

# RESEÑA DE LIBRO/DIFUSIÓN

Anne-Laure SAIVES

**TERRITOIRE ET COMPÉTITIVITÉ DE L'ENTREPRISE**

Paris, L'Harmattan, 2004, 494 p.

ISBN 2-7475-2815-4

39 euros

La recherche exposée dans cet ouvrage a été distinguée par le jury du prix 2001 de la meilleure l'Économie Agroalimentaire. Ce jury était constitué d'industriels de l'A.R.E.A (Association pour les Recherches sur l'Économie Agroalimentaire), du milieu agroalimentaire et d'enseignants-chercheurs universitaires.

Ce livre constitue le premier ouvrage qui établit le lien entre le territoire des entreprises et leur compétitivité à l'échelle infranationale, à partir d'une lecture théorique multidisciplinaire originale du comportement des firmes, au croisement des sciences de la gestion et de l'économie spatiale, industrielle et régionale. L'industrie agroalimentaire (IAA), première industrie en France, en pleine restructuration, et la région française des Pays de la Loire, défavorablement éloignée

des centres de consommation stratégiques ont servi ici de terrain d'investigation. Une centaine d'entretiens menés auprès de dirigeants d'entreprises alimente la problématique qui repose sur deux questions : ¿Quelles sont les ressources et aptitudes (R&A) territoriales mobilisées par les firmes industrielles agroalimentaires, durablement sources d'avantages concurrentiels? ¿Comment les firmes agroalimentaires s'approprient-elles de ces avantages?

Alors que la littérature classique propose un modèle de compréhension de la localisation des firmes fondé sur l'optimisation de choix initiaux réversibles, quatre logiques stratégiques dominantes (Consommation, Contagion, Conservation et Cooptation) de «territorialisation» de firmes, plus ou moins marquées par le choix de

la construction et de l'exploitation compétitive de leur ancrage local, ont été identifiées par le biais de l'analyse empirique des processus clés de création de valeur des IAA (approvisionnement, production, innovation, logistique, vente, décision).

ANNE-LAURE SAIVES

Territoire  
et compétitivité  
de l'entreprise



L'Harmattan

## SOMMAIRE

### INTRODUCTION

#### PARTIE 1 : LA CONSTRUCTION THÉORIQUE DU MODÈLE STRATÉGIQUE DE LA TERRITORIALISATION DES FIRMES 29

##### CHAPITRE 1 : DE LA LOCALISATION À LA TERRITORIALISATION 31

Section 1. Analyse concurrentielle et avantages de localisation 33

Section 2. De la localisation au territoire 45

Section 3. Du territoire à la territorialisation des firmes 66

Section 4. Les conditions de la compétitivité à base territoriale 95

##### CHAPITRE 2 : FACTEURS DE CONTINGENCE DU MODÈLE DE LA TERRITORIALISATION DES IAA 125

Section 1. Approche qualitative du facteur de contingence environnemental des comportements de territorialisation des IAA 130

Section 2. Approche quantitative des facteurs de contingence internes des comportements de territorialisation des IAA 147

Section 3. Approche qualitative du facteur de contingence territorial : typologie des territoires communaux des IAA régionales 163

Section 4. Approche qualitative des facteurs de contingence des processus des IAA régionales 184

#### PARTIE 2 : CARACTERISATION DES MODÈLES STRATÉGIQUES DE TERRITORIALISATION DES FIRMES 205

##### CHAPITRE 1 : LES SOURCES TERRITORIALES DE LA COMPÉTITIVITÉ DES PROCESSUS CLÉS DES IAA 207

Section 1. Compétitivité à base territoriale du processus d'approvisionnement 209

Section 2. Compétitivité à base territoriale du processus de production 234

Section 3. Compétitivité à base territoriale du processus logistique externe 278

Section 1. Compétitivité à base territoriale du processus d'approvisionnement 209

Section 2. Compétitivité à base territoriale du processus de production 234

Section 3. Compétitivité à base territoriale du processus logistique externe 278

Section 4. Compétitivité à base territoriale du processus de vente 288

Section 5. Compétitivité à base territoriale du processus de décision & gestion 297

##### CHAPITRE 2 : TYPOLOGIE DES COMPORTEMENTS TERRITORIAUX STRATÉGIQUES DES FIRMES 311

Section 1. Analyse typologique des IAA régionales 312

Section 2. Le modèle de territorialisation par contagion 331

Section 3. Le modèle de territorialisation par consommation 345

Section 4. Le modèle de territorialisation par conservation 355

Section 5. Le modèle de territorialisation par cooptation 364

Section 6. Récapitulation des logiques de territorialisation observées 373

CONCLUSION 381

### BON DE COMMANDE

A retourner à **L'HARMATTAN**, 7 rue de l'école Polytechnique 75005 Paris

Ou à [diffusion.harmattan@wanadoo.fr](mailto:diffusion.harmattan@wanadoo.fr)

Veuillez me faire parvenir ..... exemplaire(s) de « **Territoire et compétitivité de l'entreprise** » au prix de 39€ +

4.60€ de frais de port + 0.80 € par ouvrage supplémentaire.

Pour le Canada : 5.80 € de frais de port + 0.90 par ouvrage supplémentaire.

Soit un total de .....euros.

NOM : .....

ADRESSE : .....

Ci-joint un chèque de ..... **Euros**

**Pour l'étranger, vos règlements sont à effectuer en Euros :**

- sur chèques domiciliés sur banque française.

- par virement sur notre CCP 23 62544 N Paris

- par carte bancaire ( Visa ) N° ..... date d'expiration ...../...../.....