc été réalisée.
[42] Document de travail à venir, étude disponible sur demande.

3. La structure de l'attractivité durable en Aquitaine

3.1. Les entrepreneurs aquitains et ligériens ont-ils des représentations différentes ?

D'après la section précédente, les représentations du développement durable par les entrepreneurs sont similaires dans les deux régions d'étude, mais il semblerait que le vocabulaire utilisé par les aquitains soit plus riche, et que la vision du concept soit plus globale que dans les Pays-de-la-Loire. De plus, cette fragile différence semble caractéristique de la représentation entrepreneuriale du développement durable, et non personnelle. En effet, lorsque l'on analyse la question 2 de l'entretien (que pensez-vous, à titre personnel, en tant que citoyen, du concept de développement durable ?[43]), en discriminant les répondants selon leur lieu de résidence, on ne peut établir de lien entre les représentations obtenues et la région d'implantation. Dès lors, nous pouvons nous interroger sur les représentations plus générales concernant l'entrepreneuriat : sont-elles quelque peu différentes selon le territoire accueillant la PME ? Le tableau 1 résume ainsi les classes dont les variables « Aquitaine » ou « Pays-de-Loire » se révèlent des déterminants caractéristiques. Lorsque ce n'est pas le cas (absence de croix), cela signifie que la localité ne distingue pas le groupe : la représentation appartient autant à l'une et l'autre des régions.

[43] Etude détaillée sur demande.

Tableau 1 Représentations et région d'implantation

Classes de représentations	Aquitaine	Pays-de-la-Loire
Développement Durable		
Représentation individuelle		+
Représentation entrepreneuriale		
Représentation globale et commune	+	
Attractivité		
Rationalité	+	
Attachement au territoire		+
Qualité de vie et image		
Main d'œuvre		+
Attractivité et Développement Durable		
Nouveaux enjeux		
Attractivité populationnelle		+
Cadre de vie	+	
Attractivité durable	+	
Territoire		
Représentation administrative	+	
Représentation géographique		+
Représentation performatrice		+
Représentation communautaire	+	
Entreprise et Image du territoire		
Importance des infrastructures	+	
Image de la Région et attractivité de la main d'œuvre		
Association globale		+
Le développement durable, vecteur d'image positive		

Source : Auteur à partir des données de l'enquête propre à l'étude

On constate alors, effectivement, que la région d'implantation caractérise certaines représentations de l'attractivité. A l'issue de l'analyse de la treizième question de l'entretien, l'Aquitaine caractérise le groupe de la « rationalité ». La région rassemblerait donc un ensemble de facteurs attractifs. En revanche, être implanté dans les Pays-de-la-Loire s'avère caractéristique des discours « attachement au territoire » et « main d'œuvre », pendant que la classe « qualité et image » qualifie autant les deux régions. Le lien entre attractivité et développement durable se fait clairement pour tous à travers les nouveaux enjeux, mais les aquitains semblent insister sur la globalité, une fois encore, et sur l'importance du cadre de vie, alors que les ligériens soulignent à nouveau le statut de la main d'œuvre. En s'intéressant aux détails des connaissances des

entrepreneurs en matière de développement durable (plus précisément, à la question 7 concernant les actions et mesures relatives au développement durable et aux questions 4 et 5 s'intéressant à la performance énergétique de l'entreprise), les régions apparaissent difficilement comme des déterminants caractéristiques des différentes représentations : le manque d'information semble universel. Les contrastes sont plus marqués concernant les ancrages territoriaux. Concernant les représentations territoriales, l'Aquitaine se révèle caractéristique des classes « représentation administrative » et « représentation communautaire » alors que celles des « représentation géographique » et « représentation performatrice » s'avèrent typiques des Pays-de-la-Loire. La première différence (administrative/géographique) trouve peut être son origine dans les découpages territoriaux : si les départements aquitains semblent globalement correspondre à des identités territoriales, c'est moins le cas pour ceux des Pays-de-la-Loire (exceptée la Vendée). Ainsi, la plupart des départements ne possèdent pas d'identité territoriale très forte (Mayenne, Sarthe), ou celle-ci se confond avec celle de pays ou d'anciennes provinces : c'est notamment le cas du Maine-et-Loire avec l'Anjou. Cela explique alors simplement que la représentation du territoire soit plus géographique qu'administrative. De même, si la Loire-Atlantique est un département avec une identité forte et reconnue, en revanche, l'appartenance à la région des Pays-de-la-Loire constitue un débat ayant des racines autant historiques qu'identitaires. La deuxième opposition (représentation communautaire / représentation performatrice) révèle une vision différente de la synergie procurée par l'installation sur un territoire donné. Les dirigeants aquitains perçoivent davantage le potentiel fourni par le territoire quant à la réunion des acteurs locaux.

Enfin, concernant le lien entre l'image du territoire et l'entreprise, on note peu de différences régionales en globalité. Lorsque les discours deviennent plus spécifiques, les aquitains s'attachent aux infrastructures, alors que les ligériens évoquent l'image plus globale, celle qui découle des grands groupes, des grandes villes, qui révèle les grosses caractéristiques à la fois entrepreneuriales et territoriales.

3.2. Impulser l'attractivité durable en Aquitaine

En 2007, le CESER de l'Aquitaine conclut son rapport (CESER, 2007) sur deux défis majeurs s'offrant à la région, forte de ses ressources naturelles : celui de la concurrence sur le marché de l'agriculture et des matières premières et celui des grands enjeux du développement durable. Ce sont à ces deux challenges, auxquels s'ajoutent les problématiques liées à la crise financière et économique, que nous proposons de répondre à travers le cercle vertueux de l'attractivité durable, matérialisé dans le schéma 2, ci-dessous. Celui-ci présente le dynamisme impulsé par une gouvernance territoriale durable animée par le Conseil Régional et les autres collectivités locales, relayés par les PME. On retrouve ici le principe du district marshallien (Marshall, 1890) appliqué au développement durable. Dans le rapprochement fait entre attractivité et développement durable, le rôle joué par les pouvoirs publics est central, et, pour impulser les relations de coopération et de confiance, l'analyse des représentations et, plus globalement, des processus d'action collective, s'avèrent nécessaire (Torre et Zindeau, 2008). Dans la construction de l'attractivité durable régionale, le Conseil régional d'Aquitaine constitue le gouvernement pilote, les autres collectivités, notamment le département, ont également des rôles prépondérants dans le dynamisme à mettre en place et l'organisation de la coopération : nous venons effectivement de noter la préférence accordée aux collectivités les plus locales par les entrepreneurs aquitains. Dans cette optique, les entreprises de l'échantillon attendent clairement des collectivités qu'elles jouent un rôle d'organisation du territoire pour faciliter l'émergence d'économies d'échelles. Les canaux d'impulsion sont dès lors pluriels. Face à la crise économique, la reprise, à court terme, passe par une recrudescence de la demande (voir notamment CESER, 2009), celle-ci pouvant être orientée de telle façon qu'à moyen terme, la région s'appuie sur ses avantages comparatifs qui l'engageront dans une compétitivité et une attractivité durables. Chaque atout régional évoqué dans l'introduction trouve ainsi sa place et sa valorisation. En matière agricole, il s'agit d'entretenir et de renforcer l'aspect haut de gamme, en encourageant et en communiquant sur les vins AOC, les céréales et les produits « sous signes de qualité et d'origine », ainsi que sur les produits agro-alimentaires dérivés destinés à des marchés de proximité (le bio

notamment). La forêt cultivée et la filière qui en découle constituent également un atout à valoriser en matière de développement durable, à travers la sécurisation des producteurs, l'exploitation durable et la prévention des catastrophes naturelles, entre autres. Enfin, l'économie « présentielle » a vocation à se développer, et ce par deux canaux.

Tout d'abord, la disponibilité d'espaces conjuguée aux avantages naturels conduit à une attractivité résidentielle et touristique qu'il convient de développer de manière durable. Mais elle permet également le développement des services aux entreprises (quartiers d'affaires) et celui des capacités d'accueil pour des unités industrielles, « sous réserve de leur acceptation par les populations locales, ce qui s'applique aussi aux infrastructures de transports afférentes » (CESER, 2009), d'où la nécessité de le réaliser à l'aune des concepts du développement durable.

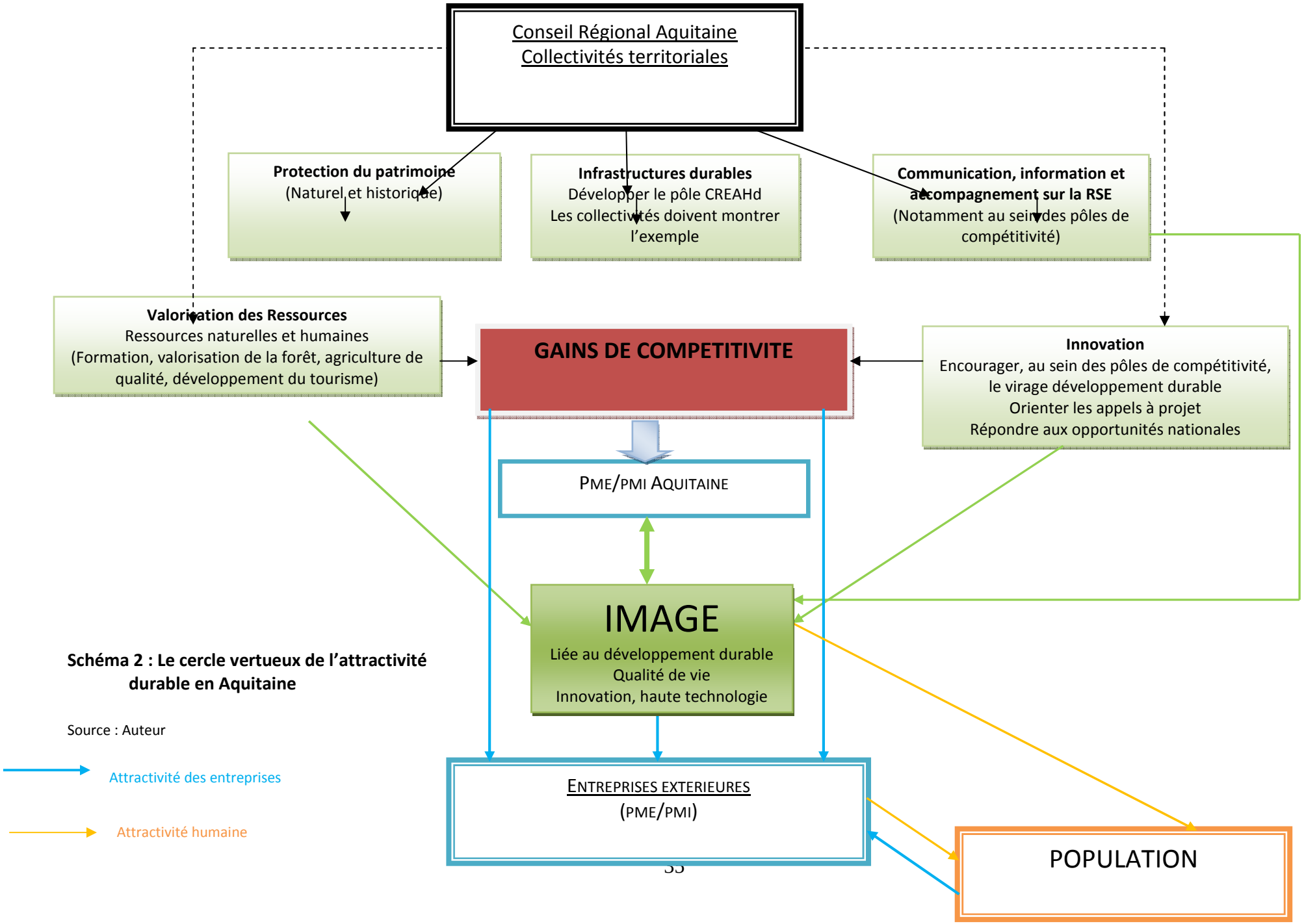


Schéma 2 : Le cercle vertueux de l'attractivité durable en Aquitaine

Source : Auteur

La Région se doit de soutenir la capacité d'innovation de ces filières qui constituent ses avantages comparatifs. Une stratégie reposant sur le triptyque recherche-formation-production, dynamisée par les pôles de compétitivité (notamment concernant celui du CREAHd[44]), doit être confortée. Il s'agit de soutenir les organismes d'éducation et de recherche, notamment les universités et développer les formations d'avenir et liées aux filières d'excellence aquitaines. Une opportunité de soutien au-delà de la rénovation immobilière s'ouvre avec le « plan campus » national et les « investissements d'avenir », finançables dans le contexte du grand emprunt (CESER, 2009). D'autre part, les appels à projet du Conseil Régional qui apportent des soutiens complémentaires aux PME régionales innovantes peuvent offrir une priorité aux projets concernant ou intégrant tous les préceptes liés au développement durable. De manière davantage concrète, il s'avérerait pertinent de créer des zones d'activités spéciales orientées vers le partage des meilleures pratiques durables et la complémentarité des activités (utilisation commune d'énergie renouvelable, etc.). En parallèle, et notamment au sein de ces zones, il conviendrait de soutenir les PME visant à développer une nouvelle génération de produits, liées à la nouvelle donne énergétique et environnementale : batteries et systèmes électriques associés pour la propulsion et le stockage d'énergie, panneaux solaires, éléments d'éoliennes, matériaux pour l'éco-construction, etc. (voir CESER, 2009). Notons également, en matière de gains de compétitivité à l'exportation, les premiers partenaires aquitains subissant la crise, l'Espagne au premier rang, la nécessité de diversification à travers les grandes économies émergentes, en développant, par exemple, la vente de vins sur le marché asiatique.

En outre, pour établir collectivement une véritable stratégie compétitive durable, il est indispensable de mobiliser l'ensemble des acteurs et d'impulser une coopération. Il revient aux collectivités de l'organiser, à l'image de ce qui se fait au sein des pôles de compétitivité, ainsi que d'informer l'ensemble des PME sur les politiques de RSE.

[44] http://www.creahd.com/

Enfin, à travers ces multiples actions, les collectivités doivent valoriser l'image aquitaine, en termes de qualité de vie et, plus globalement, associer leur nom à celle de région durable. Il s'agit là de travailler « le nouveau management de la marque pour les cilles et les régions » (voir Chamard et Liquet, 2009 ; Anholt, 2007). L'image de marque d'une région peut ainsi aujourd'hui être considérée comme l'un des « indicateurs de performance d'une collectivité territoriale en charge d'une zone géographique » (Chamard et Liquet, 2009). Autant l'attractivité entrepreneuriale que populationnelle en est impactée. Attirer davantage d'actifs a ensuite pour effet vertueux d'attirer davantage d'entreprises, mais plus de ménages sur le territoire signifie également une demande plus soutenue, et donc des activités supplémentaires.

4. Conclusion

Il apparait que le développement durable est, et sera, de plus en plus, un argument pertinent en matière de compétitivité et d'attractivité des territoires ; les entrepreneurs aquitains étant particulièrement en attente d'une politique publique en ce sens. Il appartient dès lors aux collectivités territoriales d'initier le cercle vertueux de l'attractivité durable (schéma 2), en misant sur la valorisation des ressources naturelles et humaines, et sur l'innovation notamment. Cependant, la communication et les actions mises en place par les collectivités territoriales doivent être, au préalable, bien ciblées et définies pour que la politique décidée mène aux résultats escomptés. D'autre part, la dimension locale du développement durable montre que les différents acteurs sont amenés à plus de coopération et se pose alors la question de la traduction de l'ancrage territorial dans les modes de gouvernance du territoire, et ceci d'autant plus qu'il semblerait que les entrepreneurs aquitains aient une préférence supplémentaire pour les échelons territoriaux locaux.

Nos résultats corroborent le ressenti général qui découle des entretiens : les dirigeants de PME sont prêts à s'engager dans le développement durable local mais pas tout seuls. Ainsi, nous préconisons une gouvernance territoriale renouvelée de co-construction d'un développement durable local.

5. Bibliographie

AAKER D., 1991. Managing Brand Equity, New York, The Free Press, 1991

AITKEN C., CHAPMAN R., MCCLURE J., 2011, "Climate change, powerlessness and the commons dilemma: Assessing New Zealanders' preparedness to act." *Global Environmental Change*, Volume 21, Issue 2, May 2011, Pages 752-760.

ANHOLT S., 2007. Competitive identity the new brand management for nations, cities and regions, Palgrave Macmillan, 2007.

ASSELINEAU A ET A. CROMARIAS, 2010. « Entreprise et territoire, architectes conjoints d'un développement local durable ? », *Management & Avenir*, 6(36).

BANQUE DE FRANCE, 2012. « Les entreprises en Aquitaine. Bilan 2011-Perspectives 2012 ». http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/La_Banque_de_France/ERFA-2012-Aquitaine.pdf

BERTAUX, D., 1980. « L'approche biographique : sa validité, ses potentialités », *Cahiers internationaux de sociologie, vol.* 69, p. 197-225.

BORGES DA SILVA G., 2001. « La recherche qualitative : un autre principe d'action et de communication ». *Revue Médicale de l'Assurance Maladie.* Volume 32 n° 2 / avril-juin 2001

BRITTEN N., 1995. Qualitative research: qualitative interviews in medical research. BMJ 1995;311:251-3.

CAPDEVIELLE-MOUGNIBAS V., HERMET-LANDOI, I. ET ROSSI-NEVES P., 2004. Devenir chercheur : rapport au savoir et engagement dans la recherche des doctorants en histoire et en mathématiques. *Pratiques psychologiques*, 10, 141-151.

CCIR AQUITAINE ET CONSEIL REGIONAL AQUITAINE, 2011. L'Aquitaine en chiffres. Portrait économique. Disponible sur http://aquieco.com/images/upload/etudes/aquitaine_en_chiffres_web.pdf

CCIR AQUITAINE, 2009. « L'attractivité Productive de la Région Aquitaine ». http://www.aquieco.com/images/upload/etudes/copie_de_etude_attractivite_productive_de_la_region_aquitaine_gd.pdf

CESER Aquitaine, 2007. « Ressources naturelles : enjeu d'avenir de nouvelles valorisations industrielles pour l'Aquitaine ».

CESER Aquitaine, 2009. « Les capacités de réaction de l'économie aquitaine face aux effets de la crise financière ». http://cesr-aquitaine.fr/informations/avisrapports/rapports/2009/crise/sommaire.html

CHAMARD C., LIQUET J.C., 2009. "L'évaluation de l'image perçue des régions françaises", *Congrès International CNRS «Vivre du patrimoine»*, Corte.

CROZET, M. ET T. MAYER, 2002. "Entre le global et le local, quelle localisation pour les entreprises ?"*Cahiers Français* 309: 48-54.

CROZET, M., T. MAYER AND J-L. MUCCHIELLI, 2004. "How do firms Agglomerate? A Study of FDI in France", *Regional Science and Urban Economics*, 34(1): 27-54.

COMMISSION BRUNDTLAND,1987. *Our common future*. Oxford University Press, New-York.

COMMISSION EUROPÉENNE, 2001. "EU CSR Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility". COM (2001) 366 final, Brussels. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf

COMMISSION STIGLITZ, 2009. Commission sur la Mesure de la Performance Economique et du Progrès Social, sous la direction de Stiglitz J., Sen A., Fitoussi J-P. *Rapport de la Commission sur la mesure des performances économiques et du progrès social*. www.stiglitz-sen-fitoussi.fr

COSTANTINO E., MARCHELLO M.P., MEZZANO C., 2010. "Social Responsibility as a Driver for Local Sustainable Development". Note di Lavoro della Fondazione Eni Enrico Mattei. N°109.2010. Institutions and Markets series.

DEJARDIN M. (2006), « L'entrepreneuriat, le territoire et les conditions de leurs dynamiques cumulatives », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n° 2, p.185-201

DGTPE, 2004. « Compétitivité et attractivité de l'économie française ». *Analyses Economiques*, N°36, Avril 2004.

DOLINSKI D., 2000, "On Inferring One's Beliefs From One's Attempt and Consequences for Subsequent Compliance." Journal of Personality and Social Psychology, Volume 78, Issue 2, February 2000, Pages 260-272, ISSN 0022-3514.

GOLDMAN, M., CREASON, C. R., & MCCALL, C. G., 1981. Compliance employing a two-feet-in-the-door procedure. Journal of Social Psychology , 114, 259-265

GUICHARD R. ET TRAN S., 2006. « *L'innovation distribuée : un modèle organisationnel applicable au secteur de la Défense* ». Revue Internationale PME, 19, 2, 2006, pp. 79-99.

HARRIBEY L., 200). « Gouvernance et développement durable des territoires: quelle implication des entreprises dans les stratégies de développement durable du Territoire local », Actes, 3ème Congrès, RIODD, Juin 2008.

HELME-GUIZON A. ET M.-L. GAVARD-PERRET, 2004. « L'analyse automatisée de données textuelles en marketing : comparaison de trois logiciels », Décisions Marketing, 36, n° spécial « Études Qualitatives » 2004, p. 75-90

HERZLICH C., 1969. *Santé et maladie, analyse d'une représentation sociale*. Mouton, Paris. English translation: Health and Illness, a Social-Psychological Analysis. Academic Press, 1973, republished in 1984 and 1992.

HOVLAND, CI, AND WEISS, W., 1951. *"The influence of source credibility on communication effectiveness".* Public Opinion Quarterly 15, 635-650

INSEE, 2010. France, portrait social.
http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ref/FPORSOC10E.pdf#page=3

JODELET D, 1989. *Folies et représentations sociales*. Les Presses universitaires de France, 1989, 398 pp. Collection : Sociologie d'aujourd'hui.
KAPFERER J-N., 1991. *Les marques, capital de l'entreprise*, Paris, Les Editions de l'Organisation, 1991.
KELLER K.L., 1998. *Strategic* brand *management: building, measuring and managing brand equity*, Upper Saddle River New Jersey, Prentice Hall, 1998.
KRUGMAN, P., 2000. « La mondialisation n'est pas coupable. Vertus et limites du libre-échange ». La Découverte, 2000.

LAURENT E. ET J. LE CACHEUX, 2007. Concurrence fiscale et sociale européenne : l'Allemagne conforte son recul. Clair&Net@OFCE. http://www.ofce.sciences-po.fr/pointdevue/points-16.htm

LEYENS J-P., 1979. Psychologie sociale, Bruxelles, Mardaga.

MARSHALL, A., 1890. Principles of Economics. 8th ed. London, Macmillan.

MOSCOVICI, S., 1976. *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, Presses Universitaires de France, 2e ed., 512 p.

MANNONI P., 2010. *Les représentations sociales*. Presses Universitaires de France.
REDDING, S. ET VENABLES, A-J., 2004. "Economic geography and international inequality," *Journal of International Economics*, Elsevier, vol. 62(1), pages 53-82, January.

Pires A., 1997. É »chantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique" , in *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologi-ques,* pp. 113-169. Première partie : Épistémologie et théorie. Montréal : Gaëtan Morin, Éditeur, 1997, 405 pp.
REINERT M., 1993, « Les mondes lexicaux et leur logique à travers l'analyse statistique d'un corpus de récits de cauchemars », *Langage et société*, 60, 5-3.

SOUCHET, L., GIRANDOLA, F., KAC-DALVA, D., 2007, « Le double-pied-dans-la-porte et les représentations sociales au service des économies d'énergies. » Actes du 8ème Colloque International de Psychologie Sociale Appliquée, Besançon.

TABACHNIK B.G. ET FIDELL L.S., 2006. "Using Multivariate Statistics". 5è éd., Allyn and Bacon.

THORNLEY A. ET NEWMAN, P. 2005. « Planning world cities: globalization and urban politics ». Palgrave/Macmillan, New York, USA.

TORRE A ET ZUINDEAU B., 2008. « Économie de la proximité et environnement : état des lieux et perspectives ». *Canadian Journal of Regional Science / Revue canadienne des sciences régionales*, vol. 31, n°1, 133-160.

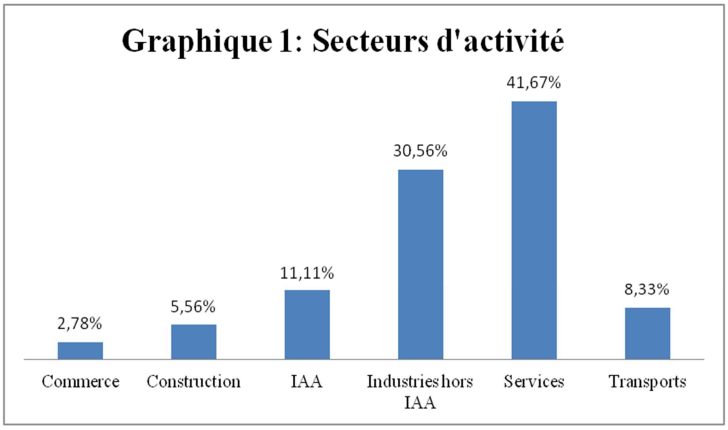
WAGNER, W., 1994. Fields of research and socio-genesis of social representations: a discussion of criteria and diagnostics. Social Science Information, 33, 2, pp. 199-228.

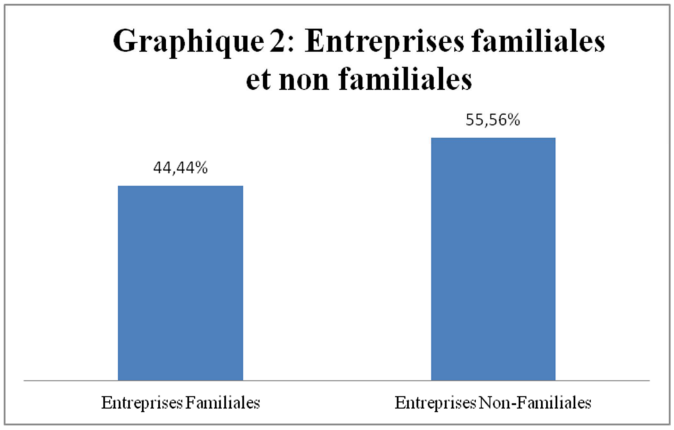
ZENG D-Z., ZHAO L., 2006. "Pollution Havens and Industrial Agglomeration.", *Discussion Paper n° 197*, University of Kobe.

Annexe 1 : Echantillon d'étude

Notre échantillon d'étude, non probabiliste[45], est composé de 36 entreprises, situées en Aquitaine et Pays-de-la-Loire, dont nous avons interviewés les dirigeants. Notre étude étant qualitative, notre objectif n'était pas d'avoir une représentation moyenne de la population, mais d'obtenir un échantillon d'entrepreneurs qui ont un vécu et une expérience particulière à analyser (Borges Da Silva, 2001). Nous avons donc procédé à un échantillonnage par jugement, en contactant les experts connaissant les entreprises locales. Ainsi, les différents Conseils généraux, les Chambres de commerce et d'industrie, les comités d'expansion, tout organisme départemental ou régional travaillant avec les entreprises, ont été sollicités. Il leur a été demandé une liste d'entreprises répondant aux critères précédents, qui pourraient être intéressantes dans le cadre de notre étude. Plus précisément, les caractéristiques suivantes ont été requises: un dirigeant dynamique et réactif, voir même visionnaire, à l'image de son entreprise, à caractère innovant autant que possible, enfin, il a été précisé que les entreprises mobiles nous intéressent particulièrement. Une fois une liste d'entreprise obtenue, la sélection s'est faite « naturellement » : les entreprises furent contactées dans l'ordre chronologique de la liste fournie, et les premiers chefs d'entreprises à répondre favorablement ont été les interviewés. Pour chaque région, les proportions départementales ont été respectées : c'est-à-dire que, d'après les statistiques AEF, nous avons pu établir le pourcentage d'entreprises industrielles et de services se situant dans les différents départements de chaque région, et ainsi, respecter ces proportions dans notre échantillonnage

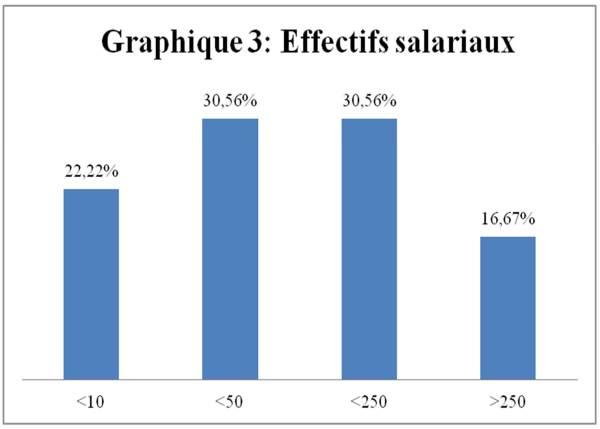
Au sein de celui-ci se dégage une petite majorité d'entreprises du secteur des services, mais également beaucoup d'entreprises industrielles (graphique 1). Les graphiques 2, 3 et 4 nous informe que le panel rassemble légèrement plus d'entreprises non-familiales que familiales, que les effectifs salariaux sont plutôt bien distribués[46], et enfin que chaque département des régions d'étude se distingue, notre représentativité de départ étant quasi respectée. Enfin, le graphique 5 concerne les répondants eux-mêmes, c'est-à-dire les chefs d'entreprise. Les réponses aux questions 9 et 10 du questionnaire préalable à l'entretien permettent d'identifier qu'il y a, au sein de notre échantillon, une majorité relative de PDG âgés de 35 à 50 ans et diplômés d'Ecole de Commerce ou d'Ecole d'Ingénieur.

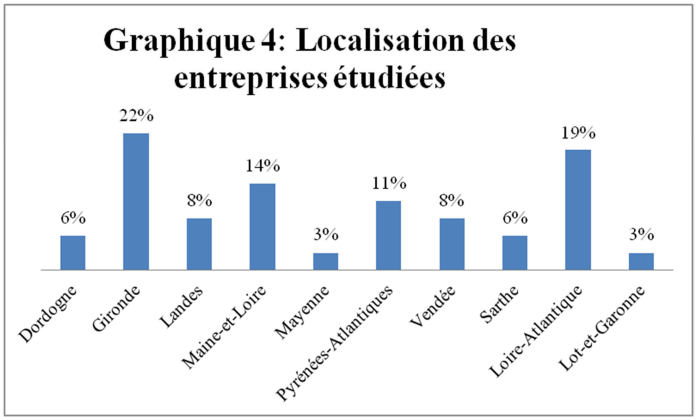


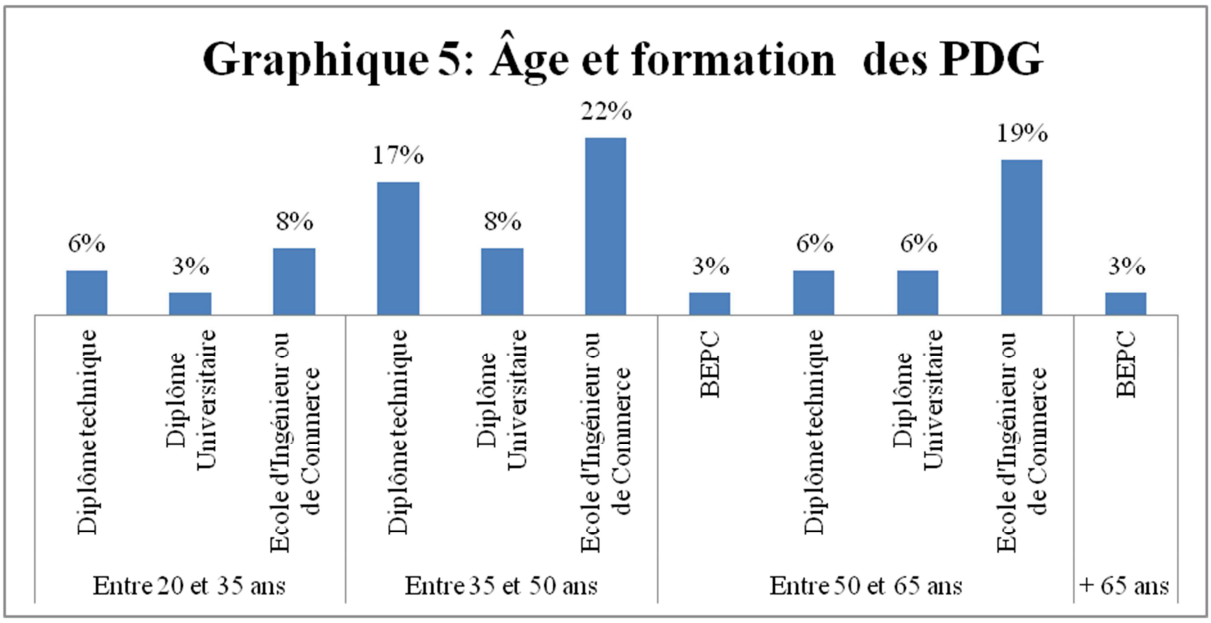


[45] En effet, chaque entreprise située dans les régions d'étude n'a pas la même chance d'être sélectionnée. Le choix est induit par nos critères et nos différents interlocuteurs (Conseils Régionaux et Généraux, CCI, Comités d'Expansion, etc.). L'échantillonnage non probabiliste s'avère pertinent concernant notre enquête car les sujets eux-mêmes nous intéressent, et, de plus, un échantillonnage probabiliste aurait été impossible à effectuer.

[46] L'échantillon concernant principalement des PME, la majorité des entreprises comprennent entre 10 et 250 salariés.


Graphique 3: Effectifs salariaux
22,22%
30,56%
30,56%
16,67%
<10
<50
<250
>250


Graphique 4: Localisation des entreprises étudiées
6%
22%
8%
14%
3%
11%
8%
6%
19%
3%
Dordogne
Gironde
Landes
Maine-et-Loire
Mayenne
Pyrénées-Atlantiques
Vendée
Sarthe
Loire-Atlantique
Lot-et-Garonne


Graphique 5: Âge et formation des PDG
6%
3%
8%
17%
8%
22%
3%
6%
6%
19%
3%
Diplôme technique
Diplôme Universitaire
Ecole d'Ingénieur ou de Commerce
Diplôme technique
Diplôme Universitaire
Ecole d'Ingénieur ou de Commerce
BEPC
Diplôme technique
Diplôme Universitaire
Ecole d'Ingénieur ou de Commerce
BEPC
Entre 20 et 35 ans
Entre 35 et 50 ans
Entre 50 et 65 ans
+ 65 ans

RECENT LAREFI WORKING PAPERS

For earlier LAREFI Working Papers, please go to http://lare-efi.org.u-bordeaux4.fr
All Discussion Papers can be downloaded free of charge

2011-001 *Trade and Investment in Latin America and Asia : Potential Perspectives from Further Integration* Antoine Bouët

2011-002 *Social responsibility of the countries and their international trade : A gravitational approach* Jean-Marie Cardebat, Alexandru Dimitrescu

2011-003 *Gouvernance territoriale durable via les PME : l'exemple de la région Aquitaine* *Anne Musson*

2011-004 *Offshoring and export performance in the European automotive industry* Raphaël Chiappini

2011-005 *Envois de fonds et allocation du temps des enfants au Niger : L'effet indirect des chocs négatifs* Delphine Boutin

2011-006 *D'une crise à l'autre : mesurer l'impact des prix alimentaires sur la pauvreté* Delphine Boutin

2011-007 *Foreign banks and the stability of foreign and domestic credit in CEECs* Sophie Brana, Delphine Lahet

2011-008 *Assessing the Effects of Financial Heterogeneity in a Monetary Union : A DSGE Approach* Christina Badarau, Grégory Levieuge

2011 -009 *Which policy-mix to mitigate the effects of financial heterogeneity in a monetary union ?* Christina Badarau, Grégory Levieuge

2012-001 *International Trade and Sustainability: A Survey* Louis Dupuy