

LA LETTRE DU

N° 264 – FÉVRIER 2007

CEPII **CENTRE
D'ETUDES PROSPECTIVES
ET D'INFORMATIONS
INTERNATIONALES**

S'IMPLANTER EN FRANCE OU À L'ÉTRANGER : LE CHOIX DES FIRMES FRANÇAISES

La part des implantations étrangères dans les créations de filiales par les firmes manufacturières françaises a sensiblement augmenté en quinze ans. Dans une économie mondialisée, les firmes ont de plus en plus tendance à s'implanter à l'étranger pour se rapprocher de marchés dynamiques et profiter de coûts avantageux. Un modèle explicatif des choix de localisation qui intègre ces phénomènes fait cependant apparaître un biais important en faveur du territoire national. La probabilité pour une firme moyenne de créer une filiale en France est dix fois plus élevée que de le faire dans un pays comparable en termes de marché, de coûts de production et de transaction (distance, langue etc.). Ce biais s'explique en grande partie par la densité des relations financières et commerciales dont dispose une firme dans son propre pays. Il est amené à se réduire dans la mesure où la multiplication du nombre de filiales à l'étranger compose progressivement ce type de réseaux dans les pays d'implantation.

■ Une question sensible

La mondialisation suscite de nombreuses craintes dans les pays développés. La question des délocalisations est un sujet particulièrement sensible. Les fermetures d'usines et leur délocalisation dans des pays à faibles coûts de main d'œuvre font craindre une perte d'attractivité du territoire national face à des entreprises de plus en plus mobiles et libres de choisir leur lieu d'implantation. Cette "menace" économique occupe une place croissante dans les débats. Ainsi, une enquête conduite par la Commission européenne indique que la crainte des délocalisations a été la principale cause du rejet français du traité constitutionnel européen au référendum de mai 2005¹. Les préoccupations des citoyens vis-à-vis de ces bouleversements économiques obligent les responsables politiques, en période électorale notamment, à se prononcer sur les mesures qu'ils préconisent pour y répondre. À cet égard, il est important de pouvoir disposer

d'une analyse quantifiée des choix de localisation des entreprises, de leurs causes et de leurs conséquences.

Plusieurs analyses microéconomiques récentes apportent, de ce point de vue, des contributions intéressantes. Elles adoptent des démarches différentes. Une première consiste à dénombrer les décisions de délocalisation en recensant les entreprises qui procèdent simultanément à une fermeture de site sur le territoire français et à une augmentation de leurs importations, puis à mesurer les destructions d'emplois associées. Les résultats indiquent généralement que celles-ci sont faibles². Une deuxième démarche s'attache à évaluer l'impact de la décision d'investir à l'étranger sur l'emploi et les salaires de l'entreprise en France³. Ici encore, l'impact estimé est limité. Un dernier type de travaux s'intéresse à l'explication de la décision d'investissement à l'étranger elle-même, plutôt qu'à son impact. Ainsi le CEPII a récemment

1. Eurobaromètre-TNS Sofres, 2005, "La Constitution européenne : Sondage post-référendum en France", Flash Eurobaromètre, 171.

2. P. Aubert & P. Sillard (2005) fournissent certainement l'application la plus rigoureuse de cette démarche pour la France, et aboutissent au chiffre de 13 500 destructions brutes d'emplois par an entre 1995 et 2001. Pour juger de l'importance de ce chiffre, les auteurs notent que "les suppressions d'emplois brutes annuelles dans l'industrie sont de l'ordre de 500 000.". Cette méthode peut être rapprochée du calcul de contenus en emplois du commerce extérieur français, plus macroéconomique mais qui donne des ordres de grandeur assez comparables de l'impact de l'ouverture internationale. P. Aubert et P. Sillard (2005), "Délocalisations et réductions d'effectifs dans l'industrie française", INSEE, Paris.

3. Pour une estimation récente de ces effets dans le cas français, cf. D. Castellani, A-C. Disdier & G. Navaretti (2006), "How Does Investing in Cheap Labour Countries Affect Performance at Home? France and Italy", *CEPR Discussion Paper* n° 5765, ainsi que A. Hijzen, S. Jean et T. Mayer (2007), "The Effects at Home of Initiating Production Abroad: Evidence from Matched French Firms", *mimeo*.

mené un travail empirique sur les facteurs influençant les choix de localisation des filiales d'entreprises françaises⁴. L'originalité de ce travail consiste à inclure la France parmi les localisations possibles. Dès lors que les déterminants de la localisation de l'investissement direct à l'étranger (IDE) permettent aussi d'expliquer l'investissement en France, il est possible d'estimer dans quelle mesure les firmes françaises mettent, ou non, sur le même plan une création de filiale en France ou à l'étranger. Si un biais se révèle en faveur de la France, on pourra le mesurer et tenter de l'expliquer.

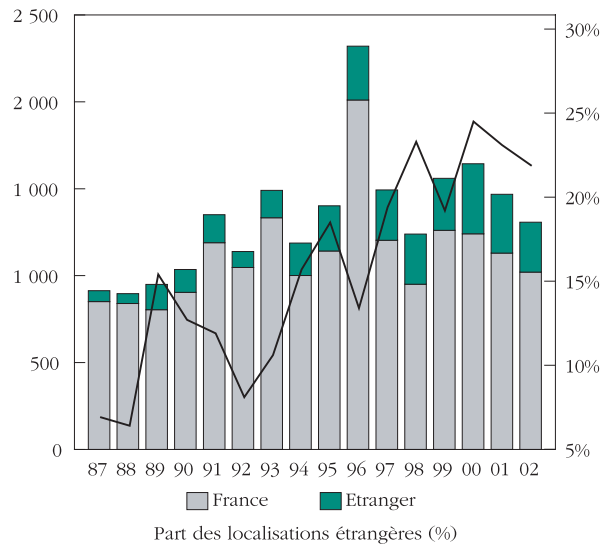
Faits et tendances

Nos données portent sur le secteur manufacturier et la période 1987-2002. Nous utilisons, d'une part, les résultats des *Enquêtes annuelles d'entreprises* du Sessi ; d'autre part, nous complétons les informations sur les lieux d'implantation à l'étranger des filiales d'entreprises françaises fournies par l'enquête *Liaisons financières* de l'INSEE par celles collectées par la Direction Générale du Trésor et de la Politique Économique (DGPE). Ces données permettent de construire une base de plus de 21 000 implantations réalisées par des entreprises de plus de 20 employés dans des établissements productifs en France ou à l'étranger (87 pays considérés). Pour chacun de ces investissements, sont détaillés le lieu d'implantation de la filiale, l'année de l'investissement ainsi qu'un certain nombre de caractéristiques relatives à l'entreprise qui investit (taille, productivité, secteur d'activité, etc.).

L'augmentation des implantations étrangères

Sur les 21 500 créations de filiales totalisées sur la période, un peu plus de 3 500 sont des implantations à l'étranger

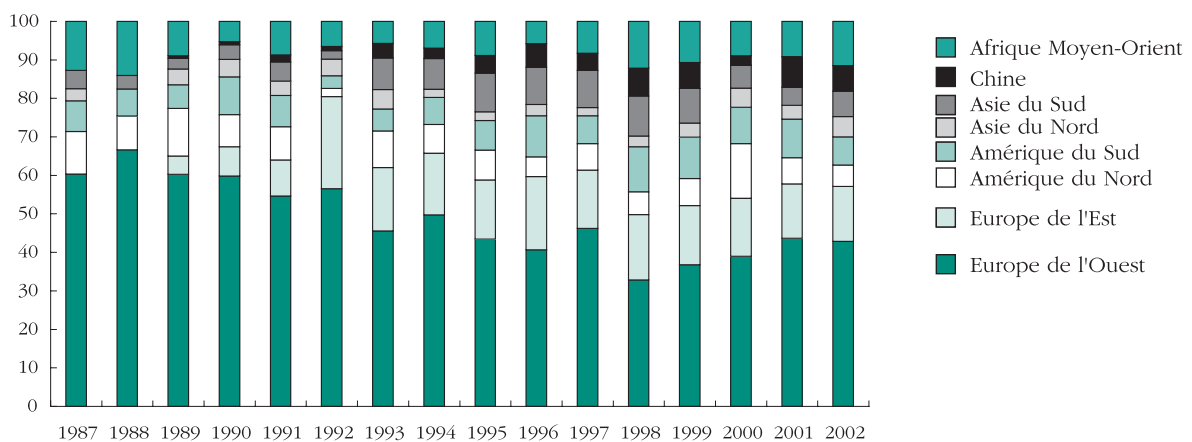
Graphique 1 - Créations de filiales en France et à l'étranger



Source : Sessi (EAE), INSEE (LIFI) et DGPE, calculs des auteurs.

tandis que 18 000 correspondent à la création d'une filiale en France. La préférence pour les implantations en France des entreprises françaises en phase d'expansion apparaît ainsi très marquée. Elle diminue cependant au cours de la décennie 1990, puisque la part des implantations étrangères passe de 9,5% en moyenne à la fin des années 1980 à 23% au début des années 2000 (graphique 1). Les investissements hors de France se dirigent majoritairement vers les pays voisins d'Europe, avec un intérêt croissant pour les pays d'Europe de l'Est (graphique 2). Le nombre d'investissements en Asie augmente également, en particulier vers la Chine, qui accueille à elle seule, en 2002, plus de 6% des implantations françaises à l'étranger.

Graphique 2 - Répartition géographique des implantations annuelles à l'étranger (%)



Source : INSEE (LIFI) et DGPE, calculs des auteurs.

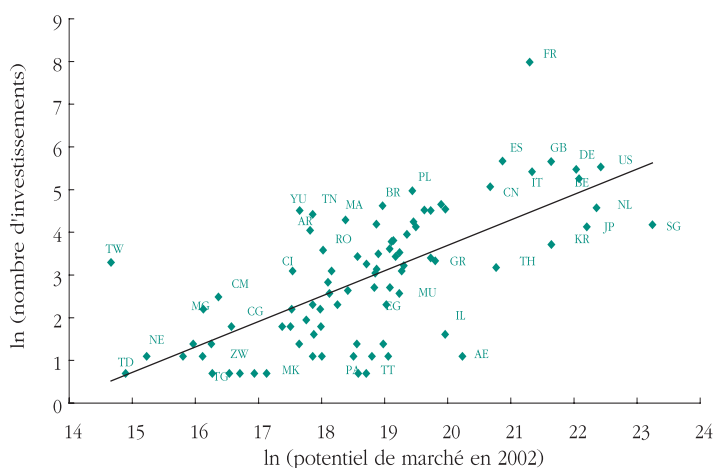
4. T. Mayer, I. Méjean & B. Nefussi (2007), "The location of domestic and foreign production affiliates by French multinational firms", *Document de travail du CEPPI*, à paraître.

Le rôle du marché

Cette augmentation des investissements dans les pays à bas salaires illustre le rôle de l'un des déterminants essentiels des choix de localisation : le niveau des coûts de production. Mais les travaux récents sur les déterminants de l'investissement direct à l'étranger ont montré que l'explosion des flux d'IDE reflète principalement la volonté des entreprises multinationales d'accéder à leurs marchés étrangers en produisant directement sur place, plutôt qu'en vendant leur production sur les marchés internationaux⁵. Ainsi, les entreprises choisissent avant tout d'implanter leurs filiales dans des pays pour lesquels les perspectives de demande sont intéressantes⁶. Cette relation est illustrée par le graphique 3 qui met en évidence le lien statistique entre le nombre de filiales créées par les entreprises françaises dans un pays donné au cours de la période et le potentiel de marché de ce pays⁷. L'impact positif de la taille du marché sur la localisation des investissements est évident. La position exceptionnelle de la France est tout aussi remarquable : sa place nettement au-dessus de la droite de régression indique que le nombre d'implantations en France est très supérieur à ce que le potentiel de marché français justifierait.

Pour expliquer ce biais, il est nécessaire de dépasser l'approche descriptive et de recourir à une modélisation des choix de localisation.

Graphique 3 - Relation entre le nombre d'implantations dans un pays et le potentiel de marché



Source : Calculs des auteurs.

Un modèle explicatif

Notre modèle explique le lieu d'implantation d'une filiale par différentes caractéristiques propres aux pays susceptibles d'accueillir cet investissement ainsi qu'à l'entreprise qui investit. Plus précisément, l'équation estimée explique la probabilité pour une entreprise moyenne de l'échantillon de choisir un pays donné par les caractéristiques macroéconomiques de ce pays (potentiel de marché, prix des facteurs de production) et par les coûts de transaction auxquels sont confrontés les investisseurs dans leur relation avec ce pays : interviennent ici la distance géographique, les barrières linguistiques et les liens culturels. Afin d'étudier plus particulièrement l'arbitrage entre investir en France ou à l'étranger, une variable indicatrice "France" est ajoutée au modèle : elle mesure l'écart de probabilité qu'une entreprise moyenne investisse en France plutôt que dans un pays étranger, toutes choses égales par ailleurs. Le coefficient relatif à cette indicatrice pourra être interprété comme une mesure de la propension des entreprises à "sur-investir" ("sous-investir" si ce biais est négatif) dans leur propre marché.

L'estimation du modèle sur l'ensemble des créations de filiales en France et à l'étranger indique qu'un potentiel de marché plus élevé de 10% augmente de 4,4% la probabilité pour un pays d'être choisi comme lieu d'implantation de la filiale. À l'inverse, des coûts de production plus élevés de 10% diminuent cette probabilité de 2,8%.

Le biais en faveur de la France

Un biais important en faveur des investissements domestiques peut alors être mesuré : la probabilité d'investir en France est plus de dix fois supérieure à la probabilité d'investir dans un pays comparable en termes de marché, de coûts de production, de distance, etc. Le biais des investisseurs français en faveur du territoire national est donc sensiblement plus élevé que la "préférence" que l'on pouvait déduire du graphique 1 (de l'ordre de 4 en fin de période).

Peut-on trouver des explications statistiques à ce "biais" ? On sait que la densité des relations financières et commerciales dont dispose une firme dans son propre pays est l'une des principales explications de son attachement à son territoire. Lorsqu'on tient compte de ces réseaux (en introduisant dans le modèle une variable mesurant

5. Cf. par exemple, G. B. Navaretti et A. Venables (2004), *Multinational Firms in the World Economy* (Princeton University Press), pour une revue de la littérature récente.

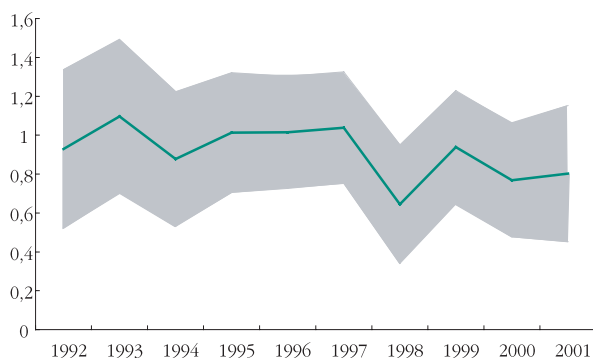
6. Les deux critères ne sont évidemment pas exclusifs l'un de l'autre, certaines localisations (la Chine en est le meilleur exemple) combinent l'attrait du marché et l'avantage de coûts.

7. Celui-ci est mesuré par la taille du marché d'implantation ainsi que par la qualité de l'accès aux marchés environnants à partir de cette implantation. Ces marchés sont pondérés à partir de l'estimation d'une équation de gravité, selon la méthode de Redding et Venables (2004), "Economic Geography and International Inequality", *Journal of International Economics*, 62(1).

l'intensité des relations de la filiale avec l'ensemble du groupe industriel auquel elle appartient), la probabilité, toutes choses égales par ailleurs, pour une firme de créer une filiale en France n'est plus que 2,6 fois supérieure à celle de la créer à l'étranger.

Une estimation du modèle sur des sous-périodes permet d'observer l'évolution dans le temps de ce "biais inexplicé" en faveur de la France. Le coefficient relatif à la variable indicatrice "France", obtenu en estimant le modèle sur des fenêtres de trois ans, apparaît relativement stable (graphique 4) : la propension des entreprises françaises à *sur-investir* dans leur propre pays ne diminue pas au cours de la période considérée. Autrement dit, la hausse des implantations étrangères dans les choix de localisation des firmes françaises est un phénomène qui s'explique par l'évolution combinée des variables que nous avons repérées : taille du marché, prix des facteurs, appartenance à un groupe industriel, etc.

Graphique 4 - Évolution du biais inexplicé en faveur de la France*



* Coefficient estimé relatif à l'indicateur "France" et intervalle de confiance.
Source : Calculs des auteurs.

À côté du dynamisme des grands marchés mondiaux et des différentiels de coûts qui incitent les firmes françaises à créer des filiales à l'étranger, il est intéressant de noter que le facteur qui attache traditionnellement les firmes à leur territoire d'origine - leurs réseaux industriel et financier - tend à perdre de sa singularité. Au fur et à mesure que les implantations à l'étranger se multiplient, celles-ci constituent, dans les pays d'accueil, ce type de réseaux qui facilite la création de nouvelles filiales, qui, à leur tour, vont densifier les réseaux. Le coût d'entrée sur les marchés étrangers - qui explique que les firmes qui investissent à l'étranger sont celles qui ont atteint une taille et une productivité suffisantes⁸ - peut ainsi être abaissé.

Dans une économie mondialisée, la préférence moins exclusive des firmes françaises à l'égard du territoire national est un signe de dynamisme. Une orientation plus grande vers les localisations étrangères serait néanmoins inquiétante, notamment en termes d'emplois, si elle se faisait au détriment de l'expansion de l'activité sur le territoire national (ce que les chiffres de créations de filiales n'indiquent pas) et si elle s'accompagnait d'une moindre attraction de filiales de firmes étrangères (ce qui ne semble pas plus être le cas). À cet égard, l'une des conclusions de notre travail peut être utile à rappeler : le facteur explicatif crucial de la localisation des entreprises est le dynamisme de la demande. Même si des mesures visant à réduire les coûts de production ou la charge fiscale reposant sur les investisseurs ne sont pas à négliger, l'attractivité du territoire français dépend essentiellement des perspectives de long terme de la demande française et européenne.

Thierry Mayer, Isabelle Méjean & Benjamin Nefussi
isabelle.mejean@cepii.fr

8. Nous estimons cette influence des caractéristiques des firmes sur les choix de localisation, cf. T. Mayer, I. Méjean & B. Nefussi (2007), *op. cit.*

LA LETTRE DU CEPII

© CEPII, PARIS, 2007
RÉDACTION
Centre d'études prospectives
et d'informations internationales,
9, rue Georges-Pitard
75015 Paris.
Tél. : 33 (0)1 53 68 55 14
Fax : 33 (0)1 53 68 55 03

DIRECTEUR DE LA
PUBLICATION :
Agnès Bénassy-Quéré

RÉDACTION EN CHEF :
Agnès Chevallier

GRAPHIQUES :
Didier Boivin

RÉALISATION :
Laure Boivin

DIFFUSION :
La Documentation française.

ABONNEMENT (11 numéros)
France 48,50 € TTC
Europe 50,10 € TTC
DOM-TOM (HT, avion éco.)
49,10 € HT
Autres pays (HT, avion éco.)
50,10 € HT
Supl. avion rapide 0,89 €

Adresser votre commande à :
La Documentation française,
124, rue Henri Barbusse
93308 Aubervilliers Cedex
Tél. : 01 40 15 70 00

Le CEPII est sur le WEB
son adresse : www.cepii.fr

ISSN 0243-1947
CCP n° 1462 AD

1^{er} trimestre 2007
FEVRIER 2007
Imp. ROBERT-PARIS
Imprimé en France.

Cette lettre est publiée sous la
responsabilité de la direction du
CEPII. Les opinions qui y sont
exprimées sont celles des auteurs.