



LES CAHIERS DE RECHERCHE

# Comprendre la performance des territoires industriels : trois études de cas



**Caisse  
des Dépôts**  
GROUPE



## Institut pour la recherche

*L'Institut pour la recherche de la Caisse des Dépôts soutient des projets de recherche s'inscrivant dans les champs d'intervention et les missions de la Caisse des Dépôts.*

*Son rôle est de favoriser la recherche dans les domaines liés aux activités de la Caisse des Dépôts, sur des thématiques variées telles que l'épargne, la finance long terme, le développement économique des territoires, la transition énergétique et écologique, les impacts du vieillissement, etc.*

### L'auteure

**Caroline Granier**, Docteure en Sciences Économiques et Cheffe de projet à La Fabrique de l'industrie. Ses recherches portent sur les dynamiques territoriales, la gouvernance d'entreprise et l'industrie du futur. Elle fait partie de l'équipe coordinatrice des activités de l'observatoire des Territoires d'industrie.



L'**observatoire des Territoires d'industrie** est un centre de ressources qui produit des études et organise un cycle de séminaires mensuels afin de mieux faire connaître les ressorts du développement industriel de nos territoires. Il associe [La Fabrique de l'industrie](#), [la Banque des Territoires](#), [l'Institut pour la recherche de la Caisse des Dépôts](#), [l'Agence nationale de la cohésion des territoires](#), [la Fondation Mines Paris](#), [Intercommunalités de France](#) et [Régions de France](#).



---

## Les conditions de base

---

### Le poids de la géographie

L'industrie s'est historiquement implantée là où il y avait des **ressources naturelles**. C'est le cas pour le territoire cognacais, où les acteurs ont su développer les compétences nécessaires pour valoriser les vignobles sous la forme de cognac, une eau-de-vie obtenue par distillation de vin<sup>6</sup>. Ces savoir-faire ont été élaborés au XVI<sup>e</sup> siècle par les Hollandais puis appropriés par les Cognacais qui les ont améliorés ensuite. Ce sont notamment eux qui ont mis au point le procédé de double distillation permettant au produit de voyager sous forme d'eau-de-vie inaltérable. À côté de la production, les activités connexes liées à la commercialisation du cognac se sont structurées dès les XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles, autour des comptoirs de négoce, appelés plus tard maisons de Cognac.

Un autre exemple est celui des Mureaux dans le territoire Seine Aval-Mantes. Cette ville a accueilli des acteurs de l'aéronautique dès le début du XX<sup>e</sup> siècle car la topographie de la Seine permettait le décollage et l'atterrissage d'hydravions. Depuis 1976, le site accueille des activités aérospatiales. Plus généralement, l'industrie a besoin des **voies de communication et de transport**. Le territoire Alsace centrale a la chance de se situer au cœur de l'Europe, sur la « dorsale européenne », s'étendant de Londres à Milan. Sa frontière avec l'Allemagne et son positionnement le long du Rhin lui confèrent – comme à toute l'Alsace – des conditions favorisant l'émergence d'un tissu industriel, et tout particulièrement l'accès à des nouveaux marchés. Cela étant, le fait d'être localisé au cœur de l'Europe ne constitue pas un avantage en soi : cela devient une ressource pour l'industrie si des infrastructures existent. On peut citer à cet égard l'axe ferroviaire qui permet d'aller de Strasbourg à Bâle en passant par Sélestat, Colmar et Mulhouse ; l'autoroute A35 reliant l'ensemble de l'Alsace à l'Allemagne et à la Suisse, qui est devenue un axe routier majeur pour les camions ; le Rhin, aménagé de telle sorte qu'il constitue aujourd'hui une voie de transport très utilisée vers la mer du Nord.

### La problématique foncière

Du côté de Poissy, les décisions successives de la ville de Paris et du gouvernement de rapatrier le marché aux bestiaux dans la capitale ont conduit à la fermeture du marché en 1867, tandis que les premières usines industrielles, bénéficiant du foncier libéré, ont commencé à s'installer. Diverses activités se sont alors implantées

sur le territoire, dont la première usine automobile, les établissements Grégoire (1902), qui sera ensuite rachetée par différents constructeurs jusqu'à Stellantis. Aujourd'hui, la disponibilité du foncier a toujours un effet important sur la structure industrielle du territoire. La stratégie des entreprises qui souhaitent s'implanter ou s'agrandir se heurte **à la rareté et au prix élevé du foncier** du territoire Seine Aval et plus largement dans toute la région Île-de-France. Par ailleurs, le taux d'artificialisation des sols, de l'ordre de 28 %, est très supérieur à celui observé en moyenne sur le territoire national (5,3 %). Troisièmement et enfin, cette région souffre d'une pénurie de terrains de plus de 100 hectares.

### Le rôle des événements politiques

En Alsace centrale, les **conflits** opposant la France et l'Allemagne ont façonné le tissu économique du territoire ; en particulier, les cessions successives de l'Alsace à l'un ou l'autre pays ont influencé les stratégies des entreprises qui ont dû s'adapter aux deux législations. Certaines ont choisi de créer des sites des deux côtés de la frontière pour pénétrer les marchés nationaux et éviter les droits de douane entravant la commercialisation de leurs produits. C'est ce qui explique l'implantation de nombreuses entreprises allemandes en Alsace après la Seconde Guerre mondiale, qui se sont développées et qui constituent aujourd'hui les principaux employeurs du territoire, notamment Liebherr à Colmar (installée en 1961), Mercedes-Benz à Molsheim (1967), Schmidt à proximité de Sélestat (1957), Bürkert à Strasbourg (1957) puis à Triembach-au-Val (1967).

### Renouveler les infrastructures

Si les conditions de base déterminent la structure et la performance d'un territoire, elles peuvent être modifiées par les nouvelles stratégies des acteurs locaux. Les infrastructures de transport sont par nature des facteurs difficiles à modifier sur le court terme. Leur effet sur les performances des territoires n'est donc pas perceptible de suite. Toutefois, certains territoires misent sur leur renouvellement, comme sur le territoire de Seine Aval-Mantes et plus largement le long de la vallée de la Seine. Par exemple, l'extension de la ligne E du RER vers l'Ouest parisien vise à désengorger la ligne A et à faciliter la mobilité domicile-travail des habitants du territoire en diminuant le temps de déplacement et en augmentant la fréquence des trains. Les acteurs du territoire et les dirigeants d'entreprises espèrent également que cette nouvelle infrastructure permettra de réduire les difficultés de recrutement des cadres dans l'industrie dans la partie ouest du territoire Seine Aval, qui souffre d'un manque d'attractivité. Mais le principal

<sup>6</sup> La distillation consiste à chauffer le vin pour en récupérer les composés volatils les plus parfumés et les plus subtils.

projet du territoire concerne **l'association entre les ports de Rouen, du Havre et de Paris au sein de l'établissement public à vocation industrielle Haropa**, créé en 2021. L'objectif est double : d'une part, promouvoir le développement du transport fluvial pour accroître le trafic de marchandises, d'autre part, faire des zones industrialo-portuaires des lieux privilégiés de redéveloppement industriel durable de la France. Pour cela, Haropa gère la location de terrains et fournit des services logistiques. Il constitue aujourd'hui le premier port pour le commerce extérieur de la France et le quatrième port nord-européen en tonnage.

## Une structure industrielle très différente d'un territoire à un autre

### Des spécialisations sectorielles et des acteurs divers

D'un territoire à l'autre, les secteurs d'activité, la taille des entreprises et leur degré de concentration diffèrent grandement.

D'un côté du spectre, le territoire de **Cognac** est caractérisé par la prédominance de la production de boissons alcooliques distillées et des services associés. Parmi elles, le cognac bien évidemment mais aussi d'autres spiritueux comme la vodka, le gin, le whisky, des liqueurs. Le marché est dominé par quatre maisons de Cognac présentes à l'international : Hennessy, Maison Martell, maison Rémy Martin, Courvoisier. Autour de ces quatre acteurs gravitent grand nombre de maisons de négoce (271 comptabilisées en 2018 par le Bureau national interprofessionnel du Cognac, BNIC) localisées à Cognac et à Jarnac en Charente. Les quatre grandes maisons se partagent 80 % du marché mondial en volume. Autour de ces maisons existe un écosystème formé dans les domaines de la tonnellerie, la verrerie ou encore les étiquettes et l'emballage.

De l'autre côté du spectre, **Alsace centrale** présente un tissu d'entreprises **hétérogène** aussi bien sur le plan de la taille que du secteur d'activité économique. Les activités clés du territoire sont nombreuses : la fabrication de machines et équipements, la production de matériels de transport, les activités agroalimentaires et brassicoles, les industries du papier et du carton, la fabrication de meubles de cuisines et la fabrication de matériels électriques et électroniques.

Entre les deux, **Seine Aval-Mantes** est un territoire où sont implantés majoritairement des sièges sociaux et des centres de R&D. Le secteur automobile concentre l'essentiel des emplois industriels (un tiers des emplois industriels du territoire en 2019) ; les autres secteurs pesant sur l'emploi industriel du territoire sont les secteurs de l'aéronautique, de l'environnement (gestion des déchets, dépollution et mesures, gestion de l'eau) et de la fabrication de matériaux pour le BTP.



stock.adobe.com © nordroden

## La présence de groupes à dimension internationale

Les trois territoires ont également en commun d'avoir des grands groupes implantés depuis longtemps sur leur territoire. Les quatre grandes maisons de Cognac appartiennent à des groupes mondiaux du secteur des spiritueux. Hennessy, qui détient près de 50 % du marché mondial du cognac (61 % du marché américain), appartient au groupe français LVMH, leader mondial du luxe. Ce dernier s'est associé à Diageo, leader mondial des spiritueux, pour accéder à son réseau de distribution. Martell appartient au groupe français Pernod-Ricard, qui suit immédiatement Diageo sur le marché mondial des spiritueux. Enfin, Rémy Martin est détenu par le groupe Rémy-Cointreau et Courvoisier par le groupe japonais Suntory. Cet adossement à de grands groupes concerne également de nombreuses maisons de taille plus petite. C'est le cas d'Otard - Château de Cognac détenu par le groupe caribéen Bacardi (numéro 3 mondial des spiritueux). La maison Camus est la seule maison de taille significative à rester indépendante. Cette appartenance des maisons de Cognac aux grands groupes mondiaux des spiritueux leur permet d'investir dans les réseaux de distribution internationaux.

Du côté de Seine Aval-Mantes, les constructeurs mondiaux Renault et Stellantis sont implantés respectivement à Aubergenville/Flins et à Poissy. On retrouve également ArianeGroup (aéronautique et spatiale) et Sarp Industrie appartenant à Veolia (environnement).

Enfin, en Alsace centrale, aux côtés d'entreprises allemandes comme Liebherr, Mercedes-Benz ou Hager, sont présents des groupes américains tels que Mars présent depuis 1967 ou d'autres nationalités comme le groupe danois Carlsberg, propriétaire de la firme brassicole Kronenbourg. D'une manière générale, l'Alsace présente la caractéristique d'être **très tournée vers l'international** avec, d'une part, une surreprésentation des groupes à capitaux étrangers notamment **allemands**, et, d'autre part, une orientation de ces entreprises vers les marchés internationaux. La présence d'entreprises étrangères d'envergure mondiale constitue un atout pour le territoire, en raison des emplois qu'elles créent, des investissements qu'elles permettent de financer et des exportations dont elles sont à l'origine. À la fin des années 1990, plus de 42 % des effectifs industriels alsaciens étaient employés par des firmes à capitaux étrangers (Robert, 1998). En 2010, les filiales d'entreprises allemandes emploient un tiers des effectifs industriels en Alsace, celles des filiales américaines un quart (Zins, 2010).

Ces conditions de base et ces structures ne suffisent

pas à expliquer les performances des territoires. Ces dernières résultent aussi des stratégies des acteurs, publics et privés, pris isolément ou collectivement. Ils ne font pas que s'adapter passivement à la structure des territoires ou à leurs conditions de base, ils se mettent en action et participent au renouvellement des ressources du territoire.

## Le rôle clé des comportements

### Les stratégies des acteurs industriels

Les territoires sont **dépendants** des stratégies des firmes, en particulier des plus grandes, ce qui peut jouer à leur avantage ou non. Malgré un secteur automobile déclinant et un environnement économique globalement défavorable, il y a eu une dynamique positive de l'emploi industriel sur le territoire Seine-Aval entre 2016 et 2018. Cette dynamique positive résulte de la stratégie d'optimisation foncière de Stellantis (ex-PSA) en Île-de-France. Suite à la fermeture du siège social historique de PSA situé à Paris et du centre technique et R&D de la Garenne-Colombes en 2018, les salariés ont été transférés à Poissy et à Carrières-sous-Poissy. Cette concentration des activités sur le site de Poissy se poursuit avec la fermeture du site de Vélizy (Richardson, 2021) et la création d'un campus vert qui regroupera les activités tertiaires, la R&D et les moyens d'essais. Tandis que le site de Poissy devrait atteindre 11 000 personnes, les territoires de Trappes et de Vélizy devraient quant à eux connaître une diminution de leur emploi industriel.

Le territoire cognaçais est aussi dépendant des grands groupes, d'autant plus que depuis sa création, le cognac est un produit dédié à l'**exportation** ; en 2019, 216,5 millions de bouteilles ont été vendues sur les marchés internationaux – dont près de 100 millions aux États-Unis –, générant un chiffre d'affaires de 3,6 milliards d'euros. Ce succès du cognac aux États-Unis est lié à la stratégie proactive des grandes maisons, présentes pour certaines sur le sol américain depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle, qui en ont fait un « produit des minorités », et à la croissance très forte du marché américain depuis les années 2000.

Par ailleurs, des stratégies de **diversification des activités et des produits** ont été mises en place par les acteurs du territoire cognaçais. De nombreuses activités connexes se sont en effet développées pour accompagner la production et la commercialisation du cognac ; certaines sont anciennes comme la tonnellerie, la verrerie et la fabrication des alambics, d'autres sont plus récentes comme les activités de design et

de marketing. Cette diversification des activités révèle la capacité du territoire à se renouveler, tout comme la stratégie de diversification des produits entamée pour faire face aux crises des années 1990. Des spiritueux autres que le cognac (gin, vodka, etc.) ont ainsi été développés par les petites maisons de Cognac<sup>7</sup> sur la base des savoir-faire locaux, notamment en matière de distillerie et de vieillissement, et sur la réputation de qualité du cognac. Ces stratégies de diversification ont divisé les acteurs de la filière, entre ceux qui ne souhaitent pas fabriquer de nouveaux produits et ceux qui poussaient à la diversification. Ces discussions ont amené à fonder la stratégie du territoire sur l'apport d'innovation et de nouveautés commerciales, tout en inscrivant celles-ci dans les procédés et les savoir-faire du territoire. C'est ainsi que le territoire fabrique désormais une gamme complète de spiritueux – vodka, gin, whisky, brandy, liqueur – avec une spécialisation sur le haut de gamme<sup>8</sup>. En 2019, 50 % de la production mondiale de spiritueux super-premium en volume et 80 % de la production française de spiritueux en valeur étaient produits sur le territoire englobant les bassins économiques des villes d'Angoulême, de Saintes et de Cognac<sup>9</sup>. Cette diversification de produits a permis le développement de l'ensemble des activités de la chaîne de valeur (bouchonniers, verriers, imprimeurs, transporteurs, etc.) sur le territoire. Elle a également fait émerger de nouveaux produits et de nouvelles activités, ciblant toujours le marché haut de gamme, tels que le vinaigre Beaume-de-Bouteville produit par la Compagnie de Bouteville ou le décor sur verre de l'entreprise Bernadet pour des parfums.

## Les stratégies collectives

Le succès du cognac n'est pas seulement lié aux stratégies des maisons de Cognac, elle tient également à la mobilisation des acteurs sur leur territoire. Elle s'est notamment concrétisée par la création du BNIC en 1946, pour représenter la filière et permettre le dialogue entre les viticulteurs et les négociants. Le BNIC gère et planifie la production de cognac afin de sécuriser les approvisionnements des maisons de Cognac et de garantir des débouchés en adéquation avec les volumes produits pour la viticulture. Depuis 2010, c'est aussi le BNIC qui gère et suit le cahier des charges de l'AOC (appellation d'origine contrôlée) et la mise en œuvre du plan de contrôle associé à travers son statut d'Organisme de défense et de gestion (ODG). La labellisation AOC, qui régleme depuis les années 1930 les conditions de production des eaux-de-vie ouvrant droit à l'appellation « Cognac » et la définition d'une aire d'appellation par commune et par cru, confère au cognac une image de qualité. Forme de clusterisation spécifique (Pecqueur,

2004), elle favorise l'ancrage des firmes sur le territoire (Bouba-Olga, Ferru et Guimond (2012) et crée une niche de marché.

Par ailleurs, les acteurs publics accompagnent les stratégies de diversification des acteurs du territoire depuis les années 2010. La Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Cognac a ainsi été à l'initiative de la **Spirits Valley** en 2016, dont l'objectif est de fédérer les acteurs de la filière des spiritueux. Une deuxième forme de clusterisation, complémentaire à celle créée autour de l'AOC, a ainsi été construite par les acteurs locaux. Pour finir, l'écosystème s'est agrandi, avec l'implantation de nouvelles écoles sur le territoire qui proposent des formations adaptées à ces nouveaux produits. C'est le cas de l'école de commerce Audencia de Nantes qui a ouvert un bachelor « culture et management des spiritueux » et un « Master of Science in Cognac and Spirits Management ».

Il existe également en Alsace **des espaces de mobilisation et de coopération**. À la fin de la Seconde Guerre mondiale, les acteurs locaux et nationaux ont mis en place une stratégie proactive pour réindustrialiser le territoire et pour favoriser les implantations des entreprises internationales. Cette stratégie s'est matérialisée par la création du premier comité d'expansion français en Alsace, le Comité d'étude et d'action pour l'économie alsacienne (CEAEA) en 1950. Devenu **l'Association puis agence de développement et d'industrialisation de la région Alsace (ADIRA)**, il a pour mission d'accompagner les entreprises qui souhaitent se localiser en Alsace et développer leur activité, en cherchant à lever les divers freins (autorisations administratives, ressources humaines et financières), en mobilisant les acteurs publics, parapublics et privés adéquats et en facilitant l'accès aux ressources humaines, matérielles et financières (foncier, immobilier, main-d'œuvre, etc.). La quasi-totalité des grandes entreprises internationales implantées en Alsace a ainsi été accompagnée par l'ADIRA. Cette agence « facilite » les relations entre les acteurs publics et les acteurs économiques.

À côté de cet acteur facilitateur existent des **dispositifs de collaboration pour l'innovation** qui remontent aux différentes phases d'annexion de l'Alsace à l'Allemagne (entre 1871 et la Première Guerre mondiale et lors de la Seconde Guerre mondiale). Dès 1872, les autorités allemandes décident de développer les collaborations entre l'université de Strasbourg, alors dénommée Kaiser-Wilhelm-Universität, et l'industrie (Levy, 2005). Ces structures sont conservées lorsque l'université redevient française, cette dernière fournissant des prestations de services aux entreprises locales. Plus tard, sont

<sup>7</sup> Les grandes maisons appartiennent à des groupes mondiaux de spiritueux disposant déjà d'autres produits dans leur portefeuille.

<sup>8</sup> Le créneau premium dont les produits sont vendus entre 22,5 et 30 dollars et celui du super-premium vendu entre 30 et 45 dollars.

<sup>9</sup> Selon le site de la Spirits Valley.

également développés des systèmes de financement de la recherche à travers des fondations privées, par exemple l'association des amis de l'université de Strasbourg créée en 1920. Plus généralement, le territoire alsacien est marqué par une acceptabilité et un intérêt pour les nouvelles technologies plus grands que sur le reste du territoire régional, selon certains observateurs. Par exemple, les entreprises alsaciennes mobilisent davantage l'accompagnement en faveur de l'industrie 4.0, proposé par l'agence d'innovation Grand E-Nov, et passent plus fréquemment à l'acte d'achat d'équipements que les autres entreprises de la région Grand Est. Cela est facilité par les coopérations historiques évoquées plus haut mais aussi par la présence des entreprises allemandes sur le territoire et par une forte proximité culturelle avec l'Allemagne (l'alsacien, d'origine germanique, est parlé sur une grande partie du territoire Alsace centrale).

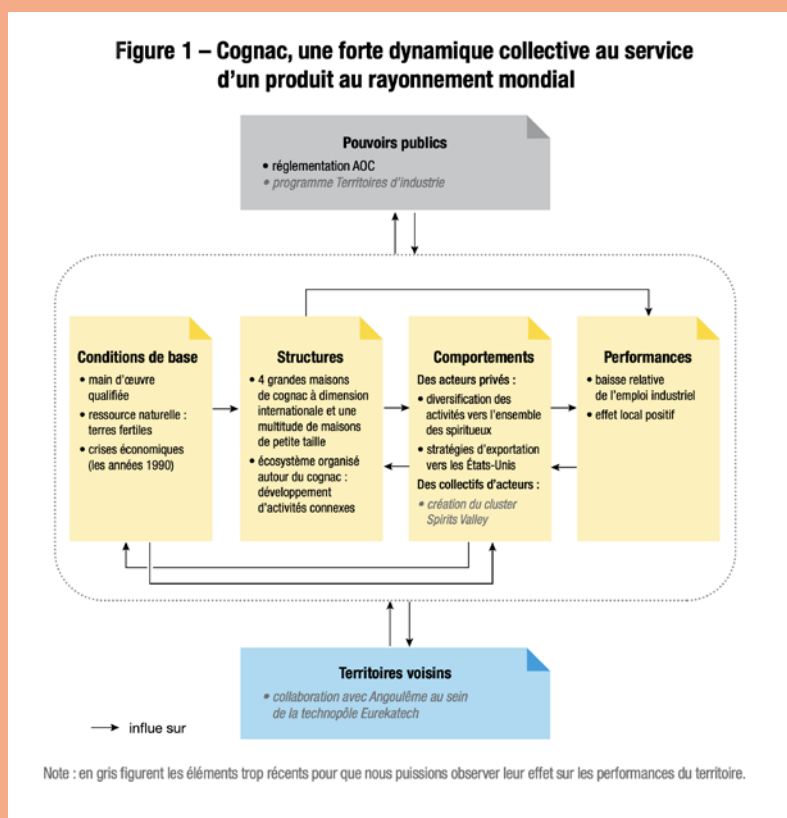
Le territoire d'Alsace centrale voit également émerger de nouvelles formes de coopération territoriale. Une réflexion s'est fait jour en 2016-2017 pour mobiliser les entreprises afin de partager leurs expertises et leurs connaissances, et pour que les techniciens des collectivités puissent établir de nouvelles collaborations. De cette réflexion est né à la fin de 2021 le réseau inter-entreprises **AC:TIONS** (Territoires d'industries et organisations novatrices et solidaires), réunissant une quarantaine de membres. La dynamique collective

fondée sur une logique d'innovation se poursuit donc. Par exemple, Bürkert a porté le projet SMARTLAB, un système miniaturisé d'analyse en ligne de la qualité de l'eau, avec comme partenaires la société 3D Plus (une entreprise de la région parisienne spécialisée dans la miniaturisation et l'empilage de composants électroniques) et l'École supérieure de biotechnologies de l'université de Strasbourg.



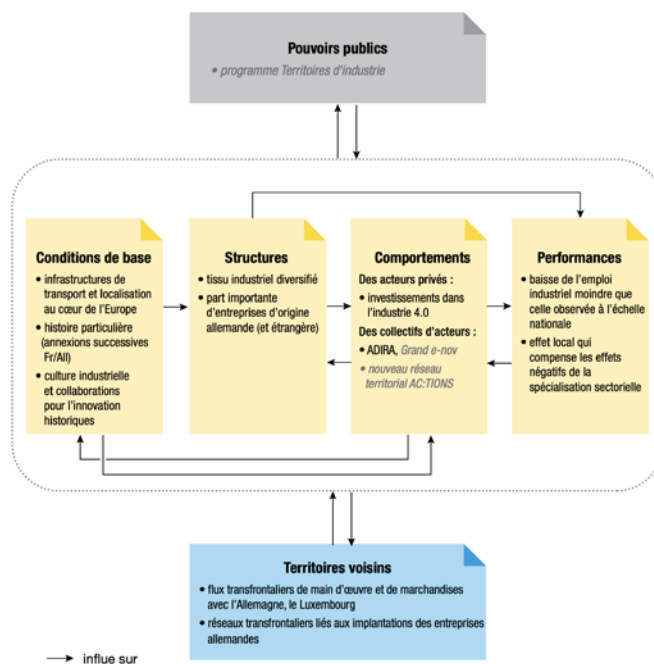
stock.adobe.com © Samuel Andreyev/Wirestock Creators

## Trois dynamiques



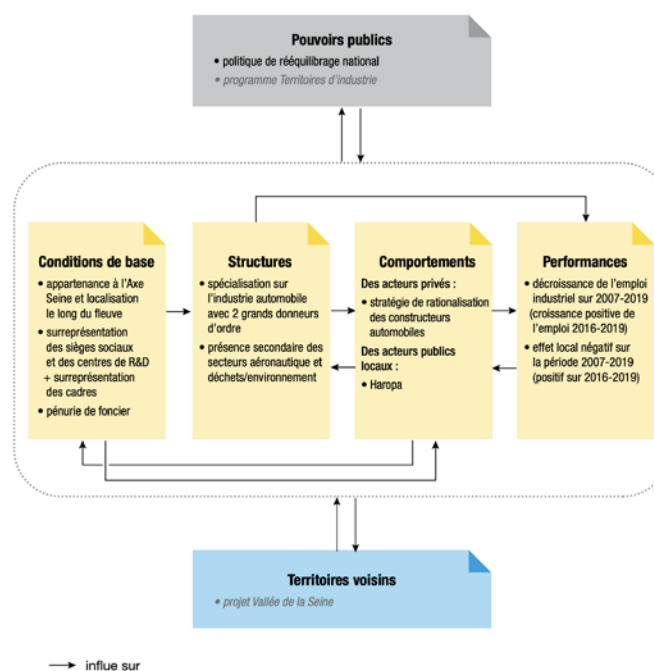


**Figure 2 – Alsace centrale, une organisation territoriale résiliente liée à des collaborations multiples**



Note : en gris figurent les éléments trop récents pour que nous puissions observer leur effet sur les performances du territoire.

**Figure 3 – Seine Aval-Mantes, un territoire en déprise industrielle et en mal de synergies entre acteurs**



Note : en gris figurent les éléments trop récents pour que nous puissions observer leur effet sur les performances du territoire.

---

## Conclusion

---

Tant sur le plan de leur spécialisation industrielle que des actions mises en œuvre par les acteurs locaux, ces territoires montrent que la recette du succès ou de la résilience industriels **dépend à la fois de la structure héritée, des conditions locales et de la mobilisation des acteurs**. On y voit aussi que la culture industrielle est le résultat d'une construction dans le **temps long**.

Pour autant aucune recette n'est éternelle ; aujourd'hui les acteurs du cognaçais se demandent comment le **changement climatique** va contraindre leur trajectoire de développement. Plus généralement, il est toujours nécessaire de renouveler les ressources et les recettes d'un territoire industriel, sous peine de le voir décliner, comme c'est aujourd'hui le cas pour Seine Aval.

Enfin, et c'est là le paradoxe, le **périmètre d'action est difficile à définir**. Le Territoire d'industrie auquel appar-

tient Cognac englobe l'agglomération d'Angoulême, ce qui apparaît pertinent au regard de l'aire d'appellation d'AOC comprenant la grande majorité des départements Charente et Charente-Maritime, mais qui l'est moins au regard de la spécialisation. Qu'ont en commun la mécanique et l'agroalimentaire, l'image et la tonnellerie ? De la même manière, les caractéristiques d'Alsace centrale sont bien souvent celles de l'ensemble de l'Alsace ; il n'existe pas une identité « centre-alsacienne » reconnue, et l'on peut dès lors se demander quelle était la pertinence de dessiner un tel sous-ensemble. Concernant Seine Aval, de nombreux projets sont constitués autour de la Seine, sur un axe Le Havre-Paris : le contrat de plan interrégional État-Région « Vallée de la Seine », Haropa, etc.

Le pouvoir de décision tout comme les moyens d'action se situent souvent à un niveau territorial plus large. Un territoire n'est pas isolé : l'évolution de son environnement voire de son périmètre est un paramètre à prendre en compte dans les politiques publiques.

---

## Bibliographie

---

Bain, J. S. (1959). *Industrial organization* (John Wiley and Sons).

Bouba-Olga, O., Ferru, M., & Guimond, B. (2012). Organisation des activités et dynamiques territoriales : éléments d'analyse et application aux bassins de Cognac et de Châtelleraut. *Revue d'économie régionale & urbaine*, 2, 173-191.

Carré, D., & Levratto, N. (2011). *Les performances des territoires - Les politiques locales, remèdes au déclin industriel*. Le Manuscrit.

Carré, D., & Levratto, N. (2020). Interactions locales et interrelations spatiales aux sources de la diversité des territoires. In *Perspective et Co-construction des Territoires au XXI<sup>e</sup> siècle* (Laudier I. & Renou L., p. 41-51). Hermann Editeur.

Fouqueray, E. (2022). *Seine Aval - Mantes : se réinventer face à la déprise industrielle*. Collection Libres opinions, Presses des Mines.

Fouqueray, E., & Nadaud, E. (2021). *Angoulême-Cognac : appréhender la diversité des territoires industriels*. Les Docs de La Fabrique, Presses des Mines.

Levy, R. (2005). *La place de la recherche universitaire dans les systèmes d'innovation : une approche territorialisée*. Thèse de doctorat. Université Strasbourg 1.

Mason, E. S. (1939). Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *American Economic Review*, 29(1).

Mérenne-Schoumaker, B. (2002). *La localisation des industries*. Nathan Université, coll. Géographie d'aujourd'hui.

Nadaud, E. (2022). *Alsace centrale: un territoire de culture industrielle*. Les Docs de La Fabrique. Presses des Mines.

Richardson, T. (2021). Yvelines. Stellantis va créer un nouveau site à Poissy et réduire la voilure à Vélizy. *78actu*. [https://actu.fr/ile-de-france/poissy\\_78498/yvelines-stellantis-va-creer-un-nouveau-site-a-poissy-et-reduire-la-voilure-a-velizy\\_46048695.html](https://actu.fr/ile-de-france/poissy_78498/yvelines-stellantis-va-creer-un-nouveau-site-a-poissy-et-reduire-la-voilure-a-velizy_46048695.html)

Robert, M. (1998), « Le paradoxe alsacien », *Les Échos*, 6 avril, disponible sur <https://www.lesechos.fr/1998/04/le-paradoxe-alsacien-789924>

Zins, S. (2010). Un panorama de l'industrie en Alsace. *INSEE-Chiffres pour l'Alsace*, (4), 1-9.

---

## L'observatoire des Territoires d'industrie

L'**observatoire des Territoires d'industrie** est un centre de ressources qui produit des études et organise un cycle de séminaires mensuels afin de mieux faire connaître les ressorts du développement industriel de nos territoires. Il associe La Fabrique de l'industrie, la Banque des Territoires, l'Institut pour la recherche de la Caisse des Dépôts, l'Agence nationale de la cohésion des territoires, la Fondation Mines Paris, Intercommunalités de France et Régions de France.



**Ensemble,  
faisons grandir  
la France**

[caissedesdepots.fr](http://caissedesdepots.fr)