

Fiche

Les organisations sont implantées sur un territoire et intégrées dans un écosystème qui peut leur fournir des ressources. Réciproquement, l'action des organisations produit de multiples effets sur cet écosystème territorial, d'ordres économique, social, culturel ou encore en matière de développement d'infrastructures. La prise en compte de ces effets dans le processus de décision est l'une des dimensions de la responsabilité des organisations.

Le développement du numérique permet aujourd'hui d'appréhender différemment la notion d'écosystème, débordant la stricte dimension territoriale, car souvent les organisations n'agissent pas seules. Les relations de partenariat que les organisations tissent se traduisent par la création de réseaux d'acteurs (pôles de compétitivité, écosystèmes d'affaires, campus des métiers et des qualifications, etc.), qui structurent les territoires et améliorent leur attractivité.

1. Les stratégies d'implantation des organisations

1.1. La finalité d'une stratégie d'implantation

Pour une grande entreprise, la stratégie d'implantation répond à deux objectifs : des **coûts réduits** et la volonté **d'innover**. Pour d'autres organisations, comme une entreprise de l'économie sociale et solidaire (ESS), les objectifs peuvent être différents. Une structure de l'ESS aura pour objectifs de s'implanter sur un territoire où elle pourra répondre à des besoins non encore couverts et d'augmenter son impact sur son environnement.

L'implantation est un élément essentiel du succès de toute organisation, car ce choix va directement impacter son accès à certaines ressources essentielles : ressources humaines (salariés, bénévoles), financières et fiscales, infrastructures de transport et numériques, services publics (école et hôpitaux de qualité pour les familles des salariés), pépinières d'entreprises, supports techniques (centre technique industriel, laboratoire de recherche), organismes de formation, organismes consulaires. Son choix va également faciliter ou non son accès à un réseau de fournisseurs et le rapprocher d'éventuels clients.

1.2. Les critères pour choisir sa stratégie d'implantation

Avant de s'implanter dans un territoire en particulier, ou de faire le choix d'un emplacement plus ou moins intégré dans la ville (quartiers d'affaires ou zones d'activités), l'organisation doit concentrer sa réflexion sur ses **besoins**. En effet, chaque territoire offre un certain niveau de ressources à l'organisation qui doit réaliser des arbitrages.

Une entreprise s'implante sur un territoire pour **plusieurs raisons** :

- faciliter son approvisionnement en matière première à moindre coût ;
- profiter d'une fiscalité avantageuse ;
- diminuer la distance entre les lieux de production et les marchés de consommateurs ;
- bénéficier d'un marché du travail en capacité de répondre à ses besoins.

2. L'impact des organisations sur leur écosystème

2.1. L'implantation des entreprises sur le territoire : un objectif pour l'État

Dans un contexte national de **déclin industriel**, les pouvoirs publics locaux (Région, département, communautés de communes) cherchent à favoriser l'implantation d'entreprises pour dynamiser leur territoire et assurer son développement économique et social. Les collectivités locales vont donc prendre un certain nombre d'initiatives pour **séduire les investisseurs potentiels**, parfois en concurrençant les collectivités locales voisines :

- la valorisation des **ressources locales** : communiquer sur le cadre de vie pour les salariés venant s'implanter avec l'entreprise, sur les infrastructures locales (route de qualité et sans embouteillage, bon réseau de distribution d'énergie) ;
- des espaces de **coworking** ou des ruches d'entreprises, c'est-à-dire des locaux ou des espaces de travail permettant aux entrepreneurs de rencontrer d'autres entrepreneurs ou de créer leur société sans forcément disposer d'un siège social ;
- un **accès au numérique** performant ;
- Un **soutien financier ou matériel** sous forme d'aide ou de plans d'accompagnement pour attirer les jeunes entrepreneurs en proposant des formations, une assistance pour réaliser des études de marché ou rédiger un *business plan*, un soutien technique, etc.

2.2. Des conséquences économiques et sociales

Les efforts réalisés par les collectivités locales pour attirer des investissements vont avoir plusieurs effets bénéfiques sur le territoire d'accueil après implantation d'une organisation.

Les richesses créées par l'entreprise vont se répartir entre plusieurs acteurs ayant participé à sa production. Cette valeur ajoutée va profiter :

- aux **habitants** du territoire devenus salariés et percevant ainsi des revenus ;
- aux **commerçants** et aux autres entreprises locales qui vont voir le territoire se dynamiser ;
- à **l'État et aux collectivités** locales sous forme d'impôts et de taxes ;
- aux **apporteurs de fonds** (banques et/ou actionnaires) ;
- à **l'entreprise** qui va conserver une part des bénéfices. Ces montants vont potentiellement lui permettre de continuer à investir sur le territoire.

En outre, les implantations d'entreprises peuvent contribuer par leur activité à améliorer la productivité et la compétitivité du territoire.

2.3. Une concurrence entre les territoires

Les différentes étapes de la décentralisation ont eu pour effet **l'accentuation de la concurrence** entre collectivités locales, ou « territoires ». Les pouvoirs locaux cherchent ainsi à attirer des entreprises synonymes d'augmentation de la population et du dynamisme de la région.

La majorité des collectivités locales déploie des moyens plus ou moins efficaces pour attirer les organisations et réindustrialiser le territoire. Une concurrence se développe, fondée sur des allègements de la **fiscalité locale** et sur la mise en place **d'aides diverses**. Cela complète la concurrence portant sur les **caractéristiques propres du territoire** : qualité et quantité de main-d'œuvre, infrastructure de transport ou de télécommunication, services aux entreprises disponibles, etc.

3. Les relations de partenariat et la création de réseaux d'acteurs

Les entreprises qui travaillent en réseau voient leur performance s'accroître face aux entreprises isolées, car elles arrivent à traiter certains sujets de manière **collective**. Les relations de partenariat entre organisations vont permettre à chaque intervenant d'améliorer sa compétitivité et sa capacité d'innovation.

3.1. La grappe d'entreprises

Une grappe d'entreprises ou « cluster » est un réseau d'entreprises qui s'associent à l'ensemble des acteurs d'une filière (autres entreprises, centres de formation et de recherche, laboratoires, associations, collectivités, etc.). Un cluster est constitué majoritairement de PME, de PMI et de TPE. Il est fortement ancré dans un territoire. Il cherche, d'abord, à augmenter le chiffre d'affaires et l'efficacité économique d'une entreprise et ensuite à détecter, dans son environnement, les facteurs favorisant sa croissance. Le réseau d'une grappe d'entreprises est axé sur une **thématique industrielle** ou sur un **domaine d'activités** particulier. Chaque grappe d'entreprises mutualise ses efforts autour d'une **stratégie** avec un objectif commun.

Le cluster favorise la coopération entre des acteurs publics et des acteurs privés : travaillent ainsi en partenariat des laboratoires publics avec des entreprises privées, par exemple pour développer des innovations bénéficiant à chacun des acteurs.

3.2. L'écosystème d'affaires à l'origine des relocalisations

Un **écosystème d'affaires** désigne une communauté d'organisations (entreprises, collectivités, fournisseurs, clients, actionnaires) ayant une vision stratégique commune.

Les **partenariats** créés entre ces différents acteurs vont prendre la forme d'une coopération souple pour pouvoir réagir rapidement aux changements du marché, former de nouveaux partenariats ou sortir des partenariats existants. Ils ont pour effet le **partage d'infrastructures et de ressources (humaines, matérielles)** sur une période donnée.

Les écosystèmes d'affaires permettent aux entreprises de rester compétitives et de mieux répondre aux besoins de clients.

3.3 L'écosystème d'innovation

L'écosystème d'innovation se compose d'un ensemble d'acteurs, comme l'écosystème d'affaires, qui interagissent en faveur de l'innovation.

La France, par le biais de différents **organismes de soutien** (agences régionales de l'innovation, chambres régionales de commerce et d'industrie), accompagne l'innovation et le développement des entreprises en les soutenant matériellement, humainement et financièrement. Cet effort du pays est accompagné de partenariats de recherche collaborative où laboratoires et entreprises s'associent autour d'un objectif commun.

Le fonctionnement des écosystèmes d'innovation permet à de petites et moyennes entreprises de bénéficier des **ressources essentielles pour innover** en mobilisant les différents acteurs industriels et économiques du territoire.

À retenir

L'opération qui consiste à implanter une organisation sur un territoire est stratégique. Elle s'appuie sur divers critères, pour prendre en compte les ressources et les possibilités offertes par le territoire.

Pour les pouvoirs locaux, l'implantation d'entreprises sur le territoire, dans un contexte industriel morose, va permettre de dynamiser et développer d'un point de vue économique et social le territoire. Ils prennent donc des initiatives pour séduire les candidats potentiels à l'implantation (baisse d'impôts, subvention, communication sur la qualité de vie) qui vont parfois les mettre en concurrence avec les initiatives du territoire voisin.

Un phénomène de concentration géographique d'entreprises interdépendantes avec un objectif commun, ou grappe d'entreprises, assure une croissance plus importante, ainsi que davantage de chiffre d'affaires et d'efficacité économique à ses membres.

Les écosystèmes d'affaires et les écosystèmes d'innovation permettent aux entreprises de rester compétitives et de mieux répondre aux besoins de clients, mais aussi d'interagir en faveur de l'innovation.