Journées PSDR

-25 mai 2010-

Annie Lambert
Vanessa Persillet

CLAP – VR2:
Les déterminants de la localisation des activités agricoles et agroalimentaires :

Quelle place pour le Grand Ouest ?
Quelles dynamiques spatiales ?

Les IAA dans le Grand Ouest

	% du total IAA + boissons
Nombre d'entreprises de plus de 20 salariés	26,6
Chiffre d'affaires	28,5
Valeur ajoutée	26
Résultat net avant impôts	22
Emploi	35,7
Exportations et investissements	25

Contexte économique d'évolution des firmes

- Ouverture internationale
  (distorsions de concurrence, marchés instables…)
- Renforcement des normes publiques et privées
- Nouvelles préoccupations sociétales
  (environnement, bien-être animal…)

3

Localisation optimale des firmes ?

- Quels acteurs dans la localisation ?
- Quels éléments – ou caractéristiques des territoires – sont perçus comme déterminants ?
- Quel rôle des institutions publiques ?
- Ces déterminants dépendent-ils de la filière d'activité ?

- L'ancrage territorial comme source de compétitivité ?
- Quelle attraction des territoires ?

4

Fondements des questions sur le devenir des firmes sur un territoire

A partir du constat d'une évolution majeure dans les industries, mieux connue dans l'automobile mais que connaît l'industrie productrice d'aliments.

=> Tendance qualifiée de post-industrie dont la principale orientation est d'être orientée par la demande:

- processus de production automatisé;
- réduction des délais;
- et adaptation continuelle à l'évolution des clients.

5

Conséquences structurelles (1) Fractionnement de la chaîne alimentaire, désintégration verticale

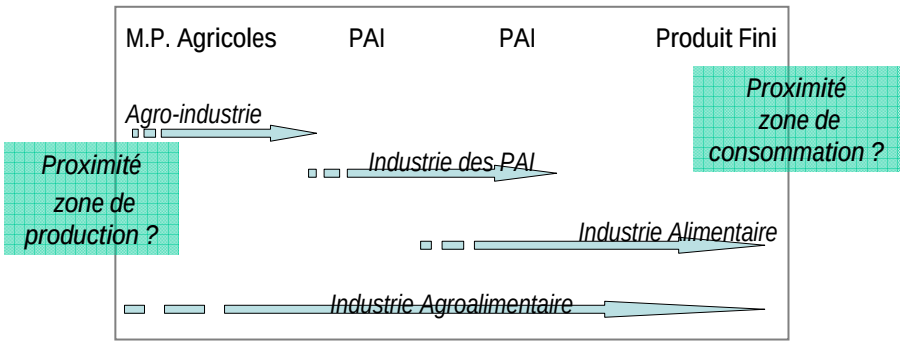
- **des assembleurs**
  - fabrication à partir de produits alimentaires intermédiaires (PAI)
- **des fournisseurs de composants**
  - de 2nd rang : des matières premières stabilisées et séparées en PAI
  - de 1er rang : des PAI recombinés (mix)

  => émergence de nouvelles activités

6

Conséquences structurelles (2)
Projection spatiale du contexte

(Bi-polari(Bi-polarisation des IAA (désintégration) et Concentrations technique, économique et financière)



Territorialisation des relations clients-fournisseurs (PAI) ?

Où se localisent à terme les différents maillons de la chaîne ?

7

Cadre théorique (1)
Poursuite de travaux antérieurs

- **Modèle d'analyse des facteurs de localisation des IAA** (Lambert et Saives, 1997)[1] construit un à partir d'un échantillon des firmes présentes en Pays de la Loire en 1995 et 1996 (programmes sur le développement régional).

[1] Lambert A. et Saives A-L (1997). *Comportements et facteurs de localisation des activités industrielles agro-alimentaires dans la région des Pays de la Loire*.- Rapport de recherche, ENITIAA, Nantes, 98p.

8

Cadre théorique (2)
Construction de modèles de territorialis**action**

- Penser l'ancrage d'une firme sur un **territoire**, substrat de ressources et d'aptitudes spécifiques d'acteurs locaux[2].
- Territoire activé par des **logiques de construction** organisées des acteurs, fondées sur l'interaction et l'apprentissage, facilitées par les proximités géographiques.
- Mise en œuvre de l'analyse par l'examen des **processus qui impactent l'activité** d'une firme.

[2] Azoulay et Weinstein, (2000). Les compétences de la firme. *Revue d'économie industrielle* n°93 4e trim . 117-154.

9

Cadre théorique (3)
Ressources et processus

- Les **ressources** s'entendent comme tout ce qui sert à l'activité de l'entreprise (hommes, matières premières, infrastructures, culture…) pour réaliser ses objectifs (Barney, 1991).
- Les **grands processus** qui jalonnent l'activité des firmes (approvisionnement, logistique, production, commercial, direction) constituent les supports de l'analyse de la localisation des entreprises.

10

Cadre théorique (4)
Modèles élaborés

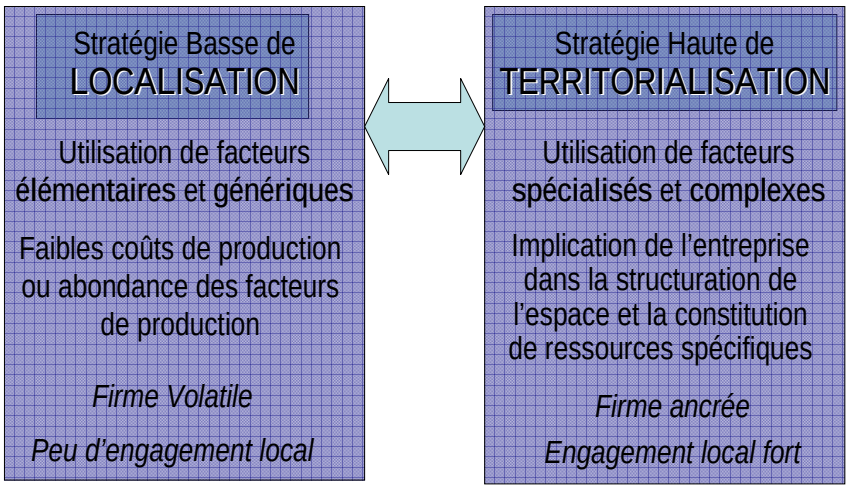
Les liens firme/ territoire (de la localisation à la territorialis**action** au sens d'une construction compétitive de ressources sur un territoire) s'organisent selon **quatre logiques de territorialisation dominantes:** (Saives A.L., 2002)[3]

- **consommation,**
- **conservation,**
- **cooptation**
- **et contagion.**

[3] Saives AL. (2002).*Territoire et compétitivité de l'entreprise*. Ed. L'Harmattan. Paris, 492p.

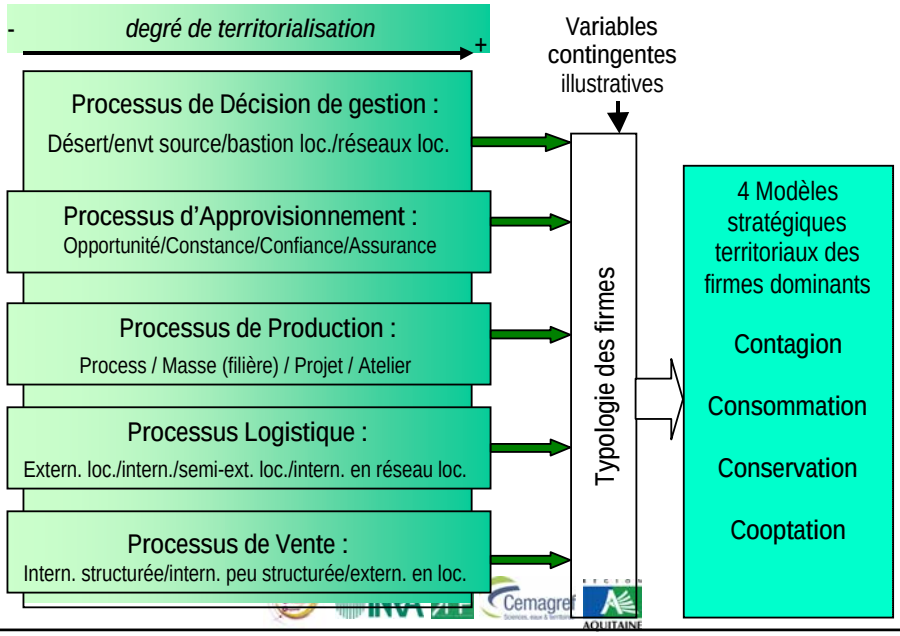
11

L'entreprise se territorialise



12

Logique de la caractérisation des 4 modèles spatiaux



Deux objectifs dans le VR22

- Utilisation et vérification des modèles précédents
- Intégration de nouvelles problématiques:

  - Examen du développement ou non des références à l'origine des produits par les firmes, par les institutions,
  - Intégration des préoccupations développement durable et bien-être animal.

14

Deux secteurs étudiés

- Les industries de la **volaille** : 1ère et 2ème transformation, forte liaison à l'amont, utilisation de signes officiels de qualité (SOQ), importance éco dans le Grand Ouest, contexte de crises sanitaires, concurrence internationale…

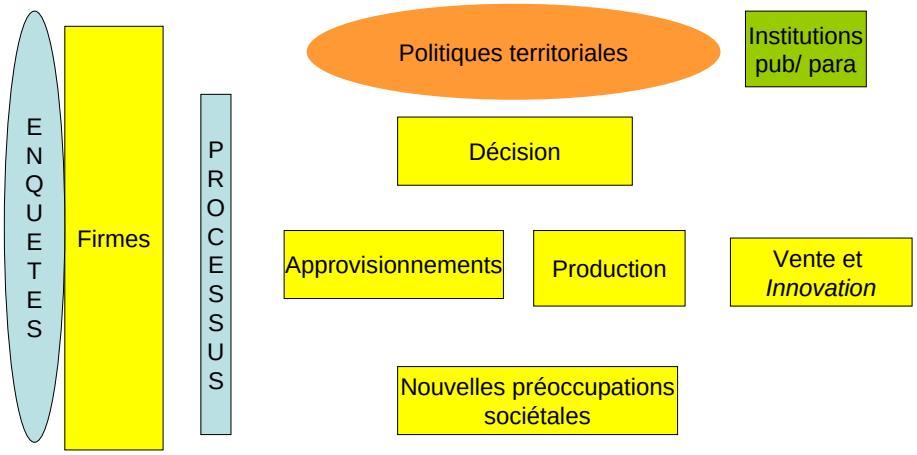
=> *problématiques de localisation/délocalisation liées à l'amont agricole et aux effets de la libéralisation des échanges.*

- et les industries de **plats cuisinés** : 3ème transformation, activités très diverses avec des sources d'approvisionnements multiples en produits intermédiaires, localisation impactée par la distance / fournisseurs et clients et par le coût de la MO.

=> *logiques de localisation conciliant marché de consommation et fournisseurs de produits semi-finis.*

15

Thèmes clés des enquêtes



16

Secteur des plats cuisinés (1)
Avancement

- 12/15 entretiens réalisés
- 3/4 régions (Bretagne, Pays de la Loire, Poitou-Charentes)
- Diversité de taille
- Appartenance ou non à des groupes
- Diversité des produits et des technologies mises-en-œuvre.

17

Secteur des plats cuisinés (2)
Premiers résultats / Firmes et territoires

Deux grands types d'entreprises émergent:

- **Firmes sur territoires organisés en pôles** AgroAlimentaires (AA) spécialisés (en Bretagne et Pays de la Loire)

- **Entreprises isolées** (Poitou-Charentes + ?)

18

Firmes sur territoires organisés en pôles AA spécialisés
Points communs (1)

Processus	Constats	Proximités
Décision	*Entreprises issues de capitaux familiaux encore sous culture familiale/entrepreneuriale* -Localisation choisie par l'entrepreneur relié à son histoire personnelle, dynamique locale entre entrepreneurs, implication dans la vie locale -Faible incidence des aides publiques (surtout au départ)	**Relationnelle ++** Institutionnelle

19

Firmes sur territoires organisés en pôles AA spécialisés
Points communs (2)

Processus	Constats	Proximités
Production	Spécialisation sur un segment de la chaîne de valeur et process de production orienté par la Demande : réponses aux commandes, flux tendus, flexibilité, segmentation de clientèles (grande distribution et RHD) souvent privilégiée Importance du facteur main-d'oeuvre : quantité, qualifications, motivations	Organisation-nelle ++
Approvision-nement	Approvisionnements compétitifs par sourcing international + construction d'une chaîne de proximité assurant multiplicité, diversité, conformité à cahiers des charges et délai	Organisation-nelle +
Logistique externe	Logistique de distribution organisée et mutualisée (plate-forme de la firme ou/ du client), réseau de transport dense et optimisé,	Organisation-nelle ++

20

Firmes sur territoires organisés en pôles AA spécialisés
Points communs (3)

Processus	Constats	Proximités
Vente	Dimension des marchés à relier aux DLC des produits : DLC courtes en A pour A ou B ; DLC longues plus facilement stockées et exportées,	Géographique
Innovation	Dynamique d'innovation interne à la firme. Sujets communs abordés en réseaux locaux ou professionnels.	Cognitive +

21

Entreprises isolées (1)
Premier cas, les produits régionaux

Processus	Constats	Proximités
Décision	Histoire contrariée : changement de technologie, de clientèle, de produits, reprise d'activité . Entrepreneur en réseau local	Culturelle Relationnelle
Vente	Positionnement produits : => spécialisés : le terroir et le bio comme niches de marché, (animations locales, magasins),	Géographique Culturelle, relationnelle
Innovation	Dynamique d'innovation interne à la firme.	
Production	Processus spécifique. Main-d'oeuvre (MO) qualifiée en interne et stable	
Approvision-nements	Sourcing régional et + sous contraintes saisonnières	Géographique et culturelle

22

Entreprises isolées (2)
Second cas, les sous-traitants

Processus	Constats	Proximités
Décision	Histoire contrariée : changement de technologie, de clientèle, de produits, reprise d'activité. Entrepreneur isolé	
Vente	Positionnement produits : => ou sous-traitance pour donneurs d'ordre industriels ou clientèle restauration (pas de fonction commerciale) : localisation d'opportunité	Organisationnelle
Innovation	Dynamique d'innovation en relation avec les clients.	Organisationnelle
Production	Assemblage et conditionnement. Bas coût MO.	
Approvision-nement	Achats d'opportunité : sourcing international, exigences sanitaires	
Logistique	Expédition sur plate-forme du client	Organisationnelle

23

Poursuite de l'exploitation…

- Activation firme / territoire :

Quelles logiques de territorialisation (basse/haute)?

- Firmes organisées :

Vérification d'une logique de contagion, de cooptation?

- Firmes isolées :

Vérification de logiques de conservation, de consommation ?

24