

XLV^e Colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française (ASRDLF) – "Territoires et action publique territoriale : nouvelles ressources pour le développement régional"

Université du Québec à Rimouski (UQAR)

Rimouski, Québec, Canada

25, 26 et 27 Août 2008

**La localisation des entreprises étrangères en Tunisie :
Attractivité-pays *versus* attractivité territoriale***

Zouhour KARRAY*

Résumé

L'article propose d'examiner les facteurs de localisation des entreprises étrangères en Tunisie en supposant que le choix de localisation correspond à une décision géographiquement hiérarchisée. En effet, une firme multinationale choisit d'abord le pays d'investissement, puis une région à l'intérieur de ce pays. L'analyse empirique est réalisée à partir de données issues d'une enquête réalisée en Tunisie dans le cadre du programme de recherche FSP auprès des entreprises étrangères implantées dans le pays. L'estimation d'un modèle *logit* permet, dans un premier temps, de montrer que la probabilité que la localisation d'une firme étrangère en Tunisie correspond à une stratégie de délocalisation de ses activités de production augmente avec l'importance accordée aux facteurs économiques (proximité/coûts) et aux incitations. Dans un second temps, il s'agit d'identifier les facteurs déterminants le choix de la région d'implantation. Les résultats des estimations de modèles *logit* pour les différentes régions considérées montrent que les facteurs d'attractivité au niveau local (attractivité territoriale) diffèrent de ceux au niveau national (attractivité-pays). A titre d'exemple, le choix de localisation dans la région du grand Tunis s'explique principalement par l'état des infrastructures et la disponibilité de main-d'œuvre alors que les incitations fiscales sont à l'origine de la décision d'implantation dans la région de Zaghuan.

Mots clés : Localisation, attractivité, IDE, logit

Classification JEL : C31, F21

* Ce travail de recherche a été réalisé dans le cadre d'un programme de recherche FSP (2005 – 2008) intitulé « *Dynamiques d'agglomération des activités productives et gouvernance territoriale* ».

* Maître de Conférences à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Nabeul.

Chercheur à l'UAQUAP, Institut Supérieur de Gestion de Tunis.

Chercheur associé au LEREPS – GRES, Université Toulouse I.

Courriel : karray@univ-tlse1.fr

1. Introduction

Les flux d'Investissement Direct Etranger (IDE) vers la Tunisie connaissent depuis une dizaine d'année une croissance remarquable et surtout régulière. Si on exclut les grandes opérations de privatisation (dans l'industrie comme dans le secteur du service) et les flux dans le secteur de l'énergie (puisque répondant à des logiques spécifiques d'ordre institutionnel), on peut remarquer que cette croissance profite principalement au secteur manufacturier. En effet, entre 1996 et 2006, les flux d'IDE dans les industries manufacturières ont été multipliés par sept (passant de 49,5 à 347,4 millions de dinars). Cette évolution est certes liée à l'adhésion de la Tunisie à l'OMC et à la signature en 1995 de l'accord de libre échange avec l'Union Européenne. Mais, elle est aussi le résultat d'une politique de renforcement de l'attractivité du pays par rapport aux investissements étrangers.

Plus particulièrement, les autorités publiques essayent d'attirer les investisseurs étrangers considérés comme source de création d'emploi, de diffusion de connaissances technologiques, d'amélioration de la productivité des firmes locales, etc. Ainsi, développer une politique d'attractivité des IDE est devenu une question quasiment stratégique pour les autorités économiques et politiques. Les facteurs d'attractivité concernent le niveau national (stabilité politique et économique, cadre institutionnel, etc.) ou encore le niveau infra-national (coût et qualification de la main d'œuvre, état des infrastructures, incitations fiscales propres aux régions, etc.). Les politiques de développement régional sont souvent mobilisées à différents niveaux afin d'orienter et d'influencer la localisation des activités économiques dans les régions défavorisées.

La recherche sur les déterminants de l'internationalisation des firmes fait apparaître deux types de déterminants. Les facteurs internes permettent de répondre à la question pourquoi une firme décide de s'implanter à l'étranger plutôt que d'exporter ou de signer un accord de sous-traitance, alors que les facteurs externes permettent de comprendre pourquoi une firme choisit de localiser son unité de production dans tel pays et non dans un autre. Les deux types d'analyse retiennent un seul niveau géographique à savoir le pays. Ces analyses se sont progressivement enrichies grâce à l'essor de la géographie économique qui permet une analyse plus fine de la localisation spatiale des entreprises. La décision de localisation se fait généralement selon un processus complexe à deux, voire plusieurs niveaux géographiques. L'entreprise choisit d'abord le pays d'implantation, puis une région à l'intérieur du pays.

Pour un pays comme la Tunisie, il est peu probable que l'entreprise étrangère choisisse directement la région d'implantation de son unité de production indépendamment du choix du pays¹. Plusieurs niveaux géographiques sont considérés au cours du processus de localisation des firmes multinationales : d'abord l'entreprise choisit une grande zone géographique (le Maghreb), puis un pays (la Tunisie), une région, une ville, pour aboutir finalement au site d'implantation de l'unité de production. En plus, les facteurs déterminants le choix de la zone de localisation peuvent être différents de ceux relevant du choix de la Tunisie comme pays d'accueil. Ainsi, l'objectif principal de ce travail est d'examiner les facteurs d'attractivité de la Tunisie au regard des entreprises étrangères en considérant deux niveaux d'analyse. Il s'agit plus précisément d'identifier les facteurs d'attractivité au niveau national (attractivité-pays) et ceux qui relèvent du niveau infra-national (attractivité territoriale). Les analyses théorique et empirique permettront de voir dans quelle mesure la décision d'implantation des entreprises

¹ Le travail d'enquête réalisé au sein du projet FSP a permis de constater cette logique hiérarchisée dans la décision de localisation. Ceci est particulièrement vrai pour les pays en développement pour lesquels il y a méconnaissance des spécificités régionales. Il est peu probable qu'une entreprise qui décide de s'implanter au Maghreb compare directement les régions de Tanger (Maroc) et de Zaghouan (Tunisie), le choix du pays d'implantation apparaît comme une étape préliminaire importante.

étrangères s'inscrit dans une logique globale de pays ou alors dans une logique locale complémentaire à la première.

Ainsi, le papier sera organisé comme suit. La section suivante présentera un bref aperçu sur la littérature traitant les déterminants du choix de localisation en distinguant les deux niveaux d'analyse (pays/région). La section 3 donnera une idée générale sur l'enquête réalisée dans le cadre de ce travail de recherche. La section 4 présentera les résultats de l'analyse empirique. Enfin, la conclusion proposera des recommandations en matière de politiques d'attractivité au niveau national et surtout local.

2. Les déterminants du choix de localisation : un bref aperçu de la littérature

Les analyses théoriques traditionnelles sur les déterminants de l'IDE permettent de comprendre : *i*) "pourquoi" l'entreprise décide de s'implanter à l'étranger pour réaliser une partie de ses activités et ce en considérant les facteurs internes à la firme tels que l'internalisation, les coût de transaction, etc. (Blonigen, 2005) ; et *ii*) "pourquoi" l'entreprise choisit de localiser ses activités dans tel pays et non dans un autre et ce en considérant les facteurs externes, c'est-à-dire les différents facteurs d'attractivité des pays (Globerman et Shapiro, 1999, 2001 ; Karray et Toumi, 2007). Ces approches sont complémentaires et permettent de considérer que la décision de localisation est le résultat de combinaison des avantages de la firme et de la zone d'accueil (Dunning, 1988 ; Mucchielli, 1998). Ces approches traditionnelles ont souvent privilégié un seul niveau géographique d'observation, en général le pays. Or, les entreprises étrangères ont tendance à se localiser dans les mêmes régions que leurs concurrentes. L'analyse des effets d'agglomération serait donc pertinente à une échelle géographique fine. Les nouvelles théories de la localisation, et en particulier les analyses d'économie géographique (Krugman, 1991), permettent une étude plus fine de la localisation spatiale des entreprises étrangères au sein des territoires étrangers. Ce type d'analyse permet de répondre à la question "où" localiser les activités de production (une fois le pays d'accueil est choisi) et d'examiner les effets d'agglomération qui découlent de la stratégie de localisation.

Par ailleurs, la recherche théorique récente sur les déterminants de la multinationalisation des firmes et de la délocalisation des activités fait apparaître un processus séquentiel dans l'explication du choix de localisation (Head *et al.*, 1995, 1999). La décision de localisation d'une entreprise multinationale peut être décrite comme une séquence de choix géographique dans laquelle l'entreprise étrangère choisit d'abord un pays puis une région à l'intérieur de ce pays (Mayer et Mucchielli, 1999). Il s'agit d'une structure de choix géographiquement hiérarchisée. A l'instar de Mucchielli (1998), les déterminants du choix de localisation des entreprises étrangères peuvent être classés en quatre grands types² : la taille du marché, le coût des facteurs de production, le nombre d'entreprises présentes dans chaque localisation et enfin les différentes politiques d'attractivité menées par les autorités locales du pays d'accueil. L'importance relative de ces facteurs diffère selon le niveau géographique de décision. Il est donc intéressant de préciser l'influence de chaque déterminant pour chaque niveau géographique (pays, région). Les facteurs influençant le choix du pays d'accueil renvoient à une attractivité-pays, alors que le choix de la zone d'implantation au niveau infra-national dépend d'une attractivité territoriale, c'est-à-dire des facteurs d'attractivité spécifiques à la région en question. Au-delà des facteurs communs à toutes les régions d'un même pays (tels que la proximité géographique, les facteurs institutionnels globaux, etc.), certaines régions

² Pour une justification théorique et formalisée de ces déterminants, voir Crozet, Mayer et Mucchielli (2004).

peuvent présenter des facteurs d'attractivité qui leurs sont propres (incitations spécifiques, coûts, qualité des institutions et infrastructures, etc.).

La taille du marché et le niveau de la demande sont généralement des critères de choix du pays (Mayer et Mucchielli, 1999). Un investisseur étranger qui s'implante dans un marché est plutôt attiré par l'importance du marché national. La région infra-nationale compte moins car l'entreprise multinationale a une vision globale du marché national. Ceci est d'autant plus vrai lorsque le pays d'accueil est de petite taille. Dans ce cas, la proximité géographique du pays d'implantation peut compenser l'effet taille du marché. Inversement, lorsque la distance géographique entre le pays d'origine et le pays hôte est importante, la taille du marché devient un critère plus important. Dans ce cas, le potentiel marchand du lieu d'implantation (Crozet *et al.*, 2004) peut jouer également un rôle important. Une entreprise étrangère peut être intéressée par un marché supra-national. En effet, une firme étrangère, qui décide d'implanter une unité de production en Tunisie est certes intéressée par le marché tunisien, mais aussi par le marché européen. L'implantation en Tunisie lui procure un accès préférentiel au marché de l'union européenne grâce à l'accord de libre échange entre la Tunisie et l'union européenne.

Concernant les coûts de production, les firmes multinationales se localisent là où les coûts des facteurs de production sont les plus faibles. Il s'agit principalement du rapport coût/qualité de la main-d'œuvre qui apparaît plutôt comme un critère de choix de région. En effet, si le salaire moyen au niveau national peut influencer dans un premier temps le choix du pays, il faut signaler que le choix du site de localisation dépend de la disponibilité de la main-d'œuvre, de sa qualification, ainsi que du niveau des salaires à l'échelle locale. Supposons par exemple que pour deux pays, le coût moyen du travail soit le même mais que l'un de ces pays ait une forte disparité régionale des salaires et l'autre non. Même si la majorité des firmes choisissent le pays à forte disparité et la région à bas salaires, cet effet risque d'être masqué si l'on tient compte du choix au niveau national uniquement (Mayer et Mucchielli, 1999).

Si pour les deux premiers déterminants (taille du marché et coût de production) le sens de l'influence ne pose pas d'ambiguïté, l'impact des deux autres facteurs est moins clair. En effet, le nombre d'entreprises déjà installées dans la région peut jouer le rôle de forces centripète ou centrifuge. Selon les théories de la localisation³, le nombre d'entreprises augmente le degré de concurrence locale et réduit donc l'attractivité du territoire. La présence d'entreprises dans une localisation crée alors des forces de dispersion. Par contre, l'existence d'externalités positives (liées à la diffusion des connaissances technologiques, à l'existence d'un marché du travail local spécialisé, à la production de biens intermédiaires spécifiques, etc.) pousse les entreprises à s'agglomérer géographiquement. En outre, les investisseurs étrangers ont généralement une information imparfaite sur les différentes localisations possibles, ce qui peut donner lieu à un comportement de mimétisme (suivre les choix des investisseurs précédents) et entraîner un phénomène de concentration. Ces forces de dispersion et d'agglomération liées à la proximité géographique, lorsqu'elles existent, jouent un rôle important à une échelle géographique fine (la région). Si les phénomènes d'agglomération influencent les décisions de localisation, il ne faut pas pour autant présupposer leur existence. En effet, pour un pays comme la Tunisie, l'agglomération des activités productives est souvent liée à une volonté publique de dynamisation de certaines régions⁴ ou à la présence de ressources naturelles ou encore à l'existence de traditions artisanales dans certaines activités⁵.

³ Pour un survey sur la question, voir par exemple Ottaviano et Puga (1997), Hanson (2000) ainsi que Ottaviano et Thisse (2004).

⁴ Comme c'est le cas pour la région de Zaghuan bénéficiant de certains programmes d'incitations fiscales pour encourager les entreprises à s'implanter dans les zones de développement prioritaires.

⁵ La région du Sahel et plus précisément la ville de Monastir recèle des traditions artisanales, un ensemble de « connaissances tacites » propres au textile, transmises de génération en génération.

Enfin, l'effet des différentes politiques d'attractivité sur le choix de localisation peut concerner aussi bien le niveau national que régional. Le renforcement de l'attractivité d'un pays par rapport aux IDE concerne plusieurs domaines : la stabilité politique et économique, la qualité des institutions et infrastructures, les incitations fiscales, etc. Des facteurs tels que la stabilité politique et économique influencent le choix du pays d'accueil et laissent indéterminé le choix régional. Par ailleurs, si l'état des infrastructures globales de transport et des systèmes de communication oriente le choix de localisation des firmes étrangères entre pays hôtes, il faut remarquer que c'est la structure spatiale du système de communication et la proximité géographique des ports et aéroports qui déterminent le choix d'une région particulière au sein du pays. Enfin, les mesures d'incitations fiscales sont multiples : exonération temporaire d'impôts, exonération temporaire des charges sociales, faiblesse de l'imposition sur les bénéficiaires, octroi de terrains gratuits ou à prix réduits, etc. Certaines incitations sont indépendantes du choix de la zone d'implantation alors que d'autres sont conçues dans une perspective de développement régional (comme par exemple la mise en place d'un système d'incitations fiscales spécifiques aux zones de développement prioritaires en Tunisie) et peuvent par conséquent influencer le choix de la région d'implantation au sein du pays.

La littérature empirique sur les déterminants du choix de localisation et distinguant les niveaux géographiques a connu un essor considérable et concerne principalement le cas des pays développés. Ce type d'analyse a déjà été réalisé pour le cas de localisation des entreprises japonaises en Europe (Mayer et Mucchielli, 1999) et aux Etats-Unis (Head *et al.*, 1999), des firmes étrangères en Chine (Head et Ries, 1996), ou encore pour les firmes françaises et Japonaises en Asie (Head *et al.*, 2002), ou alors pour la localisation des entreprises européennes, américaines et japonaises en France (Crozet *et al.*, 2004) et enfin des entreprises françaises en Europe (Mucchielli et Puech, 2003). Si plusieurs travaux théoriques et empiriques ont été réalisés pour le cas des pays développés à fin de tenir compte du processus géographique de localisation, à notre connaissance très peu d'études à un niveau géographique fin ont été réalisées pour le cas de pays en développement, et en particulier les pays du Maghreb. Les travaux empiriques réalisés pour ces pays s'intéressent principalement à la question de l'attractivité du pays (Karray et Toumi, 2007, Driss, 2007) et laissent dans l'ombre la question de choix de la région d'implantation. Pourtant, dans ces pays, les politiques de développement régional ainsi que les facteurs institutionnels rendent certaines régions plus attractives que d'autres. Une fois le pays d'accueil choisi, l'entreprise multinationale ne peut pas être indifférente quand au choix de la région d'implantation pour son unité de production. Ce travail entend combler ce vide pour le cas de la Tunisie en développant une analyse permettant d'identifier les facteurs d'attractivité du pays, ainsi que les déterminants de la localisation au niveau régional (attractivité territoriale). Les résultats permettront de voir dans quelle mesure la décision d'implantation des entreprises étrangères en Tunisie s'inscrit dans une logique globale de pays ou alors dans une logique régionale complémentaire à la première.

3. Source de données

L'analyse empirique réalisée dans le cadre de ce travail est basée sur des données issues d'une enquête réalisée en 2007 auprès des entreprises étrangères en Tunisie pour apprécier l'attractivité du territoire tunisien vis-à-vis des IDE⁶. La conception du questionnaire est basée

⁶ L'enquête est réalisée dans le cadre du programme de recherche portant sur "*les dynamiques d'agglomération des activités productives et gouvernance territoriale*". Ce programme de recherche s'inscrit dans le cadre de l'action de coopération du Fonds de Solidarité Prioritaire (FSP) : "*appui pour la recherche en sciences sociales et humaines entre la France et le Maghreb*", financé par le Ministère des Affaires Etrangères et coordonné par la Maison des Sciences de l'Homme (MSH) de Paris.

sur la distinction entre deux types de facteurs d'attractivité : les facteurs d'attractivité-pays et ceux liés au choix de la région d'implantation (attractivité territoriale). Les investisseurs étrangers sont interrogés sur les déterminants du choix du pays d'accueil (facteurs économiques et institutionnels dont, entre autres, les différentes formes d'incitations fiscales). Ensuite, les firmes doivent préciser les critères déterminant le choix de la région à l'intérieur du pays (état de l'infrastructure locale, les différentes formes d'incitations propres à la région, facteurs liés au tissu local et à la main-d'œuvre). Enfin, les entreprises étrangères sont également interrogées sur les difficultés liées à l'investissement. Dans le cadre de cette enquête, il s'agit plus précisément d'une mesure d'appréciation par rapport aux différents facteurs d'attractivité. L'enquête s'est déroulée par des entretiens personnels auprès des entrepreneurs étrangers installés en Tunisie.

L'échantillon comporte 120 entreprises étrangères⁷ déjà implantées sur le territoire tunisien, qui ont été définies comme des sociétés dont :

- Le taux de participation étrangère dans le capital social est au moins égal à 20% : c'est le seuil minimal retenu par le FMI pour que le capital étranger investi soit qualifié d'IDE.
- L'activité principale est dans l'industrie manufacturière. Les entreprises étrangères partiellement exportatrices appartenant au domaine de l'énergie sont exclues, puisque ces firmes sont attirées par les ressources naturelles.
- Les unités de production sont localisées principalement dans les régions littorales du pays qui accueillent plus de 90% des firmes étrangères.

La technique de sondage adoptée (voir annexe 1) a permis de tirer un échantillon représentatif selon trois critères : la taille des entreprises, le secteur d'activité et la localisation géographique. Etant donné que les entreprises étrangères sont localisées principalement dans les régions littorales de la Tunisie⁸, l'échantillon comprend des entreprises étrangères localisées dans les régions du Grand Tunis (regroupant les gouvernorats de Tunis, Ariana, Manouba et Ben Arous), du Nord-Est (comprenant les gouvernorats de Bizerte, Nabeul et Zaghouan,) et la région du Sahel (Centre-Est).

Plus de 39% des entreprises enquêtées sont localisées dans le grand Tunis, 25% à Nabeul et près de 10% à Bizerte. 12,5% et 13,5% des entreprises sont localisées respectivement dans les gouvernorats de Zaghouan et de Monastir. Ce qui montre bien la domination des régions littorales en matière de localisation des entreprises étrangères. Pour ce qui est de la répartition sectorielle, 54% des entreprises appartiennent au secteur du textile/habillement. Ce pourcentage est tout à fait prévisible puisque le secteur du textile accueille en Tunisie près de 20% des flux d'IDE dans l'industrie manufacturière et regroupe plus de 50% des entreprises étrangères. En revanche, l'industrie mécanique et électrique représente 20% de l'échantillon (pourcentage équivalent à celui de la population mère) et accueille 43% des flux d'IDE reçus par la Tunisie⁹. Concernant la taille des entreprises enquêtées, plus de 50% sont de taille moyenne, 23% de grande taille et 21% de petite taille. Enfin, on remarque que 80% des

⁷ La taille de l'échantillon représente à peu près 10% de la population mère. Le taux de réponse est de 80%, ce qui ramène l'effectif des entreprises considérées à 96 entreprises étrangères.

⁸ Dans un travail antérieur réalisé dans le cadre du programme de recherche FSP (Karray et Driss, 2006), nous avons constaté une forte concentration des activités industrielles en Tunisie, surtout dans les régions littorales. Pour certaines activités, comme le Textile/Habillement, cette concentration est accentuée par la présence des firmes étrangères.

⁹ La source de données pour les chiffres relatifs à la population mère est la base de données de la FIPA et ils sont relatifs à l'année 2007.

entreprises considérées dans l'analyse sont d'origine européenne (principalement la France, l'Italie, l'Allemagne, et la Belgique)¹⁰.

4. Résultats et interprétations

L'analyse empirique réalisée dans le cadre de ce travail suppose deux étapes. Il s'agit d'identifier dans un premier temps les facteurs d'attractivité au niveau national (attractivité-pays), c'est-à-dire les facteurs qui expliquent la décision d'implantation des firmes étrangères en Tunisie. L'analyse considère dans un second temps un niveau de décision plus fin en cherchant à identifier les critères de choix de la région d'implantation au sein du pays (attractivité territoriale). Dans les deux étapes, il s'agit de réaliser des analyses factorielles (pour des fins de synthèse de l'information) et d'estimer des modèles qualitatifs (*logit*).

4.1. Les facteurs d'attractivité-pays

L'implantation des entreprises étrangères en Tunisie peut correspondre à plusieurs stratégies possibles : délocalisation des activités, création de filiales à 100%, création de joint-venture avec un partenaire local, fusion-acquisition, participation dans le capital d'une entreprise tunisienne en cours de privatisation, etc. Les entreprises interrogées doivent préciser la stratégie adoptée lors de l'implantation en Tunisie. Etant donnée l'importance croissante des mouvements de délocalisation auxquels assiste désormais l'économie mondiale, on suppose que l'entreprise considère que la Tunisie comme un territoire attractif dès lors que son implantation correspond à une stratégie de délocalisation, les autres formes d'implantation correspondant plutôt à une logique stratégique. En effet, plus de 50% des entreprises considérées dans l'échantillon déclarent que la décision d'implantation en Tunisie correspond à une stratégie de délocalisation. Pour une entreprise étrangère i , on peut définir la probabilité P_i que son implantation en Tunisie correspond à une stratégie de délocalisation :

$$P_i = \text{proba}(Déloc_i = 1) \quad (1)$$

où $Déloc_i$ est une variable dichotomique qui prend la valeur 1 si l'implantation de la firme i en Tunisie correspond à une stratégie de délocalisation de ses activités, et 0 sinon, pour $i = 1, \dots, n$. où n est la taille de l'échantillon. La variable à expliquer étant binaire (dichotomique), le modèle approprié est alors de type *logit* (Gourieroux, 1984 ; Green, 1997).

On suppose que la stratégie de délocalisation dépend d'un vecteur de variables Z_i relatives à l'appréciation (par la firme i) de l'attractivité du territoire d'accueil. On peut alors spécifier pour la $i^{\text{ème}}$ firme une relation entre la probabilité P_i et ces caractéristiques de la manière suivante :

$$P_i = \text{proba}(Déloc_i = 1) = F(Z_i, \beta) \quad (2)$$

où $F(.)$ désigne la fonction de répartition d'une loi de probabilité continue et le vecteur β reflète l'effet marginal – positif ou négatif – des changements dans Z_i sur la probabilité P_i . Ces caractéristiques ne sont rien d'autre que les variables explicatives.

Les variables relatives aux facteurs d'attractivité du pays d'accueil sont issues d'une Analyse en Composantes Principales (ACP)¹¹. En effet, l'enquête retient plusieurs modalités permettant d'apprécier l'attractivité de la Tunisie comme pays d'investissement. Ces modalités

¹⁰ Voir annexe 2 pour la description de l'échantillon selon les principaux critères : taille, secteur d'activité, localisation et pays d'origine.

¹¹ Les différentes modalités retenues pour apprécier l'attractivité d'un pays ne peuvent pas être introduites simultanément dans un modèle économétrique lorsque la taille de l'échantillon est réduite. D'où, le recours à l'ACP qui permet de réaliser une synthèse des différentes informations (HAIR *et al.*, 1998).

sont de nature économique et institutionnelle. Chaque firme doit préciser sur une échelle de *Likert* (à 5 points) l'importance accordée à chaque modalité dans le choix de la Tunisie comme pays d'investissement. L'ACP permet de retenir deux principaux facteurs déterminant la décision d'implantation en Tunisie. Les variables considérées (*modalités d'appréciation de l'attractivité*), ainsi que la matrice des composantes après rotation, sont résumées dans le tableau 1. La variance totale expliquée par l'analyse est de 64% environ.

Tableau 1 - Résultats ACP : Les facteurs d'attractivité de la Tunisie

<i>Modalités d'appréciation de l'attractivité – pays</i>	<i>Matrice des composantes (après rotation)</i>	
	<i>Dimension 1 ($\lambda = 4,352$)</i>	<i>Dimension 2 ($\lambda = 3,959$)</i>
Climat politique	0.192	0.816
Climat économique	0.530	0.655
Taille/potentiel du marché	0.846	0.084
Accès à d'autres marchés	0.536	0.319
Situation géographique	0.092	0.875
Considérations culturelles	0.268	0.740
Qualification du personnel/main-d'œuvre	0.642	0.415
Existence de relations d'affaires	0.795	0.211
Infrastructures	0.574	0.509
Démarches administratives	0.642	0.495
Législation et système juridique	0.698	0.449
Faiblesse des coûts de production	0.309	0.712
Source de matière première	0.764	0.110
<i>Pourcentage de la variance totale</i>	33,467	30,453

Le premier axe indique *l'importance accordée aux facteurs institutionnels* dans la décision d'implantation dans un pays. Il s'agit principalement de la législation, des démarches administratives, de l'état des infrastructures, de l'existence de relations d'affaires ainsi que de la taille et du potentiel du marché. En effet, la qualité des institutions influence le fonctionnement des marchés et l'état des infrastructures (de transport, de télécommunication, etc.). Même si la taille du marché ne peut pas constituer un critère important, il faut souligner que l'accord de libre échange entre la Tunisie et l'Union Européenne permet aux firmes étrangères implantées en Tunisie de jouir d'un accès préférentiel à d'autres marchés. Ce qui explique la dimension institutionnelle des modalités taille/potentiel de marché et accès à d'autres marchés. Le second axe indique plutôt *l'importance accordée aux facteurs économiques*. Il regroupe des modalités liées à l'importance accordée à la proximité (géographique et culturelle), à la faiblesse des coûts de production et à l'environnement global du pays (climat politique et économique). En conséquence, l'ACP permet de retenir deux grands axes relatifs aux deux principaux facteurs d'attractivité dans la décision du choix de la Tunisie comme pays hôte.

Ces deux facteurs sont introduits en tant que variables explicatives dans l'estimation du modèle économétrique permettant d'expliquer la probabilité que la décision d'implantation de la firme étrangère correspond à une stratégie de délocalisation. Par ailleurs, les pays en développement, et la Tunisie en particulier, mettent en place des systèmes d'incitations

fiscales afin d'attirer les entreprises étrangères à s'installer sur leurs territoires. Ces mesures incitatives peuvent prendre différentes formes : exonération temporaire d'impôt sur les bénéfices, exonération temporaire des charges sociales, absence de droits de douane à l'importation et à l'exportation, garanties de rapatriement des bénéfices, etc. Ces incitations peuvent donc influencer le choix du pays d'accueil pour une entreprise étrangère. Ainsi, une variable d'appréciation *incitations* est introduite dans le modèle. Il s'agit d'une variable binaire qui prend la valeur 1 si la présence d'incitations a influencé de façon sensible la décision d'investissement en Tunisie, et 0 sinon. Enfin, les variables *dummy* sectorielles sont introduites dans les estimations comme des variables de contrôle.

Les résultats de l'estimation du modèle *logit* (équation (2)) pour identifier les facteurs explicatifs de l'attractivité-pays (*Déloc*) sont résumés dans le tableau 2. Le modèle est globalement significatif et permet un taux de classification de près de 68%. Le test du ratio du maximum de vraisemblance est significatif au seuil de 10%. En revanche, le R^2 de Mc Fadden est relativement faible. Ce résultat est tout à fait attendu pour les modèles de choix binaires dont l'estimation est réalisée par la méthode du maximum de vraisemblance.

Tableau 2 – Résultats : Estimation des facteurs explicatifs de l'attractivité-pays

Variables	Modèle : <i>Déloc</i> = 1	
	Coefficient	Wald
<i>Constante</i>	-0,270	0,420
<i>Facteurs institutionnels</i>	0,198	0,432
<i>Facteurs économiques: proximité/coûts</i>	0,105	3,094*
<i>Incitations</i>	1,310	5,362**
<i>Secteur d'activité</i>		
<i>IAA</i>	0,147	0,090
<i>IMMM</i>	0,192	0,100
<i>IEEE</i>	1,608	1,210
<i>ICH</i>	0,139	0,005
<i>ITH</i>	0,959	0,480
<i>ICC</i>	1,051	0,429
<i>Autres (réf.)</i>	-	-
R^2 (Mc Fadden)	0,124	
- 2 log vraisemblance	77,422	
Chi-deux (χ^2)	14,162** ($>\chi^2$ (9))	
Taux de classification	67,7%	

* Coefficient significatif au seuil 10%

** Coefficient significatif au seuil 5%

*** Coefficient significatif au seuil 1%

Deux variables explicatives (parmi les quatre) sont significatives. Les facteurs économiques propres au pays augmentent la probabilité de considérer la délocalisation des activités comme une stratégie d'implantation en Tunisie. En effet, la proximité géographique et la faiblesse des coûts de production (en particulier le coût de la main-d'œuvre) constituent les deux principaux facteurs d'attractivité pour la Tunisie. Ces facteurs jouent un rôle d'attractivité d'autant plus important que le pays offre une certaine stabilité du climat politique et économique. Les

incitations fiscales exercent également un effet significatif (au seuil de 5%) sur l'appréciation de l'attractivité du pays. Remarquons que 56% des entreprises interrogées estiment que la présence ou l'absence d'incitations à investir a influencé de façon sensible la décision d'investissement en Tunisie. Par ailleurs, on remarque que la variable relative au secteur d'activité est non significative. Ce dernier résultat peut paraître surprenant puisqu'une grande partie des flux d'IDE reçus par la Tunisie est concentrée dans le secteur Textile Habillement. L'absence d'un effet sectoriel (attendu pour un pays comme la Tunisie) s'explique par le fait que la taille de l'échantillon considéré dans ce travail ne permet pas de mettre en relief les effets spécifiques aux secteurs d'activité.

Ainsi, l'estimation du modèle relatif à l'attractivité-pays montre que les facteurs économiques (en particulier la proximité géographique et la faiblesse des coûts de production) et les incitations fiscales sont pour les entreprises étrangères les principaux déterminants de la délocalisation de leurs activités industrielles en Tunisie. Cependant, ces facteurs d'attractivité dont l'importance est observée au niveau national (attractivité-pays) peuvent avoir un rôle différent pour un niveau de décision infra-nationale (choix de la région au sein du pays). En effet, la stabilité économique joue certes un rôle important dans le choix du pays d'investissement mais constitue un critère indépendant du choix de la région. Inversement, la faiblesse des coûts de production exerçant un effet significatif dans la décision de choix du pays hôte peut avoir des effets plus spécifiques au niveau régional du fait que le coût de la main-d'œuvre est variable entre les régions. En plus, la décision de localisation au niveau régional peut impliquer des facteurs d'attractivité de nature différente (présence d'entreprises, incitations locales, etc.). D'où l'intérêt de considérer un niveau de décision plus fin en identifiant les critères de localisation au niveau régional.

4.2. Les critères de choix de la région au sein du pays : attractivité territoriale

Les entreprises considérées dans l'enquête sont localisées dans les régions suivantes : Grand Tunis (regroupant les gouvernorats de l'Ariana, Manouba, Tunis et Ben Arous), Nord-Est (regroupant les gouvernorats de Nabeul, Bizerte et Zaghouan) et la région du Sahel (voir Annexe 2). Il s'agit alors d'expliquer la localisation des entreprises étrangères dans ces régions en tenant compte des différents facteurs d'attractivité pouvant influencer le choix de la firme. Pour ceci, on considère plusieurs modèles *logit* binaires permettant chacun d'expliquer la probabilité P_{ij} que la firme i soit localisée dans la région j :

$$P_{ij} = \text{proba}(\text{Localisation}_{ij} = 1) \quad (3)$$

où $j =$ Grand Tunis, Nabeul, Bizerte, Zaghouan et Sahel. Localisation_{ij} est une variable dichotomique prenant la valeur 1 lorsque la firme i est localisée dans la région j , et 0 sinon. La décision de localisation dans une région dépend d'un vecteur de variables explicatives X_i relatives aux facteurs d'attractivité au niveau régional. D'où, on peut écrire :

$$P_{ij} = \text{proba}(\text{Localisation}_{ij} = 1) = F(X_i, \alpha) \quad (4)$$

où $F(.)$ désigne la fonction de répartition d'une loi de probabilité continue et le vecteur α reflète l'effet marginal – positif ou négatif – des changements dans X_i sur la probabilité P_i .

Pour caractériser le profil général des firmes étrangères, la variable taille est introduite ici comme variable de contrôle. Elle est appréciée par une variable qualitative codée en 3 tranches : petite entreprise (effectif compris entre 10 et 49), moyenne entreprise (effectif compris entre 50 et 199) et grande entreprise (effectif supérieur ou égal à 200). L'échantillon est composé à 53% de moyennes entreprises.

L'enquête utilisée dans le cadre de ce travail fournit des données qualitatives relatives aux différents facteurs liés au choix de la région à l'intérieur du pays. Trois ensembles de facteurs sont identifiés : les facteurs institutionnels, les facteurs liés au tissu industriel local et enfin les facteurs liés à la main-d'œuvre. Chaque ensemble comprend plusieurs modalités pour apprécier le facteur d'attractivité en question. Ainsi, l'analyse factorielle permet de synthétiser l'information dans chaque groupe de modalités et de dégager les axes significatifs qui seront intégrés par la suite comme des variables explicatives dans le modèle économétrique.

Concernant les facteurs institutionnels, chaque firme doit préciser sur une échelle de *Likert* (à 5 points) l'importance accordée à chaque modalité relative à ces facteurs dans le choix de la région. L'ACP réalisée sur l'ensemble des modalités permet de retenir deux principaux facteurs. Les variables considérées (*modalités d'appréciation*), ainsi que la matrice des composantes, sont résumées dans le tableau 3. La variance totale expliquée par l'analyse est de 61% environ.

Tableau 3 - Résultats ACP : Les facteurs institutionnels

<i>Modalités</i>	<i>Matrice des composantes</i>	
	<i>Dimension 1</i> ($\lambda = 3,041$)	<i>Dimension 2</i> ($\lambda = 1,238$)
Etat des infrastructures routières locales	0.787	-0.331
Etat des réseaux de transport	0.843	-0.117
Etat des réseaux de communication	0.735	-0.236
Etat des réseaux d'électricité, gaz et eau	0.726	-0.271
Proximité des ports et aéroports	0.486	0.298
Incitations fiscales propres à la région	0.416	0.786
Coût du terrain et de l'immobilier	0.485	0.529
<i>Pourcentage de la variance totale</i>	43,436	17,685

Les facteurs institutionnels propres à une région concernent principalement l'état des infrastructures et les incitations locales. Le premier axe indique *l'importance accordée à l'infrastructure locale*. Il s'agit principalement de l'état des infrastructures routières, des réseaux de transport, de communication, d'électricité, gaz et eau. Le second axe regroupe des modalités liées aux incitations fiscales propres à la région et au coût du terrain et de l'immobilier. Il indique *l'importance accordée aux facteurs incitatifs locaux* liés soit aux conditions d'acquisition du terrain, soit à d'autres avantages financiers (tels que l'exonération des charges sociales, l'exonération de l'impôt sur les bénéfices, taux d'intérêt bonifié, etc.) lorsque les firmes s'implantent dans des zones classées comme étant des zones de développement prioritaire.

Les facteurs liés au tissu local concernent l'importance accordée par les entreprises aux *effets d'agglomération* dans le choix de localisation. L'ACP réalisée sur l'ensemble des modalités permet de retenir un seul axe. Les résultats sont présentés dans le tableau 4. Les différentes modalités considérées permettent de préciser la nature de l'agglomération. Les modalités liées à la présence d'entreprises étrangères, d'entreprises fournisseurs et clients contribuent le plus à la formation de l'axe. La présence d'un tissu d'entreprises du même secteur ou d'autres secteurs exerce un effet relativement moins important dans la construction de l'axe. Il s'agit alors des effets d'agglomération propre à une filière par des relations *input-output* ou alors des

effets d'imitation (les entreprises étrangères préférant se localiser là où sont implantées les firmes existantes). Les économies d'agglomération sont liées à la proximité géographique source de réduction des coûts de transport, de meilleure diffusion de l'information, d'une coordination plus étroite avec les firmes fournisseurs/clientes.

Tableau 4 - Résultats ACP : Les facteurs liés au tissu local

	<i>Matrice des composantes</i>
<i>Modalités</i>	<i>Dimension 1 ($\lambda = 2,290$)</i>
Existence d'un tissu d'entreprises du même secteur	0,489
Existence d'un tissu d'entreprises d'autres secteurs	0.465
Existence d'entreprises étrangères	0.746
Existence d'un tissu d'entreprises fournisseurs	0.762
Existence d'un tissu d'entreprises clientes	0.835
<i>Pourcentage de la variance totale</i>	45,799

Le troisième ensemble de facteurs d'attractivité territoriale concerne les caractéristiques de la main-d'œuvre locale. L'ACP réalisée sur les modalités liées à cet ensemble retient une seule dimension permettant d'expliquer 68% de la variance totale. Les résultats de l'ACP sont présentés dans le tableau 5. L'axe indique l'importance accordée aux caractéristiques de la *main-d'œuvre locale*. Un des principaux facteurs d'attractivité de la Tunisie réside dans le rapport coût/qualification de la main-d'œuvre. L'importance de ce facteur peut jouer essentiellement au niveau régional. Par exemple, pour une région comme le Sahel connue par une tradition artisanale dans le textile, une firme étrangère du secteur textile/habillement serait probablement incitée à se localiser dans cette région pour bénéficier des compétences locales dans ce domaine.

Tableau 5 - Résultats ACP : Les facteurs liés à la main-d'œuvre

	<i>Matrice des composantes</i>
<i>Modalités</i>	<i>Dimension 1 ($\lambda = 2,729$)</i>
Existence d'une main d'œuvre qualifiée	0,827
Existence d'un savoir-faire local	0.889
Existence d'une main-d'œuvre <i>bon marché</i>	0.692
Diversité des compétences de la main-d'œuvre	0.880
<i>Pourcentage de la variance totale</i>	68,235

Au terme de ces différentes ACP, nous avons pu construire quatre variables relatives aux principaux facteurs d'attractivité territoriale pouvant influencer la décision de localisation d'une firme étrangère dans le choix de la région d'implantation au sein de la Tunisie. Il s'agit de l'importance accordée aux facteurs suivants : l'état des infrastructures locales, les incitations locales, les effets d'agglomération régionale et la main-d'œuvre locale. Ces variables sont introduites ensuite dans le modèle *logit* (équation 4) pour expliquer la probabilité de localisation d'une firme étrangère dans l'une des régions considérées. Les résultats des estimations sont présentés dans le tableau 6.

Tableau 6 – Résultats : Estimation des facteurs explicatifs du choix région

Variables	<i>Localisation de la firme à :</i>			
	Grand Tunis	Nabeul	Zaghouan	Sahel
<i>Constante</i>	-0,487 (0,812)	-1,347** (4,655)	-10,81** (3,182)	-2,440*** (9,022)
<i>Infrastructures locales</i>	0,688** (5,025)	-0,415 (1,339)	0,549 (0,671)	-0,575 (2,045)
<i>Incitations locales</i>	0,539 (2,011)	-0,570* (3,685)	5,034** (5,168)	-0,979** (6,478)
<i>Agglomération locale</i>	-0,176 (0,404)	0,076 (0,052)	-1,783 (2,175)	0,571 (1,719)
<i>Main-d'œuvre locale</i>	0,539* (3,552)	0,629* (2,715)	-5,628* (3,659)	-1,040** (5,001)
<i>Taille</i>				
<i>Grande</i>	-0,370 (0,248)	0,183 (0,050)	2,682 (1,352)	0,245 (0,061)
<i>Moyenne</i>	0,445 (0,489)	-0,643 (0,711)	0,266 (0,27)	0,198 (0,053)
<i>Petite (réf.)</i>	-	-	-	-
R ² (Mc Fadden)	0,143	0,128	0,758	0,187
- 2 log vraisemblance	98,304	73,795	14,853	58,867
χ^2	16,424**	10,824*	46,471***	13,521**
Taux de classification	72,6%	82,1%	97,6%	82,1%

Les chiffres entre parenthèses correspondent aux statistiques de Wald

* Coefficient significatif au seuil 10%

** Coefficient significatif au seuil 5%

*** Coefficient significatif au seuil 1%

Les résultats sont globalement significatifs pour l'ensemble des régions considérées¹². En effet, les taux de classification sont supérieurs à 70% et le test du ratio du maximum de vraisemblance est significatif aux seuils de 1% pour Zaghouan, de 5% pour le grand Tunis et le Sahel, et de 10% pour Nabeul. On remarque que les facteurs déterminants le choix de la région au sein du pays jouent des rôles différents d'une région à l'autre.

En effet, l'état des infrastructures locales exerce un effet significatif (et de signe positif) uniquement dans le cas de localisation dans le grand Tunis. Ceci s'explique par l'écart important au niveau du développement des infrastructures (de transport routier, de réseaux de communication et de transport) entre la capitale (Tunis) et les autres régions de la Tunisie. Donc, une entreprise qui accorde une importance élevée aux infrastructures aura plus de probabilité à se localiser dans le grand Tunis. En revanche, les incitations fiscales ne jouent pas un rôle significatif sur la probabilité de se localiser au grand Tunis, mais exercent un impact significatif sur la localisation dans les autres régions. Plus une entreprise étrangère

¹² Les résultats relatifs à la localisation dans la région de Bizerte ne sont présentés dans le tableau puisqu'ils ne sont pas significatifs. Ceci était prévisible puisque sur les 96 entreprises considérées dans l'analyse seule 9 sont localisées à Bizerte. Cette région est donc mal représentée.

accorde une importance élevée aux incitations fiscales, plus la probabilité de se localiser à Zaghouan augmente alors les probabilités de se localiser à Nabeul ou au Sahel diminuent. Ce résultat s'explique par le fait que toutes les zones industrielles de Zaghouan sont classées comme des zones de développement et bénéficient en conséquence de plusieurs incitations liées par exemple aux conditions d'octroi du terrain¹³. Une entreprise qui s'implante dans ces zones profite également de plusieurs incitations fiscales liées par exemples aux charges sociales, aux impôts sur les bénéfices, etc. Par contre, les régions de Nabeul et du Sahel ne représentent plus des régions défavorisées et leur attractivité territoriale n'est pas basée sur les incitations locales.

La disponibilité de main-d'œuvre locale (bon marché, qualifiée, avec des compétences diversifiées) constitue un facteur d'attractivité déterminant pour la localisation à Tunis et à Nabeul. Une entreprise qui accorde une importance particulière à ce facteur aura plus de chance à se localiser à Tunis et à Nabeul alors que sa probabilité de se localiser à Zaghouan et au Sahel diminue. En effet, un des avantages principaux de la capitale est la disponibilité de main-d'œuvre qualifiée et une certaine diversification des savoir-faire. Cette caractéristique s'est propagée également vers les villes voisines telles que Nabeul qui connaît une certaine abondance en main d'œuvre. Ce qui n'est pas le cas pour une région comme Zaghouan dont le processus de développement est assez récent. En effet, pour une entreprise étrangère, la probabilité de se localiser à Zaghouan diminue lorsqu'elle accorde une forte importance à la disponibilité du capital humain. Malgré la volonté publique de dynamiser la région de Zaghouan, la qualité et la disponibilité de la main-d'œuvre constituent encore un frein à l'implantation des entreprises étrangères dans cette région. Le signe négatif relatif à la disponibilité de la main-d'œuvre au Sahel peut paraître aberrant puisque cette région a connu un développement remarquable depuis plus de vingt ans grâce à l'activité du textile/habillement. Si la probabilité de se localiser au Sahel n'augmente pas avec l'importance accordée au facteur travail, c'est parce que l'analyse menée dans le cadre de ce travail reste globale et ne permet pas de tenir compte des spécificités sectorielles. De même, les effets d'agglomération n'ont pas d'effet significatif sur la localisation des firmes étrangères parce que l'analyse identifie le choix de localisation indépendamment de l'activité de la firme. Par exemple, une analyse menée au niveau du secteur du textile/habillement aurait certainement montré que la probabilité de se localiser dans le Sahel augmente avec la disponibilité de main-d'œuvre locale. Les effets d'agglomération dans cette région sont de type intra sectoriel. La concentration géographique des entreprises (étrangères et nationales) dans le Sahel a été accompagnée par une certaine spécialisation dans les activités du textile/habillement (Karray et Driss, 2006). Les compétences et les savoir-faire dans ce domaine ont été transmises de génération en génération et constituent une véritable emprunte pour la région.

Conclusion

Les analyses théoriques traditionnelles de l'attractivité et des facteurs de localisation des firmes étrangères ont souvent privilégié un seul niveau d'observation (en général le pays) et ont également mis en avant un type particulier de déterminants, à savoir le niveau de la demande et les coûts de production. Ce type d'analyse est désormais insuffisant pour appréhender convenablement la décision de localisation des entreprises étrangères. En effet, le choix du lieu d'implantation pour une firme se présente comme une décision géographiquement hiérarchisée : l'entreprise choisit la région supra-nationale, puis un pays, ensuite une ville et enfin une zone bien précise sur laquelle sera implantée l'unité de

¹³ Sur les six zones industrielles de la région de Zaghouan, quatre sont classées comme zones de développement prioritaire. Le terrain sur lequel sera implantée l'unité de production est souvent accordé à l'entreprise à un prix faible, voire à titre quasi-gratuit.

production. Une telle séquence de décision ne peut en aucun cas répondre aux mêmes déterminants d'un niveau géographique à un autre. D'où l'intérêt d'analyser les déterminants du choix de localisation des entreprises étrangères en Tunisie en considérant un niveau de décision fin, choix de la région au sein du pays. Les approches nouvelles en termes de géographie économique permettent une analyse fine des déterminants de la localisation.

Le travail empirique réalisé ici montre que les entreprises étrangères localisées en Tunisie accordent une importance particulière à deux facteurs d'attractivité lorsque leur implantation en Tunisie correspond à une stratégie de délocalisation : les facteurs économiques liés essentiellement à la proximité géographique et à la faiblesse des coûts de production, et les incitations fiscales. L'analyse est ensuite affinée afin d'identifier les facteurs d'attractivité territoriale déterminant le choix de localisation au niveau régional. Les résultats montrent que les firmes étrangères se localisent au grand Tunis lorsqu'elles accordent une importance particulière à l'état des infrastructures et à la disponibilité de main-d'œuvre (avec un bon rapport coûts/qualification). Elles décident d'implanter leurs unités de production à Nabeul pour profiter de la main-d'œuvre locale et à Zaghouan pour bénéficier des incitations fiscales. Le choix de localisation au Sahel présente cependant certaines insuffisances qui ouvrent des perspectives de prolongements intéressants pour ce travail. En effet, l'absence d'analyse sectorielle rend difficile l'explication de décision d'implantation des entreprises étrangères au Sahel sachant que plus de 50% des entreprises manufacturières de cette région font partie du secteur textile/habillement. L'impact des effets d'agglomération sur le choix de localisation reste également masqué en l'absence d'une analyse sectorielle. Il serait alors intéressant d'analyser les déterminants de choix de localisation au niveau régional par secteur d'activité.

Enfin, l'identification des facteurs de localisation au niveau régional pour une firme étrangère permet aux autorités publiques de concevoir des politiques de développement régional plus ciblées et spécifiques. Par exemple, pour une région comme Zaghouan, en pleine expansion, il ne suffit pas de fonder une politique d'attractivité basée sur les incitations. Si ces mesures attirent réellement des entreprises étrangères ou nationales, elles ne garantissent pas l'ancrage territorial (attractivité territoriale durable). Les mesures institutionnelles d'incitations devraient être complétées par une amélioration des infrastructures locales, de la qualification de la main-d'œuvre, de la qualité de vie, etc. afin d'empêcher, une fois les incitations fiscales sont épuisées, une délocalisation des activités vers d'autres régions (voire même des pays concurrents).

Annexe 1 – Technique de tirage de l'échantillon

Le tirage de l'échantillon relatif aux entreprises étrangères a été réalisé selon les étapes suivantes :

1. Effectuer un sondage stratifié proportionnel à l'emploi total à l'intérieur de chaque domaine d'étude (méthode Neyman).
2. Fixer un taux de sondage égal à 10% dans les 10 gouvernorats.
3. Croiser les deux variables de contrôle (gouvernorats et secteurs) pour avoir la répartition de l'emploi total.
4. Tirer ensuite les 10% dans chaque domaine d'étude en appliquant un taux de sondage proportionnel à l'emploi total du domaine d'étude.

Annexe 2 – Quelques statistiques descriptives

A2.1. Répartition par secteur d'activité et par tranche d'effectif

Industries	Tranches d'effectif			Total
	Grande Entreprise (200 et plus)	Moyenne Entreprise (50 à 199)	Petite Entreprise (0 à 49)	
Agro-alimentaire	0	2	0	02
Mécanique et Métallurgique	0	1	2	03
Electrique, Electronique et Electromécanique	3	9	5	17
Chimique et Caoutchouc	2	3	1	06
Textile Habillement	15	30	7	52
Cuir et Chaussures	2	5	4	11
Autres	1	2	2	05
Total	23	52	21	96

A.2.2. Répartition des entreprises par pays d'origine et par région

Pays d'origine	Région					Total
	Grand Tunis	Nabeul	Bizerte	Zaghouan	Monastir	
TUNISIE	4	1	0	0	0	5
ITALIE	13	13	0	6	1	33
FRANCE	11	6	4	2	7	30
ALLEMAGNE	5	2	2	1	0	10
GRANDE BRETAGNE	1	1	0	1	0	3
LYBIE	0	0	0	1	0	1
SUISSE	3	0	1	1	0	5
BELGIQUE	0	1	0	0	4	5
LUXEMBOUG	0	0	1	0	0	1
HOLLANDE	1	0	1	0	0	2
PORTUGAL	0	0	0	0	1	1
Total	38	24	9	12	13	96

Références Bibliographiques

- Arrow, K.J., 1962, "The Economic Implications of Learning by Doing", *Review of Economics Studies*, vol. 29, p., 155-173.
- Audretsch, D.B., Feldman, M., 1996, "R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production", *American Economic Review*, vol. 86, p., 630-640.
- Baldwin, R.E., Martin, P., 2004, "Agglomeration and Regional Growth", in Henderson, J.V., Thisse, J.F., (eds.), *Handbook of Regional and Urban Economics*, vol. 4, p., 2671-2711.
- Blomström, M., Kokko, A., 2003, "The Economics of Foreign Direct Investment Incentives", NBER, *Working Paper*, n°9489.
- Blonigen, B.A., 2005, "A Review of the Empirical Literature on FDI Determinants", NBER, *Working Paper*, n° 11299.
- Bouoiyour, J., Hanchane, H., Mouhoud, E., 2008, « Investissements directs étrangers et croissance économique : estimation d'un modèle à erreurs composés », colloque du GDR CNRS EDT, juillet 2008, *Economie du développement et la transition*, université d'Auvergne, Clermont-Ferrand.
- Brainard, S.L., 1993, A Simple Theory of Multinational Corporations and Trade and Trade-off between Proximity and Concentration, NBER Working Paper, n° 4269.
- Chebaane, H., 1990, *La décentralisation industrielle*, Rapport, Tunis.
- Crozet, M., Mayer, T., Mucchielli, J-L., 2004, "How do Firms Agglomerate? A Study of FDI in France", *Regional Science and Urban Economics*, n°34, p., 27-54.
- Driss, S., 2007, « L'attractivité des investissements directs étrangers industriels en Tunisie », revue *Région et Développement*, n°29, p. 137-156.
- Dunning, J.H., 1988, "The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions", *Journal of International Business Studies*, vol. 19, p., 1-31.
- Fazekas, K., 2005, "Effects of FDI Inflows on Regional Labour Market Differences in Hungary", *Economie Internationale*, vol. 102, p., 83-105.
- Figlio, D.N., Blonigen, B.A., 2000, "The effects of Foreign Direct Investment on Local Communities", *Journal of Urban Economics*, vol. 48, n°2, p., 338-363.
- Glaeser, E.L., Scheinkman, J.A., Shleifer, A., Kallal, H.D., 1992, "Growth in Cities", *Journal of Political Economy*, vol. 100, n°6, p., 1126-1153.
- Globerman, S., Shapiro, D., 1999, "The Impact of Government Policies on Foreign Direct Investment: The Canadian Experience", *Journal of International Business Studies*, vol. 30, n°3, p., 513-532.
- Greene, W.H., 1997, *Econometric Analysis*, 3^{ème} édition, International Edition.
- Hanson, G.H., 2000, "Scale Economies and the Geographic Concentration of Industry", NBER, *Working Paper*, n°8013.
- Head, K., Mayer, T., Ries, J., 2002, "The Geographic Concentration of FDI in Asia", in Dunning, J.H., Mucchielli, J-L., (eds.), *Multinational Firms: The Global and the Local Dilemma*, London, Routledge, p., 159-177.
- Head, K., Ries, J., 1996, "Inter-city Competition for Foreign Investment: Static and Dynamic effects of China's Incentive Areas", *Journal of Urban Economics*, n°40, p., 38-60.
- Head, K., Ries, J., Swenson, D., 1995, "Agglomeration Benefits and Location Choice: Evidence from Japanese Manufacturing Investment in the United States", *Journal of International Economics*, n°38, p., 223-247.

- Head, K., Ries, J., Swenson, D., 1999, "Attracting Foreign Manufacturing: investment Promotion and Agglomeration", *Regional Science and Urban Economics*, n°29, p., 197-218.
- Helpman, E., 1995, "The Size of Regions", *Working Paper*, n° 14-95, The Foerder Institute for Economic Research.
- Henderson, V., 1997, "Externalities and Industrial Development", *Journal of Urban Economics*, vol. 42, p., 449-470.
- Henderson, V., Kuncoro, A., Turner, M., 1995, "Externalities and Industrial Development", *Journal of Political Economy*, vol. 103, n°5, p., 1067-1090.
- Jacobs, J., 1969, *The Economy of Cities*, New York, Vintage.
- Jacobs, J., 1984, *Cities and the Wealth of Nations: Principles of Economic Life*, New York, Vintage.
- Karray, Z., Driss, S., 2006, « Investissement direct étranger et concentration industrielle », *Revue Alfa, numéro spécial, Les territoires productifs en question(s)*, IRMC, Tunisie, p., 49-67.
- Karray, Z., Toumi, S., 2007, « Investissement direct étranger et attractivité : appréciation et enjeux pour la Tunisie », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, p., 479-501.
- Krugman, P.R., 1991, "Increasing Returns and Economic Geography" *Journal of Political Economy*, vol. 99, n°3, p., 483-499.
- Markusen, J.R., 1995, "The Boundaries of Multinational Enterprises and the Theory of International Trade", *Journal of Economic Perspectives*, vol. 9, n°2, p., 169-189.
- Marshall, A. 1920, *Principles of Economics*, MacMillan, Londres.
- Mayer, T., Mucchielli, J-L., 1999, « La localisation à l'étranger des entreprises multinationales. Une approche d'économie géographique hiérarchisée appliquée aux entreprises japonaises en Europe », *Economie et Statistique*, n°326-327, p., 159-175.
- Mucchielli, J.L., 1998, *Multinationales et mondialisation*, Editions du Seuil, Paris.
- Mucchielli, J-L., Puech, F., 2003, « Internationalisation et localisation des firmes multinationales : l'exemple des entreprises françaises en Europe », *Economie et Statistique*, n°363-364-365, p., 129-144.
- Mullen, J.K., Williams, M., 2005, "Foreign Direct Investment and Regional Economic Performance", *KYKLOS*, vol. 58, n°2, p., 265-282.
- Ottaviano, G.I., Puga, D., 1997, « L'agglomération dans l'économie mondiale », *Economie Internationale*, n°71, p., 75-100.
- Ottaviano, G.I., Thisse, J-F., 2004, "Agglomeration and Economic Geography", in Henderson, J.V., Thisse, J.F., (eds.), *Handbook of Regional and Urban Economics*, vol. 4, p., 2563-2608.
- Porter, M., 1990, *The Competitive Advantage of Nations*, New York, Free Press.
- Shapiro, D., Globerman, S., 2001, "National Infrastructure and Foreign Direct Investment", *Mimeo*, Simon Fraser University (February).
- Thisse, J.F., Van Ypersele, T., 1999, « Métropoles et concurrence territoriale », *Economie et Statistique*, n° 326-327, p., 19-30.