

L'impact des implantations d'entreprises sur l'économie régionale

L'implantation d'entreprises étrangères est souhaitable du point de vue économique, car elles créent des emplois et de la valeur ajoutée. Elles peuvent également exercer une influence positive sur la structure économique régionale. En termes de valeur ajoutée, les effets sont généralement importants et se répercutent au-delà du canton d'accueil. L'article ci-contre présente les résultats d'une étude sur les retombées de ces implantations en Suisse.

¹ Delbiaggio et Egli (2012).

En comparaison internationale, la Suisse reste un site d'implantation attrayant pour les entreprises. On mentionne volontiers à ce propos son rang dans les classements internationaux, comme le *Global Competitiveness Report du Forum économique mondial*. Dans la concurrence que se livrent les pays hôtes, elle a donc de bons arguments à faire valoir. Cependant, la lutte est toujours plus rude au niveau international. Actuellement, le cours élevé du franc peut compliquer les projets d'implantation, en particulier ceux d'entreprises industrielles. Pour que des sociétés étrangères viennent vraiment s'installer en Suisse, la Confédération et les cantons doivent regrouper leurs efforts.

La Confédération encourage l'implantation durable d'entreprises étrangères sur le territoire national en démarchant certains pays et en s'adressant de manière ciblée à des investisseurs potentiels. L'Osec est chargée de cette tâche depuis 2008: elle fournit des informations en différentes langues sur les possibilités d'implantation en Suisse et organise des séminaires d'entrepreneurs. Elle vise en priorité les firmes générant la plus grande valeur ajoutée possible, et cela dans les sept pays suivants: Allemagne, France, États-Unis, Japon, Russie, Chine et Inde.

Des effets difficiles à mesurer

Les prestations de l'Osec servent de base aux consultants privés, mais surtout aux instances régionales, cantonales et communales chargées de promouvoir la place économique (voir encadré 1). Afin de favoriser les contacts avec les investisseurs potentiels, l'organisation s'est efforcée de développer des synergies avec son mandat de soutien à l'exportation, ainsi que son réseau mondial

de Swiss Business Hubs. Les cantons, qui approchent eux aussi des investisseurs potentiels à l'étranger, reprennent les contacts établis par l'Osec dans le cadre de la promotion de la place économique suisse. C'est à eux qu'incombe la responsabilité d'accompagner les entreprises concernées jusqu'à leur implantation.

Il est logique que chaque canton n'ait pas à générer lui-même les informations relatives à la place économique suisse. Promouvoir l'implantation d'entreprises sur son territoire nécessite également des actions dites de sensibilisation, en particulier sur les marchés lointains, comme la Chine et l'Inde, qui revêtent toujours plus d'importance de ce point de vue. L'effet de ces différentes activités est, toutefois, difficilement mesurable globalement. Étonnamment, il n'existe que peu d'études sur les retombées suscitées par l'implantation d'entreprises en Suisse. Pour combler cette lacune, une analyse a été menée par l'Institut d'économie régionale et d'entreprise (IBR) de la Haute école de Lucerne, sur mandat du Seco¹.

Les effets quantitatifs des implantations

La valeur ajoutée vient en premier lieu de la prestation directe de l'entreprise nouvellement installée. Elle est répartie entre les collaborateurs, l'État et les créanciers et actionnaires sous la forme de salaires, d'impôts, d'intérêts et de dividendes. Une partie de cette valeur ajoutée reste normalement dans l'entreprise. Ce gain non distribué sera, par exemple, utilisé pour financer les investissements. En plus de cet *effet direct*, l'implantation génère une *valeur ajoutée indirecte* par l'acquisition d'intrants et de biens d'investissements, ainsi qu'une *valeur ajoutée induite* par la



Pr Katia Delbiaggio
Professeure de macro-économie et d'économie régionale, Haute école de Lucerne (HSL)



Hannes Egli
Professeur, responsable de l'économie régionale, Haute école de Lucerne (HSL)



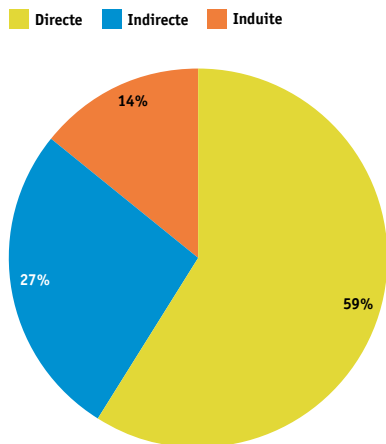
Marco Lier
Secteur Promotion des exportations / Place économique, Secrétariat d'État à l'économie SECO



Martin Roth
Chef du secteur Promotion des exportations / Place économique, Secrétariat d'État à l'économie SECO

Graphique 1

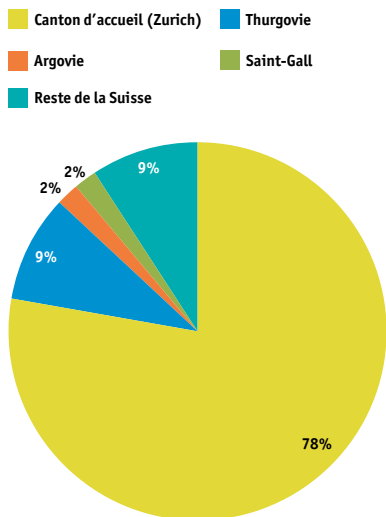
Étude de cas n° 4: emplois en équivalents plein temps (EPT) suivant que la valeur ajoutée est directe, indirecte ou induite (scénario «standard»)



Source: Delbiaggio, Egli / La Vie économique

Graphique 2

Étude de cas n° 4: répartition régionale des effets de revenu, en % (scénario «standard»)



Source: Delbiaggio, Egli / La Vie économique

Encadré 1

Un défi commun pour les cantons et la Confédération

Pour assurer la promotion de la place économique, la majorité des cantons se sont organisés au sein d'entités régionales dont le degré d'intégration est variable: *Basel Area* (BL, BS, JU), *Greater Geneva Berne Area* (BE, FR, GE, NE, VD, VS), *Greater Zurich Area* (GL, GR, SH, SO, SZ, ZG, ZH) et *St. Gallen Bodensee Area* (AI, AR, SG, TG). Les cantons de Suisse centrale, l'Argovie et le Tessin n'ont pas constitué un tel regroupement suprarégional. Ils sont, toutefois, représentés conjointement dans l'organe qui coordonne au niveau national la promotion de la place économique. Chaque année, la Confédération consacre 5,1 millions de francs à cette activité et les cantons 1,3 million.

demande de consommation, qui est financée par les salaires versés. Les effets aussi bien indirects qu'induits dégagent à leur tour d'autres valeurs ajoutées par le biais des intrants et de l'utilisation des revenus. L'addition de ces effets est ainsi plus importante que l'impulsion économique résultant immédiatement de l'implantation, qui se mesure notamment au nombre d'emplois créés. Les impacts positifs peuvent, cependant, être minés par des effets de délocalisation à l'échelle régionale – par exemple au cas où la nouvelle venue évince du marché des entreprises existantes –, des coûts supplémentaires dans le domaine des infrastructures ou des externalités négatives, comme des nuisances sonores ou une augmentation du trafic.

Une implantation régionale très dynamique ou l'installation de grandes entreprises peut également engendrer des *effets quantitatifs d'expansion du marché*. Cela se produit en particulier lorsque les capacités de production existantes au niveau régional ne peuvent plus satisfaire la demande d'intrants, de biens d'investissements et de biens de consommation ainsi générée. Il faut dès lors s'attendre à un accroissement du nombre d'entreprises actives dans la région.

D'importants effets qualitatifs

Les implantations d'entreprises provoquent une expansion *qualitative* du marché si celui-ci profite de l'effet d'agglomération, qui peut améliorer la productivité et la compétitivité de la région. Lorsqu'elle veut en expliquer le mécanisme, la littérature distingue les facteurs de croissance *exogènes* et *endogènes*². L'implantation d'entreprises actives sur le plan international est un exemple classique de facteurs exogènes qui peuvent influencer le développement économique d'une région, en premier lieu par les connaissances qu'elles diffusent dans le domaine technologique. On observe alors des bonds dans la productivité régionale, dus notamment à l'imitation: par le biais de contacts informels, les entreprises locales peuvent s'informer sur les produits, les technologies, les formes d'organisation ou les processus de production des nouvelles venues et améliorer ainsi leur propre fonctionnement. La mobilité des travailleurs est aussi de nature à renforcer la productivité. Lorsque des employés hautement qualifiés quittent une entreprise internationale pour s'installer à leur compte ou pour se mettre au service d'une firme locale, ils favorisent la diffusion de connaissances au niveau régional. Il faut, évidemment, pour cela que la firme venue de l'étranger se caractérise par une productivité et une capacité d'innovation élevées.

L'émergence d'effets d'agglomération générés par l'arrivée d'une entreprise internationale dépend, cependant, largement de la capacité de la région à profiter de tels avantages³. Deux éléments sont déterminants à cet égard: l'intégration de la nouvelle venue dans l'économie locale et les facteurs de développement propres à la région. Parmi ces derniers, on trouve généralement l'entrepreneuriat et la stimulation de la coopération entre les PME locales par les conditions-cadres sociales, institutionnelles et politiques. Étant donné que l'échange de connaissances et d'informations entre les entreprises exige un certain degré d'interaction sociale, de nombreuses thèses soulignent l'importance de la proximité géographique des acteurs régionaux dans l'apparition de « diffuseurs de connaissances »⁴. En revanche, d'autres experts⁵ adoptent une approche multidimensionnelle de cette notion, établissant une distinction entre les proximités cognitive, organisationnelle, sociale, institutionnelle et géographique. Cette dernière joue certes un rôle essentiel, mais elle n'est ni suffisante ni même nécessaire pour assurer l'innovation et la diffusion du savoir. Les différentes dimensions doivent plutôt se renforcer mutuellement ou se remplacer... du moins en partie.

Un modèle de valeur ajoutée

La promotion économique bernoise a récemment fait le portrait d'une entreprise d'informatique qui s'est installée dans le canton en 2008 et qui a fondé une filiale dans la région de Zurich à fin 2011. Dans la plupart des cas, les effets suprarégionaux des implantations ne sont toutefois pas aussi évidents. Les études menées jusqu'ici n'ont guère abordé cette question. La Haute école de Lucerne examine maintenant la valeur ajoutée générée annuellement par l'implantation d'entreprises étrangères, en se basant sur quatre cas concrets. Elle a conçu à cette fin un modèle dont les fonctionnalités permettent de mesurer séparément:

- la valeur ajoutée directe, indirecte et induite à trois niveaux;
- la répartition régionale de ces effets dans une zone allant jusqu'à six cantons;
- la valeur ajoutée brute, le nombre des équivalents plein temps (EPT) ainsi que l'impact sur les salaires, les impôts et les prestations sociales.

L'étude ne prend pas en considération les effets de délocalisation, les externalités ou les coûts supplémentaires qui pourraient être générés par l'implantation, ni l'impact éventuel sur l'expansion qualitative et quantitative du marché.

Tableau 1

Étude de cas n° 4: proportion extra-cantonale des effets de l'implantation (tous les scénarios)

Valeur ajoutée brute	11–20%
EPT	12–21%
Revenus	19–26%

Source: Delbiaggio, Egli / La Vie économique

Le modèle utilise deux groupes de variables. Le premier contient des données spécifiques aux entreprises étudiées et mises à disposition par elles (compte de résultats, dépenses d'investissements, interpénétration régionale). Le second comprend toutes les autres informations nécessaires à l'évaluation de la valeur ajoutée. Ces données se basent sur des statistiques secondaires. En cas d'incertitude, on teste leur fiabilité en procédant à des analyses de sensibilité qui prévoient trois scénarios: «haut», «standard» et «bas». Les résultats sont classés dans ces fourchettes.

Études de cas

La première étude de cas examine la valeur ajoutée dégagée par une entreprise de taille moyenne, implantée en Suisse centrale, qui produit et distribue des équipements électroniques. La deuxième s'intéresse à une petite société de distribution qui vient d'arriver dans le nord-ouest de la Suisse et est encore en train de s'installer. La troisième porte sur un négociant en matières premières qui s'est établi en Suisse orientale.

La quatrième étude de cas, présentée en détail ci-après, analyse les effets de l'implantation d'une entreprise fondée en 2007 par un groupe étranger actif dans l'industrie graphique. Il s'agit du département chargé de développer des techniques de production (division 72 selon le classement Noga).

En 2010, cette entreprise comptait 44 EPT. Cependant, des modélisations montrent que son impact global sur l'emploi se situe entre 71 et 81 EPT, si l'on tient compte également des effets indirects et induits. Chaque emploi à temps plein créé par l'implantation génère ainsi 0,61 à 0,84 autres EPT, du fait des effets directs et induits. Dans tous les scénarios, la part des effets directs se situe entre 54 et 62%, tandis que les effets indirects et induits sont responsables du reste des incidences sur l'emploi (voir *graphique 1*).

Des effets évidents en dehors du canton d'implantation

En matière d'implantation d'entreprises, la répartition régionale est tout aussi intéressante que les effets globaux. Le *tableau 1* montre que, dans cette étude de cas, les effets se produisant en dehors du canton d'accueil oscillent entre 11 et 26% du total selon l'indice et le scénario pris en compte.

Ces quatre études et leurs trois scénarios respectifs mettent en évidence une répartition très variable des effets des implantations. Comme on pouvait s'y attendre, l'impact sur le canton d'accueil domine dans tous les cas.

Toutefois, dans le scénario «standard» de l'étude n°4, plus d'un cinquième des revenus générés profitent à d'autres cantons (voir *graphique 2*). Dans les autres études, la proportion des retombées en dehors du canton hôte peut aller jusqu'à 50%.

En règle générale, la répartition régionale des effets de l'implantation est d'autant plus élevée que la nouvelle venue est imbriquée dans l'économie suisse et que son personnel n'est pas domicilié dans une seule région. Par ailleurs, elle dépend fortement de la taille de l'entreprise, de la branche ainsi que de la part des intrants et des investissements provenant de l'étranger.

Des résultats hétérogènes

Dans les quatre études et leurs trois scénarios, la valeur ajoutée, l'incidence sur l'emploi et les revenus sont multipliés par un facteur allant de 1,01 à 1,88. Dans le meilleur des cas (étude n°1), l'effet direct créé par l'entreprise implantée est pratiquement doublé. S'agissant de la société en cours d'installation (étude n°2), en revanche, l'impact supplémentaire est minime.

Cette hétérogénéité – ajoutée au faible nombre d'implantations examinées – ne permet pas de tirer des conclusions générales des résultats. Il serait intéressant de suivre l'évolution à venir de ces entreprises, en observant non seulement leur croissance (mesurée au chiffre d'affaires ou au nombre d'EPT), mais également la modification de leur intégration régionale au fil du temps. Les résultats des quatre études fournissent, toutefois, quelques indications quantitatives sur l'importance des efforts déployés par la Confédération et les cantons pour attirer des entreprises étrangères en Suisse.

Conclusion

Selon une liste établie par la Conférence des chefs des départements cantonaux de l'économie publique (CDEP), 391 entreprises étrangères se sont implantées en Suisse en 2011 où elles ont créé 2059 emplois. Les années précédentes, les valeurs étaient à peu près similaires, voire légèrement plus élevées. Cependant, ces chiffres sont toujours entachés d'un certain flou statistique. En effet, le recensement n'a pas toujours été réalisé selon des critères uniformes. Le plus souvent, il porte uniquement sur les implantations dont se sont principalement occupés les instances cantonales chargées de la promotion économique.

Comme le montre l'étude ci-dessus, les retombées globales d'une implantation sont en règle générale nettement plus importantes

2 Capello (2007).

3 Castellani et Zanfrei (2006).

4 Capello (2007).

5 Voir, par exemple, Boschma (2005).

Encadré 2

Bibliographie

- Delbiaggio, K. et Egli, H., Institut d'économie régionale et d'entreprise (IBR) de la Haute école de Lucerne, *Studie zu den kantonalen und ausserkantonalen Auswirkungen von Firmenansiedlungen*, rapport final à l'intention du Secrétariat d'État à l'économie SECO, 2012.
- Boschma, Ron A., «Proximity and Innovation: A Critical Assessment», *Regional Studies*, 39(1), 2005, pp. 61-74.
- *Message sur la promotion économique pour les années 2012 à 2015*, du 23 février 2011 (11.019).
- Capello, R., *Regional Economics*, 2007, Routledge, New York.
- Castellani, D. et Zanfrei, A., *Multinational Firms, Innovation and Productivity*, 2006, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Promotion économique du canton de Berne, «Enrichir la vie par la communication, Huawei Technologies Switzerland AG à Kôniz», *bernecapitalarea*, 2012, pp. 12–13.
- Forum économique mondial, *Global Competitiveness Report 2012*, www.weforum.org/issues/global-competitiveness.

que l'impulsion économique immédiate, laquelle ne peut le plus souvent être démontrée que par le nombre d'emplois créés (durant l'année d'implantation). En outre, les résultats de l'étude font apparaître que les effets quantitatifs d'une implantation, en termes de valeur ajoutée, peuvent être importants en dehors du canton d'accueil.

Néanmoins, les cantons et régions suisses se font toujours concurrence lorsqu'il s'agit de faire venir une entreprise. On ne peut que s'en féliciter. En fin de compte, la compétition interne entre les sites économiques contribue à améliorer l'attrait des conditions-cadres, ce qui fait de la Suisse un lieu d'implantation intéressant sur le plan international. La promotion économique nationale doit, en outre, arriver à rassembler toutes les forces, en particulier lorsqu'elle intervient sur des marchés lointains, afin de donner de la Suisse une image aussi homogène que possible. Il s'agit aussi d'identifier les entreprises étrangères dont la capacité d'innovation et la productivité sont au-dessus de la moyenne, et de renforcer la coordination de tous les ac-

teurs impliqués au niveau national dans la promotion de la place économique.

Les nouveaux accords de prestations, que les cantons et la Confédération ont conclus avec l'Osec pour la période 2012–2015, ont jeté des bases solides sur lesquelles la Suisse s'appuie pour relever et maîtriser de tels défis. Pour l'économie en général, un autre aspect est également important, particulièrement dans le contexte actuel du franc fort: les instances chargées de la promotion économique doivent travailler en étroite concertation avec les milieux politiques pour assurer, hormis l'implantation de nouvelles entreprises, le maintien d'emplois par les firmes déjà installées en Suisse et tournées vers l'exportation. ■

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE LUZERN

Wirtschaft

Entdeckungsfreudig?

Informieren Sie sich über unseren Executive MBA
oder über Angebote in:

- Controlling & Accounting
- Finance & Banking
- Forensics
- Immobilienmanagement
- Kommunikation & Marketing
- Public Management & Economics
- Tourismus und Mobilität
- Unternehmensführung
- Wirtschaftsinformatik



QR-Code mit Reader-App lesen und gleich zur Website gelangen. Die Reader-App (z. B. i-nigma) gibt es in den App-Stores.

www.hslu.ch/weiterbildung-wirtschaft



FH Zentralschweiz