

# ÉCONOMIE RÉGIONALE ET URBAINE

M1 IDET

# Introduction

2

- L'espace dans la pensée économique traditionnelle
  - La théorie du comportement du consommateur tient compte des éléments de richesse sans référence aux critères de localisation.
  - La théorie du comportement du producteur fait intervenir des variables de coût et des facteurs de production sans considération des paramètres qui ont servi au choix du lieu d'implantation de l'activité de production.
  - Ainsi est-on confronté à une théorie ponctiforme essentiellement basée sur des acheteurs sans coordonnées qui achètent leurs biens à une entreprise elle-même sans coordonnées qui se procurent les facteurs de production à des vendeurs eux-mêmes sans coordonnées.
  - La juxtaposition des comportements des agents économiques (producteurs et consommateurs) qui permet de dégager les conditions d'équilibre d'un système économique de concurrence pure et parfaite s'effectue dans un cadre absolument statique et instantané : les actions et réactions entre agents se réalisent simultanément et à coût nul.

# Introduction

3

- L'espace dans la pensée économique traditionnelle
  - Dans cet univers de concurrence pure et parfaite, on se trouve dans une situation d'équilibre stable. Dans un tel cadre, on observe :
    - Une répartition optimale des biens
    - Une distribution optimale des facteurs
    - Une quantité optimale de production pour chacun des biens
  
  - Ceci ne peut être atteint que si :
    - Les prix des facteurs et des biens sont uniques pour tous les agents
    - les facteurs de production sont parfaitement mobiles
    - Le niveau de production des firmes est fixé par l'égalisation du coût marginal au prix du bien

# Introduction

4

- La confrontation de ces conditions avec la réalité économique montre la précarité du résultat :
  - ▣ Les prix des facteurs et des biens sont diversifiés dans le temps et dans l'espace suite à l'existence de coûts de transport, l'inégale répartition des agents économiques dans l'espace, l'inégale répartition de l'information, la différenciation des produits ;
  - ▣ Des rigidités interdisent une parfaite mobilité des facteurs : barrières à l'entrée en matière de disponibilité du capital, rétention d'information, existence de frontières ;

L'ESPACE N'EST PAS ECONOMIQUEMENT NEUTRE

# Introduction

5

## □ Economie Régionale et Urbaine

### ▣ Qui (ou quoi) se localise où ?

- Expliquer pourquoi certaines activités économiques choisissent de se localiser en des endroits particuliers
- Expliquer l'impact que ces décisions ont sur l'organisation territoriale de l'économie

### ▣ Quels intérêts ?

#### ■ Aménagement du Territoire :

- Accompagner le développement économique des territoires et réduire les inégalités
- Mettre en place des politiques cohérentes (*versus* politiques individuelles et parfois désordonnées)

#### ■ Plan plus théorique :

- Compléter une vision de l'économie a-spatiale, en Concurrence Pure et Parfaite (les firmes et les agents sont tous situés sur un même lieu et sont identiques)
- Avec l'introduction de l'espace : les marchés sont séparés (pas de prix unique puisqu'il dépend de la localisation des Offreurs – entreprises, commerces – et des Demandeurs – ménages, consommateurs –)

concurrency spatiale (les firmes vont chercher une localisation optimale –différente des concurrents pour profiter d'avantages -)

# Introduction

6

- Prise en compte de la variable espace dans l'analyse de l'agglomération spatiale
  - ▣ Les modèles fondateurs (Von Thünen et Christaller) : la localisation pensée en termes de coût et de distance dans un espace homogène.
  - ▣ Perroux et la réintroduction d'une dimension sociale dans la conception de l'espace
  - ▣ Analyse des districts appréhendée en termes de territoire.
    - Replace le tissu socio-économique local dans une perspective historique,
    - L'accent est mis sur les ressources d'un point de vue dynamique (création, activation), ainsi que sur la nature des relations entre acteurs qui sous-tendent le développement territorial.

# Plan

7

- 1. Espace – Economie – Tissu socio-économique local
  - 1.1. Les modèles fondateurs
  - 1.2. La polarisation
- 2. Les agglomérations spatiales : géographie de la compétitivité productive
  - 2.1. Le renouveau de la géographie économique
  - 2.2. Les SPL
- 3. Théorie de la base économique : géographie de la compétitivité résidentielle
  - 3.1. Version initiale
  - 3.2. Economie résidentielle

# 1. Espace, économie et tissu socio-économique local

8

- Comment passe-t-on d'un espace support à un espace englobant la nature des relations entre les acteurs?
- Importance de l'espace pour expliquer la localisation des entreprises (et des agents)
- Différents aspects de la notion d'espace en économie/géographie/sociologie
- Les modèles sont anciens, avec une vision épurée de la réalité mais restent pertinents.

# 1. Espace, économie et tissu socio-économique local

9

- 1.1. Les modèles fondateurs
- 1.2. La polarisation

# 1. Espace, économie et tissu socio-économique local

10

- 1.1. Les modèles fondateurs

	Auteurs	Apports	Interrogations
1820	Von Thünen	Théorie de la rente	Comment se répartissent les activités agricoles ?
1890	Marshall	District industriel et économie d'agglomération	Pourquoi les activités tendent-elles à se concentrer dans l'espace ?
1910	Weber	Théorie de la localisation industrielle	Comment les entreprises industrielles opèrent-elles leur choix de localisation ?
1930	Lösch	Théorie de l'équilibre économique spatial	Comment se forment les espaces économiques ?
1940	Christaller	Théorie des lieux centraux	Comment se structurent les espaces urbains ?
1955	Perroux	Théorie des pôles de croissance	Pourquoi observe-t-on des processus de croissance spatialement déséquilibrée ?

# 1.1. Les modèles fondateurs

12

- Von Thünen : principes de localisation en fonction des aires de marché et des cultures
  - Riche propriétaire foncier prussien du 18<sup>ème</sup> siècle
  - Contexte : Etats relativement isolés (peu d'échanges inter-Etats), organisés autour d'une « ville-marché »
  - Constat : Les activités agricoles se répartissent de manière concentrique autour de la « ville marché »
  - Objectif : Expliquer les localisations optimales des activités agricoles
  - L'espace = espace support des activités agricoles

# 1.1. Les modèles fondateurs

13

- ▣ Von Thünen : principes de localisation en fonction des aires de marché et des cultures
  - Son modèle repose sur plusieurs hypothèses :
    - Le sol est de qualité homogène (fertilité constante)
    - Les coûts de production sont constants, indépendants de la localisation
    - Le prix du produit est fixé par le marché, indépendamment du lieu de production
    - Les coûts de transport sont proportionnels à la distance à la « ville-marché »

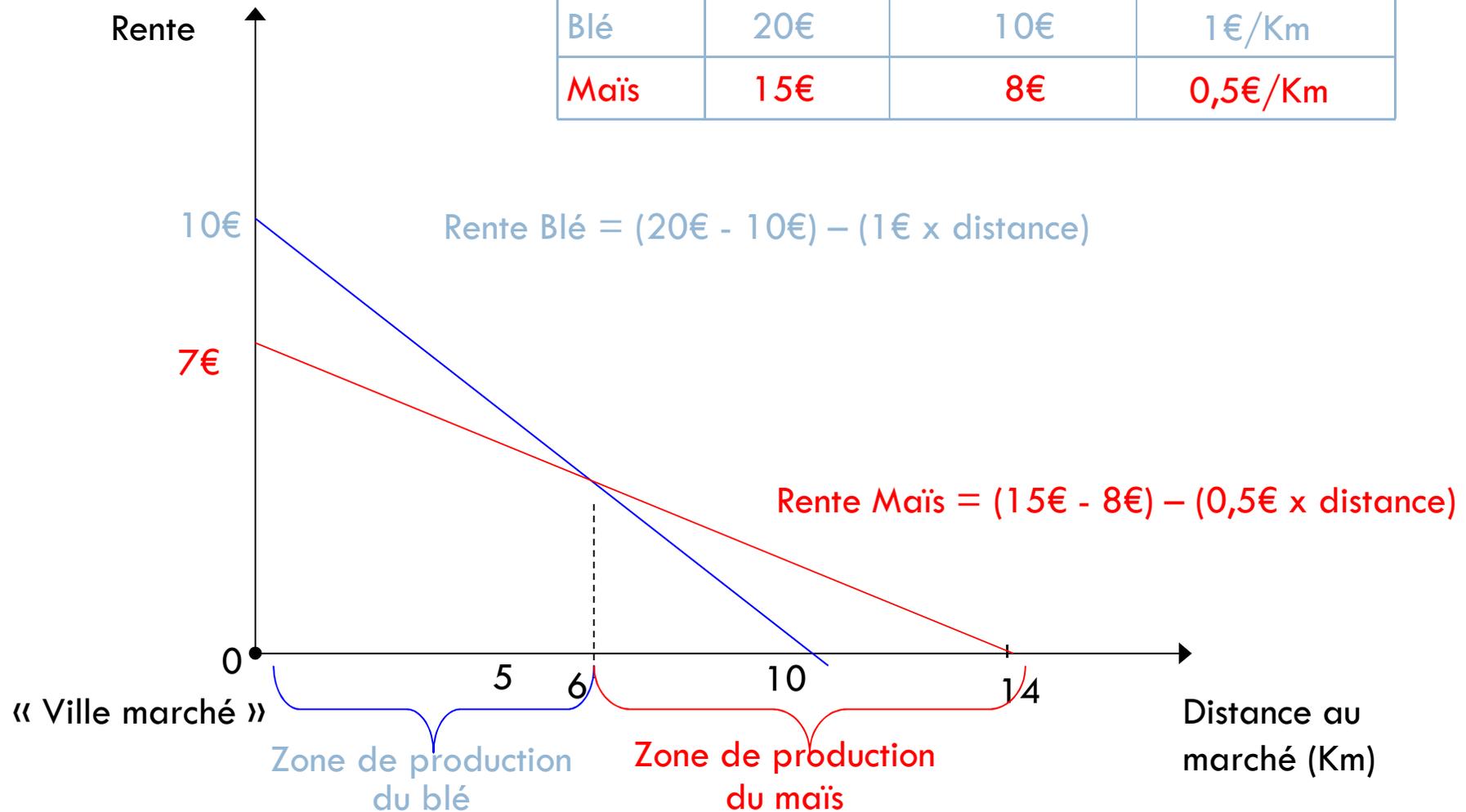
**Rente = prix de vente – coût de production – coûts de transport × distance**

- Résultat : isolignes décrivant des cercles concentriques autour des aires de marché (les villes) en fonction du coût décroissant du transport

# 1.1. Les modèles fondateurs

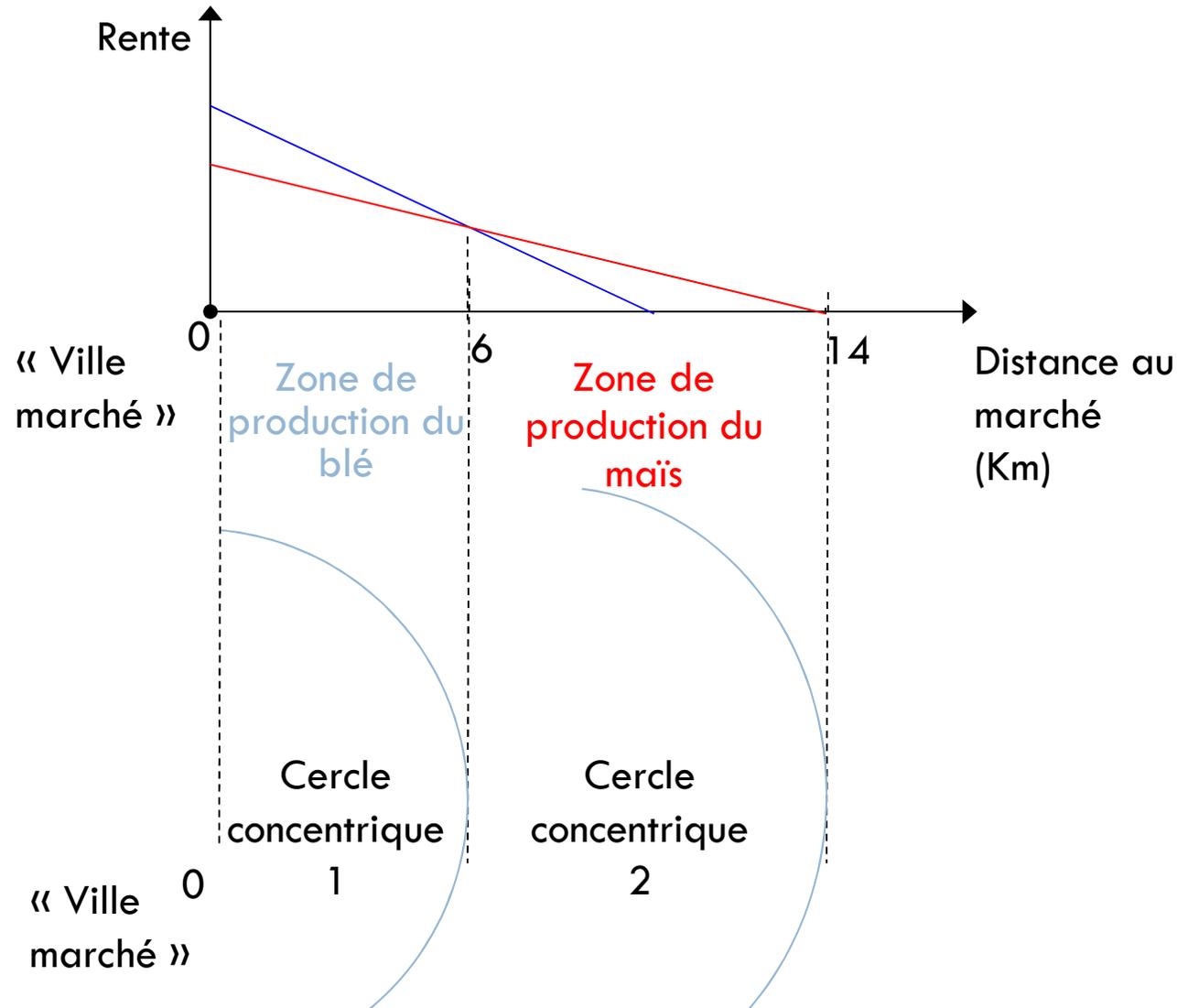
14

	Prix de vente	Coût de Production	Coût de Transport
Blé	20€	10€	1€/Km
Maïs	15€	8€	0,5€/Km



# 1.1. Les modèles fondateurs

15



# 1.1. Les modèles fondateurs

16

- Von Thünen : principes de localisation en fonction des aires de marché et des cultures
  - La répartition des produits agricoles est concentrique en raison de la rareté du sol (rente) et des caractéristiques des produits (coûts de production, de vente, de transport, etc.)
  - Que se passe-t-il si le coût de transport du maïs est de 2€ ?
  - Les biens dont les coûts de transport sont les plus élevés sont situés près du marché : ce sont les coûts de transport qui structurent les activités dans l'espace

Conclusion : Le modèle de Von Thünen est très utilisé, non seulement par les économistes agronomes, mais aussi par les spécialistes de l'économie urbaine.

# 1.1. Les modèles fondateurs

17

- ▣ A. Weber : théorie de la localisation industrielle
  - Economiste et sociologue allemand du début du XX<sup>ème</sup> siècle
  - Il cherche à expliquer le processus d'industrialisation qui a lieu à cette période en Allemagne.
  - Il s'intéresse en particulier à la production de fonte (qui nécessite d'importante quantité de matières premières)
  - Sa théorie est fondée sur 3 postulats de bases :
    - Un grand nombre de matières qui ont chacune une localisation spécifique
    - Les marchés sont localisés en certains points
    - La main d'œuvre est localisée, et on a un nombre illimité de travailleurs à un certain taux de salaire
  - L'espace = totalement uniforme

# 1.1. Les modèles fondateurs

- A. Weber : théorie de la localisation industrielle
  - Dans son modèle, 3 facteurs influencent la localisation des industries :
    - Le point minimum des frais de transport entre matières premières et produits finis
    - L'attraction exercée par les centres de main d'œuvre, l'avantage du point de vue des salaires
    - Le jeu des forces agglomératives (centripètes) (économies d'agglomération) et désagglomératives (centrifuges) (hausse de la rente foncière).

# 1.1. Les modèles fondateurs

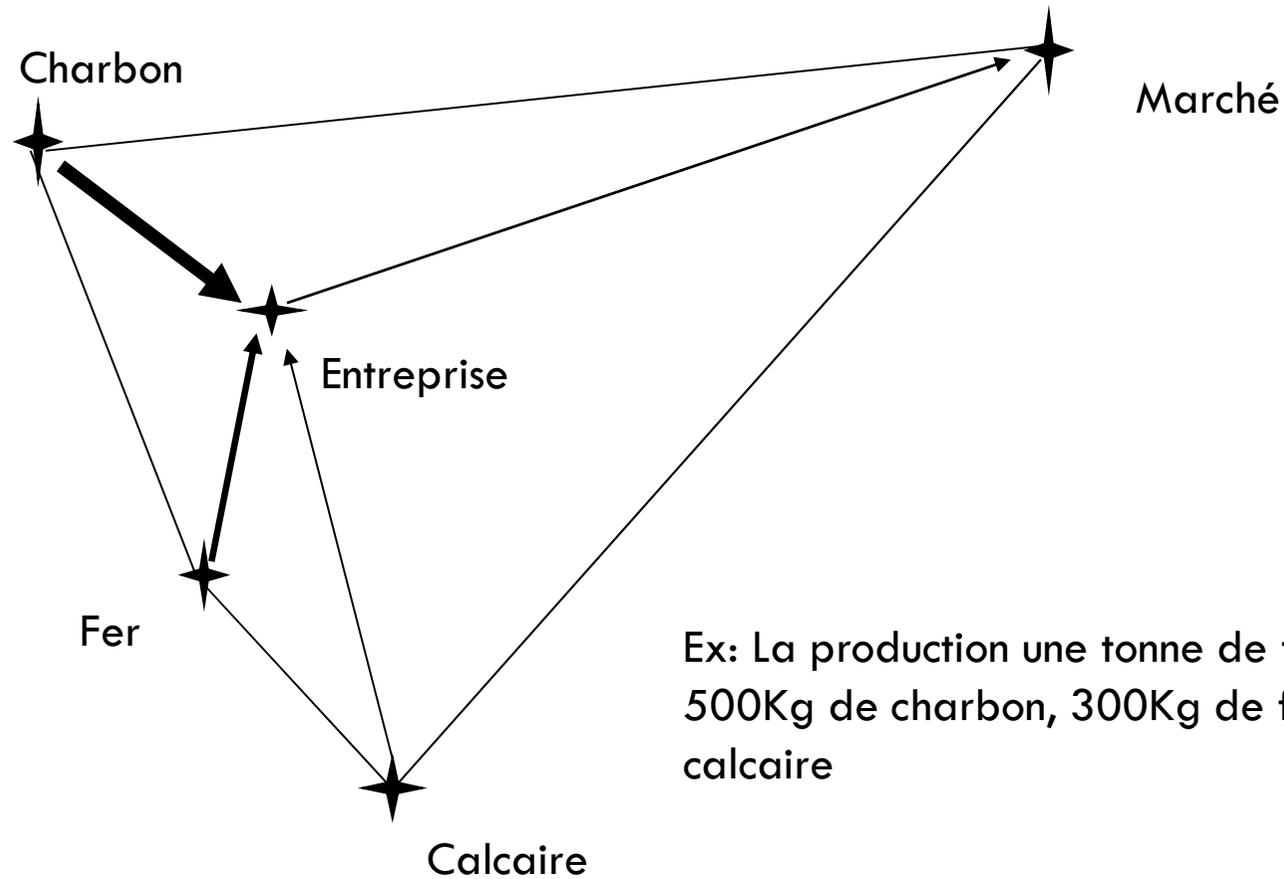
19

- A. Weber : théorie de la localisation industrielle
  - Fonction de production à coefficients fixes, *i.e.* les proportions de chaque facteur sont données
  - Une plaine homogène, on peut se rendre à « vol d'oiseau » d'un point à l'autre de la plaine
  - Des coûts de transport fixes (proportionnel à la distance parcourue) des matières premières et du produit fini plus ou moins élevés (€/Km)

# 1.1. Les modèles fondateurs

20

## □ A. Weber : théorie de la localisation industrielle



# 1.1. Les modèles fondateurs

- A. Weber : théorie de la localisation industrielle
  - De manière schématique, l'entreprise cherche à minimiser les coûts de transport.
  - Proche des sources de matières premières, si leurs coûts de transport sont élevés, ou du marché, si le coût d'acheminement du produit fini est élevé.
  - Ici encore, ce sont les coûts de transport qui influencent fortement la structuration des activités dans l'espace : tendance des industries à se localiser près des source de matières premières.
  - Une analyse simplifiée encore mais des raffinements par la suite:
    - Introduction d'un marché du travail localisé
    - Introduction d'effet d'agglomération issu du regroupement d'entreprises (économie sur les coût de transport)

# 1.1. Les modèles fondateurs

22

## ■ Hotelling : l'espace et la concurrence

- Economiste et statisticien américain (passage de l'école allemande à l'école américaine)
- Il s'intéresse à la localisation de deux entreprises sur un marché
- Objectif : Quelle est la stratégie à adopter en termes de localisation pour maximiser leur profit ?
- Hypothèses :
  - Un marché linéaire sur lequel sont répartis de manière homogène les consommateurs
  - Deux vendeurs qui doivent choisir leur localisation
  - Les produits sont vendus au même prix par les deux vendeurs (qualité identique, *i.e* biens homogènes) : profit = portion de marché
  - Pour le consommateur, le seul critère de choix est la distance à parcourir jusqu'au vendeur le plus proche

# 1.1. Les modèles fondateurs

23

- ▣ Hotelling : l'espace et la concurrence
  - Exemple concret : 2 marchands de glace sur une plage

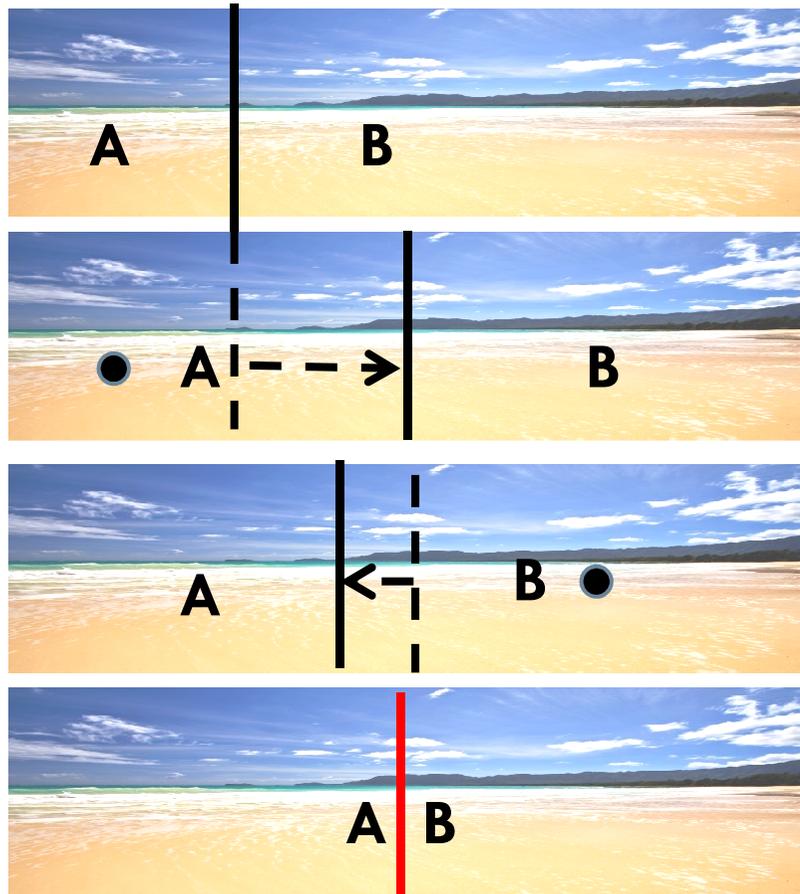


# 1.1. Les modèles fondateurs

24

## □ Hotelling : l'espace et la concurrence

### ■ Plusieurs situations possibles, un seul équilibre stable



Si un marchand a une zone plus petite, il peut accroître sa zone en se déplaçant (pas d'équilibre)

Il n'y a équilibre que lorsque les 2 zones ont la même taille, c'est-à-dire quand les marchands sont à égale distance du milieu de la plage.

Si B se rapproche du milieu, il va augmenter sa zone au détriment de l'autre, qui devra à son tour se rapprocher du milieu pour conserver sa moitié de plage.

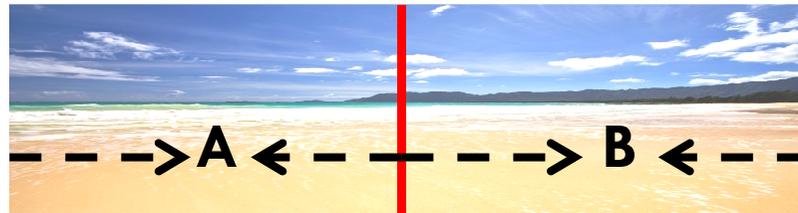
Il y a équilibre quand chaque marchand a une moitié de plage, et s'il se déplace légèrement d'un côté ou de l'autre, il verra sa zone décroître au profit de son concurrent

# 1.1. Les modèles fondateurs

25

## ■ Hotelling : l'espace et la concurrence

- C'est un problème de minimisation des coûts de transport une fois de plus : la solution optimale intervient quand la distance parcourue par les consommateurs les plus éloignés est minimale (la situation où la distance maximum parcourue est  $1/4$ )



- Lorsque l'on introduit l'espace, l'économie de marché peut ne pas déboucher sur une situation optimale en termes de bien être global (bien être entreprises + bien être consommateurs)

# 1.1. Les modèles fondateurs

26

- Walter Christaller : théorie des places centrales
  - Géographe allemand du XX<sup>ème</sup> siècle
  - Réseaux de triangle de villes
  - Lieux centraux : hiérarchisation des réseaux urbains en fonction des services et des commerces qui s'y trouvent (1933)
  - Son modèle est basé sur plusieurs postulats :
    - Espace homogène
    - Rationalité des agents : maximisation du profit ou de l'utilité
    - Les prix sont fixés
    - Les coûts de transport sont fonction de la distance

# 1.1. Les modèles fondateurs

27

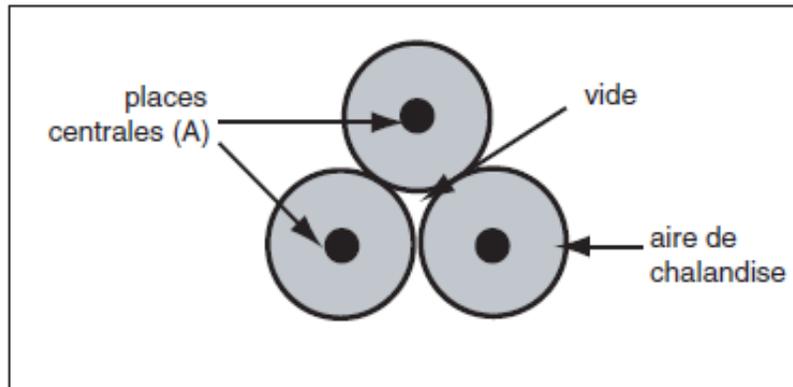


Figure 1.— Aire de chalandise circulaire.

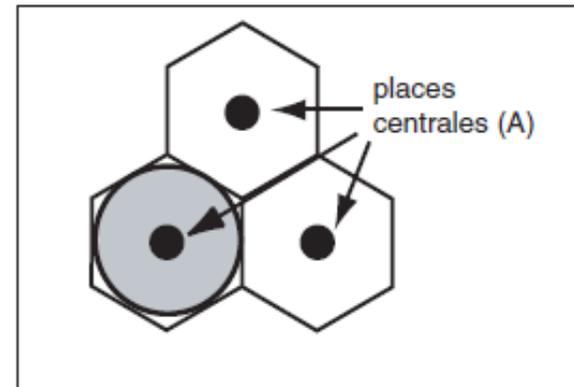


Figure 2.— Aire de chalandise circulaire hexagonale.

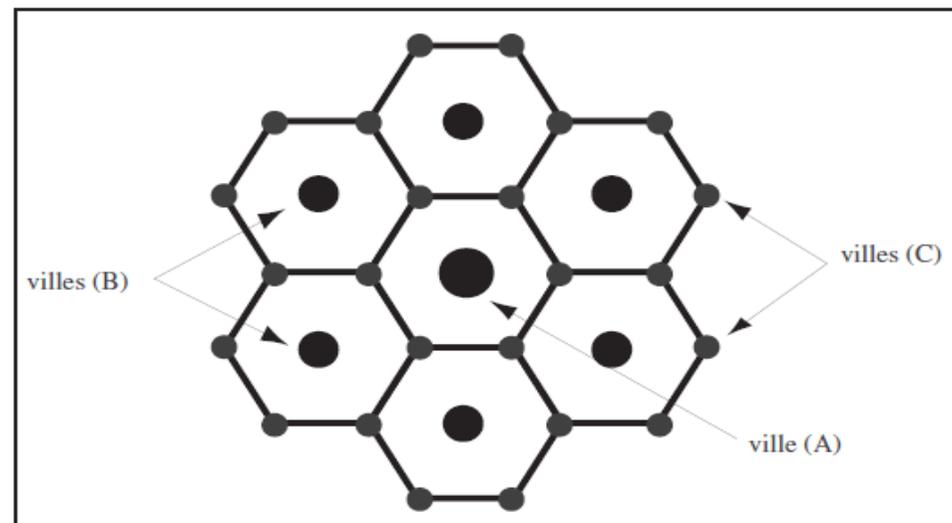


Figure 3.— La biérarchie hexagonale des villes selon Christaller.

# 1.1. Les modèles fondateurs

28

- **Christaller** : l'étude des zones d'influence des villes en tant que pôle d'attraction par l'analyse de la hiérarchie urbaine et des réseaux de villes
  - Théorie des places centrales : chaque agglomération fournit des biens et des services tertiaires à son arrière-pays dénommé l'hinterland.
  - Analyse de la rareté des biens et services proposés : influence sur l'aire d'achalandage
  - Construction d'une hiérarchie urbaine et d'un principe d'organisation de l'espace

# 1.1. Les modèles fondateurs

- Ces travaux fondent l'analyse spatiale.
- Ces auteurs arrivent à une différenciation politique, sociale et économique.
- Mais le dénominateur commun de ces théories est de considérer l'espace comme étant une étendue à la fois support des activités et neutre.
- L'espace abstrait ainsi construit, c'est-à-dire celui d'une localisation ou d'une proximité, dépendra des auteurs.

# 1. Espace, économie et tissu socio-économique local

30

- 1.2. L'analyse de la polarisation : l'espace du « sens »

# 1.2. L'analyse de la polarisation : l'espace du « sens »

31

- ▣ Perroux : l'intégration de l'espace dans la théorie économique (50's)
  - Explication de la croissance économique grâce à la prise en compte du rôle moteur de certaines industries :
    - Grande taille
    - Puissance d'accès aux marchés
    - Capacité ou non à produire des innovations
  - Intégration dans l'analyse économique traditionnelle des relations entre les firmes, leurs acheteurs et leurs fournisseurs
  - L'espace économique = sphère non spatiale dans laquelle se nouent des relations

# 1.2. L'analyse de la polarisation : l'espace du « sens »

32

- Rôle moteur de l'entrepreneur mû par l'espoir du profit
- Poids et importance de la grande entreprise, qui modèle les structures économiques plus qu'elle n'est modelée par elles.
- Pour lui, la concurrence est forcément imparfaite et l'innovation a besoin de cette imperfection pour percer.
- Un des premiers, il a montré le rôle des firmes multinationales, se jouant des frontières et contribuant à organiser des flux d'investissement et d'échanges qui réduisent d'autant le pouvoir des Etats nations.

## 1.2. L'analyse de la polarisation : l'espace du « sens »

33

- Le concept clé qui parcourt son œuvre est celui de pouvoir asymétrique : certains agents (firmes, groupements, Etats), de par leur poids, influencent plus qu'ils ne sont influencés. A l'Etat, alors, de concrétiser la « préférence de structure » qui correspond à ce que souhaitent les citoyens de chacune des nations, au besoin en se protégeant du marché mondial.
- François Perroux croyait peu aux vertus équilibrantes du marché, beaucoup aux rapports de force et un peu à la planification.

# 1.2. L'analyse de la polarisation : l'espace du « sens »

34

- Deux types d'espace : l'espace géonomique et des espaces économiques
  - L'espace géonomique ou espace banal : support des relations en particulier entre « les hommes et les groupes d'hommes, les choses et les groupes de choses caractérisés économiquement par ailleurs »
  - => Introduction de variables socio-spatiales dans l'analyse économique
  - Première tentative de théorisation du fait que la croissance économique possède une dimension spatiale
  - => la théorie des pôles de croissance et des industries motrices

# 1.2. L'analyse de la polarisation : l'espace du « sens »

35

- Le pôle est un lieu de concentration d'activités qui va propager la croissance sur d'autres entreprises par des effets d'entraînement et des effets induits
  
- Il y a donc une polarisation de l'espace par la firme motrice qui attire des hommes, des capitaux et des investissements, et exerce des effets de domination sur les espaces environnants plus ou moins lointains, sans qu'il y ait forcément de réciproque.
  - Avec la croissance polarisée, la question principale posée passe du choix optimum de localisation dans un espace homogène, aux facteurs et effets de la propagation spatiale de la croissance.
  - Elle est donc inégale et localisée puisqu'elle est à l'œuvre dans les «pôles de croissance»