



Territoires et action  
publique territoriale :  
nouvelles ressources pour le  
développement régional

Université du Québec à Rimouski (UQAR)  
Rimouski, Québec, Canada  
les 25, 26 et 27 août 2008

---

---

## **Gare TGV et attractivité d'un quartier d'affaires : entre accessibilité et représentations des acteurs**

Le cas de la gare centre de Reims

Sylvie BAZIN  
Christophe BECKERICH  
Marie DELAPLACE

Maîtres de Conférences  
Université de Reims Champagne-Ardenne  
Laboratoire OMI  
57bis, rue Pierre Taittinger  
51096 Reims cedex  
03 26 91 80 06  
Secrétariat : 03 26 91 38 01

[sylvie.bazin@univ-reims.fr](mailto:sylvie.bazin@univ-reims.fr)  
[christophe.beckerich@univ-reims.fr](mailto:christophe.beckerich@univ-reims.fr)  
[marie.delaplace@univ-reims.fr](mailto:marie.delaplace@univ-reims.fr)

### **Résumé**

Les dessertes TGV des gares centrales conduisent souvent à un développement important des programmes immobiliers de bureau sur le quartier d'arrière gare. Ceci nous amène à nous interroger sur le rôle exact du TGV en matière d'implantation d'entreprises de service et par conséquent sur son rôle dans l'attractivité des territoires desservis. D'un point de vue théorique, nous montrons qu'il s'agit de raisonner non pas seulement en termes de facteurs de localisation liés à la demande des entreprises, mais aussi et prioritairement en termes d'offre sur le marché immobilier. Ainsi, le TGV n'est pas en soi directement un facteur de localisation recherché par les entreprises, mais il déclenche une dynamique d'offre immobilière qui explique l'implantation rapide d'entreprises sur les quartiers TGV situés à proximité des centres-villes. Ce cadre théorique est illustré par les résultats d'une enquête réalisée auprès des entreprises implantées sur le quartier de la gare centrale à Reims. Ces résultats montrent clairement que le TGV n'explique pas directement ces implantations, mais plutôt indirectement. Par l'effet d'image qu'il produit, il génère des investissements immobiliers. De surcroît, si cette offre immobilière trouve rapidement preneur, cela correspond le plus souvent à une demande de relocalisation interne à l'agglomération et moins à l'implantation d'entreprises extérieures.

JEL : R33, R 38, R41, R 42

## Introduction

Depuis juin 2007, l'agglomération rémoise est desservie par la LGV Est-européenne en deux gares, celle de Reims-centre et la nouvelle gare TGV Champagne-Ardenne. La gare de Reims permet de rejoindre à grande vitesse la gare de l'Est à Paris. La gare Champagne Ardenne localisée en périphérie de Reims, assure la connexion au réseau ferroviaire à grande vitesse. Elle permet ainsi la desserte de la province, de l'aéroport Roissy-Charles-De-Gaulle, de l'international avec correspondances et, de façon plus limitée, celle de la gare de l'Est à Paris (2 allers-retours). Dans l'agglomération rémoise, comme dans d'autres villes déjà desservies (le Mans, Tours, Lille, etc.), de nombreux espoirs sont fondés sur cette desserte (renforcement de l'attractivité du territoire pour les ménages, les entreprises ou les touristes). Ils se traduisent, dans certains cas, par un renouvellement des politiques publiques. *« L'accessibilité aux infrastructures est alors perçue comme une condition initiale de développement par un grand nombre d'acteurs politiques, signe d'une confusion largement répandue entre « accessibilité » et « attractivité ».* (Bérion, Joignaux et Langumier, 2007, p. 655). Cette confusion fait alors de la grande vitesse ferroviaire, une solution immédiate pour promouvoir l'attractivité de certains territoires.

Dans cette communication, nous nous focaliserons uniquement sur le cas des entreprises et plus particulièrement des entreprises de services supposées se localiser sur les quartiers d'affaires qui se développent autour des gares TGV. Notre objectif est en effet d'identifier dans quelle mesure une nouvelle ligne peut les attirer sur ces quartiers.

Après avoir présenté les analyses de la localisation inter et intra-urbaine des activités de service, et le rôle qu'est supposée jouer une desserte TGV à grande vitesse dans leurs choix de localisation, nous montrerons qu'il convient d'opérer un renversement de perspective en se focalisant sur les facteurs d'offre. C'est l'existence d'une offre immobilière qui est déterminante dans leur implantation et c'est sur le renouvellement de cette offre que la desserte TGV influe de façon importante (1). Une enquête réalisée auprès des entreprises du quartier d'affaires de la gare TGV de Reims nous permettra d'illustrer ces résultats et ainsi de renouveler l'analyse du rôle du TGV dans l'attractivité des territoires desservis (2).

### **1. Attractivité d'un quartier d'affaires et grande vitesse ferroviaire : entre offre immobilière et effet d'image**

Les quartiers d'affaires localisés près des gares centrales sont susceptibles d'attirer des entreprises de services. S'interroger sur l'impact de la grande vitesse ferroviaire quant à leur attractivité exige donc d'analyser les facteurs de localisation de ces entreprises, i.e. leur demande de site et le rôle d'une desserte TGV dans ces facteurs (1.1). Toutefois, la littérature relative à la localisation des entreprises de services tend à se focaliser de façon croissante sur l'offre immobilière de bureaux. Il s'agit donc de changer de perspective dans l'analyse du rôle du TGV dans l'implantation de ces entreprises. La desserte TGV semble jouer un rôle déterminant sur le renouvellement de l'offre immobilière, au travers d'effets d'image et de production de connaissances quant aux caractéristiques des villes desservies (1.2).

#### **1.1. Des facteurs de localisation des activités de services au rôle de la LGV dans ces localisations**

Les choix d'implantation des entreprises de services étant guidés par des facteurs de localisation spécifiques à leurs activités (1.1.1), c'est sous cet angle que les effets du TGV ont été intégrés (1.1.2).

### *1.1.1. Les analyses des facteurs de localisation des services aux entreprises*

Dans l'analyse économique, la question de la localisation des activités émerge avec les travaux de Von Thünen (1826) sur les activités agricoles et de Weber (1909) sur les firmes. Ces travaux séminaux conduisent à considérer que la localisation d'une firme, dans un espace, lui procure des coûts ou des avantages<sup>1</sup>. Les travaux ultérieurs (Hotelling, 1929 ; Lösch, 1941) expliquent que les choix de localisation des entreprises résultent de la recherche de certains facteurs autorisant une maximisation de leur profit.

Ce type d'approche pose le principe de l'existence d'une localisation optimale que l'entreprise rechercherait par l'intermédiaire d'une combinaison de facteurs que l'espace lui procurerait. Elle peut toutefois être contestée du fait de l'existence de certains facteurs moins objectifs (par exemple la qualité de vie où les contraintes de résidence imposées par le chef d'entreprise) que les facteurs de localisation traditionnels. Ainsi, certaines approches estiment que d'autres facteurs pourraient avoir un poids équivalent dans l'arbitrage de l'entreprise remettant ainsi en cause l'objectif de maximisation de son profit (Greenhut, 1956 cité par Louw, 1998). En outre, ces analyses s'intéressent principalement aux firmes industrielles et ne prennent pas en compte les spécificités des activités de services.

Les théories de la localisation des services aux entreprises s'inspirent quant à elles essentiellement de la théorie de la base et de la théorie des places centrales. La théorie de la base suggère que les services aux entreprises sont dépendants de la base industrielle (Hoyt, 1954) et que leur localisation est soumise à une contrainte de proximité entre prestataires (services) et utilisateurs (industries). Quant à la théorie des places centrales, développée principalement par Christaller (1933) et Lösch (1954), elle explique la hiérarchie de l'offre de biens et services par rapport à la hiérarchie des villes (la ville étant considérée comme une place centrale dont le rôle est de fournir des biens et des services à l'espace environnant). Ainsi, les services de haut niveau ont tendance à se localiser dans les places centrales de rang élevé, alors que les services les plus courants sont répartis de manière plus uniforme entre différentes régions et villes. Ces théories permettent donc d'expliquer la concentration spatiale des services de haut niveau et leur proximité des centres urbains, notamment pour répondre à un besoin de proximité des marchés.

Ce cadre conceptuel classique qui explique les choix de localisation interurbains rencontre cependant un certain nombre de limites si on veut expliquer les tendances plus récentes de la localisation des services aux entreprises. Ces dernières relativisent en effet l'importance de la proximité des marchés selon le type d'activités de service (Mérenne-Schoumaker et Moyart, 2007). D'autres facteurs de localisation considérés comme essentiels sont alors relevés :

- l'accès à la main d'œuvre qualifiée, surtout pour les services de haut niveau, ce qui expliquerait la localisation de certains services dans les grandes villes qui disposent d'aménités pour des cadres hautement qualifiés,
- l'accès à d'autres services aux entreprises, notamment des services courants dont l'entreprise a besoin pour fonctionner efficacement,
- l'accès à l'information, les services informationnels étant une des principales matières premières des services, cette information étant le plus souvent concentrée dans les grandes villes,
- l'accès aux infrastructures et équipements (aéroports, gares TGV, infrastructures autoroutières), présents en nombre plus important dans les métropoles et qui permet de développer l'accessibilité aux autres facteurs (marchés, qualifications, informations et autres services).

---

<sup>1</sup> Les premiers travaux considèrent que seule la distance au centre joue un rôle dans la différenciation d'une localisation.

Ces facteurs contribuent donc à expliquer la concentration spatiale des activités de services, leur présence plus importante dans les grandes villes, et leur sensibilité à la présence d'infrastructures de transport.

D'un point de vue théorique, ce type d'analyse de la localisation interurbaine des entreprises de services est par exemple modélisé par Coffey-Polèse (1987) qui s'inspire du triptyque de Weber, par Jouvaud (1998) qui s'attache davantage à présenter une typologie des facteurs de localisation en fonction des types de services aux entreprises. Ces deux modèles confirment l'importance de trois facteurs essentiels d'implantation de ces services au niveau interurbain : la demande (marché), la main-d'œuvre qualifiée, et l'accès à d'autres services aux entreprises. Ces trois facteurs expliqueraient la concentration spatiale (économies d'agglomération) dans les grandes zones urbaines (économies d'urbanisation). Par ailleurs, Jouvaud (1999) insiste également sur un élément qui peut être déterminant dans les choix de localisation interurbaine, et assez peu mis en avant jusqu'ici, l'offre immobilière, qui contribue à conforter le développement des quartiers de bureaux et les parcs d'affaires dans les grandes métropoles.

Ces modèles de localisation interurbaine permettent d'expliquer en quoi des espaces peuvent être attractifs pour des entreprises extérieures qui cherchent à se localiser et qui arbitreront entre des localisations dans plusieurs villes, en les mettant en concurrence.

Cependant, des entreprises réalisent aussi des choix entre des localisations intra-urbaines dont le processus et les déterminants ne sont pas identiques. Ainsi, alors que les caractéristiques de l'offre immobilière, sont souvent ignorées ou considérées comme marginales dans les choix de localisation interurbains, elles apparaissent comme centrales dans les modèles de localisation intra-urbaine (Moulaert et Gallouj, 1994).

Pour expliquer l'attractivité de certaines zones à l'intérieur des villes, les modèles de localisation intra-urbaine s'orientent essentiellement autour des modèles d'utilisation du sol et des théories de la rente foncière. Les modèles d'utilisation du sol mettent en évidence l'organisation fonctionnelle des espaces. Ils expliquent en particulier le développement des polarités par les besoins de certaines activités en matière d'accessibilité, les tendances au regroupement d'activités proches, l'incompatibilité entre certaines fonctions, et la capacité de certaines activités à payer des rentes élevées (Harris et Hullman, 1945). Quant aux théories de la rente foncière, elles montrent que les courbes de rente par hectare de différentes activités diffèrent avec la distance au centre. Celle des bureaux, sièges sociaux, banques et commerces spécialisés a une pente très forte. Leur consentement à payer de hauts loyers (Polèse, 1994) explique alors leur concentration dans les centres-villes ou quartiers d'affaire.

Si ces approches de la localisation intra-urbaine<sup>2</sup> peuvent en grande partie expliquer la localisation d'entreprises de services sur les centres d'affaire, à proximité immédiate des gares TGV, par le développement de l'offre immobilière de bureau et par conséquent l'expansion rapide de ces quartiers, les analyses des effets du TGV ont peu été appréhendés de cette façon.

### *1.1.2. La grande vitesse et le développement du secteur des services aux entreprises*

L'arrivée du TGV étant associée à une accessibilité accrue et à une image améliorée, est souvent évoquée l'idée selon laquelle elle permettrait d'attirer des entreprises sur le territoire desservi. Une desserte TGV pourrait ainsi discriminer les villes en cas d'implantation d'une entreprise extérieure à la ville et influencer sur son attractivité. Différents

---

<sup>2</sup> D'autres approches mettent en avant comme facteurs des choix de localisation intra-urbaine des activités de service, des éléments liés à l'image des quartiers, ou au prestige des lieux (Lacaze, 1995).

éléments relatifs aux effets d'une desserte TGV sur la localisation de certaines entreprises de services sont alors évoqués.

Cette desserte permettrait premièrement d'élargir leur aire de marché. Par exemple, est parfois mentionné que des entreprises de services telles que des cabinets conseil, localisées en province pourraient venir concurrencer les cabinets parisiens sur leur propre marché en jouant sur le différentiel de coût salarial et de coût global avec ces derniers. Suite à l'arrivée du TGV dans un territoire de province, les éventuels clients parisiens de ces cabinets pourraient donc arbitrer entre notoriété des cabinets parisiens et moindres coûts des cabinets provinciaux. En outre, l'arrivée du TGV pourrait permettre de rassurer ces clients quant à la fréquence des contacts qu'ils pourront avoir avec ces cabinets (Ollivro, 1997, p. 50). La desserte TGV facilite en effet la réalisation d'une proximité temporaire (Torre, 2006) entre clients et prestataires de services.

Deuxièmement, l'accroissement de la vitesse de déplacement engendré par la grande vitesse diminue le temps passé à se déplacer et accroît la productivité des employés des cabinets conseil (Ollivro, 1997, p. 50). Ainsi, si le TGV n'est pas à l'origine du besoin de déplacement, en diminuant le coût généralisé du déplacement (notamment en termes de temps passé, de fatigue, de pénibilité du déplacement), il rend dans une certaine mesure, moins contraignants ces déplacements et autorise leur multiplication, favorisant ainsi l'attractivité du territoire pour des entreprises dont les personnels se déplacent fréquemment. Toutefois, seules les activités caractérisées par l'importance de ces déplacements et qui supposent des rencontres interpersonnelles plus ou moins fréquentes entre donneurs d'ordres et prestataires seront susceptibles de bénéficier des nouvelles conditions d'accessibilité fournies par la LGV.

Ainsi, au sein même des activités de conseil, les effets éventuels dépendront des marchés couverts par les entreprises. Dans les relations commerciales, le TGV peut éventuellement intéresser les entreprises dont le marché est national voire international. Ainsi, son rôle sera plus marqué pour les activités comme les cabinets d'études, les agences de publicité et de conseil en marketing qui sont caractérisées par un marché national que pour d'autres qui ont un marché plutôt local. Les cabinets comptables, les cabinets juridiques ou encore les cabinets de conseil en ressources humaines existant en province qui possèdent un marché pour l'essentiel local ou régional ne seraient que peu affectés (Gallouj, cité par Bricout 1996). Ainsi les études empiriques qui ont essayé de mesurer l'effet TGV lors de la mise en service de la desserte Sud-Est montrent que depuis son arrivée en 1981, le TGV a joué uniquement et dans de rares cas un rôle secondaire en renforçant l'attractivité du site pour des entreprises du tertiaire supérieur ayant un marché national (Mannone, 1995).

De même, une étude sur les effets indirects du TGV et les transformations du tertiaire supérieur en région Rhône-Alpes, montre que le TGV n'affecte que les entreprises régionales ayant une stratégie d'expansion sur le marché parisien et les entreprises qualifiées d'extrarégionales, i.e. des entreprises fournissant des biens et services non destinés spécifiquement à une clientèle régionale (Buisson, 1986, p. 66). Dans le même ordre d'idées, une étude réalisée en 1996 sur Lille et la région de Valenciennes (Bricout, 1996) indique que les effets du TGV étaient plus marqués pour les entreprises disposant d'une clientèle extérieure à la région.

Pour certaines entreprises du tertiaire supérieur comme les cabinets conseil, la localisation à Paris confère un tel effet d'image que celles-ci hésitent à se délocaliser. « *Les facilités de communication sont un élément second, qui, à lui seul, ne semble que rarement influencer sur des décisions de localisation ou de changement de structure* » (Buisson, 1986, p. 62). La meilleure accessibilité de la région Rhône-Alpes n'a pas ou peu conduit à l'implantation d'établissements affiliés à des groupes extérieurs.

Enfin, si les réseaux rapides sont un critère de localisation des fonctions stratégiques pour 13,3 % de l'échantillon étudié, l'existence d'une gare ne l'est que pour 4,7 % (Ollivro,

1997, p. 32). Ainsi, une desserte TGV paraît être très peu déterminante dans les décisions d'implantation d'entreprises extérieures, même si les infrastructures de transport à grande vitesse peuvent déclencher des effets de seuil (Gachelin, 1992) en discriminant in fine le choix d'implantation.

En outre, même lorsqu'elle joue un rôle dans cette implantation, la desserte TGV n'est pas nécessairement utilisée, ce qui s'expliquerait par l'existence d'effets psychologiques. En améliorant l'image d'une ville ou d'un territoire, la LGV influencerait les choix de localisation de la population comme des entreprises, même si ces acteurs ne l'utilisent pas nécessairement. Ainsi le TGV Nord a eu un effet beaucoup plus important sur les représentations qu'ont les agents économiques et notamment les entreprises que sur leurs comportements (Bricout, 1996 ; Burmeister, Meunier, Rallet et Rychen, 2003). Dans ce cas, la LGV peut avoir un effet sur des activités qui n'impliquent pas nécessairement des déplacements fréquents de personnes. Ainsi, le TGV peut devenir un standard présent dans le cahier des charges de l'implantation des entreprises sans pour autant qu'il fasse l'objet d'une utilisation effective.

Dans le même ordre d'idée, nous considérons le TGV comme un vecteur de production d'informations et de réduction d'incertitude. En effet, le TGV lui-même ainsi que les villes desservies font l'objet de campagnes de promotion importantes. Ce faisant, et sous réserve de la présence d'autres facteurs de localisations, elles deviennent des localisations envisageables pour les entreprises.

Ainsi dans ces analyses, l'impact d'une desserte TGV est analysé au travers des effets qu'elle pourrait avoir sur la demande des entreprises de services. Toutefois force est de constater que ces effets sont le plus souvent limités. Tout se passe comme si une desserte TGV semblait jouer un rôle puisqu'on assiste bien dans certains cas à une implantation d'entreprises dans le quartier de la gare des villes desservies, sans que les enquêtes permettent de le mesurer clairement. Ce décalage s'explique certainement par le fait que ces enquêtes ne ciblent pas les agents directement impliqués, i.e. les acteurs de l'offre immobilière.

## **1.2. Le caractère déterminant de l'offre d'immobilier d'entreprise dans la localisation des entreprises de service**

De façon croissante, la littérature souligne le rôle joué par l'offre immobilière existante à une période donnée dans les choix de localisation des entreprises de service. Cette offre oriente fortement ces choix d'implantation dans un contexte où, de façon croissante, le type d'occupation concerne surtout le « locatif » (1.2.1). Dès lors, il convient de se focaliser sur l'analyse des effets du TGV sur l'offre immobilière dans la ville (1.2.2).

### *1.2.1. Le rôle croissant de l'offre immobilière dans la localisation des entreprises de services*

Pendant longtemps, l'offre immobilière n'était pas un élément pris en compte comme facteur de localisation des services aux entreprises. En effet, les théories « traditionnelles » des choix de localisation excluent de l'analyse la question de la nature de la construction qui était réalisée sur le terrain recherché (Louw, 1998). Seul comptaient éventuellement la disponibilité et le coût du foncier. Cette réduction de la localisation des entreprises à l'achat du seul foncier n'est pas réductrice dans un contexte de création *ex nihilo* d'entreprises propriétaires de leurs locaux. Elle le devient lorsqu'un marché de la construction d'immobilier

d'entreprise apparaît, que la location des locaux devient pratique courante et que l'immobilier d'entreprise devient l'objet d'investissement par des fonds « spéculatifs ».

L'émergence d'un marché immobilier d'entreprise résulte de la croissance des activités tertiaires qui ne nécessitent pas contrairement des activités du secteur secondaire de locaux spécifiques permettant d'accueillir un outil de production industriel singulier. Pour la plupart des activités tertiaires, les besoins en termes de locaux sont banals<sup>3</sup> et peuvent être standardisés permettant ainsi le développement d'une offre de bureau en blanc. Par ailleurs, le recentrage des entreprises sur leur « core business » les conduit à conserver leur capacité d'investissement pour leurs activités et à externaliser de nombreuses fonctions comme la gestion de leur patrimoine immobilier favorisant ainsi le recours à la location ou au leasing de leurs locaux (Louw, 1998 ; Mérenne-Schoumaker et Moyart, 2007).

Dans le cas des activités de services, toutefois, la construction en propre de bureaux a toujours été limitée. Avant les années 1970, seule l'Ile-de-France, était concernée (Bonnet, 2003). Les services occupaient généralement des logements d'habitation dans des immeubles anciens en centre-ville. Cette situation a rapidement évolué sous l'impulsion de l'Etat à partir des années 1960 avec la création concertée de grands quartiers d'affaires en France comme La Défense dans l'Ouest parisien ou Meriadeck à Bordeaux (Bonnet, 2003). A compter des années 1970, la construction de bureaux s'inscrit dans une logique d'investissement sous l'impulsion de fonds anglo-saxons (Crouzet, 2003). De même, pour les services non marchands, depuis les années 1990, la location de bureaux se développe ; l'Etat français cherchant à réduire son patrimoine immobilier.

L'offre immobilière devient ainsi un élément crucial dans le processus de choix de localisation des entreprises de service puisqu'elle résulte d'un processus exogène alors que dans les modèles traditionnels, la construction est un processus endogène à l'entreprise et postérieur dans une certaine mesure au choix de localisation. Il convient dès lors de s'interroger sur son rôle précis dans les choix de localisation des entreprises et plus précisément sur le rôle de la promotion immobilière dans l'orientation de la localisation des activités de services aux entreprises. En effet, si le contexte économique favorise le développement du marché immobilier d'entreprise, cela n'est possible qu'avec l'apparition d'un nouvel acteur à savoir le promoteur immobilier<sup>4</sup>.

Le promoteur immobilier est à l'origine des projets immobiliers de bureaux qu'il détermine et qu'il finance en réunissant les capitaux nécessaires à leur construction. La rentabilité d'une opération et sa réalisation vont dépendre du prix d'achat du foncier (Nessi, 1977) et ce par l'intermédiaire du compte à rebours<sup>5</sup>. Le promoteur choisit la localisation de ses opérations en fonction de sa propre logique de rentabilisation de l'investissement. Par ailleurs, le promoteur peut être lié à un grand groupe de construction immobilière ou à des fonds d'investissement, le bien immobilier est alors considéré comme un simple actif financier dont la localisation ne répond plus forcément à la logique des modèles de localisation (Crouzet, 2001 et 2003).

Si le promoteur est contraint par la disponibilité du foncier, il l'est également par les politiques foncières et d'urbanisme des collectivités locales, deux éléments qui conditionnent la possibilité même de développer des opérations. En effet, les collectivités locales peuvent

---

<sup>3</sup> Au sens où le local est indifférencié initialement et spécifiable par les locataires.

<sup>4</sup> Nous n'insisterons pas sur les différents acteurs qui gravitent autour de la promotion immobilière. Cependant, il est important de distinguer l'investisseur du promoteur. L'investisseur va soit financer avec le promoteur la construction, soit acheter à un promoteur un immeuble achevé pour le mettre en vente plus tard ou le louer.

<sup>5</sup> Le compte à rebours correspond au calcul du promoteur qui va estimer les recettes de l'opération à partir du prix du marché puis soustraire l'ensemble des coûts. Le résultat détermine alors la charge foncière maximale acceptable (prix du foncier).

favoriser certaines fonctions (commerces, bureaux ou logements) ou privilégier une certaine mixité des activités dans les quartiers et dans les documents d'urbanisme (Plan Local d'Urbanisme, etc.). Reprenant les théories de la rente foncière, il existe donc une concurrence entre les différentes fonctions et les différentes activités économiques dans un contexte de rareté relative du foncier. Cependant, des négociations existent entre les promoteurs et les collectivités locales afin de permettre le développement de l'offre immobilière de bureaux (Charney, 2006) tout en maintenant des objectifs d'intérêt général et notamment le développement du logement.

Le promoteur doit alors trouver du foncier disponible sur lequel la construction de bureau est possible et dont la localisation est attractive pour les futures entreprises locataires ou les futurs investisseurs. Il doit également répondre à la demande des entreprises en proposant des locaux correspondant aux standards exigés et à des niveaux de loyers concurrentiels afin d'assurer le succès de l'opération et obtenir un taux de rentabilité suffisant. Il devient alors un acteur central dans le processus d'offre immobilière de bureaux. Confronté à une incertitude importante quant au succès de chaque opération, le promoteur réduit souvent son périmètre d'action aux marchés qu'il connaît bien, afin de basculer d'une situation d'incertitude à une situation de risque, risque qu'il va pouvoir probabiliser et intégrer dans ses décisions d'investissement. En outre ce type de comportement lui permet de compenser son insuffisante surface financière et son expertise limitée (Beauregard, 2005 ; Charney, 2007)<sup>6</sup>.

Ainsi, les promoteurs immobiliers se créeraient un environnement spatial subjectif qui les conduit à investir dans certains lieux plutôt que d'autres (Fainstein, 2001 cité par Charney, 2007). Ils n'envisagent donc pas tous les investissements dans tous les lieux possibles mais seulement certains pour lesquels ils disposent de connaissances. Les promoteurs seraient ainsi caractérisés par une rationalité limitée, procédurale, relevant de contraintes internes et notamment de leur capacité à obtenir et traiter la totalité de l'information. Cette rationalité procédurale les conduirait à simplifier leurs décisions (March et Simon, 1969) en établissant des procédures de comportement, des routines lorsqu'ils sont amenés, de façon dynamique, à faire des choix (Nelson et Winter, 1982, Dosi, 1988). Le but de ces procédures est de réduire le montant de l'incertitude afin d'autoriser une prise de décision sans avoir à reconsidérer l'ensemble des informations disponibles. Les investisseurs sont ainsi caractérisés par une forme de dépendance du sentier qui les conduit à investir dans des types de lieux présentant certaines caractéristiques communes. « En restant au même endroit, les promoteurs connaissent mieux le marché et développent des relations avec différentes institutions et agents, accroissant leur efficacité par une meilleure connaissance des lieux et réduisant l'incertitude » (Charney, 2007, p. 1181 ; Beauregard, 2005, p. 2438).

En obéissant à sa propre logique de rentabilité et plus généralement d'action, le promoteur va dessiner la carte des implantations possibles pour les entreprises de service. Cette évolution conduit à considérer que l'absence d'une offre immobilière suffisante et qui corresponde à la demande contemporaine peut empêcher l'implantation ou la relocalisation interne d'entreprises de service dans un espace urbain. Ainsi « le marché de l'immobilier d'entreprise, et en particulier celui de l'immobilier de bureau, est de plus en plus un élément de discrimination territoriale au même titre que d'autres équipements comme les lignes TGV, les connections aux autoroutes, les aéroports... » (Crouzet, 2003, p. 277).

Aussi, si l'offre de bureaux influence les choix de localisation des entreprises, les entreprises de services se localisent là où elles trouvent des bureaux. La question est donc d'identifier par quels biais, une desserte TGV peut influencer sur l'offre immobilière.

---

<sup>6</sup> Même si ceci est moins vrai pour les investisseurs les plus importants qui développent leurs activités au niveau national et international.



### *1.2.2 Les effets du TGV sur l'offre immobilière dans la ville*

Le rôle de plus en plus déterminant de l'offre immobilière sur l'implantation des entreprises (cf. supra) invite à opérer le même renversement de perspective et à analyser les effets du TGV sur l'offre immobilière. Ainsi une desserte TGV influencerait sur le choix de localisation et/ou de relocalisation des entreprises dans la ville en jouant sur les décisions des acteurs de la promotion immobilière. Cette analyse des effets du TGV sur les acteurs de l'offre immobilière permet ainsi de fournir d'autres éléments d'explication à l'agglomération des entreprises de services autour des gares dans des quartiers d'affaires.

Une desserte TGV peut influencer sur l'offre immobilière et plus précisément sur les promoteurs au travers de la production de connaissances qu'elle génère sur la ville desservie. En effet, en étant associée à un effet d'image et de localisation de cette ville (cf. supra), elle accroît les connaissances sur la ville en question et minimise ainsi le risque perçu par les investisseurs quant au projet d'investissement immobilier. En outre, en appartenant au club des villes TGV, une ville desservie bénéficie d'un effet club auquel est associé dans les représentations des acteurs un dynamisme en matière d'immobilier de bureau. Les investisseurs immobiliers se positionnent ainsi dans différentes villes TGV. Ce fut le cas par exemple à Tours et au Mans où le promoteur tourangeau Art & Bat (groupe EPRIM) a investi.

La desserte TGV permet en quelque sorte de rassurer les investisseurs. En effet, si une décision d'investissement dépend d'un certain nombre de considérations objectives (rentabilité escomptée...), elle dépend également de considérations plus subjectives liées à la façon dont les investisseurs appréhendent le risque lié à cet investissement. En valorisant l'image de la ville, en en faisant parler (cf. supra), une desserte TGV rend envisageables des lieux jusque-là non envisagés en matière d'investissement immobilier.

En outre, une desserte TGV insuffle de la modernité dans les quartiers d'arrière gare qui sont souvent des quartiers peu attractifs. Elle invite les acteurs publics et notamment les collectivités locales à mettre en place des politiques publiques de façon à les rénover. Ces acteurs envoient alors un signal aux promoteurs quant à leurs intentions concernant ce quartier. Ainsi si les nouvelles offres immobilières dépendent de façon importante des stratégies des promoteurs, elles peuvent être favorisées voire orientées par les pouvoirs publics (Mérenne-Schoumaker, 2003).

Dans le cadre d'une desserte TGV, ces derniers mettent en œuvre des actions qui se traduisent par le développement d'infrastructures collectives, le réaménagement éventuel des transports collectifs, la création de parkings. En libérant du foncier suite à la réorganisation de la gare, la desserte TGV peut générer de nouvelles opportunités d'investissement immobilier, qui n'existaient pas auparavant. Cette action des pouvoirs publics va alors conforter les promoteurs dans leur choix de développer une offre d'immobilière de bureaux neufs à proximité des gares TGV, et ce en jouant sur l'effet d'image liée au TGV.

Les relocalisations de proximité auxquelles on assiste en général dans les villes TGV (cf. Bazin, Delaplace, Beckerich, 2006) s'expliqueraient ainsi par les effets d'image du TGV qui conduisent les promoteurs à proposer une nouvelle offre immobilière, alors que le TGV n'est pas nécessairement utilisé. A Tours par exemple, les 33 000 m<sup>2</sup> de bureaux construits à la fin des années 1980 suite à l'arrivée du TGV ont surtout été occupés par des entreprises relocalisées dans l'agglomération (Demazières, 2003). On a par ailleurs constaté la même tendance au Mans, où le centre d'affaires Novaxis a vu d'abord la relocalisation d'activités indigènes, comme les Mutuelles du Mans (Bazin, Beckerich, Delaplace, 2004). C'est ainsi davantage l'image liée au TGV qui explique une offre localisée à proximité des gares TGV, que l'usage du TGV lui-même.

Cette nouvelle offre immobilière, en dynamique, peut également se traduire par l'implantation d'entreprises ou de ménages ayant eux-mêmes recours à ces services. Ainsi, il y aurait à la fois des effets de localisation directs liés à l'existence d'une offre immobilière sur ces quartiers et des effets indirects qui se traduisent par l'implantation d'autres entreprises de services attirées par la présence des entreprises préalablement installées et de leurs employés (restauration, banque, hôtels, centre de fitness...).

Ainsi, les dessertes TGV auraient pour effet de renforcer le découpage fonctionnel de la ville en accentuant le caractère d'accueil d'activités de services des quartiers TGV et en libérant des locaux de l'hyper-centre retrouvant eux-mêmes leur vocation d'habitat résidentiel. Les promoteurs, jouant sur l'effet d'image lié au TGV, seraient les acteurs clés du renouvellement de l'offre qui profite principalement, surtout dans un premier temps, aux entreprises locales.

## **2. Le quartier d'affaires TGV Reims-Centre : une offre immobilière répondant majoritairement à une demande locale**

Afin d'identifier le caractère attractif du nouveau quartier d'affaires TGV près de la gare de Reims, une enquête a été administrée près d'une cinquantaine d'entreprises qui y sont implantées. Après avoir présenté le quartier Clairmarais ainsi que la méthodologie de l'enquête réalisée (2.1), nous mettons en évidence que s'y sont relocalisées essentiellement des entreprises locales exerçant majoritairement leur activité dans le secteur des services courants (2.2) et attirées principalement par la présence d'une offre de locaux neufs et la proximité du centre-ville (2.3). Si la présence du TGV n'est pas discriminante dans ces choix, en revanche, son arrivée semble avoir un effet plus direct sur la redynamisation de l'offre immobilière (2.4).

### **2.1. Contexte du quartier et méthodologie de l'enquête**

Le quartier Clairmarais est situé à 5 minutes du centre-ville et de la place piétonne Drouet d'Erlon, connue principalement pour son cadre agréable et ses restaurants. Jusqu'il y a une dizaine d'années, ce quartier localisé juste derrière la gare centre de Reims était typique des vieux quartiers d'arrière gare. Caractérisé par des immeubles vétustes, voire en friche, il regroupait des activités industrielles et des zones d'habitat populaire et était considéré comme « malfamé » par les rémois. Il se présente aujourd'hui comme un vaste chantier, déjà doté de 30.000 m<sup>2</sup> de bureaux accueillant une cinquantaine d'entreprises, cette surface étant vouée à plus que doubler à moyen terme (2.1.1). Sur cette cinquantaine d'entreprises, 32 ont répondu à notre enquête (2.1.2).

#### *2.1.1. Le quartier Clairmarais : un quartier d'arrière gare*

Dans l'agglomération rémoise comme dans de nombreuses villes de taille moyenne, jusqu'alors, les activités tertiaires avaient tendance à se concentrer en centre-ville dans des immeubles bourgeois ou dans de petits centres d'affaires et des pôles tertiaires localisés en périphérie. Depuis le milieu des années 1990 cependant, la collectivité envisage de changer la nature du quartier et d'y réaliser un nouveau quartier d'affaires.

En 1997, le Crédit Mutuel Nord-Europe acquiert une friche de 2,5 hectares qui a été progressivement transformée en immobilier de bureaux destinés à la location pour des entreprises du secteur tertiaire (CAR, 2004). La première partie de l'opération (rénovation de cinq bâtiments de 20 000 m<sup>2</sup> datant des années 1920) accueille une trentaine d'entreprises arrivées à partir de 1998 et qui correspondent pour la plupart à des relocalisations (internes à

l'agglomération) d'entreprises et d'administrations se trouvant à l'étroit ou dans des locaux inadaptés (INSEE notamment).

La deuxième tranche de l'opération (20 000 m<sup>2</sup>) est en cours d'achèvement et héberge déjà des entreprises dans les premiers bâtiments. Cette partie a été construite dans la perspective de l'arrivée de la LGV à Reims. Sur cette deuxième tranche, la ville de Reims a fait le choix de favoriser une certaine mixité bureaux/habitat autour de la gare. Cette volonté a conduit à retarder la construction des immeubles. En effet, cette contrainte a conduit un important promoteur national à renoncer à investir dans ce quartier. C'est finalement un promoteur local qui réalise l'opération comprenant, outre les bureaux, la construction de 137 logements.

D'autres promoteurs présents sur le site ont créé d'autres bureaux ou une résidence hôtelière proposant 106 logements. Un hôtel de première catégorie devrait également voir le jour à court terme. A terme, plus de 70 000 m<sup>2</sup> devraient être disponibles pour l'accueil d'entreprises tertiaires. Les surfaces et volumes proposés sont aménagés à la demande en plateaux ou en cloisonnements traditionnels. Ils peuvent être vendus ou loués.

Il s'agit donc d'une opération immobilière d'ampleur importante et en construction rapide, alors que l'offre en matière de bureau dans l'agglomération rémoise était traditionnellement plutôt rare, et en faible croissance (environ 10.000 m<sup>2</sup> par an, selon les experts). Par ailleurs, dans le cadre du réaménagement global du parvis de la gare, un lien urbain entre ce quartier et le centre-ville doit être créé avec la construction d'une passerelle au dessus des voies ferrées, permettant de l'intégrer directement à l'hypercentre urbain.

Ainsi, il y a très clairement une volonté des investisseurs, de profiter de l'arrivée du TGV pour développer une offre immobilière susceptible d'attirer les entreprises. Au fur et à mesure de l'avancée des constructions, tous les locaux trouvent preneur rapidement parfois même avant d'être construits. Ainsi aucune surface importante n'est disponible avant fin 2009. En outre, Reims Champagne Développement, agence créée en 2003 à l'initiative de la ville, de la communauté d'agglomération et de la CCI pour attirer les investisseurs, communique sur l'arrivée du TGV pour chercher à attirer à la fois des entreprises parisiennes et des grandes entreprises situées en province qui pourraient trouver là une situation géographique intéressante pour implanter leurs délégations régionales.

La question est donc d'identifier, un an après l'arrivée du TGV, le type d'entreprises d'ores et déjà implantées sur ce « quartier d'affaires TGV » depuis la fin des années 1990 mais aussi plus récemment, leur profil, leurs facteurs de localisation principaux ainsi que la place spécifique qu'a pu jouer le TGV parmi ces facteurs. Pour ce faire, une enquête a été réalisée.

### *2.1.2. Une enquête quantitative et qualitative fondée sur l'administration d'un questionnaire*

L'enquête menée auprès des entreprises localisées dans ce quartier s'est déroulée à l'aide d'un questionnaire qui devait être administré en face à face. Ce questionnaire comportant des questions ouvertes et des questions fermées avec choix multiples était composé de 2 parties. La première partie visait à identifier les caractéristiques générales de l'entreprise et son processus de décision de localisation. La seconde partie avait pour objectif d'identifier les facteurs de localisation recherchés par l'entreprise, compte tenu de son activité et leur adéquation avec les caractéristiques du quartier Clairmarais. En effet, au-delà des campagnes de promotion de l'agence de développement et des articles de la presse locale autour des effets TGV, il nous paraissait important de connaître les raisons réelles, qui avaient conduit les entreprises à choisir cette localisation et connaître leur appréciation du site.

Sur les 55 entreprises présentes officiellement<sup>7</sup> sur le site en juin 2008, environ 50 ont été contactées et 32 entreprises ont finalement répondu au questionnaire, en partie ou en totalité après de multiples relances. Seules 8 d'entre elles ont accepté de nous recevoir, les autres entretiens ayant finalement été réalisés par téléphone<sup>8</sup>.

## 2.2. Des relocalisations internes à l'agglomération fortement majoritaires et relevant des services courants

Alors que l'arrivée du TGV est supposée se traduire par une attraction d'entreprises extérieures notamment dans le secteur des services supérieurs aux entreprises, les entreprises implantées sont majoritairement locales et exercent une activité dans le secteur des services courants (2.2.1). Seules quelques entreprises extérieures mais fortement créatrices d'emplois viennent de l'extérieur (2.2.2).

### 2.2.1. Des entreprises souvent locales et de services courants

L'implantation des entreprises dans le quartier Clairmarais est à l'image des différentes phases successives de construction et de commercialisation des immeubles de bureaux. Il est possible d'observer ainsi deux principales phases. La première étape de la constitution du quartier d'affaires débute à la fin des années 1990 avec la transformation des anciens Docks de France en immeubles de bureau et s'achève en 2005-2006 avec la construction de nouveaux immeubles complétant l'offre immobilière sur le site, offre qui continuera à se développer jusqu'en 2010.

Au moment de l'enquête, près de la moitié des entreprises enquêtées s'était installée avant 2005 dans le quartier (cf. tableau n°1). Cependant, un nombre important de nouvelles entreprises se sont implantées en 2007 et 2008 suite à la deuxième phase de commercialisation de plusieurs immeubles de bureaux dans le quartier.

Tableau n°1 – La nature des implantations des entreprises à Clairmarais de 1995 à 2008

Nature de localisation	1995	1996	1998	1999	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total	En %
Création exogène					1		2		1	1	1	6	18,7 %
Création endogène			1							2		3	9,4 %
Délocalisation	1			1		1				1		4	12,5 %
Relocalisation interne		1	3	2		1		1	1		9	19	59,4 %
Total	1	1	4	3	1	2	2	1	2	4	10	32	
En %	46,9 %			53,1 %						100 %			

Source : Enquête réalisée par nos soins.

La nature de l'implantation est variable. Elle peut résulter d'une création endogène ou exogène à l'agglomération. Elle peut enfin résulter d'une volonté de relocalisation ou de regroupement sur le site d'acteurs locaux ou allochtones. Dans le quartier Clairmarais, ce sont principalement des entreprises rémoises (59,4 %) qui ont décidé de s'y relocaliser. Ce phénomène est toujours important dans les premiers mois de 2008 puisque sur 10 entreprises

<sup>7</sup> Environ 10 % d'entre elles ne disposent en réalité que d'une boîte aux lettres et n'ont pu être jointes.

<sup>8</sup> Les difficultés étaient liées, d'une part, au manque de temps des interlocuteurs censés avoir une bonne connaissance du processus ayant conduit à l'implantation. D'autre part, pour certaines entreprises venues de l'extérieur, les interlocuteurs étaient localisés au siège et non à Reims. Enfin, pour les entreprises locales relocalisées sur le quartier depuis 10 ans, il n'était pas toujours facile de retrouver les personnes ayant eu connaissance du processus de relocalisation.

qui se sont localisées entre janvier et juin 2008 dans le quartier Clairmarais, 9 correspondent à des relocalisations internes. Par ailleurs, des entreprises parties prenantes de l'élaboration, de la construction, et de la commercialisation du site y sont présentes et occupent les meilleurs emplacements<sup>9</sup>.

Les créations exogènes et les délocalisations (comprenant regroupements d'établissements) résultant de décisions d'acteurs extérieurs à l'agglomération rémoise, ne représentent respectivement que 18,7 %, et 12,5 %, soit 31,2 % du total des implantations.

Plus de la moitié des entreprises localisées dans les immeubles construits (53,1 %) relève du secteur des services aux entreprises (cf. tableau n°2). Leurs activités peuvent être considérées comme banales. Il s'agit d'activités de comptabilité, de communication, de sécurité, de services bancaires et financiers et de centres d'appel. Les services de l'Etat et certains services publics sont présents depuis la première phase d'évolution du quartier, notamment l'INSEE, Météo France et plus récemment l'APEC et OSEO. Quelques entreprises relèvent des services à la personne.

*Tableau n°2 – Le secteur d'activités des entreprises localisées à Clairmarais*

Secteur d'activités	Fréquences (%)
Services aux entreprises	53,1 %
Administration	15,6 %
Services à la personne	12,5 %
Bâtiment - Travaux publics	9,4 %
Commerce	3,1 %
Industrie	3,1 %
Services	3,1 %
Total	100,0 %

*Source : Enquête réalisée par nos soins*

Les implantations d'acteurs indigènes génèrent peu de créations d'emplois et, à l'exception notable de l'INSEE ne concernent en général que des entreprises ou des services de moins de 10 salariés.

### *2.2.2. Des entreprises extérieures qui occupent des espaces plus importants et sont créatrices d'emplois*

Si les entreprises extérieures à l'agglomération sont moins présentes dans le quartier que les entreprises locales, leur nombre s'accroît à partir de 2006 (cf. tableau n°1). Il s'agit d'entreprises de back-office qui sont principalement intéressées par une localisation dans le Nord-Est. Comme les activités indigènes, elles produisent des services courants et n'ont pas non plus de liens spécifiques avec leurs sièges sociaux parisiens ou en province.

Toutefois, il existe dans le quartier Clairmarais une présence importante de centres d'appels récemment installés. Cette activité possède des caractéristiques spécifiques tant en termes de surfaces occupées que d'emplois créés. Elle fournit un nombre important d'emplois et occupe souvent des plateaux entiers dans les nouveaux immeubles de bureaux. Ainsi, TechCity occupe 2000 m<sup>2</sup> et emploie 250 collaborateurs, ING Direct loue un plateau de 2500 m<sup>2</sup> et emploie près de 200 collaborateurs, et Intra Call Center occupe 1600 m<sup>2</sup> et emploie 150

<sup>9</sup> Il s'agit d'un immeuble qui donne sur le futur parvis de la gare et qui pour la plupart des acteurs est considéré comme d'un niveau supérieur en termes de qualité de l'agencement intérieur. Il s'agit dans une certaine mesure d'une « vitrine » pour le quartier.

collaborateurs. Seuls les nouveaux immeubles sont susceptibles d'offrir à ces entreprises des locaux suffisamment vastes et en adéquation avec leur activité.

### 2.3. Des facteurs de localisation fortement liés à l'offre immobilière

L'analyse de l'ensemble des facteurs de localisation et avantages liés à la localisation sur la zone de Clairmarais, et déclarés spontanément par les entreprises implantées, nous montre clairement l'importance de l'offre de locaux disponibles ou neufs, de la proximité du centre-ville et de l'accessibilité (2.3.1). L'offre de locaux est cependant très clairement le facteur prédominant dans l'attractivité de ce type de quartier (2.3.2).

#### 2.3.1. Les facteurs de localisation déclarés spontanément : locaux, centre-ville et accessibilité

Le questionnaire comportait un certain nombre de questions ouvertes : les entreprises devaient par exemple classer spontanément par ordre décroissant d'importance les 3 facteurs ayant contribué à leur implantation dans ce quartier. 26 entreprises sur 32 ont effectué ce classement.

*Tableau n°3 – Hiérarchie des facteurs de localisation à Clairmarais déclarés spontanément par les entreprises enquêtées.*

Facteurs de localisation	Effectifs (en %)
Locaux disponibles	23,3 %
Proximité du centre-ville	20,5 %
Proximité de l'autoroute	17,8 %
Proximité de la gare	15,1 %
Proximité clientèle et usagers	6,8 %
Accessibilité	5,5 %
TGV	2,7 %
Centre d'affaires ou Zone de bureaux	2,7 %
Loyer	1,4 %
Main d'œuvre étudiante	1,4 %
Parking	1,4 %
Quartier en développement	1,4 %
Total	100,0 %

*Source : Enquête réalisée par nos soins.*

De façon globale, i.e. sans tenir compte du classement des facteurs, 4 facteurs sur 12 sont les plus souvent cités (cf. tableau n°3). Il s'agit de :

- locaux disponibles neufs (23,3 %),
- proximité du centre-ville (20,5 %),
- proximité de l'autoroute (17,8 %),
- proximité de la gare (15,1 %).
- 

Les autres facteurs (proximité de la clientèle et des usagers, bonne accessibilité générale, présence de parkings, centre d'affaires, zone de bureau « où il faut être », TGV) le sont de façon moins systématique.

Les entretiens réalisés montrent en effet clairement que la disponibilité des locaux a permis à beaucoup de ces entreprises, dont près de 60 % sont d'origine locale, et pour la plupart provenant de locaux anciens, de trouver des locaux correspondant aux normes

contemporaines, plus agréables et mieux adaptés à leur activité en termes d'équipement, de taille, ce qui favoriserait, selon certaines entreprises la productivité des personnels. La relocalisation d'entreprises de l'agglomération rémoise sur ce quartier coïncide ainsi souvent avec une activité en croissance et des locaux devenus trop étroits.

La proximité du centre-ville est le deuxième facteur le plus souvent cité. Cette proximité permet en effet de déjeuner le midi, et d'avoir accès à toutes les autres aménités caractéristiques du centre-ville (activités commerciales et de services pour les salariés, accès au réseau de transport urbain). Le centre-ville bénéficie également d'une image de modernité dont ne disposent pas les zones de bureau situées en périphérie. Plusieurs entreprises considèrent par exemple qu'il est plus facile de conserver leurs salariés en leur proposant une localisation centrale.

Viennent ensuite deux facteurs liés à l'accessibilité du quartier et à l'agglomération : l'autoroute puis la gare. L'autoroute est en effet très souvent citée, juste un peu avant la gare. L'importance du secteur des services aux entreprises explique des besoins de déplacements professionnels importants pour visiter la clientèle ou, dans le cas d'établissements, pour se rendre aux sièges qui se situent pour la plupart dans les régions limitrophes (Amiens, Strasbourg, Lille, Paris ou grande couronne parisienne). L'autoroute permet également un accès facile pour les salariés résidant en périphérie ou dans d'autres quartiers<sup>10</sup>.

La gare est citée pour son intérêt à la fois en termes de migrations alternantes pour les salariés, et de déplacements professionnels. Pour les migrations alternantes domicile/travail, c'est surtout le TER qui est utilisé par certains salariés. Aucun n'indique utiliser le TGV quotidiennement. Pour ce qui est des déplacements professionnels effectués en train, c'est le TGV qui est utilisé quasi exclusivement, notamment vers Paris et surtout pour se rendre, là aussi au siège. Cependant, le TGV n'apparaît pas spontanément ou assez peu (à deux reprises seulement) parmi les facteurs spontanément cités.

En cinquième position figure l'importance de la proximité de la clientèle. Lorsque la clientèle est locale, notamment dans le cas des services aux particuliers, la centralité confère en effet un atout majeur pour conserver le marché existant et l'élargir. Dans le cas de certains services aux entreprises, comme les services bancaires, fortement présents sur le quartier Clairmarais, la proximité des entreprises clientes ou potentielles, présentes dans l'agglomération, constitue également un atout.

### 2.3.2. La hiérarchie des facteurs de localisation : la prédominance de l'offre de locaux

L'analyse du facteur de localisation cité en premier, i.e. le facteur le plus important (cf. tableau n°4), montre encore plus clairement l'importance des locaux disponibles et neufs (40 %). Viennent ensuite la proximité du centre-ville (24 %), puis la proximité de la gare et de la clientèle (12 % chacun). Comme second facteur, la proximité du centre-ville (28 %) et la proximité de l'autoroute (24 %) s'avèrent également importants. Et enfin comme troisième facteur, les entreprises privilégient encore la proximité de l'autoroute (29,2 %), la proximité de la gare (20,8 %) et la disponibilité des locaux (20,8 %).

Ainsi les entreprises privilégient principalement comme facteurs de localisation par ordre décroissant d'importance la disponibilité de bureaux neufs, la proximité du centre-ville et la proximité de l'autoroute ou de la gare. Dans cette hiérarchisation, et parmi les facteurs cités en premier, la proximité de la clientèle arrive en 3<sup>ème</sup> position *ex aequo* avec la proximité de la gare.

---

<sup>10</sup> L'autoroute A4 a la particularité de traverser Reims et sert donc à de nombreux rémois comme boulevard urbain rapide.

*Tableau n°4 - Hiérarchie des facteurs de localisation à Clairmarais  
déclarés spontanément par les entreprises enquêtées.*

Facteurs cités spontanément.	En 1er. Fréquences (%)	En 2. <sup>me</sup> Fréquences (%)	En 3. <sup>eme</sup> Fréquences (%)
Locaux disponibles	40,0 %	8,0 %	20,8 %
Proximité du centre-ville	24,0 %	28,0 %	8,3 %
Proximité de la gare	12,0 %	12,0 %	20,8 %
Proximité clientèle et usagers	12,0 %	4,0 %	4,2 %
Centre d'affaires ou Zone de bureaux	8,0 %	-	-
Accessibilité	4,0 %	8,0 %	4,2 %
Proximité de l'autoroute		24,0 %	29,2 %
Loyer	-	4,0 %	-
Main d'œuvre étudiante	-	4,0 %	-
Quartier en développement	-	4,0 %	-
TGV	-	4,0 %	4,2 %
Parking	-	-	8,3 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %

*Source : Enquête réalisée par nos soins.*

Ces résultats semblent confirmer l'analyse théorique de la localisation des services. Selon les déclarations des entreprises enquêtées, le rôle de l'accessibilité, même en présence du TGV ne semble pas impacter, ou de façon secondaire, ces choix. La localisation des services est en grande partie déterminée par la disponibilité de locaux en centre-ville. Cette centralité (vue et utilisée par les investisseurs comme un moyen de rentabiliser rapidement leurs opérations) permet en effet un accès plus facile aux marchés, soit directement par la présence des clients, soit plus indirectement parce que les infrastructures présentes, notamment l'autoroute permettent de les atteindre facilement.

Dans ce contexte, le TGV, assez peu utilisé par les entreprises d'origine locale, permet toutefois aux salariés des entreprises ayant leur siège à Paris, de se rendre à une réunion et de revenir dans la demi-journée. Parmi les entreprises locales, par exemple, une seule a cité le TGV comme facteur d'implantation, celui-ci étant un moyen de pouvoir recruter un collaborateur spécialisé venant de Paris, le recrutement local étant difficile.

Si l'on s'intéresse enfin aux réponses des entreprises selon leur date d'implantation (avant ou après 2006) ou selon qu'elles soient d'origine endogène ou exogène, aucune différence significative dans les réponses apportées n'émerge. Ainsi les entreprises exogènes ne citent parmi les facteurs pas plus souvent que les entreprises locales la gare ou le TGV.

#### **2.4. Le rôle spécifique du TGV en termes d'attractivité : entre virtualité et usage**

A l'examen des facteurs de localisation et du profil des entreprises implantées, c'est plutôt la dynamique de l'offre immobilière qui semble être directement impactée par le TGV (2.4.1) ; l'usage du TGV semble jouer un rôle secondaire (2.4.2).

##### *2.4.1. Une dynamique de l'offre immobilière positivement impactée par le TGV*

Le TGV est incontestablement une aménité prisée par les investisseurs et les promoteurs. La plupart des gares TGV ont effectivement fait l'objet de programmes d'immobilier d'entreprise d'ampleur variable, qu'il s'agisse du quartier « Euralille » à Lille, de l'opération Novaxis au Mans, ou encore de l'exemple plus ancien du centre d'affaires de La Part Dieu à Lyon. Ces opérations, réalisées à proximité immédiate des centres-villes s'avèrent au fil du temps remporter un certain succès. Ce n'est pas forcément le cas des gares TGV situées en périphérie, ou aux abords des petites villes communément appelée « gares



betteraves ». Plusieurs échecs ont en effet pu se produire comme à Vendôme ou encore autour de la gare Le Creusot TGV en raison de l'absence d'autres facteurs de localisation classiques tels que la centralité jugée indispensable par certaines entreprises de service. Certains acteurs de l'immobilier d'entreprises sont par exemple dubitatifs à Reims quant à la réussite possible à moyen terme du parc d'affaires sur la gare TGV de Bezannes, située à seulement 5 km du centre-ville, et où pour l'instant la Chambre de Commerce et d'Industrie, une banque locale et un promoteur ont prévu de s'implanter.

Les investisseurs jouent donc sur une combinaison de facteurs (centralité, accessibilité autoroutière, ferroviaire et interurbaine) associée au TGV qui confère une nouvelle image au quartier. Il s'agit d'une image de modernité et de qualité de vie au travail (centre-ville proche, bureaux agréables, parking facile). Les résultats de l'enquête réalisée à Clairmarais montrent bien que cette image est relayée par les entreprises qui s'implantent. Deux d'entre elles citent par exemple comme premier facteur d'implantation le fait qu'il s'agisse d'une zone de bureau et d'un centre d'affaires neuf, un autre cite en seconde position le fait qu'il s'agisse d'un quartier amené à se développer, alors que la présence même du TGV n'est citée que deux fois, et uniquement en deuxième et troisième position.

Le TGV jouerait donc plutôt un rôle déclencheur d'une dynamique de la construction immobilière sur ce type de quartier. Les politiques publiques cherchent à dégager des surfaces foncières permettant à des investisseurs de se positionner. Les investisseurs privés cherchent à profiter d'opérations qu'ils anticipent comme pouvant être potentiellement rentables. Les entreprises locales profitent de cette offre pour se relocaliser et travailler dans des locaux normalisés. Ces éléments constituent des signaux positifs pour certaines entreprises extérieures qui, dans le cadre d'une politique de marketing territorial efficace, viennent s'y localiser. Une enquête réalisée en février 2007 par la CCI de Reims (CCIRE, 2007) auprès des entreprises régionales quant à leur vision du TGV-Est, confirme cet effet d'image conféré au TGV<sup>11</sup>.

La primauté de l'image sur l'usage réel du TGV semble également être corroborée par les réponses des entreprises présentes sur le site de Clairmarais interrogées sur l'usage qu'elles en ont.

#### *2.4.2. Un usage relatif du TGV pour les entreprises implantées à Clairmarais*

Si les entreprises interrogées reconnaissent une certaine importance de l'accessibilité dans leurs stratégies d'implantation, cette accessibilité n'est pas particulièrement liée à la présence du TGV, hormis dans quelques rares cas.

Parmi les entreprises enquêtées particulièrement intéressées par le TGV, les raisons invoquées sont liées d'abord à l'accessibilité rapide du siège (deux d'entre elles ayant leur siège à proximité de la gare de l'Est). Pour ces deux entreprises, le TGV n'a cependant pas été un facteur de localisation déclenchant. L'une d'entre elle était déjà localisée à Reims depuis 1997 et s'est relocalisée à Clairmarais. L'autre correspond à un investissement exogène, implanté en 2004, avec pour critère principal de localisation la proximité du marché<sup>12</sup>. La seconde raison invoquée par une entreprise est le fait de pouvoir recruter une personne

---

<sup>11</sup> Sur les cinq axes potentiels en termes d'impact présentés à ces entreprises (image et attractivité de la région, développement économique, déplacements professionnels, déplacements des fournisseurs et clients, recrutement des collaborateurs), c'est l'image et l'attractivité de la région qui arrivent en tête pour 86 % des entreprises.

<sup>12</sup> L'objectif était d'ouvrir un établissement à proximité des entreprises de Champagne-Ardenne et de l'Aisne ayant un chiffre d'affaires supérieur à 7,5 millions d'euros. C'est donc plutôt la présence de maisons de champagne qui a été déterminante dans l'implantation, même si le cahier des charges mentionnait que le lieu d'implantation devait se situer à proximité d'une gare.

qualifiée dans un domaine spécifique, provenant de Paris, et pouvant se rendre à Reims deux fois par semaine.

D'autres entreprises se sont dites potentiellement intéressées par le TGV mais déçues de la desserte proposée. L'une d'entre elles ayant son siège à Francfort continue à se déplacer en voiture pour s'y rendre. La desserte vers l'Allemagne est effectivement insatisfaisante à ce jour. La SNCF propose de prendre des TGV à Paris pour aller vers l'Allemagne, ce qui constitue une perte de temps et une aberration manifeste pour les rémois. Une autre entreprise dont le siège est à Marne-la-Vallée souligne que les horaires proposés ne permettraient aucune souplesse, le personnel continue donc à se déplacer au siège en voiture.

Un bon nombre d'entreprises interrogées signalent que le TGV peut éventuellement leur être utile, mais n'indiquent pas l'utiliser, ou de façon relativement marginale. Beaucoup se rendent au siège par autoroute lorsque celui-ci est à Lille (en raison de la faiblesse de la desserte, 3 AR TGV/jour de la gare de Bezannes), à Amiens (pas de desserte TGV), ou à Lyon (pas de desserte directe).

De même, l'utilisation du TGV pour visiter la clientèle n'est pas du tout mentionnée, ce qui peut s'expliquer par la présence majoritairement de services courants. Enfin, seules deux entreprises sur 26 ont déclaré s'être implantées en raison du TGV. Les autres entreprises qu'elles soient locales ou extérieures ne l'évoquent pas directement en raison d'une activité ne nécessitant que des déplacements locaux. Par exemple, les centres d'appel évoquent comme facteur prioritaire l'existence d'une main d'œuvre étudiante suffisante.

## **Conclusion**

Cette communication avait pour objectif d'identifier le rôle du TGV en matière d'attractivité, en analysant les choix de localisation des entreprises de service qui s'implantent dans les centres d'affaires des gares TGV. D'un point de vue théorique, il nous est apparu que l'analyse des facteurs traditionnels de localisation des entreprises n'était pas suffisante pour expliquer ces choix. Longtemps, l'offre immobilière de bureau n'était pas considérée comme intervenant dans l'arbitrage des entreprises. Cependant dans un contexte de tertiarisation des activités et de recentrage des entreprises sur leur « core business », la production d'une offre immobilière standardisée par des promoteurs est devenue un des facteurs déterminants de leurs choix de localisation. Si le TGV peut intervenir dans ces choix lorsqu'un usage important en est fait, il demeure marginal pour la plupart des entreprises enquêtées. A la lumière de l'enquête réalisée auprès d'entreprises localisées dans le quartier Clairmarais situé derrière la gare centrale de Reims, la disponibilité de locaux neufs répondant aux standards contemporains, la proximité du centre-ville et de la clientèle, et une bonne accessibilité globale sont les principaux facteurs de localisation de ces entreprises. Aussi le TGV n'apparaît-il pas comme un facteur crucial pour une implantation même si pour des raisons d'image et de dynamisme, les villes TGV sont plus souvent dans les « short lists » lors d'un processus d'implantation. En revanche, le TGV paraît déterminant dans le développement de l'offre immobilière des villes desservies. En effet, la mise en place d'une desserte TGV favorise l'émergence d'une réflexion sur le devenir de l'agglomération et du quartier de la gare. La mise en service d'une ligne à grande vitesse invite les acteurs à repenser la fonction des quartiers d'arrière gare demeurés longtemps des quartiers insalubres et malfamés. Les promoteurs s'y intéressent puisque ces quartiers cumulent les facteurs recherchés par les entreprises notamment la proximité du centre-ville. Par leurs politiques d'urbanisme, les collectivités locales, favorisent la libération et l'acquisition de foncier par les promoteurs afin de permettre la redynamisation de ces quartiers grâce au développement notamment d'une offre immobilière de bureau. Le TGV est donc un élément déclencheur qui procure une image de modernité aux opérations. L'enquête réalisée sur l'agglomération de Reims corrobore cette

analyse. Cette enquête connaît cependant quelques limites, d'une part par sa proximité avec la mise en service du TGV qui ne permet pas un recul important (1 an), d'autre part par la difficulté d'interroger la personne responsable de l'implantation. Toutefois, la principale limite provient du fait qu'elle s'adresse essentiellement aux entreprises implantées. Or l'analyse théorique que nous proposons montre que l'analyse du comportement des promoteurs apparaît cruciale dans la compréhension du rôle du TGV dans les choix de localisation. Aussi serait-il nécessaire, pour compléter l'analyse, de valider d'un point de vue empirique l'analyse des choix du promoteur et la nature de son contexte décisionnel en termes de rationalité limitée.

## Bibliographie

- BAZIN S., BECKERICH C., DELAPLACE M., 2004, *Analyse prospective des impacts de la Ligne Grande Vitesse Est-Européenne dans l'agglomération rémoise et en région Champagne-Ardenne*, rapport intermédiaire remis à la région Champagne-Ardenne, Août 2004, 270 pages
- BAZIN S., BECKERICH C., DELAPLACE M., 2006, *Analyse prospective des impacts de la Ligne Grande Vitesse Est-Européenne dans l'agglomération rémoise et en région Champagne-Ardenne*, Rapport final pour le Conseil Régional Champagne-Ardenne, Février 2006, 495 pages + annexes.
- BEAUREGARD R.A. (2005), The Textures of Property Markets : Downtown Housing and Office Conversions in New York City, *Urban Studies*, Vol. 42, N° 13, 2005, pp. 2431-2445.
- BERION P., JOIGNAUX G., LANGUMIER J-F. (2007), L'évaluation socio-économique des infrastructures de transport : enrichir les approches du développement territorial, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, N°4, pp. 651-676.
- BONNET J. (2003), L'évolution du marché des bureaux en France et à l'étranger, *Géocarrefour*, Vol. 78, n° 4, 2003, pp. 281-294.
- BRICOUT T. (1996), *Impact du TGV sur les entreprises du tertiaire supérieur du Nord-Pas-de-Calais*, Mémoire de maîtrise, UVHC.
- BUISSON M.A. (1986), « Effets indirects du TGV et transformations du tertiaire supérieur en Rhône-Alpes », in *Etudes et Recherches*, Laboratoire d'économie des transports, Lyon, 1986, 87 p.
- BURMEISTER A., MEUNIER C., RALLET A. ET RYCHEN F, (2003), « Réseaux de transports et de télécommunications et efficacité des systèmes productifs », in DUPUY C. ET BURMEISTER A. (2003) *Entreprises et territoires, les nouveaux enjeux de la proximité*, 2003 Communauté d'agglomération de Reims (CAR), 2004., N° 78, Mars
- CCIRE (2007), Ce que les entreprises disent du TGV-Est, Février 2007
- CHARNEY I. (2007), Intra-metropolitan preferences of property developers in greater Toronto's office market, *Geoforum*, 38, pp. 1179-1189
- COFFEY W-J., POLESE M. (1987), Trade and Location of Producer Services; a Canadian Perspective, *Environnement and Planning, A*, Vol. 19, pp. 597-611.
- CROUZET E. (2001), Géographie économique des bureaux : l'organisation urbaine en question, *L'espace géographique*, n°3, pp.256-264.
- CROUZET E. (2003), L'immobilier de bureau dans l'espace urbain : évolutions des approches théoriques, *Géocarrefour*, Vol. 78, n° 4, pp. 269-279.
- DOSI G. (1988), Sources, procedures and microeconomic effects of innovation, *Journal of economic literature* Vol. 26. p 1120-1171
- DEMAZIERE C. (2003), L'implication des pouvoirs publics locaux dans la production d'immobilier d'entreprise : le cas des centres d'appels dans deux agglomérations de taille moyenne, Orléans et Tours, *Géocarrefour*, Vol. 78, pp.363-373.

- GACHELIN Ch. (1992) Dynamiques de métropolisation, hypothèse pour la métropole lilloise, Lille, Agence de développement et d'urbanisme de Lille.
- GREENHUT M.L. (1956), *Plant Location in Theory and in Practice, the Economics of Space*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press.
- HOTELLING H. (1929), Stability in competition, *Economic Journal* (39), pp. 41–57.
- JOUVAUD M. (1998), *Localisation des services aux entreprises et croissance des agglomérations*, Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université d'Aix-Marseille, 287 pp.
- JOUVAUD M. (1999), Qualités environnementales et localisation des services aux entreprises, *Notes de recherche du CER d'Aix-Marseille III*, n° 220.
- LACAZE J.P. (1995), *La ville et l'Urbanisme*, Flammarion 1995, 127 p.
- LOSCH A. (1941), *Die Räumliche Ordnung der Wirtschaft*, Jena: Gustav Fischer.
- LOUW (1998), Accomodation As a Location Factor For Office Organisation: Implication For Location Theory, *Neth. Journal of Housing and the Build Environment*, Vol. 13, N°4, 1998, pp. 477-494.
- MANNONE V. (1995), *L'impact régional du TGV sud-est*, Thèse pour l'obtention du doctorat de géographie, 2 tomes, Université de Provence Aix-Marseille I, 1995
- MARCH J. ET SIMON H. (1969), *Les organisations*, Dunod.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER B. (2003), L'émergence d'un marché d'immobilier d'entreprise. L'exemple de la Wallonie, *Géocarrefour*, Vol 78 43, pp. 295-300
- MERENNE-SHOUMAKER B., MOYART L. (2007), Les dynamiques de localisation des services aux entreprises, in Gallouj C., Leloup F., Mérenne-Schoumaker B. et Moyart L. Eds, *Services aux entreprises et développement régional, Bilan et perspectives*, De Boeck
- MOULAERT F., GALLOUJ C. (1994), Tertiaire supérieur, hiérarchie urbaine et politique publique : quelques réflexions analytiques, pp. 185-202, dans Plan Urbain (éd.), *les villes européennes de tradition industrielle : mutations économiques et politiques urbaines*, Presses Universitaires de Lille.
- NELSON R. & WINTER S. (1982), *An evolutionary theory of economic change*, Cambridge Mass, The belknap of Harvard University.
- OLLIVRO J. (1997) *TGV et fonctions supérieures dans les régions Bretagne et Pays de la Loire*, R.E.S.O. Université de Rennes II.
- POLESE M. (1994), *Economie Urbaine et Régionale : logiques spatiales des mutations économiques*, Paris, Economica.
- TORRE A. (2006) Clusters et systèmes locaux d'innovation, Un retour critique sur les hypothèses naturalistes de la transmission des connaissances à l'aide des catégories de l'économie de la proximité in *Régions et Développement*, n°24, 15-44.
- WEBER A. (1909), *Über den Standort der Industrien*, Tübingen: Verlag von J.C.B. Mohr.
- VON THUNEN J. H. (1826), *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirthschaft und Nationalökonomie*, 1826.