

*Attractivité et compétitivité des territoires :
quels indicateurs ?*

Par : Abdelmadjid AIT HABOUCHE,

Ouahiba MIHOUB-AIT HABOUCHE

**Professeurs,*

Laboratoire LARAFIT, Université d'Oran 2, Mohamed Ben Ahmed

Résumé :

Depuis plus de trois décennies, l'Algérie a procédé, dans le cadre des plans d'ajustement structurel, de la probable et future adhésion à l'OMC et de son partenariat avec l'Union européenne dans le cadre de l'accord d'association signée en 2002 à une libéralisation de son économie. La confrontation avec les marchés internationaux constitue pour l'Algérie à la fois une bonne opportunité et un risque. Une opportunité qui permet au pays d'avoir accès à de nouveaux marchés et d'attirer des flux d'IDE et un risque de rester à l'écart dans le cas où le pays soit insuffisamment préparé à cette ouverture et incapable d'en tirer profit.

Aussi, la question qui est parvenue à notre esprit et de savoir : **quel est le niveau de compétitivité et d'attractivité de notre économie, comparativement à d'autres pays** et de savoir dans quelle mesure on est apte à tirer profit de l'ouverture commerciale de notre économie.

Pour répondre à cette question, nous avons adopté une démarche quantitative comparative basée sur l'analyse des classements et des baromètres publiés par les institutions internationales telles que la Banque mondiale, le forum économique mondial, Héritage foundation. Ces classements souvent critiqués pour l'insuffisance de leurs fondements théorique et empirique (Hatem 2004) surtout dans le choix des indicateurs et leurs pondérations permettent cependant, d'apprécier l'environnement socio-économique des acteurs d'un pays donné comparativement à d'autres pays similaires.

Aussi, dans cet article nous commencerons par une interrogation conceptuelle sur les notions de compétitivité, d'attractivité et de territoire (I), nous exposerons ensuite les principaux indicateurs de compétitivité et d'attractivité des territoires (II), pour opérer à la fin une appréciation de la compétitivité et de l'attractivité du territoire Algérie en analysant les évaluations faites par différents organismes internationaux quant à la compétitivité et l'attractivité de notre économie (III).

Mots clés : attractivité, compétitivité, territoire, économie algérienne, indicateurs

Depuis plus de deux décennies, la compétitivité est devenue le maître-mot aussi bien des entreprises que des territoires compris au sens large (Nation, Région, ...). Elle est corrélée directement à la mondialisation croissante. Aussi, la compétitivité des entreprises et l'attractivité des territoires voire même leur compétitivité, s'invitent dans l'espace mondial et dans les stratégies des entreprises. Qu'entendons-nous par territoire, compétitivité et attractivité ?

1. Quelques précisions sémantiques :

Le contexte de mondialisation (OMC), d'intégration régionale (accord UE, ZLEA)... bref d'ouverture économique en cours, accentue la mobilité croissante des marchandises et services, des facteurs de productions et des ressources (capital, ressources humaines, informations...), tout cela met les territoires en concurrence en plus de la concurrence des entreprises et des firmes.

1.1 Le territoire : un nouvel acteur actif.

Le territoire qui cherche à attirer, à ancrer l'entreprise et son investissement peut être défini comme un espace à plusieurs dimensions, géographique, juridique, institutionnel, économique... François Perroux (1950)¹ distinguait déjà : l'espace géographique (homogène), l'espace Plan (institutionnel) et l'espace économique (champ de forces).

Le territoire dont il s'agit ici retient deux dimensions : la dimension économique (l'espace de la firme) et la dimension administrative ou institutionnelle, celle qui introduit le jeu des acteurs locaux (Wilaya, Chambre de commerce et collectivités locales)... et dont l'action reposerait sur les incitations publiques.

Le territoire défini comme "un lieu de coopération et de synergie des acteurs locaux (firmes, institutions, pouvoirs publics, consommateurs)" permet grâce à une stratégie appropriée d'attractivité et d'ancrage du capital, toutes formes confondues de résister et surtout de participer à la compétition mondiale (Capiez et Girlando, 2004). C'est la capacité des territoires à créer des liens et des réseaux d'acteurs en leur sein et en dehors qui déterminera leur compétitivité et leur l'attractivité. En effet, les territoires développent des stratégies à la recherche d'une attractivité et d'une compétitivité qui résulteraient de ses rapports aux firmes et aux institutions.

¹ Perroux F. (1950) : « L'économie du XX^{ème} siècle » PUF

1.2 Attractivité territoriale

La notion d'attractivité renvoie aux notions d'attraction et de mobilité d'acteurs. Elle est tout autant utilisée dans les sciences physiques qu'elle ne l'est en géographie, en économie spatiale et en aménagement lorsqu'elle renvoie au concept d'attractivité territoriale.

*Elle cible l'attraction et la mobilité des personnes physiques et morales dans un contexte de compétitivité et de concurrence.

*Elle s'apprécie à une échelle internationale, nationale, régionale et locale.

A partir des travaux de Courlet et Pecqueur (2013), Hatem, (2004), Devereux et Griffith (1998) ; entre autres, l'attractivité d'un territoire peut se définir comme sa capacité sur une période donnée à :

*Attirer et retenir diverses activités économiques et facteurs de production mobiles (entreprises, événements professionnels, des personnes de talents, entrepreneurs, capitaux,...etc., qui sont parfois externes à la région.

*Favoriser la création de richesse et la croissance d'entreprises endogènes, de centres d'excellence et de secteurs économiques.

Dans d'autres travaux et dans une optique exclusivement économique, l'attractivité des territoires est conçue comme leur capacité à fournir aux entreprises, grâce à leurs ressources, des conditions d'implantation plus intéressantes que celles des territoires concurrents. Elle se confond avec les facteurs de localisation et se destine à des fins de benchmarking (entre pays, régions, agglomérations, communes ...). Aussi, seules certaines variables économiques (investissements directs à l'étrangers, taux d'emplois, ...) sont estimées comme pertinentes dans l'analyse de ce phénomène.

Gollain (2015), explicite l'approche de l'attractivité endogène qu'il juge intéressante dans la mesure où elle cherche à identifier les raisons qui sont à la source de l'attractivité territoriale. Aussi, Pour comprendre, sur une période donnée, les résultats d'un territoire en matière d'attractivité, il est nécessaire de mener une analyse externe et interne dudit territoire pour :

a) identifier et analyser les facteurs de la compétitivité territoriale qui créent des avantages comparatifs et agissent sur l'attractivité (présence et qualité des infrastructures, capital humain, services rendus, etc.

b) mesurer l'impact de l'environnement extérieur (variation du cours de la devise, réglementation, taux de croissance économique, etc.) sur les performances d'attractivité ;

c) décrypter l'impact des stratégies d'attractivité et de marketing territorial² (Gollain 2015 ; Gayet 2015) qui ont été mises en place et ont pu agir sur les résultats du territoire.

En bref, l'attractivité c'est le reflet de la performance d'un territoire au cours d'une période donnée.

1-3 La compétitivité territoriale

Bien que la notion de compétitivité soit utilisée dans des thématiques diverses, celle-ci constitue d'abord une notion économique pour laquelle les différents courants théoriques économiques (libéral, keynésien, régulationniste) ont apporté des nuances et des divergences d'interprétation et de compréhension.

L'origine du concept de compétitivité est double : en économie internationale (économie mondiale, échelle nationale et échanges transfrontaliers, marchés monétaires, etc.) et en économie de l'entreprise³(organisation de la performance, politiques d'investissement et d'innovation, etc.). D'abord utilisée en micro-économie dans la comparaison d'entreprises dans un même marché, elle l'est aussi dans l'analyse des économies nationales.

² Le marketing territorial est une approche permettant de valoriser les facteurs d'attractivité dans la mesure où les territoires doivent identifier leurs éléments de différenciation face à leurs concurrents, que ce soit en matière de prix ou de qualités spécifiques. Une politique de marketing territorial est de nos jours indissociable d'une politique d'attractivité.

³ Pour Koenig, (1996), la compétitivité de l'entreprise se conçoit sous deux formes :

- La compétitivité prix, qui est liée à la valeur du bien ou du service.
- La compétitivité structurelle ou hors prix, qui est liée à des caractéristiques du bien ou du service autres que le prix telles que la qualité des produits, la qualité des services englobant le produit ou la qualité de la production.

Par rapport à cette dernière considération, la compétitivité territoriale se ramène au concept méso-économique d'avantage compétitif territorial. Il peut se définir comme le "succès" avec lequel les régions et/ou les villes concurrent entre elles. Il se mesure principalement par leur degré d'attraction de l'investissement privé ou public, local ou étranger, des capitaux, de la main d'œuvre qualifiée et des entrepreneurs innovants ... (Courlet (2008)).

Gollain (2015) définit de son côté un territoire compétitif comme celui qui est en mesure de créer et de développer en son sein des externalités positives favorisant des dynamiques endogènes et l'accueil de nouveaux acteurs, tout en ayant la capacité de faire face à la compétition, effective ou potentielle, sur les marchés extérieurs qu'internes. Par rapport à cette définition, l'attractivité est l'une des résultantes de la compétitivité territoriale.

Par conséquent, pour mettre en place une politique de compétitivité territoriale, les acteurs publics peuvent agir sur 6 composantes clés : la qualité de l'offre territoriale (compétitivité hors-prix), le prix des facteurs, l'organisation des acteurs, la dimension sociale, la capacité d'adaptation du système économique local et la maîtrise des méthodes et techniques de marketing territorial comme l'explicité le schéma ci-dessous :



Source : Gollain 2015

Des définitions ci-dessous, on peut aisément confirmer la proximité entre les notions de compétitivité territoriale et d'attractivité territoriale car les sources de la compétitivité et de l'attractivité des territoires convergents (Camagni (2006) et les facteurs qui contribuent à attirer de nouvelles activités sur un territoire sont aussi les facteurs qui permettent aux firmes situées sur ce territoire de prospérer dans un climat compétitif.

Nous concluons ce point, en disant que le concept d'attractivité est indissociable de celui de compétitivité et pour apprécier l'un comme l'autre se pose la question de la mesure.

Il est question de rechercher les indicateurs adéquats permettant d'analyser le dynamisme d'un territoire donné. En d'autres termes sur quelle base pouvant nous affirmer qu'un territoire est plus attractif et compétitif qu'un autre. Nous présenterons dans ce qui suit les principales approches.

2. Les indicateurs de mesure de compétitivité et de l'attractivité territoriale :

Le concept de compétitivité englobe de nombreuses variables économiques différentes qui rendent sa mesure compliquée. Les économistes ont coutume de différencier la compétitivité-prix, qui mesure la capacité d'un pays à proposer moins cher ses produits à l'exportation que ses voisins, et la compétitivité hors-prix, qui mesure la capacité d'un pays à imposer ses produits par les facteurs autres que le prix comme la qualité du produit, l'image de marque, l'innovation et les services.

D'une manière générale, une bonne mesure de la compétitivité devrait satisfaire au moins trois critères essentiels :

*Premièrement : couvrir tous les secteurs exposés à la concurrence, à savoir représenter tous les biens échangés ou échangeables soumis à cette concurrence, et seulement ceux-là ;

*Deuxièmement : inclure tous les marchés où la concurrence s'exerce.

* troisièmement, être élaborée à partir de données absolument comparables au niveau international.

Pour évaluer cette compétitivité et attractivité, on recourt aussi bien à la modélisation économétrique, qu'aux enquêtes d'opinion et classements des institutions internationales basés sur des indicateurs présentant des imperfections comme nous l'avons mentionné plus haut.

2-1 Les approches économétriques :

Ces approches permettent d'établir une relation entre le principal indicateur de l'attractivité qu'est l'évolution du taux de création d'entreprises (on peut aussi utiliser les créations d'emplois dans les nouvelles entreprises ou le taux d'immatriculation) et des variables explicatives qui sont d'ordre socioéconomique, démographique et institutionnel.

Parfois on recourt à des indicateurs agrégés ou synthétique que nous utilisons comme proxy de variables explicatives difficilement quantifiables.

La littérature théorique et les travaux empiriques proposent une batterie de variables explicatives de l'attractivité territoriale toujours plus nombreuses, mais autour desquelles aucun consensus ne se dégage.

***Les variables d'ordre institutionnel**

L'attractivité territoriale est davantage fonction de la qualité de l'organisation territoriale et de la bonne marche des institutions locales (publiques/privées ; formelles/informelles). De ce fait, les variables explicatives retenues peuvent être certains facteurs de la gouvernance locale, la stabilité politique, le niveau de corruption et la qualité du cadre réglementaire.

La qualité de la gouvernance (BM) peut être approchée par exemple par la présence d'institutions d'appui à la dynamique économique (création d'entreprise, interface entre le monde de la recherche et le monde économique et l'existence de plateforme de partenariat privé/ public....

***Les variables d'ordre socio-économiques**

Parmi les variables explicatives d'ordre socio-économiques, on retient en général, des variables reflétant la croissance économique du territoire. Il s'agit en autres du taux de croissance du PIB local, du Produit Local Brut/hab, de la taille du marché, du taux d'emploi, du niveau des salaires, du niveau des taxes et les revenus, du volume de l'investissement, du niveau des dépenses en R-D, du nombre de brevets, du niveau des aides locales, du niveau d'instruction de la main-d'œuvre, de la croissance, et densité de la population, eds infrastructures de base, et équipements, de la qualité de l'environnement..... etc.

Cela suppose bien évidemment une comptabilité régionale, voire locale qui n'est pas encore mise en place dans beaucoup de pays y compris l'Algérie.

2-2 Les enquête d'opinions :

Les enquêtes baromètre de l'attractivité reposent sur une approche minimaliste et étroite de l'attractivité. Elles s'intéressent en particulier aux facteurs de localisation des multinationales et donc à l'attractivité des IDE.

Ces enquêtes d'opinion se font auprès des investisseurs. On leur demande de classer les critères de localisation et de donner un classement relatif des différents territoires d'accueil potentiel par rapport à ces critères. C'est le cas notamment du baromètre d'attractivité de « Ernst Young » publié annuellement. L'enquête recense le nombre d'emplois créés, le taux de croissance des investissements direct étrangers (IDE) reçus, la part de chaque secteur (service, industrie,...) des IDE entrants, l'origine des IDE reçus, les secteurs attirants les IDE. La dernière enquête (BaroMed 2015) effectuée par ce cabinet d'audit et d'expertise, publiée en Avril 2015, concerne l'attractivité de la région Méditerranéenne⁴. Elle a exploré les tendances clés et les opportunités pour les investisseurs étrangers dans les pays autour de la Méditerranée, au Moyen-Orient et dans la région du Golfe⁵.

Il ressort de cette enquête que Le BaroMed 2015 a identifié huit moteurs de croissance pour les IDE de la région méditerranée : le numérique, l'entrepreneuriat, l'urbanisation, la compétitivité, la diversification, les énergies renouvelables, le développement social et la transparence. Malgré des perspectives encourageantes, beaucoup de répondants soulignent des menaces au sein de la région : l'instabilité (53%) et le manque de transparence (29%) sont les principaux obstacles à l'investissement et à une croissance durable. De plus, ils se déclarent inquiets à propos du retard dans le développement des infrastructures de certains pays et de l'économie stagnante en Europe, qui est toujours la principale source de capital de l'ensemble de la région méditerranée.

Les investisseurs sont clairs sur les améliorations à apporter pour dynamiser l'attractivité des pays de la région : atteindre une stabilité politique est la première priorité (49% des répondants), juste devant l'amélioration de la sécurité des individus et des biens (33% en moyenne au Moyen-Orient et en Afrique du Nord), suivi par des efforts dans l'éducation, les infrastructures et la promotion à l'international.

⁴ La région méditerranée est constituée de 5 sous-régions (les pays de l'UE, la Turquie et les Balkans, le Moyen-Orient, les pays du Golfe et l'Afrique du Nord), comprenant 27 pays (Albanie, Algérie, Bahreïn, Bosnie-Herzégovine, Croatie, Chypre, Egypte, France, Grèce, Israël, Italie, Jordanie, Koweït, Liban, Libye, Malte, Monténégro, Maroc, Oman, Qatar, Arabie Saoudite, Slovaquie, Espagne, Syrie, Tunisie, Turquie et les Émirats arabes unis).

⁵ Pour consulter cette étude cf ; Ernest &Young (2015), Baromed .

De son côté le Forum économique mondial (FEM) mène annuellement des enquêtes pour recensés les facteurs jugés par les dirigeants d'entreprise comme les plus gênants pour la pratique des affaires dans leur pays. Les personnes interrogées devaient désigner dans une liste de 15 facteurs, les cinq les plus problématiques, et les classer de 1 (le plus problématique) à 5.

2.3 Les indicateurs élaborés par des institutions internationales

Quelques soient les critiques apportées aux indicateurs élaborés par les institutions internationales que ce soient en termes de :

- *Qualité des sources
- *De choix des indicateurs
- *Du mode de calcul des indicateurs de synthèse

Nous les jugeons que nous pouvons les utiliser pour apprécier d'une façon relativement fiable la compétitivité et l'attractivité globale d'un territoire donné.

Nous avons recensés plusieurs indicateurs élaborés par les institutions internationales. Il s'agit de :

- L'indice « Doing Business » de la Banque Mondiale. Le classement opéré par la Banque Mondiale repose sur 11 critères visant à déterminer la facilité qu'ont les investisseurs pour faire des affaires de façon générale.

Cet indice est publié annuellement, et classe les pays en fonction de la qualité du climat des affaires qui y règne. Il concerne 189 pays dont l'Algérie. Les critères sont : le temps mis dans :

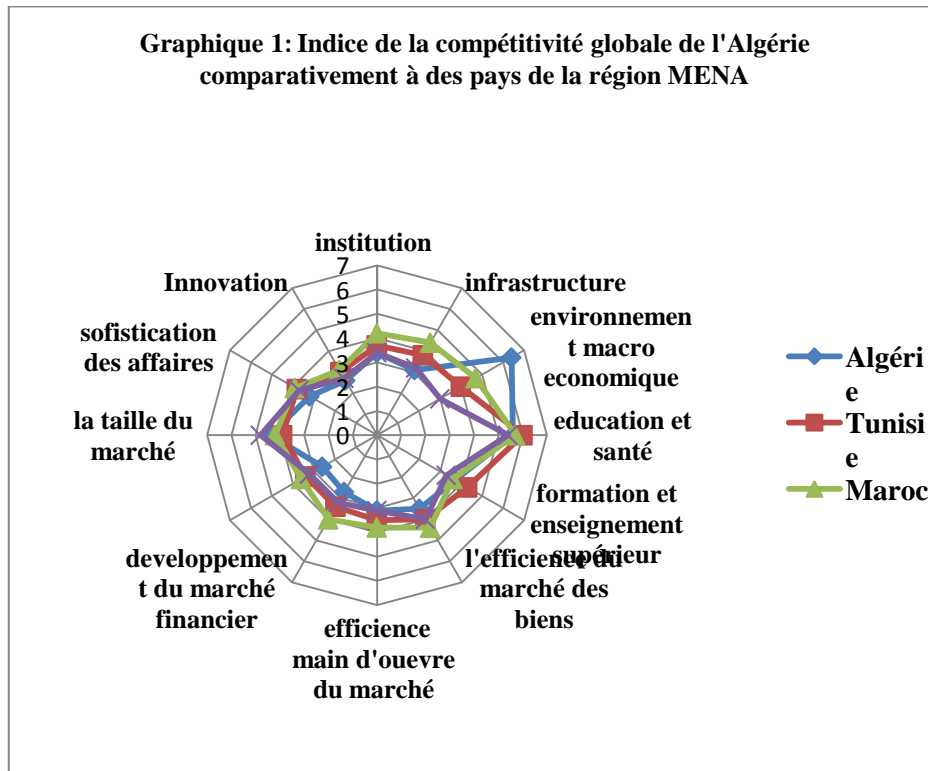
- La création d'entreprise,
- L'octroi de permis de construire,
- Le raccordement à l'électricité,
- Le transfert de propriété,
- L'obtention de prêts,
- La protection des investisseurs,
- Le paiement des impôts,
- Le commerce transfrontalier,
- L'exécution des contrats
- Le règlement de l'insolvabilité.
- La régulation du marché du travail

- L'indice de compétitivité global publié annuellement par le forum économique mondial (FEM). C'est un indice composite basé sur 12 indicateurs mesurant les facteurs globaux de croissance (environnement macro-économique, institutions, infrastructure, éducation, santé, technologie, efficacité de marchés, innovation taille du marché...)
- L'indice global de compétitivité détaillé publié annuellement toujours par le FEM. Il nous fournit le classement de 144 pays en termes de compétitivité à partir d'une échelle de 1 (le moins compétitif) à 7 (le plus compétitif) en se basant sur près de 120 indicateurs regroupés en 12 piliers (institutions, infrastructure, ... éducation, enseignement supérieur et formation, efficacité des différents marchés, Innovation, ect.). Les piliers sont ensuite regroupés en trois catégories :
 - Paramètres de base (1-4)
 - Sources d'efficacité (5-10)
 - Sources d'innovation et de sophistication (11-12)
- L'Indice de liberté économique élaboré par Wall Street Journal et la "Heritage Foundation" : c'est un classement fondé sur un ensemble de dix critères économiques (Libertés d'entreprise, d'échanges et d'investissement ainsi que le poids des taxes, des dépenses publiques et la stabilité monétaire)

3Quelle attractivité et compétitivité de l'économie algérienne ?

- Le Dernier rapport du forum économique mondial sur la compétitivité (2014-2015) classe l'Algérie à la 79^{ème}. Position. Elle est classée :
 - 92^{ème} pour les exigences fondamentales en matière de compétitivité. A l'intérieur de ce pilier, elle est 135^{ème} en termes d'institutions, 106^{ème} en termes d'infrastructures, 34^{ème} en termes d'environnement macroéconomique et 92^{ème} en termes de santé et d'enseignement primaire .
 - 133^{ème} pour les améliorateurs d'efficacité. A l'intérieur de ce pilier, elle est 101^{ème} en ce qui concerne l'enseignement supérieur et la formation, 142^{ème} et 144^{ème} concernant respectivement l'efficacité du marché de produits et l'efficacité du marché du travail. Quant au développement des marchés financiers, elle se classe 143^{ème}, pour la maturité technologique 136^{ème} et pour la taille du marché 48^{ème}.
 - 143^{ème} pour les déterminants d'innovation et de sophistication : à l'intérieur de ce pilier, elle se classe 144^{ème} pour le degré de sophistication des affaires et finalement 141^{ème} pour l'innovation.

Le graphique 1 ci-dessous illustre le classement de l'Algérie comparativement à nos voisins le Maroc, la Tunisie en plus de l'Egypte.

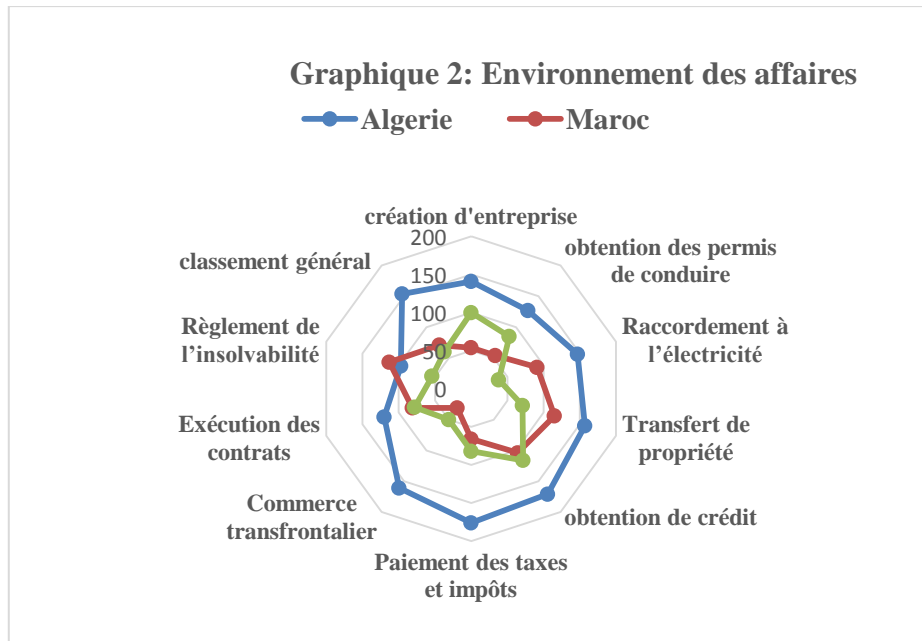


Source : notre construction à partir du rapport du FEM, 2015

Par ailleurs, parmi une liste de quinze indicateurs (15), reflétant les facteurs qui contraignent l'attractivité de leur économie, les opérateurs économiques algériens interrogés dans le cadre du sondage annuel réalisé par le FEM ont avancés les facteurs essentiels suivants :

- Accès au financement (15, 1%)
- Corruption (13, 9%)
- Bureaucratie (12, 6%).
- Taux de Taxation (9, 4 %)
- Inadéquation du système de formation (6, 1%)

D'après le classement de la Banque Mondiale, (Doing Bussines) par rapport à la question de la facilité à faire des affaires, l'Algérie se classe 154ème sur 189 économies. (Graphique 2)



Source : notre construction à partir du rapport Doing business de la Banque Mondiale, 2015

- L'indice de liberté économique 2015, de Heritage foundation place l'Algérie dans la catégorie des pays où la liberté économique est « réprimée » avec un score global de 48,9 points. elle est classée 157ème sur un total de 178 pays.

D'après ce rapport, on relève un important recul de l'Algérie dans tous les critères pris en considération dans l'élaboration de ce classement, à savoir liberté d'entreprise, liberté des échanges, poids des taxes et impôts, dépenses du gouvernement, stabilité monétaire, liberté d'investissement, dérégulation financière, protection de la propriété privée, lutte contre la corruption et libéralisation du travail.

Le tableau ci-dessous détaille le classement de L'Algérie pour les 10 critères constitutifs de l'indice, en 2015 :

Critères	Indices	Rang
Liberté d'entreprise	66,6	85
Poids des taxes et impôts	80	83
Stabilité monétaire	71,2	140
Liberté d'investissement	75	158
Liberté des échanges	60,8	164
Protection de la propriété privée	30	94
Dépenses du gouvernement	38,7	154

Source : Heritage Foundation, 2015

En s'appuyant sur les différents classements exposés plus haut, le territoire Algérie est loin d'être attractif et compétitif comparativement à nos voisins maghrébins. Des contraintes sur l'investissement, sur la liberté d'entreprendre, sur le marché du travail, sur l'éducation, la recherche et l'innovation, sont réelles. Par ailleurs, on relève, l'insuffisance en matière de gouvernance des institutions et la mauvaise gestion des dépenses publiques malgré un environnement macro- économique et une taille du marché plus ou moins favorable.

Conclusion :

D'après cette contribution sur l'évaluation de la compétitivité et l'attractivité territoriale de l'Algérie, les éléments de conclusion suivants peuvent être avancés :

- Parmi les facteurs qui déterminent l'attractivité et la compétitivité des territoires, les facteurs traditionnels jouent un rôle de plus en plus faible face à l'importance croissante d'éléments immatériels tels que l'innovation, la formation, l'insertion dans les réseaux, l'identité territoriale ou la gouvernance (Camagni, 2006)

L'importance croissante des facteurs immatériels s'explique par l'évolution de la notion de territoire qui n'est plus considéré comme un simple support de ressources techniques, mais également comme une matrice d'interactions susceptibles de générer des dynamiques propres et des ressources spécifiques (Camagni, 2006).

- Par ailleurs, nous avons relevé que les notions d'attractivité et de compétitivité des territoires sont indissociables de la notion de productivité. En effet, les mouvements de capitaux et de facteurs de production se dirigent « vers les territoires où les coûts sont mineurs ou bien vers les territoires où les coûts supérieurs sont plus que compensés par une forte productivité » (Camagni, 2006). L'attractivité d'un territoire va donc dépendre de la productivité des entreprises qui y sont localisées et cette productivité est elle-même dépendante des facteurs de compétitivité recensés plus haut.
- La gouvernance locale doit être renforcée à travers un rôle plus important donné aux institutions locales, publiques et privées afin promouvoir la compétitivité de leur territoire. Il s'agit de veiller au maintien des ressources existantes et à l'émergence de nouvelles (faire muter les ressources potentielles en ressources actives), de faciliter la mise en réseau des différents acteurs locaux et de pérenniser la relation acteur / territoire afin que l'acteur ne s'émancipe pas du territoire en devenant mobile vers d'autres territoires qui offriraient des ressources équivalentes ou plus rares (avantage spécifique).
- Enfin, pour se différencier dans un contexte concurrentiel, les territoires sont obligés de relancer continuellement leur attractivité et de renforcer leur compétitivité. L'attractivité est fondamentale car le développement des territoires prend essence dans la valorisation des ressources locales, la culture et les savoirs- faire locaux Elle est par ailleurs, primordiale pour le développement des territoires car elle favorise l'émergence de clusters qui permettront de donner aux territoires un avantage compétitif certain par rapport à d'autres territoires.

Bibliographie :

- Camagni, R. (2006), Compétitivité territoriale : la recherche d'avantages absolus, Reflets et perspectives de la vie économique, De Boeck Université, vol. 0(1), pages 95-115.
- Capiez et Girlando, 2004, Approche méthodologique du développement local, Management local et réseaux d'entreprises, Rousseau M.(dir), Economica
- Chiappini R, (2012) : Les indices composites sont-ils de bonnes mesures de la compétitivité des pays ? Working Paper de LAREFI N°2012-05, Université Montesquieu-Bordeaux IV.
- Courlet C. (2008), L'économie territoriale, PUG Grenoble, coll. L'économie en plus.
- Courlet C. et Pecqueur B. (2013), L'économie territoriale, PUG Grenoble, Devereux, Michael P. & Griffith, Rachel, 1998. "Taxes and the location of production: evidence from a panel of US multinationals," Journal of Public Economics...
- Gayet J. (2015), Tendances et nouvelles pratiques du marketing territoriale, dans « Attractivité des territoires : théories et pratiques » Lise Bourdeau-Lepage (dir.), Vincent Gollain (dir.), CNER, Paris.
- Gollain V (2015), Compétitivité territoriale 2.0 : quels apports pour les politiques publiques de développement économiques, dans « Attractivité des territoires : théories et pratiques » Lise Bourdeau-Lepage (dir.), Vincent Gollain (dir.), CNER, Paris.
- Gollain V (2014), Le marketing territorial et l'attractivité des territoires, Territorial Editions.
- Hatem F. (2004), Attractivité de quoi parlons-nous ?, Revue Pouvoirs locaux, n°61.
- Hatem F. (2004), Les indicateurs comparatifs de synthèse : une rapide revue de littérature, Les Notes Bleues de Bercy.
- Heritage Foundation (2015), Index of Economic Freedom.
- Perroux F. (1950), L'économie du XXème siècle, P.