

Attractivité de la région Rhône-Alpes : le cas des Investissements Directs Chinois (IDC)

Attractiveness of the Rhône-Alpes Region: the case of Chinese Direct Investment (CDI)

Laëtitia GUILHOT

IAE Lyon-CREG

Laetitia.guilhot@univ-lyon3.fr

Catherine MERCIER-SUISSA

IAE Lyon- Magellan

Catherine.mercier-suissa@univ-lyon3.fr

Mots clef : attractivité – Investissement Direct Etranger IDE – Chine

Keywords: attractiveness – Foreign Direct Investment FDI - China

Classification JEL: H50, R111, R50, O53

Résumé

Cet article propose une analyse des facteurs d'attractivité de la région Rhône-Alpes par rapport aux déterminants des investissements directs chinois (IDC). La région Rhône-Alpes est la deuxième destination des IDC en France. Les quatre exemples d'IDC mettent en évidence qu'au-delà des atouts propres au territoire français, la région bénéficie d'avantages spécifiques : des avantages « différenciants » comme le développement de savoir-faire et de compétences propres, liés à ses pôles de compétitivité et à ses villes innovantes, ainsi qu'une offre attractive de services de la part des agences de développement local et des avantages « discriminants » comme l'accessibilité de la région et l'attractivité de type « métropolitain ». Ce sont ces facteurs qui expliquent l'intérêt des investisseurs chinois pour cette région de France.

Abstract

This article offers an analysis of the Rhône-Alpes region's attractive factors in correlation with the determinants of Chinese Direct Investments (CDIs). The Rhône-Alpes region is the second most important destination for CDIs in France. Studies on foreign investments have shown that the Rhône-Alpes region goes beyond offering the typical advantages found all over France. Indeed, the area has many specific assets differentiating it from any other French regions, such as the development of savoir-faire linked to its competitive sectors and innovative cities. The region and its local development agencies offer attractive services. This region offers also the 'discriminating' advantages related to the region's accessibility and its metropolitan, global attractiveness. These are the factors explaining the importance and attractiveness of Chinese Direct Investments in the Rhône-Alpes region.

Introduction

En 2013, les investissements directs étrangers (IDE) en France ont diminué de 77%, alors que dans le même temps, en Allemagne, les IDE ont quadruplé, selon un rapport de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED, 2013). Selon l'Agence française pour les investissements internationaux (AFII), on recensait 685 décisions d'investissement en 2013 contre respectivement 693 et 698 en 2012 et 2011 (AFII, 2013 et 2014). Le nombre d'emplois créés ou maintenus grâce à ces investissements est, lui, en recul presque constant depuis 2006. Cette année-là, près de 40 000 postes avaient été créés. Ils n'ont été que de 25 908 en 2012, et en 2013, on en recense 29 631. Ils résultent de création et de reprises de sites en difficulté. Ainsi la presse se fait-elle écho de propos alarmistes (les Echos, 20/02/2014). Les investisseurs hésitent de plus en plus à venir en France, à cause de la complexité et de l'instabilité de l'environnement législatif et réglementaire français. Ils dénoncent le droit du travail trop favorable aux salariés, des coûts salariaux et sociaux élevés l'existence de procédures complexes et aléatoires en matière de restructuration et une fiscalité sur les sociétés peu favorables à l'investissement même si l'existence du crédit impôt recherche vient relativiser ces remarques...

Au-delà de ces récriminations, de nouveaux investisseurs sont venus en France ces dernières années. Les investissements des entreprises chinoises en France ont fortement augmenté depuis 2005, cherchant à acquérir des marques reconnues (dans l'agroalimentaire par exemple, avec des IDC dans la poudre de lait ¹ou les vignobles) et des technologies duplicables en Chine (moteurs Baudoin, Rhodia Silicone). Selon la Banque de France, le montant total des IDC est passé de 250 millions d'euros en 2005 à 3,5 milliards en 2012 (4,2 milliards en incluant Hong Kong), soit 0,8% du total des investissements étrangers dans l'Hexagone à cette date. Cette hausse s'explique principalement par la prise de participation du fonds souverain CIC dans la filiale d'exploration-production de GDF Suez fin 2011². Ainsi, la Chine est seulement le 8ème investisseur étranger en France, loin derrière les Etats-Unis et l'Allemagne. A titre de comparaison, les investissements des Etats-Unis en France, les plus élevés d'un pays étranger dans l'Hexagone, pèsent entre 90 et 100 milliards d'euros. Ceux de l'Allemagne et du Royaume-Uni dépassent les 60 milliards.

En comparant différentes données (Eurostat, Mofcom, Amadeus et Rhodium Group³), que ce soit en termes de montant, de nombre de projets ou d'entreprises à capitaux chinois présentes sur leur territoire, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et les Pays-Bas sont les quatre pays qui suscitent le plus d'intérêt de la part des investisseurs chinois (Guilhot et al., 2013 : 26-27). Au total sur les six dernières années (2007-2013), les entreprises de Chine continentale implantées en France emploieraient plus de 9 000 personnes, selon l'AFII, auxquelles s'ajouteraient 2000 emplois générés par les entreprises hongkongaises. Les

¹ Synutra, quatrième producteur chinois de lait infantile, construit une usine à Carhaix (Finistère) en partenariat avec la coopérative Sodiaal.

²<http://www.boursorama.com/actualites/france-les-investissements-chinois-explosent-mais-restent-microscopiques-113288887b0ec7576d329dd6e4e04ccd>

³ Voir l'étude de Zhang et alii (2012) pour Amadeus et le rapport de Rosen et Hanemann (2012) pour le Rhodium Group.

entreprises chinoises privilégient les secteurs de l'énergie, de l'agroalimentaire, du verre/bois/papier et de l'aéronautique.

Parmi les régions en France qui attirent le plus les IDC figure en première place la région Ile-de-France, suivie par la région Rhône-Alpes qui a, elle seule, comptabilise autant d'IDC que les 4 régions suivantes en données cumulées (Cf. Tableau 1). Dès lors il est intéressant de comprendre quels sont les déterminants de l'IDC dans cette région et quels sont les éléments constitutifs de l'attractivité régionale.

L'objectif de notre article est d'identifier ce que les investisseurs chinois⁴ attendent de la région Rhône Alpes ou encore ce qui selon eux, constituent l'attractivité de cette région. Pour ce faire, dans une première partie nous allons définir les principales approches théoriques et empiriques du concept d'attractivité présentes dans la littérature économique. Dans une deuxième partie, nous allons identifier tous les cas de firmes chinoises qui ont réalisé des investissements pérennes dans la région et nous développerons certains exemples d'entreprises représentatifs des déterminants de l'IDC. Dans une dernière partie, nous mettrons en évidence les principaux déterminants de l'IDC en Rhône-Alpes ainsi que les éléments constitutifs de l'attractivité de la région.

-2-

Les approches théoriques et empiriques du concept d'attractivité

Des différents rapports qui traitent de l'attractivité, il est en effet difficile de dégager une définition précise et claire (EZMALE, 2012). Le Conseil économique et social de 2003 définit l'attractivité « *comme la capacité [d'un pays] à conserver sur son territoire les entreprises nationales et étrangères qui y sont installées ou à attirer les investisseurs étrangers afin qu'ils contribuent à la croissance et l'emploi du pays* ». En d'autres termes, comme le soulignent COEURE et RABAUD (2003), l'attractivité d'un territoire peut se définir comme « *la capacité d'un pays à retenir et attirer les entreprises* », nous pouvons même préciser quelle que soit leur nationalité. La définition de la Banque de France (2004 :34) va dans ce sens: l'attractivité d'un territoire est définie comme étant « *la capacité à y attirer et y retenir les activités à contenu élevé en travail qualifié* ». Dans ces deux définitions, il est fait référence à l'emploi de manière générale ou à l'emploi qualifié comme étant une manifestation de l'attractivité. C'est pourquoi, les politiques économiques visant à renforcer l'attractivité d'un territoire ont généralement pour objectif le maintien de l'emploi et la réduction du chômage dans le territoire concerné en favorisant la venue de nouvelles entreprises nationales ou étrangères et en limitant les délocalisations d'activités d'entreprises installées.

L'attractivité d'un pays vis-à-vis des capitaux étrangers est devenue un nouvel impératif de la politique économique. Cet objectif d'attractivité s'ajoute à celui de la compétitivité, qui était en rigueur dans les années 60. Ce dessein supplémentaire marque le passage du modèle de « l'économie multinationale »⁵ qui a dominé dans les années 60-70 à celui de « l'économie

⁴ Notre étude se focalise uniquement sur les investisseurs de la Chine continentale.

⁵ Selon MICHALET (1999 a et b), « l'économie multinationale ou phase de multinationalisation » représente l'ensemble des analyses qui cherchent à prendre en compte à côté des échanges commerciaux, le phénomène de multinationalisation de la production, alors que « l'économie globale » représente la financiarisation de l'économie.

globale » qui a commencé à émerger dans les années 80 (MICHALET, 1999 a et b). On assiste ainsi à un retournement de situation. Avant la concurrence se situait seulement au niveau des firmes, maintenant elle s'élargit au niveau des territoires (BRENDER, 1998). Certains auteurs (BOUBA-OLGA, 2011) parlent même de « course aux armements ». Pour Olivier BOUBA-OLGA, « *les politiques d'attractivité des territoires font penser à une course aux armements. Les territoires financent de plus en plus de services aux entreprises pour les attirer, mais comme tous les territoires font de même, on n'observe pas de modifications significatives en termes d'attractivité* » (in MERCIER-SUISSA (dir), 2011 :77).

Fabrice HATEM (2004 : 2) a réalisé une classification de la littérature en sous-ensemble homogène sur l'attractivité dans le but de « *montrer en quoi les recherches des académiques et les travaux appliqués des agences de promotion peuvent se compléter et se féconder mutuellement pour fonder une approche à la fois intellectuellement solide et concrètement opérationnelle (pour attirer des investisseurs et créer des emplois) de l'attractivité* ». Dès lors, à partir de ses travaux, nous pouvons identifier cinq grandes catégories d'approches qui étudient l'attractivité d'un territoire: des approches macroéconomiques, des approches méso économiques, des approches microéconomiques, des approches qui s'appuient sur l'étude des processus de décision et enfin celles qui travaillent sur l'image du territoire.

1. Dans les approches « macro » il s'agit de construire des indicateurs globaux qui visent à mesurer l'attractivité « moyenne » d'un pays ou d'une grande région. Ce sont des outils qui essaient d'apprécier la compétitivité territoriale. Ils permettent d'avoir une approche relative de l'attractivité car les pays sont généralement classés les uns par rapport aux autres. La CNUCED publie chaque année un classement des pays selon leur attractivité, sous la forme d'une matrice qui est obtenue en croisant deux indicateurs : l'IPIE et l'IPAIE.⁶

Le montant des flux d'IDE entrants est l'indicateur le plus usité pour mesurer l'attractivité d'un territoire. Un découpage des flux d'IDE reçus par secteurs d'activité permet de préciser les domaines dans lesquels les pays sont attractifs et d'évaluer en conséquence leur capacité à le demeurer. Les approches macroéconomiques avec des indicateurs globaux s'appuient également sur des travaux économétriques (comme ceux de FERRARA et HENRIOT, 2004 et de KARRAY et TOUMI, 2007) qui permettent de dégager les déterminants significatifs de la localisation, et d'expliquer les performances comparées des différents territoires d'accueil. En général, ces travaux ont pour variables expliquées, les flux d'IDE, le nombre de projets ou encore le chiffre d'affaires des entreprises étrangères et pour variables explicatives, les taux de salaire, le PIB, les taux d'imposition,...

Les approches macro peuvent être complétées par des enquêtes d'opinion auprès des investisseurs afin d'apprécier la notion d'attractivité « perçue » par ces derniers. Le résultat de ces enquêtes permet de classer les critères de localisation et d'avoir la position relative des différents territoires d'accueil (par exemple, voir le baromètre de l'attractivité d'Ernst & Young). Les enquêtes d'opinion auprès des investisseurs mettent en évidence les facteurs de localisation clé comme, par exemple, la proximité du marché, les ressources rares, une bonne

⁶ **IPIE** : Indicateur de performance en termes d'investissements entrants, et **IPAIE** : indicateur du potentiel d'attractivité en termes d'investissements entrants ; méthodologie disponible sur le site de la CNUCED consacré au rapport sur l'investissement mondial, « The inward FDI potential index-Methodology » - www.untcad.org

qualification de la main d'œuvre ou encore une qualité de l'environnement des affaires et des infrastructures.

Ces facteurs de choix de localisation des entreprises multinationales font également consensus dans la littérature (MUCCHIELLI, 1998, SHAPIRO et GLOBERMAN, 2001 ; GERARDIN et POIROT, 2011). Différentes études mettent l'accent sur la qualité des institutions et des infrastructures (BLONIGEN, 2005) ou sur l'impact plutôt faible des incitations fiscales dans le choix de localisation des entreprises étrangères (BLOMSTRÖM et KOKKO, 2003). Plus généralement, on distingue les facteurs de localisation « pré-requis » : la stabilité politique et sociale, la taille du marché,... ; les facteurs « différenciants » telle l'existence de clusters ou de pôles de compétitivité et les facteurs « discriminants » : les coûts salariaux, le niveau de la fiscalité... Ainsi, les facteurs « différenciants » sont des facteurs qui existent uniquement dans une seule région alors que les facteurs « discriminants » sont des facteurs qui existent dans n'importe quelle région mais qui peuvent être considérés comme plus ou moins favorables pour les investisseurs. On peut en quelques sortes parler d'avantages absolus pour les premiers et d'avantages relatifs pour les autres. La hiérarchie de ces facteurs peut varier selon le secteur d'activité. Selon certains auteurs (LE GALL, 2007; HATEM, 2007; PECQUEUR et ZIMMERMANN, 2004), les politiques d'attractivité territoriale mises en place par les acteurs locaux peuvent permettre à une région de se doter de déterminants « différenciants » particulièrement intéressants pour les FMN. CARLUER et FOIGNET (2012) confirme ce point en affirmant qu'un produit-territoire, à savoir la rencontre entre une demande, les projets d'investissement des FMN et une offre, les territoires d'accueil possède deux caractéristiques : 1/ des avantages *hard* comme les bâtiments, les infrastructures et 2/ des avantages *soft* l'accompagnement, les services à l'implantation, l'accueil des impatriés... - réalisée par les organismes de développement et les collectivités.

Nous allons adopter l'approche macro dans cet article en commençant par une analyse statistique qui nous permet de mesurer les flux d'IDE entrants et d'identifier le nombre de projets d'investissement chinois dans la région Rhône-Alpes tant en nombre de création que de F&A. Puis nous compléterons cette analyse par quatre exemples de projets d'IDC détaillés. Afin de mettre en évidence les facteurs de localisation clés que ces agences présentent à ces investisseurs, les responsables d'agences de développement économique de la région Rhône-Alpes (ERAI, ADERLY, AEPI) ont été interrogés.

Les approches macroéconomiques permettent aussi la construction de « baromètres » de l'attractivité ou de la compétitivité territoriale. Ce sont des « Tableaux de bord » homogènes utilisés pour identifier les points forts/faibles du pays étudié. Ces tableaux sont présentés dans les études de l'IMD (Global Competitiveness Index) ou par le World Economic Forum (Business Competitiveness Index). Certains pays réalisent leur propre « Tableau de bord ». C'est le cas de la France. Chaque année, un tableau de bord de l'attractivité de la France est réalisé en partenariat entre l'Agence française pour les Investissements Internationaux (AFII), la Direction Générale du Trésor, le Centre d'analyse stratégique et la Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale⁷. Ce présent travail vise à quantifier les IDC en Rhône-Alpes et à mettre en exergue les principaux déterminants de cette attractivité. Notre article propose ainsi, *in fine*, un tableau de bord de l'attractivité de cette région.

⁷ https://www.tresor.economie.gouv.fr/6384_tableau-de-bord-de-lattractivite-de-la-france-edition-2012

2. Les approches « méso », basées sur les travaux d'Alfred Marshall qui étudie la notion d'atmosphère industrielle, cherchent à expliquer pourquoi une catégorie spécifique d'activités (secteur, fonction) est attirée par une zone particulière ? Ces approches mettent en évidence les effets d'agglomération ; ce sont des travaux de la « nouvelle économie géographique », qui développent une approche théorique formalisée (pour une présentation détaillée, voir FUJITA et alii, 1999). D'autres travaux s'intéressent aux clusters et à partir d'études de cas (PORTER, 1993, 2000) et analysent les pôles de compétences locaux: réseaux d'entreprises, partenariats public-privé...

L'Etat met en place dans certaines régions de véritable « district industriel » (MARSHALL) ou système productif local ou cluster ou « pôle de compétitivité » dans lesquels les entreprises bénéficient d'externalités positives (environnement technologique, disponibilité de la main d'œuvre, infrastructure..), d'effets d'agglomération en plus du savoir-faire qui existe dans cette région. Comme le souligne COHEN (1996 :109), personne ne s'étonne que « *la porcelaine est à Limoges, la lunetterie française à Oyonnax, (...) Il y a dans chaque cas une explication historique à la première installation, mais le fait que des fabrications se concentrent, que des industries voisines s'agrègent, que progressivement un tissu d'activités financières, commerciales, industrielles, scientifiques se forme n'est pas indifférent* ». Dès lors, ces concentrations de firmes permettent d'expliquer pourquoi des entreprises viennent encore s'implanter en Allemagne ou en France alors que ce sont le pays où les coûts salariaux sont les plus élevés, où la protection sociale est la plus étendue, où les règlements en matière d'environnement sont les plus stricts.

3. Les approches microéconomiques sont basées sur les comparaisons de rentabilité selon les sites. Leur but est de déterminer le meilleur site de localisation possible pour un projet particulier ; elles font appel aux techniques issues de l'analyse financière, à l'utilisation de business-plans, de scénarii qui prennent en compte les facteurs qui peuvent influencer sur le niveau des recettes et des coûts. Dans ces approches, seuls les cas particuliers sont étudiés, donc elles n'aboutissent pas à un diagnostic général sur l'attractivité territoriale, mais elles prennent en compte, de manière précise et réaliste, les conditions concrètes d'investissement et d'exploitation d'un projet donné. Ce sont des analyses que KPMG, The Economist Intelligence Unit publient.

4. Les approches par les processus de décision s'intéressent au processus à travers lequel l'investisseur choisit le site sur lequel il localisera son projet. Il s'agit donc d'analyser une décision spécifique prise par un agent individuel. Dans ce cas, on étudie la logique de choix de l'investisseur plutôt que les caractéristiques comparées des territoires en compétition. Dans ces approches, il existe des travaux académiques à caractère théorique (impact de l'incertitude, des imperfections dans l'information, jeux de négociations...) et des travaux empiriques menés par des chercheurs ou des consultants dans lesquels ils présentent une description des séquences du processus de localisation, ils élaborent un modèle par étapes où le nombre d'options envisageables se réduit à chaque stade.

5. Les approches en termes d'image ont pour but de valoriser un lieu. Elles permettent la mise en place un discours marketing, de communication territoriale et elles créent autour d'un territoire une image « différenciante ». On assiste actuellement au développement de politiques de marketing territorial de la part des agences publiques de développement local qui visent à vanter les mérites et l'unicité du territoire (Van Limburg, 1998 et Kavaratzis et

Ashworth, 2007). C'est ainsi qu'il existe des exemples de *city branding* tels que "I love NY", première marque territoriale créée en 1976 pour New York, "I amsterdam" ou "OnlyLyon" créée en janvier 2007.

Dès lors, l'attractivité d'une région pour un investisseur peut s'expliquer par l'adéquation qui existe entre ses attentes, ses besoins et les caractéristiques de la région - caractéristiques que l'on apprécie à travers les indicateurs des approches macroéconomiques. Dès lors, il nous semble intéressant d'analyser les déterminants des IDE à partir des exemples d'entreprises chinoises et d'apprécier dans quelle mesure la politique d'attractivité régionale de Rhône-Alpes correspond ou non aux attentes de ces investisseurs.

-3-

Méthodologie de l'objet d'étude : l' IDC en Rhône-Alpes

Cette partie vise à montrer l'importance des IDC en Rhône-Alpes. Mais avant de présenter cette tendance, il convient de faire un point sur la méthodologie mobilisée. Différentes méthodes de comptabilisation des IDE de façon générale ou des IDC en particulier peuvent être utilisées (prise en compte d'une seule modalité : F&A ou création,...). La méthodologie mobilisée ici reprend celle que nous avons développée lors d'une étude sur les IDC menée entre janvier 2013 et juin 2013, pour la DGCIS (GUILHOT et al., 2013 :9-10).

3.1 Démarche méthodologique

A partir de l'analyse des projets d'IDC en France telle que l'AFII l'indique dans son rapport, la région Rhône-Alpes est la deuxième région en France d'accueil des IDC, après l'Ile-de-France. Cette région accueille, à elle seule, autant de projets d'implantation d'entreprises à capitaux chinois (19%) que les 4 régions françaises suivantes à savoir le Nord-Pas de Calais (6%) et PACA (6%), Centre (3%) et Alsace (3%) (Voir le tableau 1).

Tableau 1: Répartition des projets d'IDC par région d'accueil en France (F&A exclues)

Région d'accueil	2012	Part des projets d'IDC en % des projets d'IDC en France	% des projets IDC /IDE
Ile-de -France	15	48	7
Rhône-Alpes	7	19	5
Nord-Pas de Calais	2	6	6
PACA	3	6	4
Centre	1	3	7
Alsace	1	3	3
Bretagne	1	3	6
Franche-Comté	1	3	14
Pays de la Loire	2	3	4
Poitou-Charentes	1	3	14
Total général	34	100	4

Source : D'après le Rapport annuel AFII (2012 : 68)

A la lecture de ce tableau, nous pouvons constater que 7 projets d'investissements chinois (Hongkong inclus) ont été localisés dans la Région Rhône-Alpes en 2012. Ils représentent 5% des projets d'investissements étrangers dans cette région. Ces chiffres de l'AFII ne concernent que les créations. Ils ont toutefois le mérite de permettre la réalisation d'une comparaison entre les régions françaises. Néanmoins pour identifier le nombre réel d'opérations relatives aux IDC dans la région Rhône-Alpes, il est nécessaire d'utiliser une base de données qui prend également en compte les F&A.

Pour cela, nous disposons de la base de données Thomson Reuters sur les F&A et de la base de données baseco de la CCIR (Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale) (Cf. Encadré 1), qui bien que n'étant pas exhaustives, prennent en compte les opérations de F&A. De plus, nous avons recoupé ces informations avec celles fournies par l'agence d'informations professionnelles Bref Rhône-Alpes, qui réalise une collecte systématique d'informations auprès d'entreprises ayant un établissement en Rhône-Alpes avec un chiffre d'affaires inférieur à 3 millions d'euros ou 1,5 millions pour les secteurs textile et de la communication. Les informations sont issues de journaux agréés d'annonces légales, de déclaration spontanée des entreprises auprès de cette agence et d'enquête hebdomadaire auprès de divers réseaux professionnels. A partir de toutes ces données utilisées, il est possible de constituer un échantillon de firmes chinoises qui ont investi en Rhône-Alpes. Ainsi, nous avons recensé 20 projets d'IDC entre 1987 et début 2013 (présentés dans le tableau en Annexe). Les informations disponibles ont été complétées par des entretiens avec des experts des agences de développement local de la région Rhône Alpes (par exemple, Entreprise Rhône-Alpes International (ERAI), l'Agence pour le développement économique de la région lyonnaise (ADERLY) et l'Agence d'Etudes et de Promotion de l'Isère (AEPI)).

Encadré 1 : Note méthodologique sur l'état des lieux réalisé en Rhône-Alpes

Cet état des lieux porte sur les établissements du secteur marchand, employeurs ou non. Sont considérés à capitaux étrangers, et donc les entreprises à capitaux chinois les établissements répondant aux critères suivants :

- 1) établissements d'entreprise dont au moins 30 % du capital sont détenus par une ou des entreprises basées à l'étranger ou,
- 2) établissements de groupe, dont la tête de groupe (i.e. la structure juridique, au plus haut niveau, qui contrôle l'ensemble des entreprises constituant un groupe) est localisée à l'étranger. Sont dans ce cas prises en compte les filiales françaises de groupes étrangers. Par contre, les entreprises rhônalpines, dont le capital est détenu par des capitaux étrangers, mais dont la tête de groupe est française, ne sont pas prises en compte.

La barre des 30 % du capital a été retenue pour établir ce dénombrement car ce niveau de participation est significatif dans le capital d'une entreprise. En retenant ce critère, des entreprises ou groupes majoritairement français peuvent être pris en compte.

L'inventaire a été réalisé à partir de l'observatoire des entreprises à capitaux étrangers, géré et actualisé chaque année par la CCIR Rhône-Alpes, *via* une enquête réalisée dans le cadre du réseau des CCI de Rhône-Alpes. Les relations financières entre les entreprises, ainsi que la nationalité des capitaux étant parfois difficiles à connaître, pour parvenir à un état des lieux le plus complet possible, les informations ont d'une part été complétées par les agences de promotion et de développement économique partenaires de la publication, et d'autre part

enrichies par des informations provenant de bases de données financières. La date de réalisation de l'inventaire a été fixée au 01/01/2010 par la CCIR.

L'observatoire des entreprises à capitaux étrangers de la CCIR Rhône-Alpes dispose néanmoins d'informations actualisées en 2011, informations que les auteurs de cette étude ont ensuite complétées pour les années 2012 et 1^{er} semestre 2013.

Pour chacun des 20 projets d'IDC ainsi identifiées, nous avons procédé à une étude documentaire en utilisant des sources essentiellement externes (recherche Internet, site web de l'entreprise, presse etc.) afin de constituer une fiche entreprise, rassemblant des variables factuelles nécessaires à notre prise de contact avec les entreprises et à l'analyse des déterminants de leur localisation dans la région (par exemple : coordonnées, secteur d'activité, histoire de la firme en Chine et en Europe le cas échéant, articles de presse relatant l'IDC, etc.). Ceci a permis d'analyser les traces écrites présentes et passées pour chaque exemple d'IDC, de structurer des informations éparses pour aboutir à un résultat utilisable. Cette approche a permis une validation par complémentarité aux entretiens, et ainsi de comprendre le discours par rapport à des faits, de générer un questionnement précis des acteurs, et de trianguler les données provenant des discours et de l'observation.

3.2 La région Rhône-Alpes, comme 2^{ème} région d'investissements d'IDC

De manière générale (tout investisseur confondu), en Rhône-Alpes, la présence étrangère présente les caractéristiques suivantes : les formes d'implantations sont très diversifiées, allant de bureaux de représentation jusqu'à de grands sites industriels. Les capitaux européens sont prépondérants (2/3 des investissements sont originaires de l'Union européenne ou de la Suisse), l'Allemagne étant le premier acteur de cette présence européenne, devant l'Italie et le Royaume- Uni. Si cette présence étrangère est majoritairement européenne, les Etats-Unis sont cependant le premier pays investisseur en Rhône-Alpes avec 800 établissements totalisant 45 000 salariés, soit près de 21 % de l'effectif total. Les autres pays extra-européens les plus présents en Rhône-Alpes sont le Japon (147 établissements pour 4 % de l'effectif salarié) et le Canada (50 établissements pour 1 % de l'effectif salarié). La Chine (avec Hongkong) vient ensuite avec 27 établissements et un peu moins de 1 % de l'effectif salarié. La part de la Chine reste donc assez modeste.

L'analyse des 20 projets chinois permet de mettre en évidence quelques faits saillants. Les formes d'implantation en RA sont diversifiées allant de bureau de représentation jusqu'à de grands sites industriels (par exemple Bluestar Silicone ou Adisseo, voir 4.2). Les IDC dans l'industrie se font majoritairement par rachat, alors que dans les services il s'agit plutôt d'IDC de création (commerce interentreprises essentiellement). Les capitaux chinois sont très présents dans l'industrie rhônalpine. Leur présence dans le tertiaire tend à se développer ces dernières années avec l'arrivée notamment de la Bank of China. Les investisseurs chinois ne semblent pas spécialement vouloir s'implanter dans les départements frontaliers à l'instar des entreprises suisses ou italiennes. Les créations sont concentrées à Lyon et dans l'agglomération lyonnaise.

De plus, selon les années, la répartition entre les IDC de création et IDC liés à des F&A varie. Sur la période 1987-début 2013, 12 investissements chinois de création ont été recensés contre 8 F&A dans la région RA. En opérations cumulées (en valeur), la répartition pour la région Rhône-Alpes est de 60% pour les IDC de création et 40% pour les IDC de F&A.

Quatre exemples illustratifs

A partir des 20 cas d'IDC identifiés en Rhône-Alpes, nous allons détailler 4 exemples d'entreprises emblématiques : 2 exemples de F&A et 2 exemples de créations.

4.1 L'analyse de 2 F&A chinoises en région Rhône-Alpes : *Bluestar et Lisa Airplanes*

BLUESTAR

De profonds bouleversements sont intervenus dans la chimie iséroise dans les années 2000 : le groupe français Rhône-Poulenc a cédé une partie de ses activités à Rhodia qui les a revendues à plusieurs entreprises étrangères dont l'entreprise chinoise BlueStar Chem China. BlueStar est une filiale de China Chemical Corporation, dont l'actionnaire est l'Etat chinois. Le groupe BlueStar qui a racheté les activités silicone de Rhodia, devenue BlueStar Silicones, puis l'activité nutrition animale d'Adisseo, possède une vision industrielle de long terme. Entre 2008 et 2012, ses deux filiales Adisseo et BlueStar Silicones ont bénéficié au total de 128 millions d'euros d'investissements pour moderniser leurs usines et accroître leurs capacités de production dans un contexte d'essor du marché.

BlueStar Silicones dont le chiffre d'affaires s'élève à 500M€ compte 3000 personnes dans le monde dont 600 à Saint-Fons. BlueStar Silicones produit le méthylchlorosilane, matière première du silicone utilisée dans de nombreux secteurs. BlueStar Silicones a inauguré Iris, une nouvelle unité de production de résines qui a nécessité un investissement de 7M€. La pérennité du site du Saint-Fons, qui emploie 120 des 200 chercheurs « silicones » du groupe est ainsi maintenue, d'autant que les dirigeants chinois trouvent en France un milieu propice à la R & D: le crédit impôt recherche et une R & D mieux protégée sont des atouts pour l'investisseur chinois.

Adisseo fabrique de la méthionine, un additif pour la nutrition animale (volailles, etc...). L'entreprise est installée sur la commune de Roussillon/Saint-Clair-du-Rhône, elle emploie 370 salariés dans la région (1700 collaborateurs dans le monde). En 2013, Adisseo a annoncé la création d'un centre de R&D à Saint-Fons, en région Lyonnaise. Dénommé Cinachem pour Center of Innovation of Adisseo Chemistry, le centre a bénéficié d'un investissement de 5 à 6 millions d'euros (sur les 22 millions consacrés par an par le groupe). Il va être focalisé sur le développement de procédés chimiques. Cette nouvelle unité complète les travaux de R&D sous-traités à Solvay, suite à une convention de partenariat datant de 2005. C'est la richesse de l'écosystème industriel de la région lyonnaise, c'est pour ses universités et ses pôles de compétitivité, notamment Axelera, spécialisé dans la chimie environnement, que le groupe a pérennisé ses investissements en France.

LISA AIRPLANES

LISA Airplanes, société française fondée en 2004, crée, fabrique et diffuse des avions haut de gamme et les services associés. Ainsi, l'avion Akoya est le premier appareil du marché en mesure de se poser sur terre, sur mer et sur neige. Après avoir démontré ses capacités novatrices avec cet avion, LISA Airplanes relève un nouveau défi avec l'Hy-Bird. Cet avion, nouvelle génération, utilise les lignes effilées et l'aérodynamisme optimisé de l'Akoya, tout

en adoptant un système de propulsion entièrement électrique, alimenté uniquement par des énergies renouvelables.

Financée à 80 % par des fonds privés (business angels, fonds d'investissement), la société était confrontée à un passif de 4,295 millions d'euros. En juillet 2012, elle a été placée en redressement judiciaire et a licencié 23 de ses 25 salariés afin d'alléger au maximum ses frais de structures, le temps de trouver un repreneur.

En 2013, les fondateurs de **LISA Airplanes** se sont associés à deux entrepreneurs chinois, Tiri Maha et Yao Zhang, pour constituer un groupe aéronautique international ambitieux, dont le siège social est en Savoie. Le groupe minier chinois Leshan Heima a dépensé environ 15 millions d'euros pour racheter 75% du capital de Lisa Airplanes. Des estimations plus importantes chiffrent le montant de l'opération à environ 20 millions d'euros, ce qui ferait de cette opération le 8^{ème} plus gros investissement chinois en France.

Le marché chinois semble particulièrement attractif. Longtemps verrouillé par l'armée, l'espace aérien chinois entame actuellement un début de libéralisation. Tous les grands noms de l'aviation d'affaires, mais aussi de tourisme, s'y intéressent donc de près, et anticipent une ouverture graduelle de l'espace de faible altitude entre 2015 et 2020. Lisa Airplanes prévoit une perspective de 35 emplois en 2014, 46 en 2015 et 100 à trois ans.

4.2 L'analyse d'IDC de création en région Rhône-Alpes : Yingli et Et solar

YINGLI GREEN ENERGY France

Yingli Green Energy Holding Company Limited, propriétaire de la marque Yingli Solar, est l'un des plus grands spécialistes de l'énergie solaire et compte parmi les plus importants fabricants de produits photovoltaïques à intégration verticale au monde. Yingli Green Energy est présent tout au long de la chaîne de production, de la coulée en lingots et du découpage de plaques de polysilicium, à la fabrication de cellules et à l'assemblage de modules solaires. Yingli Green Energy affiche actuellement une capacité de production stable, de plus de 600 MW par an. Deux nouvelles infrastructures de production d'une capacité respective de 300 et 100 MW sont en cours de construction à Baoding et à Hainan. Yingli Green Energy commercialise ses modules photovoltaïques dans de nombreux pays : Allemagne, Espagne, Italie, Grèce, France, Corée du Sud, Chine et États-Unis. La société, dont le siège social se situe à Baoding (Chine), compte plus de 6 000 collaborateurs et plus d'une dizaine de filiales et succursales dans le monde entier. Yingli Green Energy est cotée à la bourse de New York.

Yingli Green Energy France est la nouvelle implantation en Europe de Yingli Green Energy qui commercialise des systèmes photovoltaïques *via* un large réseau de distributeurs dans le monde destinés aux particuliers, aux professionnels ainsi que pour les projets de fermes solaires.

En 2009, la société a décidé de renforcer sa présence en France *via* la création d'une filiale. L'objectif est de renforcer sa proximité avec ses différents clients et d'approfondir ses relations B2B. D'autres villes ont été étudiées comme Paris ou Montpellier, mais Lyon était la plus attractive compte tenu du dynamisme du secteur des énergies renouvelables, de l'accessibilité d'un point de vue international et de la compétitivité des coûts d'implantation. Implantée à Lyon depuis 2009, la filiale française de Yingli Green Energy emploie neuf personnes à la fin de l'année 2012.

D'après l'interview de Mr Arnaud Catrice, Directeur Général de Yingly Green Energy, France⁸, Lyon a été choisie vue sa situation entre Paris et le Sud de la France, et au cœur de l'Europe. L'entreprise a de plus largement bénéficié de l'appui de structures de la région (ERAI) ou du Grand Lyon (ADERLY) qui ont aidé à franchir les obstacles administratifs et nouer des partenariats notamment avec des laboratoires qui ont permis de renforcer la compatibilité des produits avec les normes européennes.

ET Solar

ET Solar est un fournisseur complet de solutions en énergie solaire. Le groupe ET Solar a atteint le chiffre d'affaires record de 1,1 milliards de dollars en 2011, compte plus de 2 500 employés avec une capacité de production annuelle supérieure à 1 GW. ET Solar offre une variété de composants BoS pour kits de toiture et armoires électriques à usage résidentiel. Ces produits sont utilisés dans plus de 50 pays ou régions. ET Solar mène à bien sa stratégie de localisation. Elle a développé des filiales en Allemagne, en France, en Italie, aux Etats-Unis et en Corée du Sud. Elle a établi un réseau mondial avec des centres locaux techniques et commerciaux en Europe, en Amérique du Nord et en Asie. Par ailleurs, le groupe a également installé des entrepôts en Californie, à Rotterdam, Munich, Perth et Tel-Aviv, qui fournissent ses clients avec la logistique locale et un service d'intervention.

ET Solar a décidé d'ouvrir son premier bureau français dans la région Rhône-Alpes, à Lyon, à l'été 2012. Créée en 2005, la société a identifié les marchés français et italiens comme les prochains marchés à conquérir après l'implantation de son siège Europe à Munich. En mettant l'accent sur son activité R&D, ET Solar met en place des équipes de spécialistes composées de scientifiques et d'ingénieurs pour atteindre une très haute qualité de ses produits et services. ERAI en collaboration avec l'ADERLY, son partenaire local, ont fourni une assistance et un suivi sur-mesure pour leur implantation en France.

-5-

Quels sont les enseignements de ces observations ?

L'analyse de l'attractivité d'un territoire permet de mettre en relation l'offre territoriale proposée et la hiérarchie des critères de choix de localisation des investisseurs. Ici il convient de comprendre, à partir de l'analyse quantitative des 20 projets d'IDC dans la région Rhône-Alpes comptabilisés entre 1987 et début 2013 et des quatre exemples d'IDC présentés précédemment, en quoi l'offre proposée par la région Rhône-Alpes correspond aux critères de localisation des investisseurs chinois ?

Nous avons identifié, dans l'étude menée pour la DGCIS, cinq principaux déterminants aux IDC en Europe et en France. Les investisseurs s'implantent pour a/ des raisons commerciales, b/ pour acquérir des actifs stratégiques, c/ pour rechercher un produit de qualité, d/ pour sécuriser ou diversifier les investissements et e/ pour mettre en place un projet complexe (comme le projet Terra Lorraine). En analysant les 20 IDC dans la région Rhône-Alpes et,

⁸ Ernst & Young, Baromètre de l'attractivité du site France 2012 Objectif monde, p.25

plus particulièrement, les 4 exemples présentés ci-dessus, les trois premières raisons apparaissent comme décisives dans le choix de la localisation Rhône-alpine pour les entreprises chinoises. Il apparaît que :

a/ La proximité avec leurs clients poussent les entreprises chinoises comme Yingli et ET Solar à mettre en place des stratégies commerciales et donc à s'implanter dans les régions de France qu'elles considèrent comme les plus dynamiques.

b/ C'est bien la qualité de la main d'œuvre ou le développement de l'innovation (dans les laboratoires de recherche) qui motivent les investisseurs chinois. Nous sommes ici dans le cas d'acquisition d'actifs stratégiques. C'est le cas par exemple des acquisitions réalisées par BlueStar au sein de la région Rhône Alpes. Le rachat d'entreprises en difficulté, mais ayant un bon potentiel d'innovation expliquent également les F&A. Selon le bilan du Crédit d'impôt recherche réalisé par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la recherche (2012), la région RA apparaît comme la 2^{ème} région en termes de part dans les dépenses déclarées au CIR en 2010 avec plus de 10% (contre plus de 61% pour l'Ile de France, 1^{ère} région de France) – une part deux fois plus élevée que celle enregistrée par la 3^{ème} région Midi-Pyrénées (moins de 5% des dépenses déclarées).

c/ Les entreprises chinoises recherchent également à acheter et développer un produit de qualité qui va améliorer l'image de l'entreprise chinoise, lui permettant ensuite soit de réimporter le produit en Chine, soit de vendre le bien dans le reste de l'Europe. C'est le cas par exemple du rachat de Lisa Airplanes par deux entrepreneurs chinois qui attendent l'ouverture progressive de l'espace aérien chinois.

Par ailleurs, les implantations chinoises sont en lien avec les filières porteuses de la région : énergies renouvelables, chimie...mais seule une entreprise chinoise Bluestar fait partie d'un pôle de compétitivité (Axelera) de la région avec sa filiale Bluestar silicone. En outre, une autre filiale de Bluestar, depuis 2006, Adisseo France (Saint-Clair du Rhône et Roussillon dans l'Isère) contribue également à renforcer la filière régionale de la chimie. Mais contrairement aux enseignements théoriques que l'on trouve dans les approches méso, la structuration de l'espace régionale autour des pôles de compétitivité ne semble pas avoir profité aux firmes chinoises. A l'exception de Bluestar Silicone, aucune autre firme chinoise n'est présente dans un pôle de compétitivité. Il est légitime de s'interroger sur la volonté des autorités locales de réellement vouloir attirer les IDC dans les pôles. En revanche, le regroupement d'activités de la filière des panneaux solaires dans la région semble avoir favorisé la venue de la firme chinoise. Comme le montre l'étude réalisée par CROZET et al. (2004), les entreprises étrangères ont tendance à s'agglomérer et à privilégier les départements dans lesquels les entreprises étrangères sont déjà nombreuses.

Dès lors, il apparaît que la région Rhône-Alpes bénéficie d'atouts propres au territoire français à savoir :

- Sa démographie qui est favorable avec des perspectives de croissance dans les années à venir et donc des débouchés qui la positionnent favorablement en Europe et en Afrique.
- Sa stabilité politique qui la rend attractive et relativement sûre pour les investissements étrangers
- Sa visibilité internationale avec plus de 80 millions de touristes qui viennent la visiter chaque année qui en fait aussi une zone vitrine

- Son relatif déclin économique qui permet d'acheter ou d'investir dans des marques dans un bon rapport qualité / prix (d'après *les Echos*, 20/02/2014)

Cette région possède également des avantages « discriminants » auxquels d'autres régions peuvent aussi prétendre.

- Une dessert et une accessibilité très favorable de la région et, plus particulièrement, de la métropole lyonnaise : placée sur l'axe principal Nord-Sud européen, Lyon bénéficie d'un réseau de transport extrêmement développé et optimisé avec les grandes capitales européennes accessibles en moins de 2 heures (Cf. Tableau 2).

Tableau 2 : Accessibilité de la ville de Lyon

Accessibilité	Lyon
Temps de parcours en TGV vers Paris	1h57
Nombres d'A/R quotidiens en TGV vers Paris	23
Villes françaises reliées par avion	28
Villes européennes reliées par avion	37
Accessibilité routière Europe*	7h08
Accessibilité routière France**	4h20

Source : D'après l'Express, Dossier spécial, Lyon-Marseille. Quelle est la deuxième ville de France ?

*Temps de trajet moyen en voiture vers 40 villes de l'Union Européenne dont 10 françaises d'après le site viamichelin.fr, 2013

**Temps de trajet moyen en voiture vers Paris d'après le site viamichelin.fr, 2013

- Un revenu moyen par habitant élevé et une masse d'emplois très qualifiés (prestations intellectuelles, conception-recherche,...) dans le tissu économique, caractérisent la région RA en tant que territoire dit « productif », à savoir « *dans un territoire productif, les revenus sont liés de façon dominante à la vente à l'extérieur de biens et de services produits sur place* » (ALTERNATIVES ECONOMIQUES, 2011 :18). C'est ainsi que les grandes villes apparaissent souvent comme des territoires très productifs. La région RA en possède au moins 2 : Lyon et Grenoble qui attirent les investisseurs chinois. Un des enjeux majeurs de la région RA en matière d'attractivité est sans aucun doute de renforcer la dynamique de ses métropoles qui marient qualité de vie et efficacité économique, autant de déterminants recherchés par les investisseurs.

Notre étude confirme bien l'importance d'une attractivité de type « métropolitain » comme le souligne LABOSSE (2010). Au-delà l'attractivité de la région parisienne (qui bénéficie d'une concentration des centres de décision des grandes entreprises), certaines métropoles régionales en France sont considérées comme attractives par les grandes entreprises du fait de leur main d'œuvre qualifiée, leurs pôles universitaires, l'augmentation de leur population...

La région Rhône-Alpes possède aussi des avantages spécifiques ou « différenciants » qui lui donne un avantage absolu pour l'accueil d'une activité particulière. On peut relever deux éléments :

- Les savoirs-faires ou compétences propres à la région RA : Grenoble se focalise sur le développement des micro ou nanotechnologies avec le CEA (Commissariat à l'Energie Atomique) ou son pôle de compétitivité Minalogic. Lyon a vocation à être à la pointe des « *smart cities* », ces villes intelligentes et durables. La présence de pôles de compétitivité qui allient entreprises et chercheurs, des pôles universitaires et de recherche puissants dans cette

région montre qu'elle possède des compétences spécifiques dans certains domaines, lui permettant ainsi d'attirer des entreprises avec des compétences spécifiques.

- Les études des exemples d'entreprises ont montré le rôle important joué par les agences de développement local : ERAI, ADERLY, GREX (Grenoble Export), AEPI dans l'aide à l'implantation de ces nouveaux investisseurs. En effet, la majorité des projets chinois de création en Rhône-Alpes ont reçu le soutien de l'Agence de Développement de la région lyonnaise, ADERLY. Yingly a souligné l'importance de cette agence dans le choix de son implantation lyonnaise. En revanche, dans l'exemple des F&A, l'investisseur chinois a traité directement avec l'entreprise française. Toutes les agences mettent en place des pratiques dites de « marketing territorial ». *«Le marketing territorial est l'effort de valorisation des territoires à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur faveur, le comportement de leurs publics par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents»* (GOLLAIN, 2008 : 52)⁹. Mais la force des agences de la région RA est leur capacité à dialoguer avec l'industriel pour identifier clairement et précisément ses besoins ; elles peuvent le faire car situées dans deux grosses agglomérations, Lyon et Grenoble, elles ont les compétences et la taille critique pour identifier clairement les besoins de l'investisseur et lui proposer une offre de services adaptée. Elles ont aussi le potentiel pour aller en Chine démarcher les investisseurs lors de visites officielles des autorités municipales et régionales¹⁰. Ces pratiques permettent de renforcer l'attractivité de Rhône Alpes. En reprenant la terminologie de CARLUER et FOIGNET (2012), la région Rhône-Alpes possède des avantages *hard* comme les infrastructures, la situation géographique,... mais également des avantages *soft* comme la politique active des agences de développement. Etant donnée la concurrence exacerbée entre les pays mais aussi entre les différentes régions infra-nationales pour attirer des projets d'investissement (le maintien ou la croissance de l'emploi étant un objectif prioritaire), la région possède un véritable atout en la matière.

-6-

Conclusion

Aujourd'hui dans le cadre de la création du Comité stratégique de l'Attractivité, le gouvernement français propose des nouvelles mesures pour faciliter la venue d'investisseurs étrangers en France. François Hollande a ainsi annoncé, en février 2014, la création d'un «visa de talent » visant spécifiquement les diplômés hautement qualifiés, les investisseurs et les travailleurs qualifiés qui sont, selon le Président français, considérés comme « nécessaires en France ». Le Gouvernement prévoit d'accorder des visas automatiques de cinq ans pour les représentants des entreprises qui se rendent régulièrement en France. Autant de mesures pour renforcer les atouts du territoire français et les facteurs « pré-requis » de l'Hexagone.

Au regard des résultats commerciaux entre la France et la Chine, il semble aujourd'hui primordial de renforcer l'attractivité de l'Hexagone. Le commerce bilatéral entre la France et la Chine - deuxième fournisseur et huitième client pour les exportations françaises- est passé de 10 milliards d'euros en 1995 à 60,7 milliards en 2013 (Hong Kong inclus), selon le

⁹ Pour étudier l'offre territoriale la méthode CERISEREVAIT® a été mise en place par le Club des Développeurs Economiques d'Ile-de-France (CDEIF).

¹⁰ En 2013, le maire de Lyon G. Collomb et le Président de la région JJ Queyranne ont réalisé deux visites en Chine et à cette occasion les agences ont préparé ces déplacements et se sont rendus souvent en Chine pour rencontrer des industriels chinois. En 2014, c'est le Président chinois qui vient dans la région RA.

ministère du Commerce extérieur. Mais le déficit commercial s'est fortement creusé à 21,6 milliards en 2013, soit le plus important pour la France sur un déficit total de 61,2 milliards. En 2004, il atteignait seulement 9,8 milliards¹¹. Les nouvelles mesures annoncées par l'Etat français ne sont pas ciblées sur une région particulière. Or, renforcer l'attractivité des régions en capitalisant sur leurs avantages « différenciants » tout en renforçant leurs avantages « discriminants » apparaît fondamental pour faire venir les investisseurs qui exporteront à partir de la France vers l'Europe ou l'Afrique.

Cependant le manque de coordination entre les régions, renforcé par la concurrence qui existe entre les agences de développement régional pour attirer les investisseurs, pourrait avoir un effet négatif sur l'aménagement du territoire français. Il peut exister une concurrence fratricide entre les régions (dans le cadre d'un aménagement du territoire « incontrôlé ») qui permet à des régions d'offrir aux investisseurs le même type d'avantages « différenciants » créés ex-nihilo. Ainsi, s'il existe une filière solaire en Rhône-Alpes, peut-être serait-il souhaitable de la renforcer et de ne pas en développer une autre dans une autre région française concurrente ? Car s'il existe une concurrence spatiale grandissante entre les différents territoires, dès lors, grande peut-être la tentation pour un investisseur de « diviser pour mieux régner », en mettant en concurrence les offres des différentes régions.

Bibliographie

- AFII (2012, 2013) *Investissements étrangers créateurs d'emploi en France*, Rapport annuel, téléchargeable sur leur site Internet.
- AFII (2014) Bilan 2013 des investissements étrangers créateurs d'emplois en France, 6p, www.investinfrance.org.
- ALTERNATIVES ECONOMIQUES (2011) *La France et ses territoires*, Hors Série poche, n°50, juin.
- BANQUE DE FRANCE (2004) *Le concept d'attractivité en union monétaire*, Bulletin de la Banque de France, n°123, mars.
- BLOMSTRÖM M. et KOKKO A. (2003) The Economics of Foreign Direct Investment Incentives, *Working Paper*, NBER, n°9489.
- BLONIGEN B.A (2005) A Review of the Empirical Literature on FDI Determinants, *Working Paper*, NBER, n°11299.
- BOUBA-OLGA O. (2011) Délocalisations, relocalisations: la question de l'attractivité des territoires, in MERCIER-SUISSA C (sous la dir.), *Entre délocalisations et relocalisations: mobilité des entreprises et attractivité des territoires*, Karthala, coll. Les terrains du siècle, Paris.
- BRENDER A. (1998) *La France face à la mondialisation*, Collection Repères, Editions La découverte, Paris.
- CARLUER F. et FOIGNET J-J (2012) Les projets d'investissement internationalement mobiles : recours au yield management pour les politiques territoriales d'attractivité, *Management international*, vol 17, n°1, pp 39-56.
- CNUCED (2011) *World Investment Report: non-equity modes of international production and development*, Nations Unies, New York et Genève.
- CNUCED (2013) *World Investment Report: Global Value Chains: Investment and Trade for Development*, Nations Unies, New York et Genève.
- CŒURE B. et RABAUDE I. (2003) *Attractivité de la France : analyse, perception et mesure*, *Économie et Statistique*, n° 363-364-365.
- COHEN E. (1996) *La tentation hexagonale. La souveraineté à l'épreuve de la mondialisation*, Editions Fayard.

¹¹<http://www.boursorama.com/actualites/france-les-investissements-chinois-explorent-mais-restent-microscopiques-113288887b0ec7576d329dd6e4e04ccd>

- CONSEIL ECONOMIQUE et SOCIAL (2003) *Réflexions sur les conditions d'une meilleure attractivité de la France*, Rapport du 23 janvier.
- CROZET M., MAYER T. et MUCCHIELLI J-L. (2004) How do Firms Agglomerate ? A Study of FDI in France, *Regional Science and Urban Economics*, n°34, pp 27-54.
- EZMALE S. (2012) Strategies for enhancing attractiveness of the cities in Latgale region, *European Integration Studies*, n°6, pp 121-127.
- FERRARA L et HENRIOT A. (2004) La localisation des entreprises industrielles : comment apprécier l'attractivité des territoires ?, *Economie Internationale*, n°99, pp 91-111.
- FUJITA M., KRUGMAN P. et VENABLES A. (1999) *The spatial Economy: Cities, Regions and International Trade*, MIT Press.
- GERARDIN H. et POIROT J. (2010) L'Attractivité des territoires : un concept multidimensionnel, *Mondes en développement*, vol 1, n° 149, pp 27-41.
- GOLLAIN V. (2008) Club des Développeurs Economiques d'Ile-de-France. Réussir son marketing territorial en 9 étapes, *CDEIF*, 76 p.
- GUILHOT L., MERCIER-SUISSA C. et RUFFIER J. (2013) *Face aux nouvelles stratégies déployées par les investisseurs chinois en Europe et en France : quelle(s) réponse(s) apporter ?*, Rapport pour la DGCIS, Ministère du Redressement productif, août, 145p.
- HATEM F. (2004) *L'attractivité du territoire : de la théorie à la pratique*, Publication du SESSI, INSEE, in <http://www.insee.fr/sessi/publications/etudes/mondial/mondial05-14.pdf>.
- HATEM F. (2007) *L'investissement international en Europe, Rapport 2006*, La documentation française, Paris.
- KARRAY Z. et TOUMI S. (2007) Investissement direct étranger et attractivité : appréciation et enjeux pour la Tunisie, *Revue d'Economie Régionale & Urbaine*, n°3, octobre, pp 479-501.
- KAVARATZIS M. et ASHWORTH G.J. (2007) *Marketing in the city of Amsterdam*, Elsevier, Amsterdam.
- LABOSSE L. (2010) Attractivité du territoire : 14 types de zones d'emploi, *La France et ses régions*, Editions Insee.
- LE GALL S. (2007) La localisation de l'investissement internationalement mobile : le choix du cluster, *Economies et Sociétés*, n°17, pp 733-768.
- MERCIER-SUISSA C. (2011) (dir) *Entre délocalisations et relocalisations: mobilité des entreprises et attractivité des territoires*, Karthala, coll. Les terrains du siècle, Paris.
- MICHALET C-A (1999a) Un nouvel impératif de la politique industrielle dans la globalisation: l'attractivité, in BOUET A. et LE CACHEUX J., *Globalisation et politiques économiques. Les marges de manœuvre*, Economica, Paris, p.383-400.
- MICHALET C-A (1999b) *La Séduction des Nations ou Comment attirer les investissements*, Economica, Paris.
- MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE (2012) *Le crédit d'impôt recherche en 2010*, mai, 12p.
- MOFCOM (2011) *Statistical Bulletin of China's Outward Foreign Direct Investment 2010, septembre*.
- MUCCHIELLI J-L. (1998) *Multinationales et mondialisation*, Paris, Le Seuil.
- PECQUEUR B. et ZIMMERMANN J-B. (2004) *Economie de proximités*, Hermès, Paris.
- PORTER M. (1993) *L'Avantage concurrentiel des nations*, éd française, Inter Éditions, Paris.
- PORTER M. (2000) Location, Competition and Economic Development: Local clusters in a Global Economy, *Economic Development Quarterly*, 14, 1, p.15-34.
- ROSEN D. et HANEMANN T. (2012) *China Invests in Europe : Patterns, Impacts and Policy Implications*, New York : Rhodium Group, disponible à l'adresse suivante : <http://rhgroup.net/reports/china-invests-in-europe-patterns-impacts-and-policy-issues>
- SHAPIRO D. et GLOBERMAN S. (2001) National Infrastructure and Foreign Direct Investment, *Mimeo*, Simon Fraser University, February.
- VAN LIMBURG B. (1998) *City marketing : a multi-attribute approach*, Elsevier, Amsterdam.
- WORLD ECONOMIC FORUM (2013) *The Global Competitiveness Report 2013-2014*, World Economic Forum, Genève, Suisse.

ZHANG H., YANG Z. et VAN DEN BULCKE D. (2012) *Euro-China Investment Report 2011-2012: the European landscape of Chinese enterprises: An analysis of corporate and entrepreneurial firms and the role of the ethnic communities*, Antwerp Management School.

Annexe

Tableau : Investissements chinois dans la région Rhône-Alpes (Création et F&A) à mi-juin 2013

	Année	Investisseur chinois	Montant d'investissement	Nombre de salariés	Création ou F&A	Privée ou publique
S.T. DUPONT	1987	Dickson Poon	70 millions de francs	350	100 % du capital	Privée
MBA	1990	Fung Brands	Capital social 465.868 EURO	64	80 % du capital	Privée
SOCIETE ROMANAISE DE LA CHAUSSURE	2005	Fung Capital	2 millions euros	200	90 % du capital	Privée
BLUESTAR SILICONES	2006	Rhodia Silicones devenue Bluestar silicones	470 millions d'euros	1200	100 % du capital	Publique
NFM TECHNOLOGIES	2007	Northern Heavy Industries	20 millions euros	240	70 % du capital	Publique
KERRY LOGISTICS FRANCE	2007	Entreprise Hongkongaise	Capital social 1.616.360 EURO	4	100 % du capital	Privée
SUNTECH EUROPE LTD	2008	Entreprise chinoise	Capital social 100.000 CHF	5	100 % du capital	Privée
MIDEA FRANCE	2008	Entreprise chinoise	Capital social 100.000 EURO	8	100 % du capital	Privée
YINGLI GREEN ENERGY FRANCE	2009	Entreprise chinoise	Capital social 370.000 EURO	9	100 % du capital	Privée
JUSHI FRANCE	2009	Entreprise chinoise	Capital social 500.000 EURO	6	100 % du capital	Privée
HUAWEI TECHNOLOGIES France	2009	Entreprise chinoise	Capital social 3.242.000 EURO	30	100 % du capital	Privée
HUAMING LYON TAP CHANGER	2010	Plusieurs partenaires françaises	Capital social 20.000 EURO	nc	JV	Publique
TORIN DRIVE EUROPE	2011	Torin Drive	Capital social 400 000 Euros	200	JV	Publique

TRINA SOLAR France	2011	Entreprise chinoise	Capital social 10000 Euros	2	100 % du capital	Privée
ET Solar	2012	Entreprise chinoise	Capital social 10.000 EURO	2	100 % du capital	Privée
BANK OF CHINA	2012	Entreprise chinoise	Nc	8	100 % du capital	Publique
HAIER	2013	Entreprise chinoise	1 Million euro	12	100 % du capital	Privée
SAMIL POWER FRANCE	2013	Entreprise chinoise	Capital social 1.000,00 EURO	1	100 % du capital	Privée
LISA AIRPLANES	2013	Deux investisseurs chinois Maha et Zhang	15 millions euros	100	75 % du capital	Privée
ADISSEO	2013	Adisseo rachetée par Bluestar	5 à 6 millions d'euros	370	100% du capital	publique