

Le développement de services aux entreprises : les enjeux de la proximité pour les territoires industriels

AUTEURS

Fabienne PICARD, IRTES – RECITS (France)

Nathalie RODET-KROICHVILI, IRTES – RECITS (France)

Nafaa HAMZA-SFAXIn IRTES – RECITS (France)

RÉSUMÉ

L'objectif de cette recherche est d'analyser la dynamique de développement industriel sur un territoire donné en considérant les activités de service qui s'y développent. Il s'agit d'examiner si la proximité géographique entre industrie et services aux entreprises est déterminante. Nous proposons une approche empirique fondée sur une analyse monographique d'une dizaine d'entreprises industrielles types opérant dans les secteurs de l'automobile et des transports dans deux régions industrielles françaises, l'Alsace et la Franche-Comté. Les résultats obtenus montrent une forte hétérogénéité quant au recours à des prestataires externes pour la réalisation d'activités de services. Parmi ces activités, les services opérationnels sont concernés au premier plan par une utilisation à proximité, contrairement aux services avancés à forte valeur ajoutée dont les modes d'usage sont plus diversifiés.

MOTS CLÉS

Services aux entreprises, industrie, territoire, proximité géographique

ABSTRACT

Our research intends to analyse the industrial development dynamics in a given territory by considering service activities. The aim is to examine whether the geographical proximity between industrial activities and business services is required. We propose an empirical approach based on a monographic analysis of ten typical industrial companies operating in the automotive and transport industry in two French industrial regions, Alsace and Franche-Comté. The results show a strong heterogeneity in the use of external service activities. Among these, proximity is crucial for the location of operational services unlike knowledge-intensive business services whose use patterns are more diversified.

KEYWORDS

Business services, industry, territory, geographical proximity

1. OBJECTIF ET ORIGINALITÉ DU SUJET

Alors que le juste-à-temps avait plutôt favorisé une concentration spatiale des activités externalisées de production autour des sites des grandes entreprises industrielles dans les années 1990, l'externalisation de fonctions « support » peut contribuer à la dispersion spatiale des filières industrielles, avec le risque que les activités les plus créatrices de valeur ajoutée quittent les territoires industriels. Par ailleurs, l'apparition de contraintes ou opportunités nouvelles (écologiques, économiques) ou de nouvelles problématiques (celle de la fonctionnalité ou celle de la territorialisation de la valeur, par exemple) conduit à une évolution des produits (produits-systèmes/offre de solutions plutôt que de biens) et, concomitamment, de leur processus de production, lequel a une inscription spatiale qui évolue donc

elle aussi. On voit ainsi apparaître de nouveaux agencements des facteurs de production et de nouveaux arrangements territoriaux des activités productives, désormais indissociablement industrielles et tertiaires. La question posée est donc celle des relations industrie/services sur un territoire donné : l'industrie pour pouvoir continuer à se développer requiert-elle des services aux entreprises à proximité immédiate ou le fait de pouvoir y recourir à distance suffit-il ? Inversement, l'intensité de la présence industrielle sur un territoire donné favorise-t-elle le développement de services aux entreprises ? Cette problématique invite à analyser conjointement industrie, services et territoire, ce qui, à notre connaissance, n'a pas fait l'objet de travaux substantiels, ni théoriques, ni empiriques.

Les services dont il est ici question sont les services aux entreprises, dont la définition pose problème du fait de leur développement rapide, en volume et en diversité, ainsi que de leur interdépendance avec d'autres activités économiques (Sabatier, 2002). Tout en appartenant à la catégorie générique des services (et en en possédant les caractéristiques telles que définies par exemple par Gadrey, 1992), ils ne sont proposés qu'à une clientèle professionnelle (entreprises industrielles ou autres entreprises de services), et non à des particuliers. Pour autant, ils donnent lieu à de multiples typologies qui visent à rendre compte de leur nature plurielle. Deux sous-catégories de services aux entreprises sont fréquemment distinguées. Même si la terminologie n'est pas stabilisée, on repère d'une part les services opérationnels qui regroupent des activités faiblement créatrices de valeur ajoutée, qui peuvent être standardisées (sécurité, nettoyage, assainissement, voirie, gestion des déchets, etc.) ou de mise à disposition de ressources existantes (telle que le proposent par exemple les entreprises d'intérim). D'autre part, les services avancés¹ qui regroupent des activités requérant des compétences plus pointues et intensives en connaissances (conseil, ingénierie, conception, R&D) et qui répondent à une volonté de prise de recul sur l'activité de l'entreprise, de gestion de problèmes complexes, d'accompagnement de la stratégie et du développement futur de l'entreprise, de production de connaissances nouvelles.

Les travaux issus de la littérature montrent que la proximité géographique est généralement requise pour les services opérationnels. En revanche, l'impératif de proximité géographique est plus ambigu pour les services avancés (Picard et Rodet-Kroichvili, 2012). Il convient de tenir compte du contenu en savoir incorporé dans la relation client/prestataire de services aux entreprises, de la phase du cycle de l'innovation, de la stratégie de codification ou de personnalisation du service adoptée par le prestataire, des imperfections du marché, des coûts, de facteurs relationnels et sociaux.

Pour autant, l'influence de nombre de ces facteurs n'est pas univoque, jouant tantôt dans le sens du rapprochement entre client et prestataire de services aux entreprises, tantôt dans le sens de leur éloignement.

De façon à confronter ces affirmations théoriques au terrain, nous nous proposons d'étudier les relations industrie/services aux entreprises sur deux territoires industriels de l'Est de la France, parmi lesquels la Franche-Comté, première région industrielle de France par la part de l'industrie dans la valeur ajoutée régionale ou l'emploi régional. Plus exactement, nous étudierons les interactions qui se nouent entre clients industriels et

1 On considère comme synonymes les expressions : services avancés aux entreprises, services complexes, services à forte valeur ajoutée, services élaborés, services intensifs en connaissances.

prestataires de services aux entreprises dans la filière automobile, plus présente en Nord Franche-Comté et Sud Alsace.

2. MÉTHODOLOGIE

À partir d'un positionnement méthodologique qualitatif, l'étude de cas a été privilégiée pour étudier les relations de proximité clients industriels/prestataires de services aux entreprises, méthode justifiée par la spécificité et la complexité du phénomène. Selon Eisenhardt et Graebner (2007), cette méthode permet de faire le lien entre, d'une part, une démarche inductive permettant l'exploration d'un champ de recherche et, d'autre part, une approche déductive en vue de tester une théorie.

Les travaux de Eisenhardt (1989) et Yin (1994) ont fortement structuré notre approche, notamment au niveau du choix de l'échantillon d'étude, de la collecte des données et de la restitution des preuves sur lesquelles s'appuie la théorie.

En effet, afin de sélectionner les cas à étudier, la construction d'un échantillon théorique plutôt qu'aléatoire s'avère pertinente (Blez, 2011). Selon Yin (1994), le choix se fait en sélectionnant des cas inhabituellement révélateurs, particulièrement exemplaires ou, tout simplement, facilement accessibles. Dans cette optique, Eisenhardt (1989) précise qu'une étude donnera des résultats différents selon qu'il s'agisse de mono ou de multi cas. La deuxième configuration offre la possibilité de faire des comparaisons, ce qui est de nature à renforcer la qualité de la théorie proposée en allant au-delà de la simple description.

Par ailleurs, dans le cas d'une étude multi-sites, Eisenhardt (1989) et Yin (1994) proposent de choisir les cas pour des raisons théoriques et envisagent deux approches possibles. La première suit une logique de réplication selon laquelle les propositions obtenues à l'issue de l'étude d'un premier cas sont ensuite enrichies par l'étude des cas suivants. La seconde approche suit une logique de catégorisation théorique où les cas sont choisis en fonction de la typicité qu'ils représentent et de la possibilité qu'ils offrent d'étudier en profondeur un phénomène particulier (Blez, 2011).

Compte tenu du caractère prospectif et exploratoire de la recherche, nous avons opté pour la seconde approche. Ainsi, une dizaine de cas d'entreprises « types » ont été étudiées. Ces entreprises opèrent dans les secteurs de l'automobile et des transports dans la région Alsace et Franche-Comté. Elles ont été sélectionnées à partir d'une base de données de 1 130 entreprises qui nous a été fournie par le Pôle Véhicule du Futur, le pôle de compétitivité local relatif aux transports et à la mobilité.

La collecte des données a été réalisée en deux temps de manière incrémentale, en utilisant deux outils complémentaires. Dans un premier temps, une enquête en ligne a été lancée en utilisant un questionnaire. Elle nous a permis d'obtenir 65 réponses exploitables. Parmi les entreprises ayant répondu, nous nous sommes intéressés aux 24 entreprises industrielles, en choisissant une dizaine auprès desquels des entretiens semi-directifs ont été menés.

Pour la présentation des preuves sur lesquelles s'appuie la théorie, celle-ci se fera à travers la formulation d'heuristiques sur la co-présence industrie/services sur les

territoires industriels, heuristiques dont la généralité pourra être testée ultérieurement à travers des analyses quantitatives représentatives.

3. RÉSULTATS ATTENDUS

Cette étude qualitative permet de mettre en évidence le rôle de la proximité géographique entre clients industriels et prestataires de services dans la localisation des activités de services aux entreprises dans la filière automobile franc-comtoise et alsacienne. La première heuristique est celle d'une forte hétérogénéité : tous les services ne sont pas mobilisés de la même façon.

Plus précisément, la distinction entre services opérationnels et services avancés quant au comportement de mobilisation de prestataires de services par les entreprises industrielles (tant en termes de fréquence que de localisation du prestataire) apparaît conforme aux conclusions de la littérature.

Ainsi, si l'on regarde de plus près les types de services concernés par une utilisation à proximité, on retrouve plutôt des services à faible valeur ajoutée ou nécessitant un contact de proximité (entretien, maintenance, surveillance) mais aussi des services de mise à disposition de main-d'œuvre (intérim). Une activité se démarquant des autres est l'activité de R&D pour laquelle des prestataires hors région sont davantage sollicités. Cette situation contraste de façon intéressante avec les activités d'ingénierie et d'études techniques, pour lesquelles une partie des prestataires mobilisés le sont localement, l'autre partie étant mobilisée en dehors du territoire.

Ainsi, si l'on constate une forte mobilisation régionale de services opérationnels, l'utilisation des services avancés semble en définitive faire appel à des comportements plutôt mixtes. À l'exception de la R&D, la tendance à l'utilisation des services avancés dans ou hors région n'est pas franche. Si ces résultats confirment bien la réalité de certaines craintes exprimées en Alsace et en Franche Comté quant au faible développement ou tout du moins à un développement déséquilibré (autour des métropoles) de certains territoires en matière de services aux entreprises, ils peuvent ouvrir la voie à une interprétation tout autre. Celle-ci insiste plutôt sur le rôle de médiateurs que peuvent jouer certaines entreprises de services pour capter les ressources d'autres territoires. Ainsi, les clients industriels chercheraient à bénéficier de ressources externes au territoire (c'est-à-dire distantes) mais, pour pouvoir les sélectionner et se les approprier, ils auraient besoin de développer des relations avec des prestataires de proximité qui joueraient le rôle d'intermédiaires.

Cela invite à repenser les notions de proximité et de distance, non pas comme alternatives mais complémentaires. Par ailleurs, cela peut avoir une incidence sur les politiques publiques relatives aux territoires industriels : plutôt que de tenter d'attirer toute la panoplie des services qu'offrent les territoires tertiaires, il s'agirait d'organiser la complémentarité entre territoires industriels et territoires tertiaires, en cultivant les activités pouvant jouer un rôle de médiation. À la concurrence entre territoires pour attirer les services aux entreprises, on substituerait leur renforcement mutuel, politique qui suppose cependant que soient équitablement répartis les bénéfices de la coopération lorsque la création de valeur, du fait des activités qui s'y développent, est déséquilibrée entre territoires.

RÉFÉRENCES

- Belz L., 2011, Note de lecture de l'article de "Eisenhardt K., Graebner M., 'Theory building from cases: Opportunities and challenges', *Academy of Management Journal*, 50(1) (2007), pp. 25-32", Institut de management de l'Université de Savoie (IMUS).
- Eisenhardt K.M., 1989, "Building Theories from Case Study Research", *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 532-550.
- Eisenhardt K.M., Graebner M., 2007, "Theory Building from Cases: Opportunities and Challenges", *Academy of Management Journal* 50(1), pp. 25-32.
- Gadrey J., 1992, *L'économie des services*, La Découverte.
- Picard F., Rodet-Kroichvili N., 2012, « Entreprises industrielles et sociétés de services aux entreprises : une proximité physique est-elle nécessaire ? », *Géographie, économie, société*, 1(14), pp. 73-100.
- Sabatier L.M., 2002, *Réseaux urbains et services aux entreprises en France métropolitaine et à la Réunion*, thèse de doctorat de géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.
- Yin K. R., 1994 (2nd ed.), *Case Study Research: Design and Methods*, Newbury Park, Sage Publications.

LES AUTEURS**Fabienne Picard**

IRTES – RECITS
 Université de Technologie de
 Belfort-Montbéliard
 fabienne.picard@utbm.fr

Nathalie Rodet-Kroichvili

IRTES – RECITS
 Université de Technologie de
 Belfort-Montbéliard
 nathalie.kroichvili@utbm.fr

Nafaa Hamza-Sfafi

IRTES – RECITS
 Université de Technologie de
 Belfort-Montbéliard
 nafaa.hamza-sfafi@utbm.fr