



Charles Bohan

Les stratégies des firmes multinationales de l'automobile dans l'Europe élargie : le modèle centre-périphérie à l'épreuve

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Charles Bohan, « Les stratégies des firmes multinationales de l'automobile dans l'Europe élargie : le modèle centre-périphérie à l'épreuve », *Géocarrefour* [En ligne], Vol. 84/3 | 2009, mis en ligne le 17 décembre 2009, consulté le 02 janvier 2013. URL : <http://geocarrefour.revues.org/7424>

Éditeur : Association des amis de la Revue de Géographie de Lyon
<http://geocarrefour.revues.org>
<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur : <http://geocarrefour.revues.org/7424>
Ce document est le fac-similé de l'édition papier.

© Géocarrefour

Charles BOHAN

Centre français de recherche
en sciences sociales de
Prague (CEFRES)
USR 3138 du CNRS-MAEE

Les stratégies des firmes multinationales de l'automobile dans l'Europe élargie : le modèle centre-périphérie à l'épreuve

MOTS-CLÉS

Industrie automobile, Europe élargie (EE), firmes multinationales (FMN), réseaux d'entreprises, chaîne globale de valeur (CGV), centre/périphérie.

KEY WORDS

Automobile industry, enlarged Europe, multinational firms, company networks, global value chain, centre/periphery.

RÉSUMÉ

Les firmes multinationales ont largement reconfiguré les territoires de l'Europe élargie, en particulier, les entreprises de l'automobile. Nous proposons de décrire les dynamiques induites par les firmes en général dans le développement des territoires depuis la chute du mur de Berlin. Aussi, nous comptons évaluer la modernisation industrielle du secteur automobile au sein des nouveaux membres de l'Union européenne issus des PECO et ses effets sur le nouveau rôle de ces pays dans la division du travail de l'industrie automobile européenne. Pour cela, nous utiliserons l'approche de la chaîne globale de valeur par rapport à la mise à niveau industrielle, en évaluant l'ancrage des grandes multinationales au sein des villes de l'Europe élargie.

ABSTRACT

Multinational firms, particularly in the automobile sector, have considerably modified the territories of an enlarged Europe. The aim of this article is to study in general the dynamics created by these firms in territorial development since the fall of the Wall. The article also aims to evaluate the industrial modernization of the automobile sector within the new member states of the European Union in Central and Eastern Europe, and its effects on the new role of these countries in the division of labour of the European car industry. This is done by using the approach of the global value chain in relation to industrial upgrading and by estimating the degree to which multinational companies are embedded within a widened Europe.

Quelle Europe de l'automobile vingt ans après la chute du mur ?

La géographie de l'industrie automobile européenne a largement changé ces vingt dernières années, sa manifestation la plus visible étant son expansion vers l'est du continent. En évoquant les adhésions de 2004 et de 2007 à l'Union européenne, certains acteurs politiques y voyaient plus qu'un élargissement en parlant de réelle réunification du continent, au-delà de la simple adhésion à un conglomérat économique (Lequesne, Rupnik, 2004). Cependant, l'Europe rencontre le risque de voir fusionner une Europe à deux vitesses avec deux niveaux de développement bien différents. On observe des écarts structurels réels au sein de l'Europe des 27, concernant le PIB par habitant, les structures économiques, la répartition des activités à forte valeur ajoutée. La politique de cohésion régionale impulsée par les institutions européennes est un outil efficace de convergence économique des territoires.

Cependant, à elles seules, les politiques ne peuvent faire changer les tendances. En effet, l'ouverture et le développement des nouveaux territoires de l'Europe, même s'ils découlent de décisions politiques, sont en grande partie impulsés par les investissements d'acteurs économiques privés. On a observé dans ces territoires, après une phase de transition jusqu'au milieu des années 1990, une véritable « ruée vers l'est » des entreprises multinationales occidentales, qui a fortement contribué à la reconfiguration des territoires de la nouvelle Europe (Baillot, 2002). Ce développement est soutenu par des politiques européennes encourageant une convergence économique accélérée des niveaux de vie de ces régions avec ceux des régions d'Europe occidentale. Ces

territoires sont devenus un enjeu essentiel pour le déploiement des firmes multinationales. D'un côté, elles y trouvent l'opportunité de conquérir de nouveaux marchés qui, par leur caractère central, font figure de plate-forme entre Europe occidentale et Europe de l'Est et les Balkans. D'un autre côté, dans une logique de production, elles y trouvent une main-d'œuvre meilleur marché qu'à l'Ouest. À partir de ce constat, quelles stratégies d'implantation les firmes du secteur favorisent-elles ? Des stratégies de production ou de marché (Michalet, 1999) ? D'ailleurs, comment les localisations des entreprises multinationales ont-elles intégré les territoires centre-européens dans des réseaux industriels et technologiques ?

On peut ainsi s'interroger aujourd'hui sur les nouvelles dynamiques et les mutations occasionnées par ces mouvements dans la nouvelle Europe. Comment ces territoires participent-ils à une nouvelle division spatiale européenne du travail ? Quel est leur rôle dans les stratégies de production des entreprises ? Cet article propose donc de faire le point des reconfigurations des territoires de l'Europe élargie par les firmes multinationales en prenant pour exemple celui de l'automobile, le but étant de comprendre les dynamiques induites par les firmes en général dans le développement des territoires depuis la chute du mur de Berlin.

Si l'on s'intéresse en particulier aux territoires les plus attractifs pour les entreprises multinationales de l'automobile, c'est parce que cette activité représente 11,13% du total des investissements étrangers dans les pays d'Europe centrale (CNUCED, 2008). En découle une nouvelle carte des recompositions du secteur automobile dans l'Europe élargie que nous proposons d'illustrer. Tout au long de notre développement, nous

articulerons l'analyse géographique à l'approche économique de la chaîne de valeur des entreprises (Porter, 1986 ; Gereffi, 2001), où interviennent des notions de gestion des entreprises dans la relation firme/territoire.

Clés théoriques : nouvelle économie géographique (NEG) et chaîne globale de valeur (CGV)

L'industrie automobile est souvent perçue comme un secteur globalisé possédant une chaîne de valeur très internationalisée. En fait, l'internationalisation de cette industrie s'effectue plutôt de façon régionale. Le développement actuel du secteur automobile est largement basé sur des marchés régionaux. En effet, les productions y sont différenciées entre les pôles de la triade (ALENA, UE, Japon) et même parmi les marchés émergents (Inde, Chine). La division du travail est elle-même régionalisée entre activités de R&D (recherche et développement), de fabrication et de ventes.

Nous nous appuyons sur le modèle « centre-périphérie » issu de la nouvelle économie géographique, communément appelée la NEG (Fujita, Krugman, Venables, 1995) pour représenter les caractéristiques de l'industrie automobile européenne, modèle issu plus généralement des sciences sociales, notamment des sciences historiques, avec le modèle pionnier de Wallerstein (1979) et, pour le commerce international, le modèle économique de Vernon (1973). Selon les interprétations de la théorie centre-périphérie, les pays les moins développés ne devraient concentrer que les domaines aux coûts bas et à fort besoin de main-d'œuvre dans la chaîne de production automobile et/ou les productions orientées vers les marchés locaux (Ottaviano, Thisse, 2004).

Toutefois, cette vue du monde économique ne peut se réduire à une vision dichotomique. Quelques pays semi-périphériques ont multiplié leurs taux de croissance et d'industrialisation tout en réalisant une amélioration industrielle significative (Mucchielli, 1998). Le cas du Mexique et ses *maquiladoras* (Carillo et Hualde, 1998 ; Gereffi, 1995) en est le premier exemple. La seconde génération d'implantation s'est engagée dans des procédés de fabrication qui utilisent des machines automatisées, semi-automatiques et de robots pendant que la troisième s'orientait vers le *design* et la R&D. De la même manière, les localisations de technologies avancées et domaines à fort capitaux de la chaîne de valeur automobile ont été relevées en Europe centrale (Pavlinek *et al.*, 2009). La chaîne de valeur désigne l'ensemble des étapes - de la production à la distribution - qu'une entreprise organise en fonction de ses activités pour obtenir un avantage concurrentiel (Porter, 1986).

Les récents travaux de recherche sur la chaîne de valeur (Gereffi, Humphrey, Sturgeon, 2005) ont pour but d'examiner les différentes voies dans

lesquelles les systèmes de production et de distribution mondiaux sont intégrés, et les possibilités pour les firmes d'améliorer leur position sur les marchés globalisés. Dans cet article, nous appliquons l'analyse de la chaîne de valeur aux récentes tendances observées au sein de l'industrie automobile européenne. Nous utiliserons les quatre éléments originaux de l'approche de la chaîne de valeur – gouvernances des firmes, contexte institutionnel, système économique (*input-output*) et leur concrétisation sur le territoire – afin de mettre en relief les évolutions de cette industrie primordiale.

La caractéristique importante de l'économie contemporaine globalisée est la capacité de diviser la chaîne de valeur des entreprises en découpant le processus de production en plusieurs étapes géographiques différenciées (Krugman, Obstfeld, 1995). Ces actions définissent la division internationale du travail. Cela permet aux FMN de transférer différentes parties de leur chaîne de valeur dans les endroits qui offrent la meilleure combinaison de facteurs de production pour une activité industrielle particulière.

L'analyse de la chaîne globale de valeur (CGV) tient dans le fait qu'elle peut intégrer des avantages comparatifs (spécifiques de la localisation) et des avantages compétitifs (spécifiques de la firme dans son secteur d'activité) dans l'étude de ces processus (Gereffi *et al.*, 2001, 2005). L'amélioration de la position dans la chaîne industrielle représente une des questions clés explorées par l'approche de la chaîne de valeur : « *comment les pays en voie de développement essaient d'améliorer leur position dans l'économie globalisée, qui est caractérisée aussi bien par des asymétries de pouvoir que des opportunités à apprendre à travers les réseaux* » (Gereffi, 2005). Cela implique un apprentissage organisationnel pour améliorer les positions à l'exportation « *à partir d'activités de basse valeur à haute valeur ajoutée dans les réseaux globaux de production* » (Gereffi, 2005). En d'autres mots, les entreprises et les pays changent pour le plus profitable et/ou pour le capital le plus sophistiqué technologiquement et aux aptitudes de production les plus intensives (Gereffi, 1999). Ainsi, les questions clés posées sont : comment l'intégration des pays d'Europe centrale et orientale dans les réseaux internationaux de production automobile a-t-elle facilité ou contraint leur amélioration dans leur position industrielle ? et dans quelle mesure cela a-t-il mené à l'intensification de l'ancrage de l'industrie automobile dans leurs économies ?

Le secteur automobile est très significatif de ces entreprises investissant massivement dans ces territoires. Les investissements directs étrangers ont eu pour conséquence de changer radicalement le paysage économique (Domanski, 2003, 2005) et d'intégrer les entreprises locales dans les réseaux mondiaux de production (Grabher, Stark, 1997). Le secteur automobile s'est particulière-

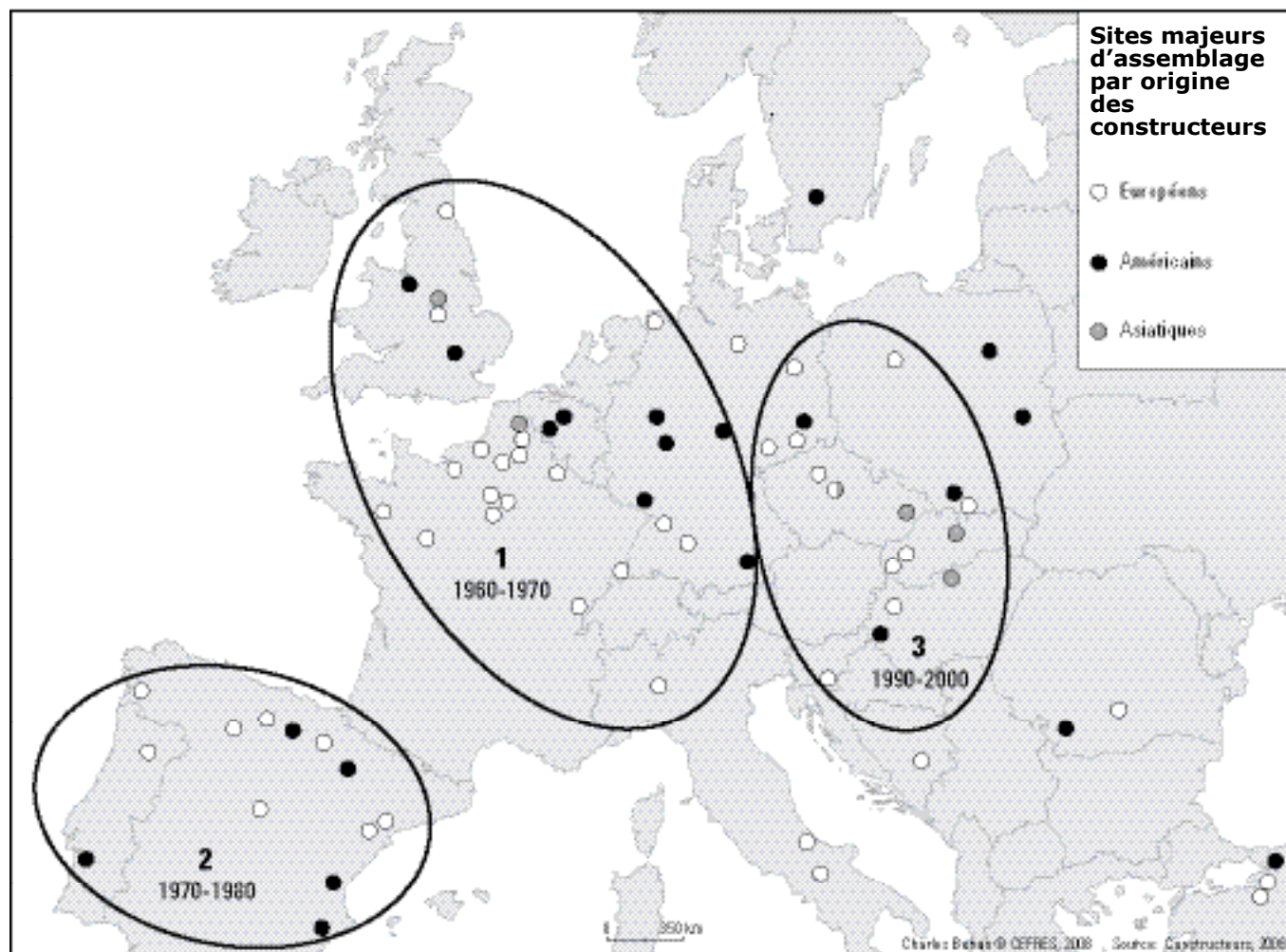


Figure 1 : Le cœur de l'industrie automobile européenne (1) et ses périphéries (2 et 3)

ment illustré dans cette course aux implantations par des investissements massifs et très localisés, entraînant avec eux toute une chaîne de fournisseurs de divers secteurs (Pavlinek, 2002). Face aux multiples crises qui affectent tous les constructeurs présents en Europe, les territoires et villes seront-ils affectés par une sur-spécialisation ou auront-ils la capacité future de se diversifier (Duranton, Puga, 2000) ?

Cet article a finalement pour but de mettre en relief le rôle majeur des réseaux d'entreprises multinationales qui, par leurs investissements, participent à cette dynamique de reconfiguration interne des interdépendances et des inégalités spatiales à l'intérieur de l'Union européenne.

L'INDUSTRIE AUTOMOBILE EUROPÉENNE : DE NOUVELLES RELATIONS CENTRE-PÉRIPHÉRIE

À l'aube de la chute du mur de Berlin, l'industrie automobile de l'ère planifiée est bien présente et très localisée par les spécialisations socialistes. Cette industrie n'étant pas considérée comme prioritaire par l'État-parti, peu d'efforts ont été réalisés dans l'innovation de ce secteur. À la chute du mur, l'appareil industriel automobile socialiste est particulièrement vétuste et mal géré (Bourassa, 1998). Il est surtout localisé en République tchèque, qui possède un combinat de production complet avec la fabrication d'automobiles (Tatra, Skoda), de camions (Avia, Liaz), de motos (Jawa) et d'autobus (Karosa). En Pologne et Roumanie, les constructeurs FSO et Dacia fabriquaient respectivement des véhicules sous licence Fiat et Renault, cependant que la Hongrie était

principalement reconnue pour la fabrication d'autobus.

Du côté Ouest, après que le centre de la production automobile se fut déplacé du cœur industriel de l'Europe du Nord-Ouest vers la péninsule ibérique, il s'est déplacé vers l'Est (fig. 1). En effet, dès le début des années 1990, les pays d'Europe centrale et orientale deviennent des destinations privilégiées pour les investisseurs, en particulier pour ceux du secteur industriel automobile (Blaha, 2003, 2003a). La course est lancée avec le rachat partiel du groupe tchèque Skoda par Volkswagen en 1991, puis du constructeur polonais FSO par Fiat en 1992 pour les opérations les plus importantes (Bourassa, 1998). À partir de 1996, l'intérêt des investisseurs va de plus en plus s'intensifier, relancé par les accords commerciaux et les négociations d'adhésion avec l'Union européenne. Pendant ce temps, l'industrie automobile européenne s'est étendue à l'Espagne et au Portugal, qui accueille de nombreux investissements dans ce secteur depuis la fin des années 1970. Ces deux derniers pays ont suivi le même processus actuellement en vigueur pour certains nouveaux membres de l'UE. Leur industrie s'est très largement modernisée, tâche facilitée par l'intégration à l'UE. L'ouverture des barrières douanières, l'harmonisation des réglementations, la perspective d'un nouveau marché et la proximité du cœur sont autant de raisons pour lesquelles la péninsule ibérique a attiré les investisseurs du secteur automobile.

Ainsi, on a observé ces dernières décennies un changement global dans le système de chaînes de

fournisseurs automobiles qui résulte d'un changement de géographie de la production automobile, changement caractérisé par deux tendances principales :

- d'une part, se développe un système de production régional caractérisé par une intégration sélective des zones périphériques par les cœurs Ouest européen et Nord américain, aussi bien pour les réseaux de fabrication que de distribution. La combinaison de coûts de production plus faibles et d'une proximité géographique par rapport au cœur industriel rend ces périphéries attractives pour les FMN ;

- d'autre part, la croissance rapide de la production automobile et des ventes de véhicules dans des pays moins développés, non intégrés dans le cœur initial des réseaux de production et de distribution, ces développements étant auparavant limités géographiquement à quelques pays comme la Chine ou l'Inde.

Le cœur ainsi que sa périphérie sont en constant changement. Le Royaume-Uni, par exemple, est en train de perdre son caractère de centre (perte de marques, fermeture de sites d'assemblage et déclin de l'industrie de sous-traitance) tandis que l'Espagne devient un centre ayant atteint un statut intermédiaire et développant de nouvelles capacités et un renforcement progressif de ses activités technologiques.

On peut parler de nouvelle division internationale du travail à propos des périphéries Est et Sud dans l'industrie automobile européenne en fonction de la redistribution des tâches et fonctions dans la chaîne de valeur qui reflète la recherche d'une meilleure efficacité de la part des producteurs et l'évolution des spécialisations des différents pays et régions concernés. L'exemple de la fermeture de l'usine d'assemblage Peugeot de Ryton au Royaume-Uni en 2007 reflète ce basculement. La fermeture du site coïncidait avec l'ouverture de deux nouveaux sites en République tchèque et en Slovaquie. Le constructeur français s'est justifié par les coûts élevés du site anglais et sa position géographique excentrée par rapport au réseau de fournisseurs européen. Cet exemple met en relief l'évolution des stratégies des firmes du secteur mais aussi le basculement géographique du centre de gravité de l'industrie automobile européenne.

Ainsi, ces processus suivent la théorie de cycle de vie des produits (Vernon, 1973), alors que la spécialisation de nombreux pays d'Europe centrale et orientale (PECO) n'est plus uniquement limitée à de simples produits à travail intensif peu qualifié. Avec le temps, on observe une significative création de valeur due à la fabrication de produits plus complexes à haute valeur ajoutée. De plus en plus de processus de production y sont caractérisés par une technologie avancée, le besoin d'une main-d'œuvre qualifiée et de capacités d'organisation de la production (Mucchielli, 1998). La rapide croissance de l'industrie automobile, associée à une économie en plein boom, mène à une hausse des salaires et

des capacités d'accueillir de nouvelles localisations.

Cependant, la périphérie reste dépendante du centre : les capacités d'innovation, les prises de décision restent limitées. Ceci peut être interprété par la structure de la CGV et le rôle des liens dans lesquels les maisons-mères contrôlent l'accès aux principales ressources, comme le *design*, les nouvelles technologies et l'image des marques (Gereffi, 1995).

Ainsi, ce mécanisme de restructuration signifie qu'une périphérie peut évoluer vers un statut intermédiaire, voire devenir un centre tout en étant mis en danger par la croissance rapide d'autres périphéries. Le futur compétitif des zones comme l'Europe centrale, la Roumanie et la Turquie demeure très conditionné à leur situation relative du maintien de bas salaires, de l'offre de main-d'œuvre et de la faiblesse des monnaies respectives.

Il y a de nombreux exemples de recherche de localisations de proximité et d'exploration de nouvelles zones de développement de la part des constructeurs. Actuellement, la croissance rapide de la Roumanie et de la Turquie et la consolidation du pôle économique russe peut mener à un changement dans l'expansion géographique de l'industrie automobile européenne, de l'Europe centrale vers les Balkans et l'aire méditerranéenne (Layan, Lung, 2008) : Volkswagen construit déjà des véhicules en Bosnie-Herzégovine, près de Sarajevo depuis 1998 (*Herald Tribune*, juillet 2002), d'abord sous la marque Skoda puis, récemment, le site produit des modèles Golf. Fiat a par ailleurs lancé un projet dans le centre de la Serbie. Le gouvernement serbe et le groupe italien ont créé une coentreprise dans l'usine automobile Zastava en septembre 2008 (*Les Échos*, Avril 2008). Enfin, le groupe Renault-Nissan projette de créer une nouvelle usine d'assemblage à Tanger, au Maroc (Layan, Lung, 2008).

Tous ces projets sont motivés aussi bien par le gain des marchés émergents que par une globalisation accrue de la production. Ainsi, une industrie automobile s'implante tout d'abord si elle a la possibilité de développer un marché, mais elle recherche aussi des avantages comparatifs et la proximité du cœur de ses activités. Les investissements directs étrangers vont alors se concentrer dans les lieux les plus attractifs pour les firmes multinationales.

L'EFFET DES INVESTISSEMENTS DIRECTS ÉTRANGERS (IDE) DANS LES LOCALISATIONS INDUSTRIELLES

Les PECO représentent un des derniers exemples de succès de l'intégration partielle de la périphérie au cœur du système de la production automobile européenne par le biais d'IDE massifs de la part des FMN étrangères. Entre 1990 et 2006, les

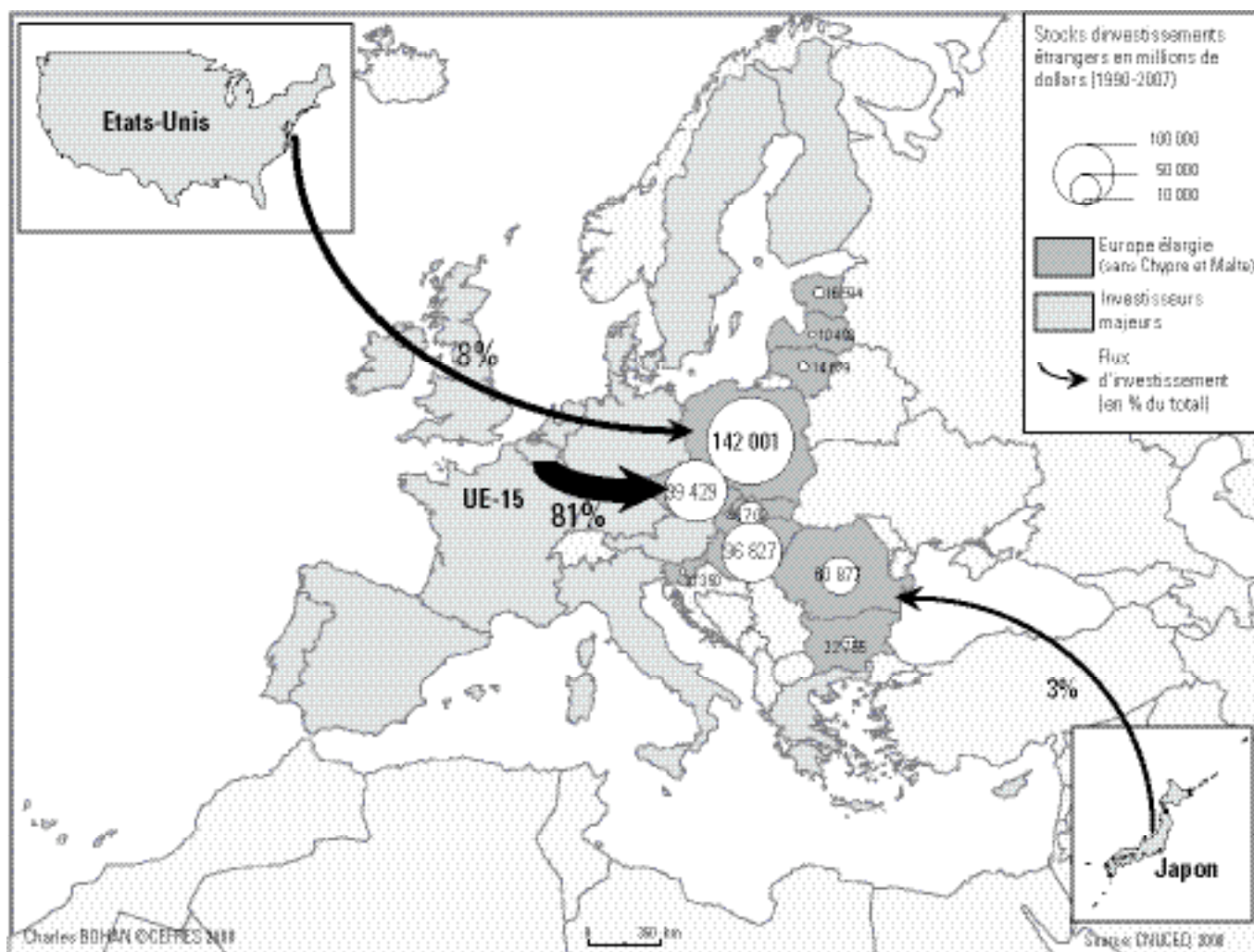


Figure 2 : Les IDE tous secteurs confondus dans l'Europe élargie de 1990 à 2007

constructeurs étrangers et les fournisseurs ont investi pas moins de 40 milliards de dollars dans les PECO (Pavlinek *et al.*, 2009). Ces flux relativement importants se développeront probablement (6 milliards de \$ sont attendus dans les 5 prochaines années), même si le caractère périphérique de l'industrie automobile s'agrandit et privilégie désormais des destinations telles que l'Europe de l'Est (Russie) et même l'Afrique du Nord (Maroc, Tunisie), phénomène observé par Layan & Lung (2008). Aujourd'hui, près d'un quart des automobiles européennes sont fabriquées dans les PECO (23%), comparé à 11% en 1990. L'augmentation est brutale ces dernières années, particulièrement depuis 2007.

La plupart des investisseurs sont clairement d'origine européenne, précisément de l'UE-15, mais la localisation de ces investissements est loin d'être uniforme.

Cette transformation due aux IDE est géographiquement très inégale. La différence majeure s'est développée entre l'Europe centrale (Pologne, Tchéquie, Slovaquie et Hongrie) et le reste des PECO (fig. 2).

Les principales raisons sont :

- la proximité du centre Ouest européen combinée à la relative qualification et au faible coût de la main-d'œuvre ;
- les progrès importants dans la transformation économique liés à une relative stabilité politique résultant de l'adhésion à l'UE ;
- les traditions ancrées dans la fabrication d'automobiles ;

- l'amélioration des infrastructures ;
- les motivations d'investissement gouvernementales offertes aux investisseurs étrangers, et, dans certains cas, la faiblesse des syndicats et un code du travail plus flexible comparé à l'Europe de l'Ouest.

Pour ces raisons, l'Europe centrale a perçu la plupart des IDE destinés à la zone PECO dans l'assemblage de véhicules et la fabrication de pièces détachées (34 milliards de \$ sur 40 milliards de \$ au total). Ce n'est donc pas une surprise si l'Europe centrale est sujette aux plus importantes transformations, bien que la Roumanie connaisse une situation similaire un peu plus tardive. La Russie elle-même a vu récemment s'installer les constructeurs étrangers, ce qui a pour effet de déstabiliser la position dominante des constructeurs locaux sur le marché (Pavlinek *et al.*, 2009).

Dans le contexte de cette intégration économique générale, la géographie de la production de véhicules a été largement transformée dans les PECO depuis 1990. La production de véhicules a extraordinairement augmenté en Europe centrale tandis qu'elle a stagné en Europe de l'Est. Par conséquent, le pourcentage de véhicules produits en Europe centrale par rapport à toute la zone des PECO a augmenté de 25 à 60%, entre 1990 et 2007 (Pavlinek *et al.*, 2009). Sur la période allant de 1989 à 2007, la plus forte augmentation revient à la Tchéquie (+400%), suivie de la Slovaquie (+211%), de l'Ukraine (145%) et de la Pologne (+144%). La Hongrie et la Slovaquie, qui ne produisaient pas de véhicules passagers avant 1989, ont fortement augmenté leur production dans les années 1990.

Selon les chiffres publiés par l'OICA (2007), la Slovaquie est très vite devenue le pays qui produit le plus de véhicules individuels au monde par habitant (1 voiture produite pour 10 habitants en 2007, contre 1 pour 20 habitants en France, et 1 pour 28 habitants aux États-Unis). Ceci constitue donc un record mondial tandis que les dernières firmes implantées en Slovaquie (PSA et Kia), n'ont pas encore atteint leur pleine capacité de production. En Russie, la production a plutôt stagné (106%) mais, depuis 2000, plusieurs constructeurs étrangers tels que Toyota, Ford, Fiat, GM ou Nissan ont manifesté leur désir d'y investir. Les constructeurs français Renault et PSA y sont déjà très actifs : Renault a pris 25% du capital d'AvtoVaz (connu sous la marque Lada) et y fabrique ses Logan (*Challenges*, décembre 2007) tandis que PSA construit une nouvelle usine à Kaluga à 180 km de Moscou (*Les Echos*, décembre, 2007).

Avant que ne se déclenche la crise de septembre 2008, on prévoyait encore 5 ans d'augmentation des investissements dans les PECO (Pavlinek et al., 2009) avec de nouveaux sites d'assemblage, notamment en Russie (PSA, Toyota, GM, Nissan), en Serbie (Fiat) et en Tchéquie (Hyundai). La production prévoit d'atteindre près de 8 millions d'unités en 2014 (soit l'équivalent actuel de la Chine), ce qui devrait représenter 31% de la production européenne (Pavlinek et al., 2009). Si ces investissements risquent d'être retardés, ils ont toutefois de fortes chances de se produire, selon la stratégie globale des firmes.

Les firmes ont opéré un choix très sélectif dans la localisation de leurs activités, ne privilégiant que quatre pays parmi toute la région des PECO. L'accessibilité géographique de l'Europe de l'Ouest a été une des raisons principales de la concentration de ces implantations et l'accroissement des équipements de production existants dans cette région. L'histoire industrielle et les relations anciennes comptent également pour beaucoup dans ces choix de localisation. L'entreprise allemande Bosch entretenait depuis la fin du XIX^e siècle de fortes relations d'affaires avec le groupe Skoda (alors connu sous le nom de Laurin & Klement). Depuis 1990, on voit apparaître une agglomération distincte de l'industrie automobile sur la quasi intégralité du territoire tchèque, la Silésie, la petite Pologne, l'Ouest slovaque et le Nord-Ouest hongrois, incluant 17 sites d'assemblage de véhicules individuels produits en gros volumes, de nombreuses usines de moteurs et des centaines de sites produisant des pièces détachées (fig. 3).

Les différences, soulignées plus haut, entre Europe centrale et Europe de l'Est suggèrent que ces deux régions ont un rôle différent dans le système de production européen. Tandis que les perspectives d'exportation et la baisse des coûts sont devenues les plus importantes raisons de localisation, derrière l'augmentation rapide des productions de pièces et de véhicules en Europe centrale

(récemment en Roumanie), la production et l'investissement en Russie et en Ukraine sont restés tournés vers leur marché domestique (Pavlinek et al., 2009). La plupart des sous-traitants européens, américains, japonais et sud-coréens ont suivi les firmes *leaders* et ont établi la fabrication de pièces en Europe centrale suivant la logique de *leaders/suiveurs* évoquée dans la théorie de grappe des investissements de Knickerbocker (1973). En outre, de plus petits fournisseurs ont établi leurs opérations en Europe centrale pour des raisons de bas coûts d'approvisionnement des sites d'assemblage Ouest-européens (Pavlinek et Janak, 2007).

En général, on constate une amélioration évidente de la production et des exportations de relative haute valeur ajoutée et le développement de certaines fonctions non productives dans les pays d'Europe centrale, en parallèle avec la conservation ou même le renforcement de certaines fonctions à faible valeur ajoutée. Ces développements sont le résultat d'une formidable modernisation de l'appareil productif et de l'apparition de nombreux sites *greenfields* (construction d'un nouveau site de production de toutes pièces) tout comme le renforcement des activités de recherche et développement.

MODERNISATION INDUSTRIELLE ET R&D : L'ANCRAGE TERRITORIAL DES MULTINATIONALES DANS L'EUROPE DE L'ÉLARGISSEMENT

Le développement de l'industrie automobile dans les pays périphériques s'appuie sur quatre groupes de facteurs : les stratégies des firmes préalablement mises en œuvre par leur gouvernance (ou gouvernement d'entreprise), les caractéristiques socio-institutionnelles des pays (politiques publiques), le contexte économique (structure *input-output*) répercutés sur les territoires sélectionnés par les firmes en fonction de leur proximité ou leur accessibilité (Sturgeon, 2005). C'est dans cette vision multidimensionnelle que se situe l'approche de la chaîne globale de valeur développée par les gestionnaires (Porter, 1986 ; Gereffi, 1996 ; Gereffi, Humphrey, Sturgeon, 2005). Les pays périphériques concernés par l'implantation des firmes multinationales de l'automobile et leur « clique » de fournisseurs se concentrent essentiellement sur de nombreuses activités à faible valeur ajoutée. Les investissements trouvent leur source au préalable dans trois stratégies majeures : la rationalisation de la production pour améliorer les coûts, les stratégies évolutives des FMN en fonction de l'adaptation aux nouvelles formes de management et enfin l'ancrage territorial progressif de l'industrie automobile au sein de ces pays.

Premièrement, pour la rationalisation de la production, les FMN peuvent réaliser davantage de gains d'efficacité grâce à une haute qualité des produits, reliée à une main-d'œuvre qualifiée et encadrée par un transfert réussi des différentes



Figure 3 : Pôles automobiles de l'Europe centrale et orientale, constructeurs, équipementiers et centres R&D

formes de *management* (« Toyota Production System », *just-in-time*, etc.) et l'intégration des nouveaux systèmes technologiques (systèmes de sécurité, électronique, etc.).

Deuxièmement, les stratégies des firmes dans la production automobile centre-européenne ont été évolutives. D'un côté, de telles stratégies reflètent des tentatives de la part des FMN de contrôler les risques et l'incertitude initiale de produire en Europe centrale. D'un autre côté, ces stratégies révèlent les capacités graduelles d'apprentissage de la main-d'œuvre et des fournisseurs à acquérir rapidement les nouvelles méthodes de production et les approches de l'environnement local des affaires dans la région. Ainsi, particulièrement dans les années 1990, les investisseurs étrangers ont commencé par un faible volume de production et c'est seulement dans un second temps qu'ils se sont engagés dans le rachat d'usines locales et dans le développement des fonctions plus

avancées au sein du réseau de production de la FMN (Bourassa, 1998).

Pour l'ancrage territorial, c'est à travers cette approche progressive que les FMN ont graduellement construit leur confiance sur les capacités et la fiabilité de leurs filiales centre-européennes et leurs fournisseurs locaux. Le succès initial des opérations centre-européennes a souvent conduit à des décisions pour étendre la production, décisions motivées aussi par la nécessité de réaliser des économies d'échelle optimales.

Le développement du secteur automobile centre-européen depuis 1990 est le résultat d'un jeu constant entre les stratégies des FMN et les conditions locales. Il s'est créé une interaction dynamique, où les stratégies des FMN et l'environnement économique en Europe centrale ont changé la donne de l'apprentissage, ce qui a

progressivement mené à l'augmentation des fabrications de haute valeur ajoutée en ajoutant la spécialisation continue de produits à faible valeur ajoutée. Les politiques nationales ont toujours encouragé les IDE et, dans certains cas comme en Slovaquie, de façon très agressive. Elles influençaient la localisation des nouveaux sites d'implantation, à travers les motivations pour les investissements, les projets d'infrastructures et les zones industrielles. Il existait même un jeu constant entre pays qui consistait à être le plus compétitif en termes de fixation du taux d'imposition sur les sociétés pour attirer les investisseurs (Blaha, 2003a et 2003b).

Forces et faiblesses des localisations en Europe centrale et orientale

La proximité du centre géographique Ouest-européen, qui est un des avantages clés, est particulièrement importante pour l'approvisionnement en volumineux composants de faible valeur ajoutée, comme des habitacles ou des sièges. Bien que l'Europe de l'Est puisse offrir une production encore moins chère que l'Europe centrale, cet avantage potentiel est limité par l'augmentation du facteur risque, par une plus grande incertitude et par des coûts de transport plus élevés.

La forte dépendance des territoires centre-européens aux FMN étrangères représente une faiblesse sérieuse et un potentiel de risque futur pour leur industrie automobile : ceci accentue sa position périphérique dans le système industriel automobile européen. Cette forte dépendance montre que les décisions stratégiques clés en termes de production et de distribution sont prises dans les pays faisant partie du Centre-Ouest européen, limitant les compétences non productives des filiales centre-européennes. Cela crée des obstacles au développement de fournisseurs étrangers, réduit les possibilités de transferts technologiques (*spillovers*) (Blomstrom et Kokko, 1998) et l'appel à des aptitudes techniques élevées. Cela les maintient *de facto* dans une dépendance technologique face aux FMN étrangères. Cette dépendance intensifie également la spécialisation des pays d'Europe centrale dans les productions à bas prix et le travail intensif de masse qui pourrait empêcher la région de développer de plus hautes technologies et des productions à valeurs ajoutées plus diverses. La forte hausse de dépendance de ces pays, comme la Slovaquie, particulièrement dominée par les FMN étrangères, peut poser des risques significatifs pour toute leur économie en temps de déclin général dans l'industrie automobile. Les questions cruciales sont, à partir de là, de savoir à quel point cette dépendance peut menacer la future stabilité du secteur en Europe centrale et à quel point elle peut mettre en danger sa future amélioration et son développement en général.

Plusieurs raisons renforcent pourtant l'intégration des producteurs étrangers (Pavlinek *et al.*, 2009) :

- il existe déjà une base d'approvisionnement extensive qui a tissé non seulement des liens avec l'Europe occidentale mais aussi au sein de l'Europe centrale ;
- l'industrie automobile centre-européenne est déjà suffisamment diversifiée en termes de nombre de firmes *leaders* et de fabricants majeurs de composants, ceci bien davantage qu'au Canada, par exemple (Sturgeon *et al.*, 2007) ;
- les assembleurs et fabricants de composants font de plus en plus d'économies d'échelle grâce à la concentration de plusieurs producteurs ;
- les coûts investis dans de nouveaux équipements ou de nouvelles usines rendraient toute délocalisation vraiment trop chère. Il faut ainsi considérer les importants investissements accumulés dans la formation de la main-d'œuvre, la fiabilité et la confiance obtenue (coûts de transaction, Coase, 1937 ; Williamson, 1981). De plus, toute délocalisation hors d'Europe centrale rendrait les coûts de transport plus élevés. Les localisations au sein de l'UE sont primordiales afin de maintenir la proximité avec les marchés d'Europe occidentale, proximité renforcée grâce à l'existence du marché commun sans barrières douanières.

Le redéploiement géographique de la R&D

La modernisation de l'industrie automobile centre-européenne dépend des aptitudes des producteurs à accroître l'innovation de fournisseurs locaux et les étapes non productives, comme le *design*, les achats et les compétences de distribution, dans les limites de leurs fonctions et de leur place dans la CGV. D'un côté, une tendance se développe à incorporer des fonctions de R&D et d'achats à des activités de production ; d'un autre côté, les constructeurs ont tendance à augmenter le niveau de concentration de leurs activités R&D au sein de leur propre pays d'origine, alors que ces fonctions étaient auparavant davantage dispersées (Lung, 2004).

On observe un phénomène d'implantation des fonctions R&D en Europe centrale dans les filiales américaines ou asiatiques, tandis que les investissements centre-européens de ce genre ne concernent que de la R&D de « routine ». Celle-ci se distingue de la R&D de haute technologie puisqu'elle est plus généralement destinée aux tests et à l'adaptation des produits aux consommateurs locaux. La présence de R&D d'origine américaine, japonaise ou sud-coréenne, renforce le caractère régionalisé du secteur et peut être expliquée par l'éloignement des maisons mères, par la proximité d'un milieu de concurrence spécialisée de type *cluster* et par la nécessité de proposer des produits adaptés à la clientèle régionale.

L'implication des pays d'Europe centrale dans des fonctions non productives requiert une attention particulière puisque ces activités de haute valeur ajoutée sont un indicateur important de l'optimisation industrielle. Dans le cas des

véhicules fabriqués en Europe centrale, les compétences de *design* sont largement limitées à Skoda et à quelques fabricants d'autobus ou de camions, comme le tchèque Tatra. La majorité de ces centres furent établis par des compagnies allemandes et américaines à partir de 1990. Les investisseurs allemands ont ouvert des centres principalement en Tchéquie et en Hongrie. Leur concentration en Tchéquie peut être attribuée à l'implication de Volkswagen dans Skoda, aux liens traditionnels entre les deux pays et à la forte indépendance caractérisée de la création automobile tchèque d'avant 1989.

La spécificité de l'industrie automobile tchèque identifiée par Pavlinek (2004), aussi applicable à d'autres pays de la zone, est la prédominance des fournisseurs et est basée sur une division du travail parmi les centres de R&D entre le centre automobile d'Europe occidentale et l'Europe centrale. La R&D de « routine » est typiquement décentralisée vers l'Europe centrale, tandis que la recherche technique et les fonctions de haute R&D restent concentrées dans des centres de R&D spécialisés, généralement localisés dans les pays d'origine des FMN étrangères. Mais on peut observer des changements dans ce domaine : Renault a ainsi planifié un vaste plan de licenciement de 1 200 prestataires techniques au centre R&D de Guyancourt, plan actuellement non confirmé. Un nouveau centre de R&D nommé Renault Technologies Roumanie pourrait employer plus de 1 500 personnes fin 2009 à Bucarest (*Les Echos*, février 2009). Ce possible transfert prouve que la R&D est désormais relocalisable et susceptible de quitter le centre dominant de l'industrie.

Les investisseurs profitent de la présence d'ingénieurs et de *designers*, hautement qualifiés et à salaires bon marché, qui ont des aptitudes égales à leurs équivalents occidentaux. Une stratégie plus avancée mais moins fréquente promeut la R&D dans les filiales centre-européennes spécialisées dans le *design* et la production d'une classe unique de composants automobiles pour toute la firme ou tout du moins pour ses divisions européennes. Cette stratégie multi-locale de la R&D exploite l'expertise spécialisée des filiales individuelles au sein d'une FMN particulière. Dans ce cas, les implantations se tournent vers un rôle de producteur spécialisé au sein de l'entreprise, combinant *design* et production de certains composants (Domanski *et al.*, 2008). Les fabricants américains de composants ont en particulier suivi ce schéma, en développant leur nouveau centre européen de R&D en Europe centrale (TRW, Visteon, Delphi) tout comme les Japonais de Denso. Les productions à très haute valeur ajoutée, comme la fabrication de moteurs, s'implantent en Europe centrale sous l'impulsion de constructeurs extracontinentaux. Les moteurs européens de Toyota sont produits à Jelcz-Laskowice en Basse-Silésie et les moteurs Opel (groupe GM) à Szentgotthard en Hongrie.

Finalement, il doit être souligné que la plupart des compagnies automobiles à capitaux étrangers qui opèrent en Europe centrale, manquent généralement de compétences concernant les achats, le *marketing* et la distribution, sauf exception notable de Skoda en Tchéquie connue pour son autonomie, reflet de sa trajectoire industrielle. Le groupe Suzuki Esztergom en Hongrie possède également ces compétences en raison d'une base continentale lointaine. Le groupe opère une forme organisationnelle régionalisée (Mucchielli, 1998) car il doit répondre et s'adapter aux besoins spécifiques des consommateurs européens. La maison mère a mis en place une infrastructure relativement autonome pour devenir assez autosuffisante à l'échelle du continent. D'un point de vue géographique, on observe ici une division du travail élargie au sein d'un réseau très large et varié qui répond, à diverses échelles, à des mécanismes de régionalisation (Veltz, 1998).

CONCLUSION

Nous avons montré que les caractéristiques de la position périphérique de l'Europe centrale dans l'industrie automobile européenne sont :

- la spécialisation post-1990 dans la production intensive à gros volumes de petits véhicules particuliers ;
- la fabrication à faible valeur ajoutée d'éléments détachés et d'accessoires à fort besoin en main-d'œuvre ;
- le développement limité de R&D et d'autres fonctions non productives telles que les achats ou le *marketing*.

Cependant, la vue traditionnelle centre-périphérie, où les fonctions de R&D sont exclusivement concentrées dans le centre alors qu'en périphérie ne seraient développés que les produits standardisés n'est plus appropriée. L'industrie automobile centre-européenne a largement augmenté son degré d'ancrage régional, de sophistication et de diversification, en comparaison de la situation des années 1990. Il semble que les firmes y trouvent les avantages comparatifs durables, particulièrement dans la localisation géographique proche du centre automobile d'Europe occidentale.

Cette situation attractive permet à l'Europe centrale et orientale de conserver une croissance économique plus élevée qu'à l'Ouest et de connaître une convergence accélérée des niveaux de vie. Cependant, les écarts structurels entre Europe occidentale et Europe centrale et orientale sont encore très importants. Les investisseurs privés ont un impact primordial sur le développement des territoires des nouveaux adhérents de l'UE. Par exemple, les flux d'investissements directs étrangers de la période 2004-2006 ont été de 65,8 milliards d'euros dans cette région (CNUCED, 2008) quand les fonds structurels et de cohésion se sont portés à 21,5 milliards d'euros (Commission européenne). Le montant des IDE a été 3 fois supérieur à celui des

fonds structurels sur cette période. Étant donné que le secteur automobile représente 10% de ces IDE, le secteur seul représente une grande part du développement régional. De plus, les investissements du secteur se localisent souvent dans des villes secondaires où les écarts structurels comme le chômage et le niveau de vie sont très marqués par rapport aux villes capitales. Les villes régionales comme Prague, Budapest, Bratislava et Bucarest représentent des enclaves où se concentrent emploi, richesse et innovation (ESPON, 2006). En effet, les investissements ont tendance à se concentrer dans les villes capitales et les régions très urbanisées (Silésie, Bohême centrale, Slovaquie occidentale, etc.) à fort potentiel en main-d'œuvre. Toutefois, l'industrie automobile installe également dans des villes secondaires (Mlada Boleslav, Walbrzych, Zilina, Pitesti, etc.) ses activités productives, si les infrastructures sont suffisantes. Le maintien de l'activité automobile est primordial pour l'activité économique de ces zones qui attirent peu les autres secteurs. Ces villes secondaires font aussi face à un problème de diversification des activités (Grabher, Stark, 1997; Duranton, Puga, 2000). La Tchéquie et la Slovaquie ont un secteur automobile très puissant par rapport aux autres activités. Si un secteur s'effondre, l'activité économique d'un pays peut être affectée dans son ensemble. Par exemple, la Slovaquie, qui s'est particulièrement spécialisée dans le montage d'automobile, pourrait en souffrir dans le contexte de la crise actuelle. Cependant, la chaîne de valeur des constructeurs d'automobiles et de composants comporte de nombreuses activités qui vont de la fabrication basique de sièges, de pneumatiques, de verrerie jusqu'aux activités à fort contenu technologique, comme les composants électroniques et les supraconducteurs. Cette constellation de fournisseurs et ainsi que ses acteurs pourraient avoir la possibilité de se réorienter à l'avenir vers d'autres clients et d'autres activités productives.

Aujourd'hui, le paysage a été bouleversé, principalement par les investissements massifs des firmes étrangères. Mais une seule partie de l'Europe élargie a réussi son intégration au cœur du système de production automobile européen. L'Europe centrale et la Slovaquie sont bien placées pour améliorer leur position par rapport au cœur du système automobile européen tandis que la Roumanie a une position actuelle comparable à celle de la Turquie, ces deux pays augmentant sensiblement leurs exportations en Europe depuis 2003 (Domanski, Lung, 2009).

Même si l'on prévoit encore une extension des investissements de l'industrie automobile, de l'ordre de 5 ans au sein des nouveaux membres de l'UE, de nombreux dangers guettent le secteur dans cette région. La crise que traverse le secteur automobile actuellement frappe particulièrement la région. En Tchéquie, le secteur automobile emploie 120 000 personnes, dont 33 000 qui sont directement liées à l'assemblage d'automobiles. Dans ce pays, le secteur automobile contribue à

hauteur de 10% à la formation du PIB national et représente un quart des exportations (*Respekt*, août 2008). Suite à la crise du secteur, 10 000 personnes ont été licenciées et l'on prévoit le double de licenciements durant l'année 2009 (*Mlada Fronta Dnes*, décembre 2008), ce qui correspond à plus de 16% de la main-d'œuvre du secteur. Cependant, même si le gouvernement tchèque n'a pas jugé utile d'aider le secteur, les ventes reprennent sous l'impulsion des différents plans nationaux d'aide au secteur dans 9 pays de l'UE (dont la France et l'Allemagne) qui permettent une reprise des exportations.

Le seul site d'assemblage qui ne licencie pas en Tchéquie (excluant Hyundai qui démarre sa production) est l'usine TPCA de Kolin qui produit des petites voitures urbaines de série A à faible consommation d'énergie. La forte proportion de fabrication de petits modèles particuliers en Europe centrale et Roumanie peut se révéler être un avantage au sortir de la crise. Les ventes des sous-traitants augmentent aussi, ce qui a un effet d'entraînement très positif car ils emploient des dizaines de milliers de personnes, souvent dans des régions où il est difficile de trouver un emploi.

BIBLIOGRAPHIE

BAILLOT J.-J., 2002, *L'Union européenne élargie, un défi économique pour tous*, Paris, La documentation française, 190 p.

BLAHA J., 2003a, République tchèque 2002-2003, solder le passé pour aller de l'avant, *Le courrier des pays de l'Est*, n°1036-1037, p. 155-172.

BLAHA J., 2003b, Slovaquie 2002-2003, naissance d'un tigre centre-européen ? *Le courrier des pays de l'Est*, n°1036-1037, p. 206-219.

BLOMSTROM M. et KOKKO A., 1998, Multinational Corporations and Spillovers, *Journal of Economic Surveys*, Vol.12, n°3, p. 247-278.

BOHAN C., 2007, The Plant Toyota-PSA in Kolin (Czech Republic) or the Reverse Destiny of a City, in YAN X. & XUE D. (éds.), *Urban development, planning and governance in Globalization*, IGU Urban Commission, Sun Yat-Sen University Press, p. 220-233.

BOURASSA F., 1998, La restructuration du secteur automobile en Europe centrale : le rôle des investissements directs étrangers et la formation des réseaux de production, *Actes du GERPISA*, n°29, p. 57-66.

CNUCED (Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement), 2008, *Base de données statistiques en ligne: Investissements étrangers directs* (www.unctad.org).

COASE R., 1937, The Nature of the Firm, *Economica*, 4, p. 386-405.

- DOMANSKI B., LUNG Y., 2009, The Changing Face of the European Periphery in the Automotive Industry, *European Urban and Regional Studies*, Vol.16, n°1, p.5-10.
- DOMANSKI B., GUZIK R., GWOSDZ K., 2005, The New Spatial Organization of Automotive Industry in Poland in the Context of its Changing Role in Europe, *Studia Regionalia* (Polish academy of sciences, Warsaw), 15, p. 153-171.
- DOMANSKI B., 2003, Industrial Change and Foreign Direct Investment in the Post-socialist Economy : The Case of Poland, *European Urban and Regional Studies*, Vol.10, p. 99-118.
- DURANTON G., PUGA D., 2000, Diversity and Specialization in Cities : Why, Where and When Does it Matter ? *Urban Studies*, Vol.37, n°3, p. 533-555.
- ESPON (European Spatial Planning Observation Network), 2006, *ESPON Project 3.1 - ESPON Atlas, Mapping the structure of the European territory*, Bonn, 88 p.
- FUJITA M., KRUGMAN P., VENABLES A.J., 1999, *The Spatial Economy, Cities, Regions and International Trade*, MIT Press, 382 p.
- GEREFFI G., 1999, International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain, *Journal of International Economics*, Vol.48, p. 37-70.
- GEREFFI G., 2001, Beyond the Producer Driven/Buyer-Driven Dichotomy. The Evolution of Global Value Chains in the Internet Era, *IDS Bulletin*, Vol.32, n°3, p. 30-40.
- GEREFFI G., HUMPHREY J., STURGEON T., 2005, The Governance of the Global Value Chain, *Review of International Political Economy*, Vol.12, n°1, p. 78-104.
- GRABHER G., STARK D., 1997, Organizing Diversity: Evolutionary Theory, Network Analysis and Post-socialism, *Regional studies*, Vol. 31, n°5, p. 533-544.
- HUMPHREY J., MEMODOVIC O., 2003, *The Global Automotive Industry Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries*, Sectoral Studies Series, United Nations Industrial Development Organization.
- KRUGMAN P., OBSTFELD M., 1995, *Économie internationale*, Paris, De Boeck, 714 p.
- KNICKERBOCKER F.T., 1973, *Oligopolistic Reaction and Multinational Enterprise*, Harvard University, Boston, 86 p.
- LAYAN J.-B., LUNG Y., 2008, Attractivité et agglomération de l'industrie automobile au Maroc et en Tunisie : une analyse comparative, *Cahier du GREThA*, n°20.
- LAYAN J.-B., LUNG Y., 2004, The Dynamics of Regional Integration in the European Car Industry, in CARILLO J., LUNG Y. and VAN TULDER R. (eds), *Cars, Carriers of regionalism ?* New-York, Palgrave MacMillan, p. 57-74.
- LUNG Y., 2004, The Changing Geography of the European Automobile System, *International Journal of Automotive Technology and Management*, 4 (2/3), p. 137-65.
- LEQUESNE C., RUPNIK J., 2004, *L'Europe des vingt-cinq, 25 cartes pour un jeu complexe*, Paris, Éditions Autrement, 90 p.
- MICHALET C.-A., 1999, *La séduction des nations, ou comment attirer les investissements*, Paris, Économica, 134 p.
- MUCCHIELLI J.-L., 1998, *Multinationales et mondialisation*, Paris, Éditions du Seuil, 380 p.
- OICA (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobile), 2008, *World Motor Vehicle Production by Country and Type, 1997-2007*, Paris, OICA (www.oica.net).
- OTTAVIANO G., THISSE J.-F., 2004, Agglomeration and Economic Geography, *Handbook of Regional and Urban Economics*, Vol.4, p. 2563-2608.
- PAVLINEK P., 2002, Restructuring the Central and Eastern Europe Automobile Industry: Legacies, Trends, and Effects of Foreign Direct Investment, *Post-soviet Geography and Economics*, Vol.43, p. 41-77.
- PAVLINEK P., DOMANSKI B., GUZIK R., 2009, Industrial Upgrading through Foreign Direct Investment in Central European Automotive Manufacturing, *European Urban and Regional Studies*, Vol.16, n°1, p. 43-63.
- PAVLINEK P., JANAK, L., 2007, Regional Restructuring of the Škoda Auto Supplier Network in the Czech Republic, *European Urban and Regional Studies*, Vol.14, n°2, p. 135-155.
- PORTER M., 1986, *L'avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*, Paris, InterÉditions, 648 p.
- ROZENBLAT C., BOHAN C., BENET G., 2008, Les réseaux d'entreprises multinationales et l'attractivité des villes d'Europe Centrale, *Annales de géographie*, n°664, vol. 6, p 70-84.
- ROZENBLAT C., CICILLE P., 2003, *Les villes européennes : analyse comparative*, DATAR - La Documentation française, 94 p.
- STURGEON T., VAN BIESBROEK J., GEREFFI G., 2007, *Prospects for Canada in the Nafta*

Automotive Industry, a Global Value Chain Analysis, paper prepared for Industry Canada.

VELTZ P., 1996, *Mondialisation, villes et territoires, l'économie d'archipel*, Paris, Presses Universitaires de France, 264 p.

VERNON R., 1973, *Les entreprises multinationales, la souveraineté nationale en péril*, Paris, Robert Laffont, 294 p.

WALLERSTEIN I., 1979, *The Capitalistic World-Economy*, Cambridge, Cambridge University Press, 320 p.

WILLIAMSON O.E., 1981, The Modern Corporation: Origins, Evolution, Attributes, *Journal of Economic Literature*, Vol. 29, Décembre, p. 1537-1568.

Adresse de l'auteur

Centre français de recherche
en sciences sociales de
Prague (CEFRES)
USR 3138 du CNRS-MAEE
Vsehradská 49,
128 00 Prague 2, CZ

charles@cefres.cz
www.cefres.cz