

EuropaCity

Analyse économique du projet

Etude économique ASTERES et RINZEN pour ALLIAGES ET TERRITOIRES

Mai 2016

Rédacteurs

Pierre BENTATA - Economiste, directeur-fondateur de Rinzen Conseil

Nicolas BOUZOU - Economiste, directeur-fondateur d'Asterès

A S T E R è S
p r o d u c t e u r d ' i d é e s

rinzen
c o n s e i l

Sommaire

<i>Synthèse opérationnelle</i>	3
1/ Une aubaine pour le Nord-Est francilien	3
2/ Une prise en charge par un nouvelle forme de GPEC	4
3/ Un gisement d'emplois	4
<i>Introduction</i>	5
1. Contexte économique : la métropolisation	6
1.1 Rappel historique	7
1.2 L'essor de l'économie de la connaissance	9
1.3 L'impact de la métropolisation	10
1.4 EuropaCity dans un contexte de métropolisation	12
2. La situation dégradée du Nord-Est francilien	15
2.1 La situation géographique	15
2.2 La situation économique	18
3. Europacity, un projet stratégique pour le territoire	23
3.1 Une nouvelle forme de GPEC	24
3.2 L'impact sur les petits commerces	27
4. Propositions	31
<i>Annexe technique</i>	32

Synthèse opérationnelle

EuropaCity est un projet innovant destiné à regrouper des activités commerciales, culturelles et touristiques au sein d'un espace unique respectueux de l'environnement. Accueillant des grandes enseignes autant que des *start-ups* du numérique, des salles de concert et des infrastructures de loisirs aussi bien que des espaces verts, EuropaCity se définit comme **un cluster de loisirs qui accompagne l'évolution des modes de vie et rompt avec l'ancienne approche du centre commercial tirée par le secteur de l'alimentaire.**

De ce point de vue, EuropaCity fait partie intégrante de la grande mutation économique et géographique que connaît le monde aujourd'hui. **Cette double mutation conduit à l'émergence de nouveaux secteurs à haute valeur ajoutée dans les services et le tertiaire, et recentre l'activité et la richesse des territoires vers les métropoles.** Comme toutes les grandes mutations économiques précédentes, elle remet en cause les anciens modèles et provoque, à court et moyen termes, des inégalités dans plusieurs domaines qu'il convient de résorber par des politiques volontaristes. Le numérique, les nouvelles technologies et les services nécessitent un fort degré de qualification et dans un premier temps, seuls les plus diplômés en profitent. De plus, la concentration des activités au sein des métropoles entraîne un appauvrissement relatif des zones périphériques. A long terme, l'économie est placée sur une trajectoire de croissance plus élevée et les inégalités se réduisent spontanément. Le projet EuropaCity peut apporter, sous certaines conditions spécifiées dans cette étude, une réponse à ces problématiques.

1/ Une opportunité pour le Nord-Est francilien

Le Nord-Est francilien – et plus spécifiquement la Plaine de France – est caractéristique de cette double problématique. La faiblesse des réseaux de transports a contribué à l'enclavement du territoire, l'éloignant des bassins d'emplois de la métropole. En conséquence, le chômage y est plus élevé que partout ailleurs dans la région. Redynamiser le territoire implique de le « rapprocher » de la métropole parisienne et de renforcer la formation des jeunes.

Dans ce contexte, EuropaCity jouerait – et joue déjà – un rôle essentiel. La dynamique de projets d'aménagement dans laquelle s'inscrit EuropaCity (ZAC des Tulipes, ZAC du Triangle de Gonesse), a permis aux élus et acteurs locaux d'obtenir la confirmation d'une gare du Grand Paris Express à Gonesse. Ces nouvelles infrastructures de transports rapprocheront les habitants des aux grands bassins d'emplois, au nord et au sud. Et dans un avenir proche, l'impact d'EuropaCity et du Triangle de Gonesse sera encore plus important car il deviendra un lieu de passage évident pour les voyageurs d'affaires ou de tourisme et les entreprises circulant entre les zones de Roissy et du Bourget. Sa situation géographique idéale et son caractère innovant feront d'EuropaCity un véritable *cluster*.

2/ Une prise en charge par un nouvelle forme de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC)

Le site d'EuropaCity a vocation à accueillir un grand nombre d'entreprises, de jeunes créateurs, de spécialistes du numériques mais aussi des centres de formation. EuropaCity deviendra alors une plateforme privilégiée pour définir et appliquer une GPEC collaborative visant à fournir aux jeunes des communes du Val d'Oise et de la Seine-Saint-Denis des emplois qualifiés sur l'ensemble du site EuropaCity.

EuropaCity doit devenir un relais d'information entre les pouvoirs publics et les organismes de formation d'une part, et les grandes enseignes et entreprises technologiques d'autre part. Cette innovation dans les stratégies de GPEC favorisera une formation de qualité, sur site, répondant aux besoins des entreprises du secteur et suffisamment flexible pour s'adapter aux évolutions rapides de la technologie et de l'économie de la connaissance. De cette manière, il sera possible de **promouvoir prioritairement l'embauche des jeunes valdoisiens et séquano-dyonisiens sur les métiers de haute valeur ajoutée, rompant avec la stratégie actuelle d'enfermement de ces jeunes dans des métiers de la logistique à faible qualification.**

Par ailleurs, en finançant cette stratégie, EuropaCity soulagera les budgets des administrations sans pour autant affaiblir leur pouvoir de décision sur les questions de l'emploi et du développement.

3/ Un gisement d'emplois

Etant par nature un projet innovant et évolutif – qui tranche avec les vieux modèles de centres commerciaux organisés autour d'une enseigne alimentaire – il est difficile d'évaluer précisément le nombre d'emplois qu'EuropaCity engendrera. Pour autant, deux constats s'imposent déjà.

Tout d'abord, nos études économétriques réalisées sur l'Ile-de-France montrent que l'ouverture de centres commerciaux et de grandes surfaces a toujours entraîné une augmentation nette de l'emploi, créant davantage d'emplois qu'ils n'en détruisaient. Cette réalité sera d'autant plus vraie dans le cas d'EuropaCity puisque ce projet ne concurrencera aucun commerce alimentaire, qu'il s'agisse de grandes surfaces ou de commerces de proximité. A cet égard, EuropaCity n'aura qu'un impact très limité sur les grands centres que sont Aéroville et O'Parinor et son gisement d'emplois nets se monte à plusieurs dizaines de milliers au minimum.

Par ailleurs, le développement d'EuropaCity aura un impact très faible sur l'ensemble des commerces de proximité du Val d'Oise et de Seine-Saint-Denis car grands centres commerciaux et petits commerces sont en réalité complémentaires et non concurrents. Les premiers étant un lieu de dépenses ponctuelles mais importantes tandis que les seconds sont des lieux d'achats quotidiens mais de dépenses moindres.

Pour ces deux raisons, il apparaît que **le projet EuropaCity entrainera la création de plusieurs dizaines de milliers d'emplois tout en ayant un impact limité sur les emplois existants**, et cela, d'autant plus que la GPEC collaborative facilitera l'accès aux nouveaux emplois.

Introduction

Situé dans le Triangle de Gonesse, entre les aéroports du Bourget et Roissy-Charles-de-Gaulle, EuropaCity a vocation à devenir un pôle commercial, culturel et de loisirs rompant avec la logique traditionnelle des centres commerciaux.

Contrairement aux centres commerciaux traditionnels, EuropaCity n'est pas tiré par une « locomotive » alimentaire autour de laquelle viennent se greffer des grandes enseignes et des commerces. En effet, ce projet de 80 hectares comportera des parcs à thèmes – plages, pistes de ski, attractions – sur une surface de 150 000 m², des salles d'exposition, de spectacles et de concert (50 000 m²), des commerces (230 000 m²), des espaces publics (100 000 m²) ainsi que plusieurs hôtels (2 700 chambres) et restaurants (20 000 m²). Par ailleurs, 7 hectares seront consacrés à la création d'une ferme urbaine et un parc urbain couvrira 10 hectares. Ainsi, EuropaCity, par son ampleur autant que par sa nature, sera un projet radicalement nouveau dans le paysage français.

De ce point de vue, le projet vise à accompagner les mutations profondes des modes de vie, en offrant un espace de loisirs qui combine espaces culturels et espaces verts, conformément aux attentes – nouvelles – des Français. En effet, les Français, comme l'ensemble des citoyens des pays développés tendent à rechercher des modes de consommation alliant l'acte d'achat à des caractéristiques telles que l'équité, la qualité, le sens, le plaisir. En offrant un ensemble de services complémentaires – allant de la ferme urbaine au cirque en passant par la fourniture de produits technologiques et de loisirs – EuropaCity s'inscrit parfaitement dans la mutation qui s'opère actuellement et incarne le lieu physique de ce changement psychologique.

De même, EuropaCity s'inscrit dans la démarche de développement durable, plébiscitée par un nombre croissant de Français, en se fixant un triple objectif d'excellence environnementale, de soutien au développement économique du territoire et de promotion de l'emploi local.

La présente étude analyse l'impact d'un tel projet dans le contexte économique actuel du Nord-Est francilien. Après avoir rappelé la nécessité de rattacher l'ensemble de la zone à la métropole parisienne, l'étude met en évidence la pertinence d'implanter EuropaCity au cœur du Triangle de Gonesse et définit les conditions pour que le projet profite avant tout aux acteurs locaux.

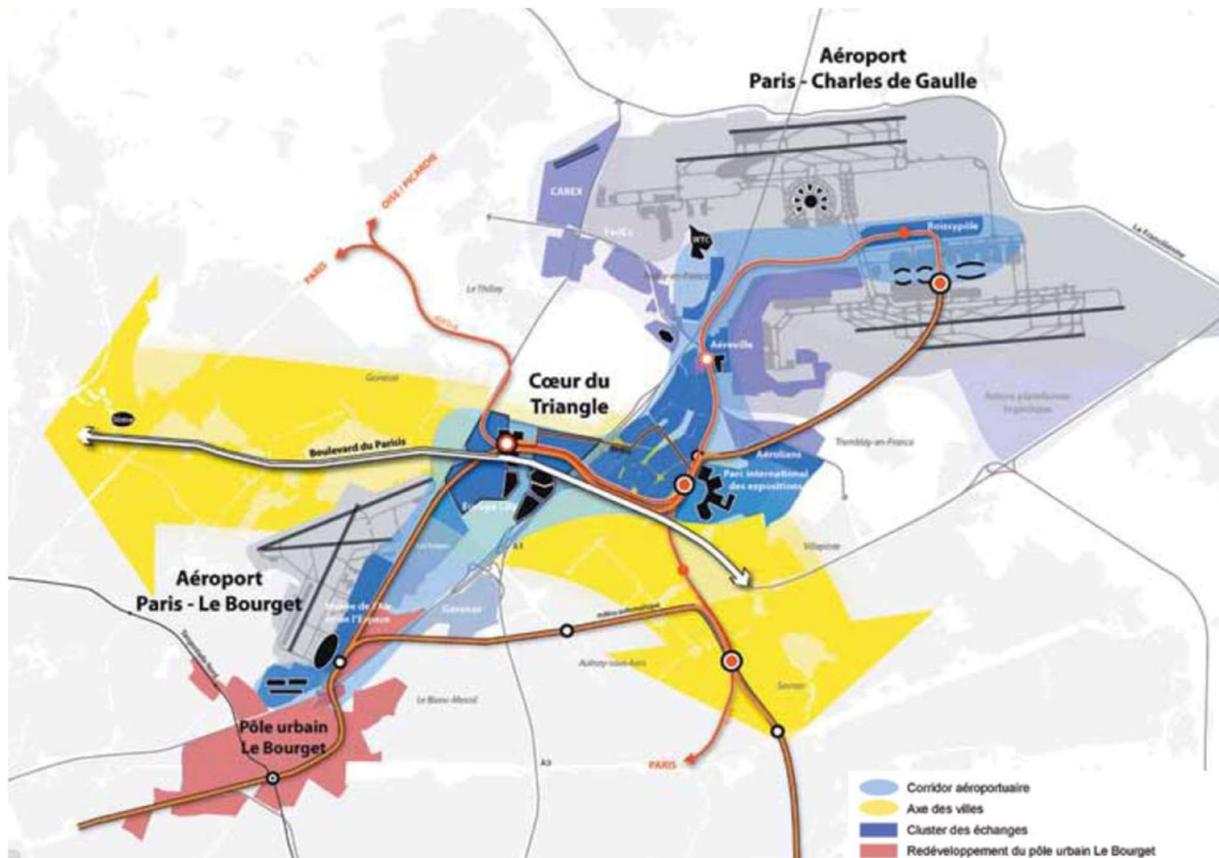
1. Contexte économique : la métropolisation

La métropolisation fait spontanément augmenter les inégalités

Depuis le début des années 2000 un phénomène nouveau s'observe dans l'ensemble des pays développés qui renforce la productivité et le pouvoir d'achat des métropoles au détriment des zones périphériques et des régions plus reculées.

Il s'agit là d'un phénomène inédit qui accompagne l'émergence de l'économie de la connaissance et la primauté du capital humain dans les économies modernes. Dans ce contexte, les zones autrefois en fort développement – dont l'enrichissement était le plus rapide – telles que les régions minières, agricoles et sidérurgiques ont perdu leur avantage comparatif au profit des gisements de matière grise. Un recentrage économique s'est opéré des régions industrielles, péri-urbaines, vers les régions métropolitaines. Pour la première fois depuis près de trente ans, les grandes aires urbaines creusent l'écart avec le reste du territoire, tant en termes d'emplois que de revenus. Ce fait saillant implique de favoriser l'émergence de grandes zones métropolitaines. Dans le cadre francilien, il s'agit de transformer la région Île-de-France en une métropole mondiale cohérente. **Les projets de développement urbain comme EuropaCity ainsi que le Grand Paris Express s'inscrivent explicitement dans cette optique, faisant du Triangle de Gonesse un espace stratégique du fait de sa situation géographique (figure 1).**

Figure 1. Le Triangle de Gonesse : une zone stratégique



Source : EPA Plaine de France, Le Triangle de Gonesse, février 2013.

1.1 Rappel historique

Du début de la révolution industrielle, au XIX^{ème} siècle, jusqu'aux années 1980, les inégalités interrégionales ont connu une évolution « en cloche ». Dans un premier temps, les régions fortement industrialisées voyaient leur richesse s'accroître plus rapidement que les autres régions avant qu'un rattrapage s'opère, sous l'effet des mécanismes de redistribution mais aussi de la mobilité de la main d'œuvre et du capital, marquant un infléchissement puis une réduction des inégalités de richesse entre les différentes régions d'un même pays. Ce phénomène a été mis en évidence par Williamson avant d'être confirmé par un grand nombre d'études.¹ Quel que soit l'indice de développement ou de richesse observé, il apparaît clairement que la révolution industrielle a provoqué un accroissement des inégalités régionales qui se sont ensuite résorbées à partir des années 1950. En d'autres termes,

¹ Williamson, J.G. (1965) « Regional Inequality and the Process of National Development: a Description of the Patterns », *Economic Development and Cultural Change*, 13: 3-45. Dans cet article, Williamson observe les inégalités régionales en termes de revenu par habitant mais aussi de PIB.

Pour une revue de littérature complète, voir : Catin, M. & Van Huffel, J.C. (2003) « Inégalités régionales et développement économique : le cas français 1850-2000 », *Cahiers du Creri* 2003-2.

lorsqu'une économie est faiblement développée, ses régions ont des niveaux de richesse comparables. Un développement rapide et soudain – dû à une révolution économique ou à d'importantes innovations – provoque alors un accroissement des inégalités entre les régions bénéficiant en premier de ce développement et le reste du territoire.

La courbe en cloche des inégalités interrégionales s'explique par la nature même de l'économie industrielle, marqué par l'émergence de pôles de croissance – bassins manufacturiers, sidérurgiques – qui connaissent une forte dynamique de leur production et de leurs revenus par habitant. La création de valeur s'accompagne mécaniquement d'un enrichissement des personnes travaillant dans ces pôles de croissance et, très vite, les inégalités se creusent par rapport au reste du pays. Ainsi, dans un premier temps, on assiste à un creusement des inégalités qui tient au fait que le taux de croissance des grands secteurs industriels – et de leurs zones géographiques – est supérieur à celui du reste de l'économie. Or, pour se développer, les secteurs industriels ont besoin de produire davantage, c'est-à-dire de commander davantage auprès de leurs sous-traitants. Les entreprises situées « en amont » de l'activité industrielle – fournisseurs de matières premières, de pièces détachées – voient donc leur activité augmenter dans un second temps.² A titre d'exemple, la croissance du secteur automobile entraîne dans son sillage la croissance d'un grand nombre de secteurs « prestataires » tels que les producteurs de pneus, de verre, de moteurs et d'acier puis de plastique. A cet égard, Laurent Davezies rappelle qu'en 1990, 70% de la valeur de la production automobile provient de la valeur ajoutée des secteurs prestataires.³ De même, les entreprises situées « en aval » de l'activité industrielle profitent des gains de croissance par l'intermédiaire d'une baisse des prix (due à la concurrence et aux économies d'échelle) ou d'une meilleure disponibilité des produits. Par exemple, dans le cas de la production d'énergie, le développement du secteur favorise une baisse des coûts et donc une généralisation de son utilisation qui bénéficie rapidement à l'ensemble des secteurs économiques. Ainsi, les régions productrices d'énergie connaissent une forte croissance qui se propage naturellement à l'ensemble des secteurs et à l'ensemble du territoire national. Dans le cas de la production automobile, la croissance de la production permet une baisse des coûts puis des prix qui démocratisent lentement l'usage de la voiture. Dès lors, l'utilisation généralisée de la voiture réduit les distances économiques ce qui favorise les échanges entre régions. Comme dans le cas de l'énergie, l'ensemble des régions profite alors de la croissance d'un seul secteur industriel.

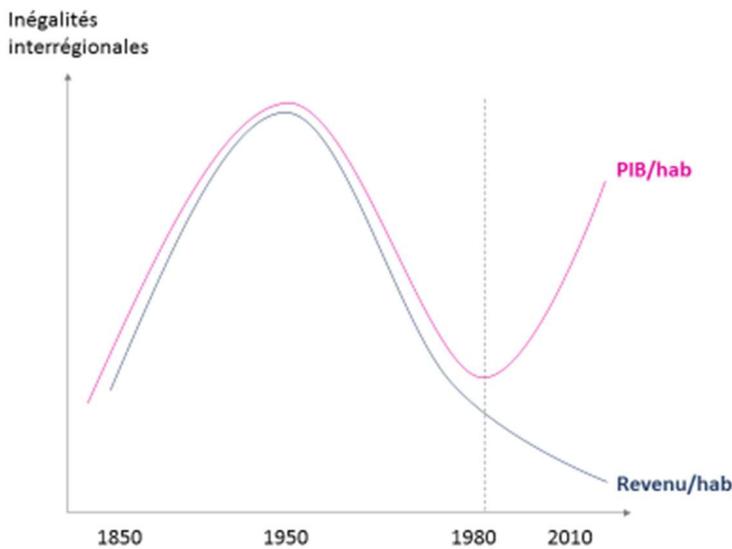
Dans le contexte industriel, les effets en « amont » et en « aval » sont puissants et permettent un rééquilibrage rapide des revenus entre les différentes régions. Ainsi, la croissance de la production dans un secteur industriel central entraîne un accroissement des revenus dans ce secteur puis dans l'ensemble des secteurs. La production de valeur et le revenu par habitant évoluent conjointement et on assiste à une homogénéisation des revenus sur un territoire. En d'autres termes, tant que l'économie est entraînée par le secteur industriel, les inégalités interrégionales tendent à se résorber car la croissance de l'industrie se propage, certes lentement mais inévitablement, à l'ensemble des secteurs marchands et non marchands (*figure 2*).

² Sur le cas français, voir notamment Perroux, F. (1955) Note sur la notion de pôle de croissance » *Economie Appliquée*, 8 : 307-20.

Pour une analyse du cas américain, voir Vernon, R. (1966) « International Investment and International Trade in the Product Cycle » *Quarterly Journal of Economics*, 2 : 190-207.

³ Davezies, L. (1992) « Les effets d'entraînement économique interrégionaux dans les années 80. Une esquisse d'approche par les Tableaux Entrées-Sorties de l'économie française. » *Information et Commentaires*, n°81.

Figure 2. Evolution des inégalités de richesse et de revenu



Source : Davezies, L. & Estèbe, P. (2015) *Les nouveaux territoires de la croissance : vers un retournement historique de la géographie économique ?*, Observatoire de l'Economie et des Institutions Locales.

1.2 L'essor de l'économie de la connaissance

Depuis près de trente ans, la synergie entre secteur industriel et secteurs en amont et en aval s'est dégradée. Cela tient au fait que les activités manufacturières ont perdu du poids par rapport aux activités de service et de production à haute valeur ajoutée. En effet, les secteurs en forte croissance sont aujourd'hui situés dans les domaines de l'information, de la haute technologie et de l'immatériel.

La transition d'une économie industrielle à une économie de la connaissance a dérégulé les mécanismes stabilisateurs qui fonctionnaient jusque dans les années 1980. Dans une économie de la connaissance, il existe beaucoup moins de consommations intermédiaires et donc de prestataires extérieurs. Ainsi, les effets « en amont » ne jouent que faiblement. De même, les produits dérivés des secteurs technologiques profitent directement aux consommateurs sans passer par une externalisation vers d'autres entreprises. Aussi, les effets « en aval » sont inexistantes. A cet égard, Laurent Davezies et Philippe Estèbe⁴ expliquent que l'audiovisuel – nouveau secteur en forte croissance – est un secteur très concentré dans des territoires restreints qui n'a pas besoin de sous-traiter ses activités et ne bénéficie que faiblement à des entreprises situées en aval. En conséquence, sa croissance n'a pas d'effet d'entraînement sur le reste de l'économie. Pour cette raison, les auteurs expliquent qu'alors « *que la production des pôles moteurs d'hier se mariait de façon féconde avec celle*

⁴ Davezies, L. & Estèbe, P. (2015) *Les nouveaux territoires de la croissance : vers un retournement historique de la géographie économique ?* Observatoire de l'Economie et des Institutions Locales.

des territoires périphériques, un secteur – aujourd’hui majeur – comme celui de l’audiovisuel, fonctionne plutôt sur le mode de l’onanisme, ne faisant de bien qu’à lui-même et à ses territoires. »

Ce passage d’une économie industrielle à une économie de la connaissance a profondément modifié la logique géographique de l’économie. Tout d’abord, les inégalités interrégionales ne se résorbent plus d’elles-mêmes sous l’effet de propagation de la croissance entre les différentes industries. Par ailleurs, les bassins de croissance ont changé, passant des zones périphériques au cœur des villes. Ce recentrage s’explique par la nature immatérielle de l’économie de la connaissance : l’efficacité des entreprises tient principalement à leur capacité à innover et à découvrir de nouveaux moyens de rendre des services. Savoir, connaissance et imagination deviennent les sources primaires de la création de valeur.⁵ En d’autres termes, **le capital humain devient le fondement de l’efficacité des entreprises**. Or, ce capital particulier dépend de la concentration des universités, des écoles, des lieux de savoirs et des lieux culturels. Plus ces lieux sont abondants sur un espace restreint, plus le capital humain se développe facilement, ce qui explique la supériorité intrinsèque des villes sur la périphérie.⁶

Ainsi, de grands espaces métropolitains se sont créés dans lesquels la production et la richesse ont augmenté plus fortement que dans le reste des territoires nationaux, contraignant les gouvernements successifs à accroître la redistribution de richesses des métropoles vers les zones périphériques. Bien que cette stratégie ait permis de contenir les inégalités de revenus, elle s’est avérée inefficace à relancer l’activité des régions anciennement industrielles. Aussi, la redistribution de revenus a masqué, temporairement, les inégalités de création de valeur (*figure 2*). Nous allons voir que **c’est tout l’intérêt de l’implantation d’un projet comme celui d’EuropaCity dans une zone que l’on peut encore considérer comme étant périphérique**.

Dans le cas français, l’émergence de l’économie de la connaissance a favorisé le développement de Paris, Lyon, Toulouse, Bordeaux et Aix-Marseille dont la contribution à la croissance nationale a augmenté de 4 point alors que leur démographie n’a augmenté que de 1,3 point, traduisant une transition de la richesse de la périphérie vers les métropoles.

1.3 L’impact de la métropolisation

La métropolisation traduit le passage d’une économie industrielle à une économie de la connaissance.⁷ Dans ce nouveau contexte économique, les produits innovants et les idées naissent davantage là où le capital humain est abondant, c’est-à-dire dans les métropoles. Pour cette raison, des métropoles de plus en plus grandes se sont développées.

⁵ Vignier, P. (2002) « La France dans l’économie du savoir : pour une dynamique collective », Rapport pour le commissariat général du plan, Paris, La documentation française. Querrien, A. & Mattei, MF. (2006) « Vers une économie de la connaissance ? », *Les Annales de la recherche urbaine*, 101 : 3-5.

⁶ Duranton, G. & Puga, D. (2005) « From sectoral to functional urban specialization », *Journal of Urban Economics*, 57(2) : 343-70.

⁷ Fouchier, V. (2005) « Tendances longues de l’évolution économique des métropoles françaises. Un regard sur la notion de ‘taille critique’ », *Territoires 2030 : Pôles et Métropoles*, Revue d’Etudes et de Perspectives, Datar.

Dépassant largement le cadre de la ville, la métropole s'étend jusqu'à atteindre une taille suffisante pour devenir une « ville globale » concentrant les activités culturelles, les loisirs, les savoirs et la technologie.⁸ La métropole est un « incubateur » d'entreprises et de nouveaux produits⁹ dont la vitesse de développement et la création de richesse dépendent de son ouverture sur les autres grandes métropoles. D'une certaine manière, la création de valeur s'égalise alors entre les métropoles des différents pays sans profiter aux territoires périphériques.

A cet égard, il convient de rappeler que cette mutation économique et géographique touche l'ensemble des pays développés, contraignant toutes les grandes villes du monde à se réformer pour devenir ces gisements de matière grise qui fondent l'économie actuelle. Les métropoles connaissant le succès aujourd'hui sont celles qui ont accepté d'effectuer les premières leur transition de l'économie industrielle vers l'économie de la connaissance. A l'inverse les villes ayant refusé, ou simplement reporté, cette transition connaissent un relatif déclin. Aussi, la tentation du repli et de l'immobilisme – caractéristique des grandes périodes de mutation – doit laisser place à une volonté d'embrasser le changement pour en tirer le meilleur. En d'autres termes, la métropolisation de l'économie implique de transformer les grandes villes et leur périphérie en un espace unique et intégré. Dans le contexte de concurrence mondiale entre les métropoles, cette adaptation est essentielle car d'autres métropoles – mieux préparées et organisées – sauront attirer le capital humain, la culture et les loisirs qui font, pour le moment, l'attractivité de Paris et de l'Île de France.

La métropolisation est donc une contrainte en même temps qu'une opportunité. Celle-ci a deux implications majeures pour le développement des territoires périphériques. Premièrement, elle entraîne et accélère la destruction des activités à faible qualification dans la périphérie et la création de nouvelles activités qualifiées dans les secteurs de la R&D, de l'information et du tertiaire, tous concentrés dans les métropoles. Création et destruction d'emplois sont donc géographiquement déconnectées. Deuxièmement, l'évolution des qualifications est plus rapide dans le cœur des métropoles. **La conjonction de ces deux faits implique alors pour les régions périphériques de se greffer aux métropoles tout en opérant une politique de formation initiale et continue apte à favoriser l'intégration des habitants dans les secteurs à fort capital humain. C'est l'un des grands intérêts économiques et sociaux d'EuropaCity.**

La reprise de l'activité et le rattrapage économique des régions périphériques passent par une intégration cohérente et réfléchie du projet au sein de la métropole.¹⁰ Dans une économie mue par l'information et la connaissance, **le succès d'une zone géographique dépend du niveau général de formation mais aussi de la spécialisation fonctionnelle des différentes parties de la zone.** Concernant la formation, les différentes analyses statistiques sur données françaises et européennes mettent en évidence la corrélation entre le niveau d'emploi et la part de la population ayant un diplôme du

⁸ Liefoghe, C. (2010) « Economie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche », *Innovations*, 1(31) : 181-97.

⁹ Chinitz, B. (1961) « Contrasts in Agglomeration: New York and Pittsburg », *American Economic Review*, 284-85.

Voir aussi: Fujita, M. & Thisse, JF. (2002) *Economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location, and Regional Growth*, Cambridge University Press.

¹⁰ Koutsky, S. (2008) « The role of creative industries in the restructuring of old industrial regions in the Czech Republic, 1st RSA Research Seminar on Creative Industries and the Regions, Southampton, 24-25 Septembre. Andres, L. (2009) « The role given to creative industries in regeneration policies: lessons from Marseille », 3rd RSA research Seminar on Creative Industries and the Regions, Birmingham, 24-25 Septembre.

supérieur.¹¹ De même, le dynamisme de la métropole est corrélé aux synergies possibles entre les différents secteurs d'activités. En d'autres termes, il est nécessaire de penser, en amont, les interactions potentielles entre les grands secteurs et donc entre les grandes aires d'activités au sein de la métropole. Cette réflexion passe par une analyse des réseaux de transports et de communication entre le cœur de la métropole et sa périphérie mais aussi par l'étude des activités que doit développer la périphérie afin de favoriser une complémentarité avec le cœur.¹²

1.4 EuropaCity dans un contexte de métropolisation

Le projet du Grand Paris s'inscrit parfaitement dans cette double réflexion et **EuropaCity constitue un maillon essentiel du rattachement de la périphérie à la métropole parisienne**. En effet, le développement d'un complexe alliant culture, technologie, loisirs et espaces verts est parfaitement adapté à l'environnement économique d'une métropole.

Approche de cluster

- ➔ En regroupant des activités de loisir, de culture, d'achat, de conception et de production, EuropaCity s'inscrit dans la dynamique de l'économie de la connaissance et répond aux besoins nouveaux qui l'accompagnent. En effet, l'innovation, moteur de la croissance,¹³ dépend fondamentalement du nombre et de la diversité des interactions entre des personnes qualifiées dont les approches et les perceptions diffèrent sensiblement.¹⁴

Promotion de l'innovation et du numérique

- ➔ EuropaCity relève ce défi en réunissant sur un même espace des grandes marques, des espaces de loisirs mais aussi des ateliers de créateurs, des aires de *coworking*, des salles de spectacles et des lieux dédiés à la culture numérique tout en assurant la promotion d'enseignes innovantes – *pure players* et *concept stores*. Ce faisant, le complexe EuropaCity devient un lieu d'échange d'idées et d'interactions directes entre les sphères économiques, culturelles et techniques, interactions à la source de l'innovation et de l'enrichissement en capital humain.

Espace d'interactions

- ➔ Dans sa conception même, EuropaCity est envisagé comme un complexe évolutif et innovant, laissant une grande liberté aux visiteurs. Proposer des espaces verts dans lesquels les visiteurs pourront organiser des activités gratuites, mettre à disposition une ferme urbaine collaborative,

¹¹ Voir Davezies, L. & Estèbe, P. (2015) *Les nouveaux territoires de la croissance : vers un retournement historique de la géographie économique ?*, Observatoire de l'Économie et des Institutions Locales, p. 52 et suiv.

¹² Novarina, G. (2012) « L'ancrage territorial de l'économie : du district industriel à la métropole », *L'Économie Politique*, 1(53) : 16-25.

¹³ Voir les travaux précurseurs de Solow, R. (1956) *A Contribution to the Theory of Economic Growth*, *Quarterly Journal of Economics*, 70(1): 65-94. Et, Schumpeter, J. (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper & Brothers.

¹⁴ Porter, M. (1998) « Clusters and the New Economics of Competition », *Harvard Business Review*, November-December, 77-90.

ouvrir un centre culturel pour les plus jeunes et développer des ateliers numériques collaboratifs – *fablabs*¹⁵ – sont autant d’initiatives profondément innovantes qui transforment le visiteur, l’entrepreneur et le consommateur en véritables acteurs du développement du complexe. En ce sens, EuropaCity s’adapte à l’évolution des modes de vie et des attentes des individus tout en assurant la promotion de l’innovation et du capital humain.

Espace évolutif

- Derrière le regroupement d’activités diverses émerge une véritable stratégie de « cluster de loisir et d’innovation » par laquelle les différents acteurs feront eux-mêmes évoluer l’ensemble du complexe. Conformément aux évolutions des modes de vie, de production et de consommation, le projet ne représente plus un espace figé aux objectifs clairement identifiés mais une plateforme d’échanges et d’interactions au sein de laquelle les acteurs font évoluer les objectifs et le sens général du complexe. De cette manière, EuropaCity s’intègre dans la métropolisation en devenant un espace complet et intégré à la métropole dans lequel l’innovation, le loisir et le numérique sont mis en avant tout en répondant à l’évolution des modes de consommation, du consommateur passif vers le « consomm’acteur »¹⁶ et de la séparation de la consommation et des loisirs vers le *retailtainment*.¹⁷

Valorisation du temps libre

- Sous l’appellation « loisirs », le tourisme, la culture, le sport, et la créativité – photographie, peinture ... – sont devenus des marqueurs fondamentaux de la qualité de vie mais aussi de la croissance et du développement des territoires.¹⁸ Le projet EuropaCity s’apparente alors à un complexe de valorisation du temps libre et d’élargissement de la gamme de loisirs proposés aux Franciliens et à l’ensemble des touristes.

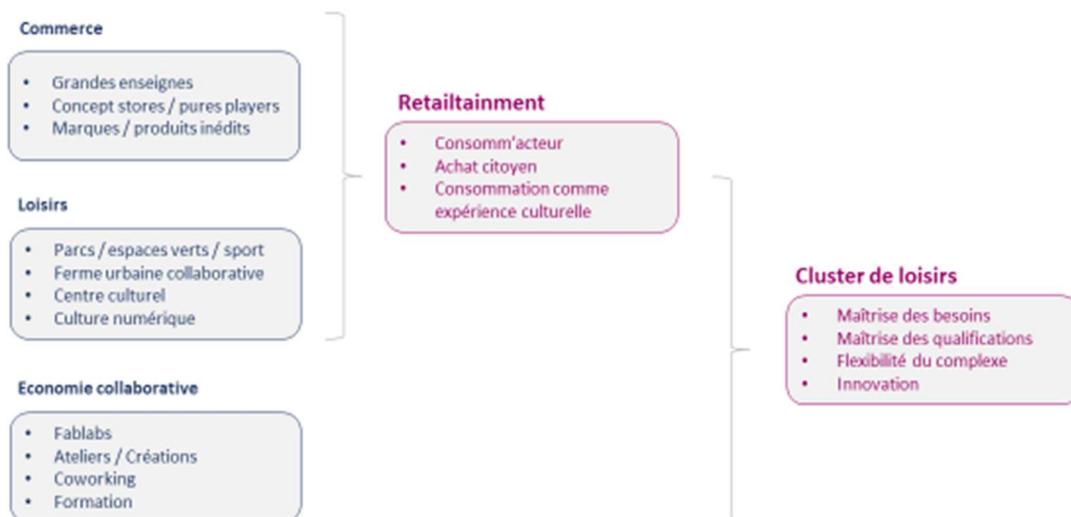
¹⁵ « Ateliers contributifs et collaboratifs dotés de nouveaux outils de conception paramétrique et des outils de fabrication numériques (imprimantes 3D, découpeuses laser, fraiseuses à commandes numériques etc.) où les utilisateurs peuvent passer d’un prototype numérique à un coût modeste à une production fonctionnelle en petite série. », voir Massé, D. ; Borel, S. & Demailly, D. (2015) « Comprendre l’économie collaborative et ses promesses à travers ses fondements théoriques », IDDRI SciencesPo WP 05/15, p.7.

¹⁶ Voir notamment Cova, B. & Cova, V. (2009) « Les figures du nouveau consommateur : une genèse de la gouvernamentalité du consommateur », Recherche et Applications en Marketing, 24(3) : 81-100. Massé, D. ; Borel, S. & Demailly, D. (2015) « Comprendre l’économie collaborative et ses promesses à travers ses fondements théoriques », IDDRI SciencesPo WP 05/15.

¹⁷ Gasnier, A. (2004) « Corridors, centres commerciaux et “retailtainment” : une offre durable ? », *Temps des courses*, course des temps, 187-98. Lemarchand, N. (2009) « De la géographie du commerce à la géographie du commerce et de la consommation », *Bulletin de la Société Géographique de Liège*, 52 : 139-41.

¹⁸ Davezies, L. (2008) *La république et ses territoires. La circulation invisible des richesses*, La République des idées, Seuil.

Figure 3. EuropaCity: cluster de loisirs



Source : Rinzen Conseil.

La cohérence d'EuropaCity avec la métropole parisienne s'apprécie particulièrement dans sa dimension culturelle. Dans la concurrence que se livrent aujourd'hui les métropoles, la culture est un facteur d'attractivité de premier plan. En effet, la demande pour des services culturels est fortement corrélée au niveau de capital humain des habitants d'une ville. Aussi, le succès d'une métropole dépend de sa capacité à assurer une offre culturelle dynamique, diversifiée et multiforme. Il s'agit là d'une synergie qui s'opère entre innovation technique, capital humain et capital culturel : plus les individus sont formés, qualifiés et tournés vers l'économie de la connaissance, plus ils sont demandeurs de services culturels diversifiés et nombreux. De même, plus la scène culturelle est vaste et dynamique, plus elle attire les acteurs de l'économie de la connaissance. Dans ce contexte, EuropaCity pourrait compléter l'offre culturelle parisienne et assurer la cohérence de l'intégration du Nord-Est francilien à la capitale. En renforçant l'offre culturelle du Nord-Est francilien – par la création de salles de concerts, de spectacles et de conférences mais aussi d'espace dédiés à la culture numérique – EuropaCity attirerait les artistes et les événements parisiens dans un espace pour l'instant relativement délaissé, et ces interactions culturelles favoriseraient alors mécaniquement les interactions économiques et sociales, facilitant l'intégration de cet espace à la métropole.

2. La situation dégradée du Nord-Est francilien

Au-delà du caractère profondément novateur du projet EuropaCity, premier *cluster* de loisirs totalement indépendant du secteur alimentaire, la question se pose de son impact sur l'économie locale.

La situation locale est particulière et paradoxale tant sur plan géographique qu'économique, ce qui rend son analyse complexe et peut expliquer les craintes et réticences de certains. Pourtant, la description des mécanismes économiques tout comme les travaux de recherche en économie géographique démontrent que **l'implantation d'EuropaCity dans le Nord-Est francilien sera, si le projet se réalise, un gagnant-gagnant, bénéficiant simultanément aux commerces de proximité, à l'emploi local et à la croissance des entreprises implantées dans le Triangle de Gonesse.**

2.1 La situation géographique

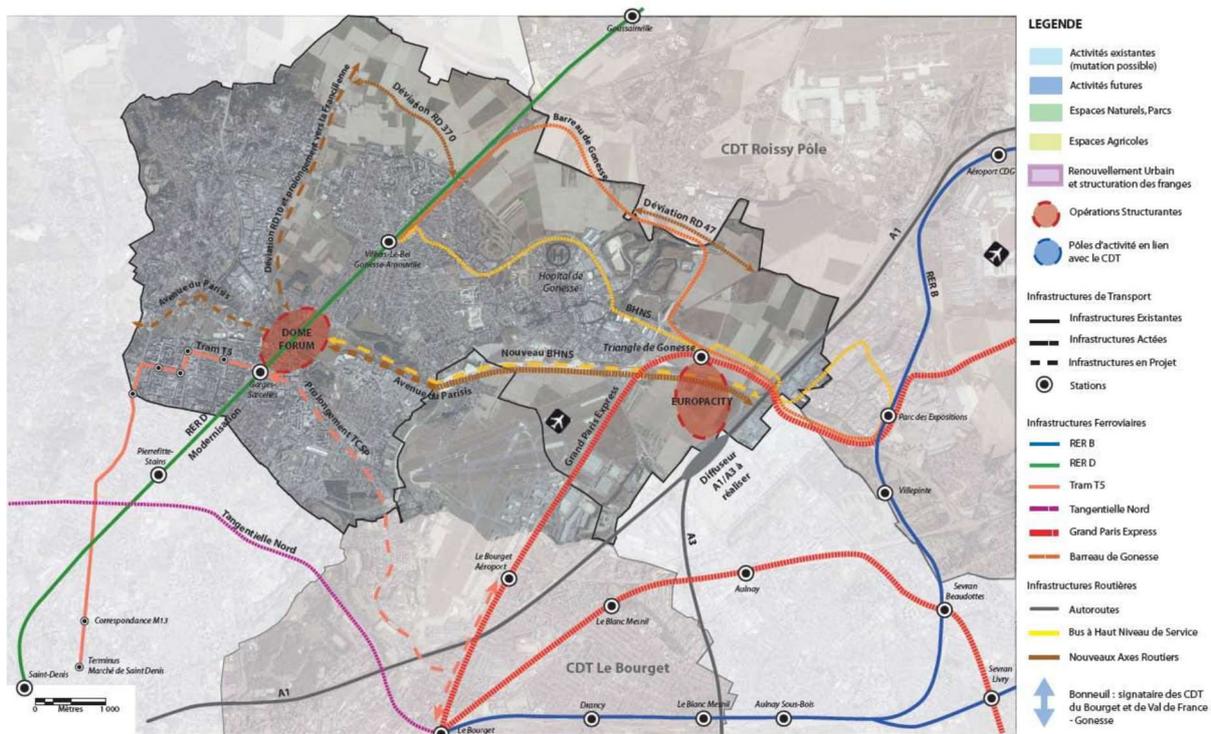
Le Nord-Est francilien se trouve dans une situation géographique paradoxale. Située entre l'aéroport Roissy-Charles-de-Gaulle et l'aéroport du Bourget, la Plaine de France – et plus spécifiquement le Triangle de Gonesse – est au cœur d'une zone d'échanges dynamique et d'un espace de transit très dense (*figure 1*).

Au nord, l'ouverture de l'aéroport Roissy-Charles-de-Gaulle sur le monde constitue une opportunité économique majeure, aussi bien en termes de commerce direct avec l'étranger qu'en termes d'emplois dans la zone de Roissy. De même, le fort développement de l'aéroport du Bourget au sud confère à la zone un potentiel d'attractivité important.

Idéalement placé au centre de ce corridor aéroportuaire en pleine croissance, le Triangle de Gonesse est – géographiquement et théoriquement – une plateforme incontournable pour plusieurs dizaines de millions de passagers. Pourtant, **la zone ne profite aujourd'hui que faiblement de sa situation géographique idéale.** En cause, la forte congestion de la circulation et l'insuffisance des connexions locales entre Gonesse et plus largement la Plaine de France et les grandes infrastructures à proximité. Ainsi, l'ensemble du territoire est enclavé et ne peut bénéficier de la dynamique de développement au nord et au sud. Dans ce contexte, les communes de l'est du Val d'Oise et de l'ouest de la Seine-Saint-Denis souffrent aujourd'hui d'une faible croissance qui sera renforcée par un développement des

infrastructures de transport.¹⁹ Ces infrastructures vont permettre de « libérer » une croissance qui était jusqu'alors « réprimée » par la congestion et l'enclavement.

Figure 4. Infrastructures présentes et à venir autour du Triangle de Gonesse



Source : Dossier de création de ZAC et Etude d'impact dans le Triangle de Gonesse, EPA Plaine de France, 2016.

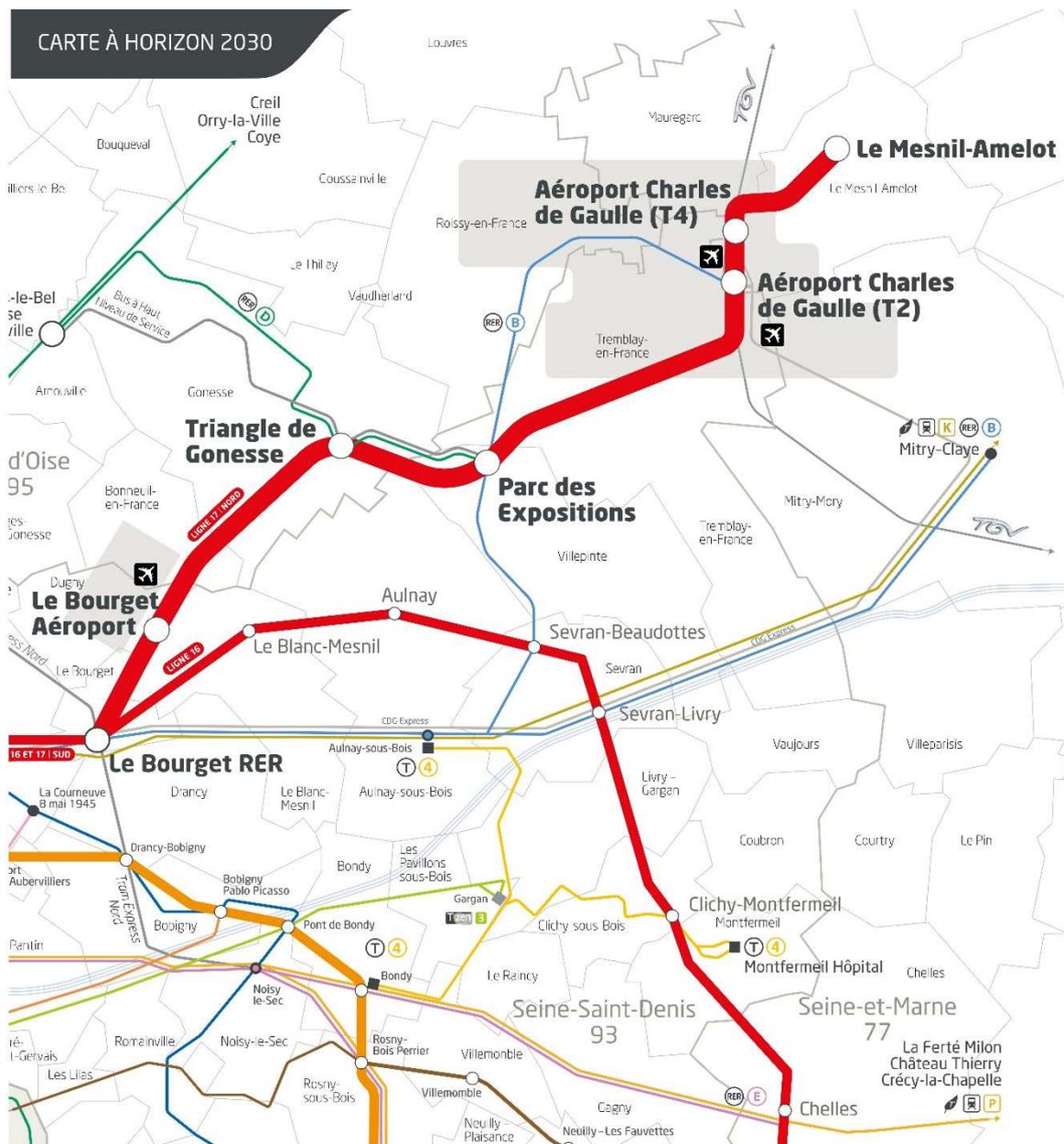
L'absence de jonction entre les RER B et D et le temps nécessaire pour se déplacer du Triangle de Gonesse au Bourget ou à Roissy affaiblissent inévitablement l'attractivité de la zone et les opportunités d'emplois. En effet, seules les communes situées à moins de trente minutes, en transport en commun, des bassins d'emplois en profitent pleinement, connaissant simultanément une baisse significative du chômage et un développement local.²⁰

Les plans de développement des infrastructures de transport dans le Triangle de Gonesse, et plus largement dans le Nord-Est francilien vont contribuer à dynamiser le territoire en facilitant les déplacements entre Paris et les zones dynamiques du nord et de l'est (figure 4). La liaison des RER D et B va désenclaver l'est du Val d'Oise et redonner une cohérence géographique et donc économique au département. Par ailleurs, la ligne 17 placera l'ensemble du Triangle de Gonesse à moins de trente minutes des principaux bassins d'emplois du Nord-Est francilien mais aussi de Paris intra-muros.

¹⁹ Beaucire, F. & Drevelle, M. (2013) « Grand Paris Express : un projet au service de la réduction des inégalités d'accessibilité entre l'Ouest et l'Est de la région urbaine de Paris ? », *Economie Régionale & Urbaine*, 3 : 437-60. L'Horty, Y. & Sari, F. (2013) « Le Grand Paris de l'emploi : l'extension des infrastructures de transport peut-elle avoir des effets positifs sur le chômage local ? », 3 : 461-89.

²⁰ Salat, S. & Bourdic, L. (2015) *L'économie spatiale du Grand Paris*, Institut des Morphologies Urbaines, Paris.

Figure 5. Développement des infrastructures de transport, horizon 2030



* La ligne 17 Nord correspond à une partie de la ligne rouge du schéma d'ensemble du réseau de transport public du Grand Paris.

Source : Société du Grand Paris

Alors qu'il se situe à plus d'une heure de Saint-Denis Pleyel et de Saint-Lazare, le Triangle de Gonesse sera respectivement à 12 minutes et 24 minutes une fois le Grand Paris Express achevé – et notamment la ligne 17. De plus, le Triangle sera clairement intégré au « hub aérien » en se trouvant à 7 minutes de Roissy-CDG (au lieu de 30 minutes aujourd'hui) et à 5 minutes du Bourget. Le Grand Paris Express va mécaniquement renforcer l'accessibilité des bassins d'emplois et ainsi favoriser le développement du Triangle de Gonesse et des communes alentour (figure 5). Pour mémoire, le caractère optionnel de la gare du Triangle de Gonesse, qui figurait à l'époque sur les deux lignes connectant directement Roissy

à La Défense et à Orly, a été levé à la suite du débat public sur le Grand Paris Express en 2010-2011.²¹ C'est bien la dynamique de projets sur ce territoire (ZAC des Tulipes, projet du Triangle de Gonesse et EuropaCity) qui a permis de conforter les positions des élus locaux de l'Est du Val-d'Oise.

La gare du Triangle de Gonesse et EuropaCity sont liés par la logique économique car l'ampleur du projet et son caractère innovant ont la capacité d'attirer des talents et des compétences en provenance de toute la région, ce qui implique de faciliter son accessibilité. Parallèlement, le succès d'EuropaCity ne peut être assuré sans un réseau de transports efficace qui assure la liaison entre Paris et les aéroports franciliens. Le même raisonnement peut être tenu pour les visiteurs du site. Ainsi, dès les premières réflexions sur le Grand Paris Express et les futurs aménagements du territoire, EuropaCity s'est annoncé comme la nouvelle locomotive de la zone à partir du moment où les réseaux de transport sont mis en cohérence avec le projet.

EuropaCity participe donc à désenclaver l'est du Val d'Oise et l'ouest de la Seine-Saint-Denis ce qui, toutes choses égales par ailleurs, aura des conséquences économiques positives. Le désenclavement géographique favorisera le désenclavement économique. La nouvelle organisation des transports, combinée au développement d'EuropaCity, élargira les opportunités économiques du territoire, permettant de diversifier ses activités. Ainsi, le tourisme et l'innovation pourraient devenir les moteurs économiques d'un espace aujourd'hui principalement dédié aux activités logistiques.

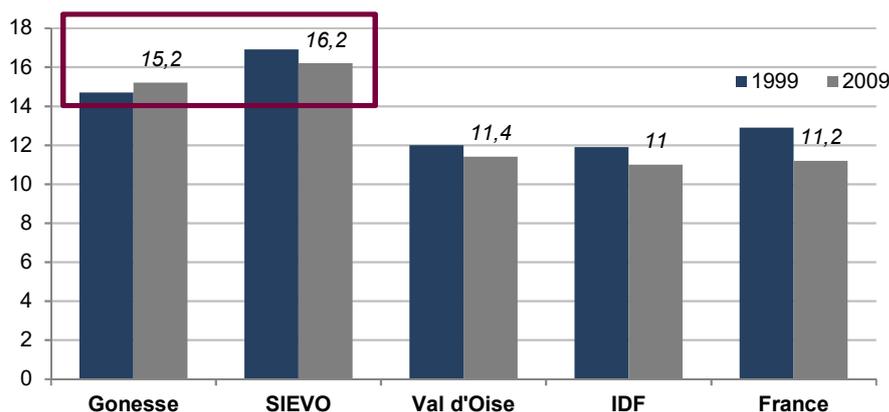
2.2 La situation économique

Si le choix de développer EuropaCity dans le Triangle de Gonesse doit redynamiser l'ensemble de la zone, à travers une meilleure accessibilité aux bassins d'emplois alentours, le véritable succès macroéconomique de ce projet s'évaluera sur sa capacité à réduire le chômage local, c'est-à-dire celui des communes les plus proches du Triangle de Gonesse. Le véritable enjeu est non seulement d'ouvrir le territoire à l'emploi de la région mais aussi et surtout de promouvoir l'emploi sur le territoire. **Or, la situation de l'emploi y est particulièrement dégradée.**

Si l'on observe la tendance de long terme de l'emploi, la situation de Gonesse se dégrade alors qu'elle s'améliore en Ile de France. De 1999 à 2009, le chômage a progressé de 0,5 point à Gonesse pour atteindre 15,2% alors qu'il diminuait de 0,9 point en Île-de-France et de 1,7 point sur l'ensemble de la France (*figure 6 – Les données pour le SIEVO - Syndicat Intercommunal de Programmation pour l'Est du Val d'Oise - ne sont pas disponibles après 2009 mais d'après les éléments que nous avons pu réunir, la tendance constatée n'a pas changé depuis*).

²¹ Voir la synthèse dossier du maître d'ouvrage lors du débat public sur le RTPGP : http://cpdp.debatpublic.fr/cpdp-grandparis/site/DEBATPUBLIC_GRANDPARIS_ORG/_SCRIPT/NTSP_DOCUMENT_FILE_DOWNLOAD7BE7.PDF.

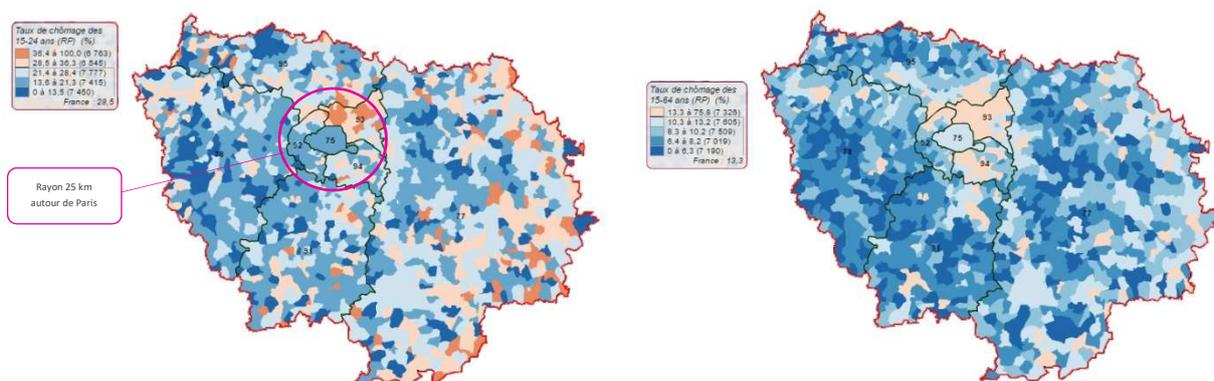
Figure 6. Comparaison des taux de chômage par zone



Source : Insee.

Le taux de chômage du Val d’Oise est proche de la moyenne nationale et suit la même tendance. Ce constat traduit l’enclavement économique des communes situées à la frontière du Val d’Oise et de la Seine-Saint-Denis. L’observation du taux de chômage des 15-64 ans par commune en Île-de-France met en évidence la spécificité de cette zone au centre de laquelle se situe le Triangle de Gonesse. Alors que la grande majorité des communes franciliennes ont un taux de chômage inférieur à la moyenne française, **l’est du Val d’Oise et une grande partie de la Seine-Saint-Denis ont des taux de chômage largement supérieurs à la moyenne, dépassant 13,5% au quatrième trimestre 2015 (figure 7).**

Figure 7. Taux de chômage par commune dans la région Ile de France



Source : Observatoire des territoires.

Les écarts sont encore plus éloquentes s’agissant des jeunes actifs. Le taux de chômage des 15-24 ans est le plus élevé d’Île-de-France à la frontière du Val d’Oise et de la Seine-Saint-Denis, atteignant les 36,4%, soit 8 points de plus que la moyenne nationale et 15 points de plus que Paris. Cette situation est unique dans un rayon de 25 kilomètres autour de Paris, traduisant l’échec de l’intégration de cette zone au reste de l’activité de la métropole.

L’enclavement géographique et la faible accessibilité ne constituent qu’une des deux causes de cet échec, l’autre étant **l’inadéquation de la formation et des qualifications des actifs de la zone aux**

besoins en capital humain dans une économie de la connaissance soutenue par le dynamisme des métropoles. Le développement économique d'aujourd'hui trouve sa source dans les nouvelles technologies – NBIC²² – mais aussi dans les services à haute valeur ajoutée – conseil, gestion etc. – qui transforment radicalement le secteur tertiaire.²³

A cet égard, il faut rappeler que les régions les plus développées aujourd'hui sont celles qui ont opéré le plus tôt une mutation profonde pour passer d'une économie industrielle à une économie de la connaissance. L'exemple de Paris est éloquent. Dès le début des années 1980, la ville a perdu 48% de ses emplois de fabrication, voyant sa part dans le revenu national baisser très fortement. Durant cette période, la ville a subi une vague de destruction d'emplois supérieure à la moyenne. Mais dix ans plus tard, Paris avait une croissance supérieure à la moyenne nationale. Le même phénomène a eu lieu à Lyon, à Aix-Marseille, à Toulouse mais aussi dans toutes les grandes villes européennes.²⁴

Toutes ces villes ont connu une destruction de leurs activités industrielles à faible qualification mais ont su favoriser la formation pour bénéficier ensuite d'une création de nouvelles activités qualifiées dans les secteurs de l'économie de l'information et de la recherche et développement, notamment dans le secteur tertiaire.

L'expérience des métropoles rappelle que la formation est fondamentale pour bénéficier des mutations économiques actuelles. L'impact du niveau de formation sur l'emploi a d'ailleurs été largement établi dans la littérature scientifique. La formation primaire – différente donc de la formation continue – influence doublement les chances d'obtenir un emploi. D'une part, la formation fournit des connaissances, des compétences et des savoirs qui accroissent la productivité et l'inventivité des diplômés mais aussi de leur entourage.²⁵ Logiquement, les jeunes les plus diplômés sont donc généralement plus recherchés par les employeurs. D'autre part, dans une économie marquée par un fort taux de chômage, le diplôme représente un « signal » de la productivité, incitant donc les employeurs à recruter en priorité les plus diplômés.²⁶

A la lumière des études scientifiques sur le cas français, il apparaît clairement que **la faiblesse de la formation dans le Nord-Est francilien explique en grande partie le fort taux de chômage du territoire.** En effet, les diplômés spécialisés et les études supérieures représentent, en France particulièrement, une protection significative contre le chômage²⁷ et la démocratisation des études – nécessaires et bénéfiques dans une économie tirée par le capital humain – a conduit à une course au diplôme dans laquelle les chances d'obtenir un emploi ne sont plus conditionnées uniquement par le diplôme obtenu

²² Convergence des nanotechnologies, des biotechnologies, de l'informatique et des sciences cognitives.

²³ Davezies, L. & Estèbe, P. (2015) *Les nouveaux territoires de la croissance : vers un retournement historique de la géographie économique ?*, Observatoire de l'Economie et des Institutions Locales.

²⁴ Davezies, L. & Estèbe, P., *ibid.*

²⁵ Becker, G. (1964) *Human Capital. A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*, New York, NBER.

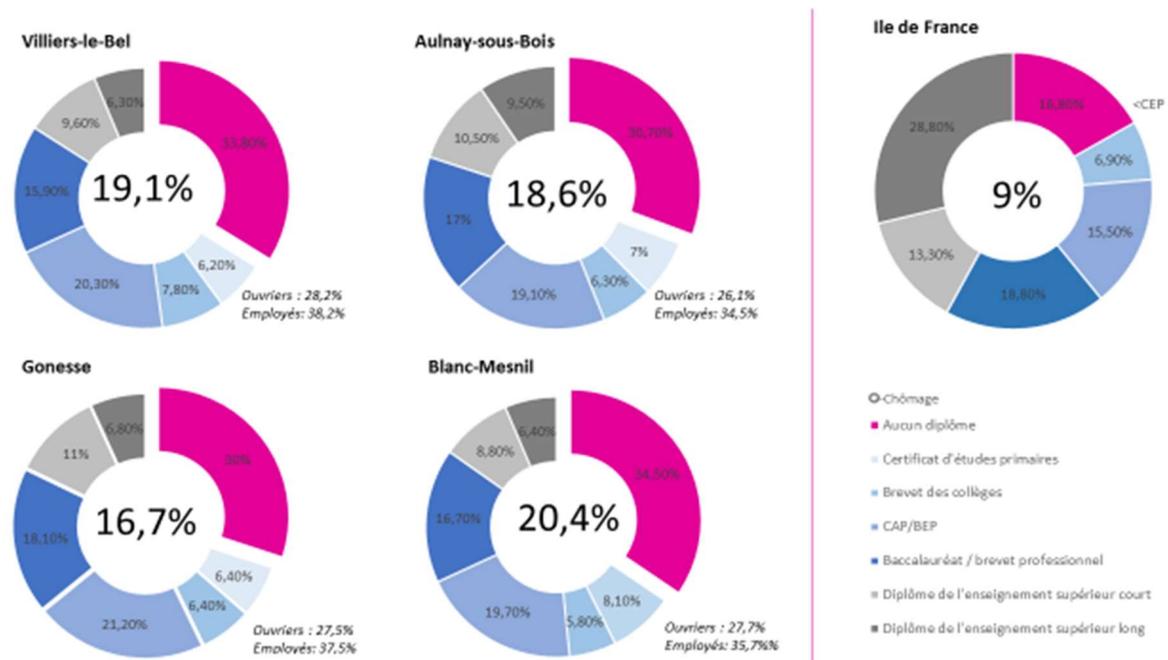
²⁶ Arrow, K. (1973) « Higher Education as a Filter », *Journal of Public Economics*, 2(3): 193-216.

²⁷ Balsan, D. (2000) « Evaluation des rendements éducatifs dans un contexte de chômage », *Economie Publique*, 1(5) : 91-119.

mais par le niveau de diplôme des autres chercheurs d'emplois.²⁸ Or, la part des diplômés dans les communes du Nord-Est francilien est très faible par rapport à la moyenne de l'Île-de-France.

Dans les principales villes à proximité du Triangle de Gonesse, plus de 30% des actifs ne détiennent aucun diplôme, alors qu'ils ne sont que 16% dans l'ensemble de l'Île-de-France. De plus, les diplômés de ces villes le sont en moyenne moins que dans le reste de l'Île-de-France. Ainsi, moins de 10% des actifs ont un diplôme équivalent à un master ou à un doctorat – moins de 7% à Gonesse, Villiers-le-Bel et Le Blanc Mesnil – alors qu'ils sont près de 30% dans la région (figure 8).

Figure 8. Niveaux de diplôme dans les communes proches d'EuropaCity



Source : Insee, conception Rinzen Conseil.

La corrélation entre le niveau de diplôme et le taux de chômage est éloquent dans les quatre villes observées : plus la part des non-diplômés est importante, plus le taux de chômage l'est. De plus, il est clair que le taux de chômage est davantage corrélé à la part des diplômés de l'enseignement supérieur qu'à la part des diplômés du primaire et du secondaire. Cette dernière observation, en apparence triviale, démontre l'importance d'une formation de haut niveau dans une économie de la connaissance.

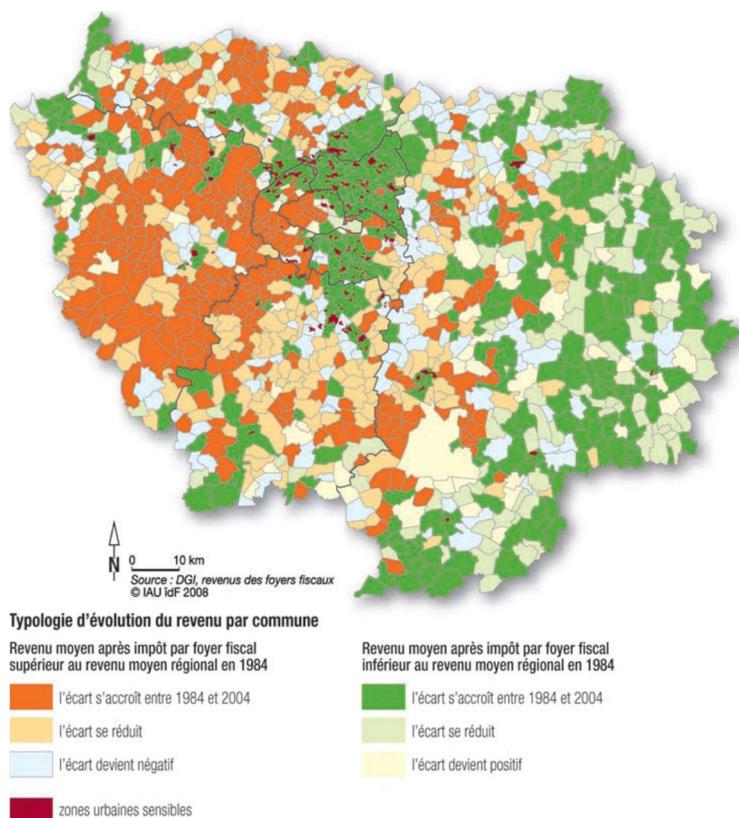
²⁸ Garono, P. & Ryan, P. (1989) « Les travailleurs jeunes, les relations professionnelles et les politiques sociales dans les économies avancées », *Formation Emploi*, n°25.

L'enjeu pour le territoire est donc d'organiser cette transformation majeure pour assurer sa participation à l'économie de la connaissance en transcendant son rôle historique de « réservoir » de logement et de main d'œuvre pour le cœur de la métropole. Comme évoqué précédemment, il s'agit là d'une mutation nécessaire dont les effets seront avant tout bénéfiques aux habitants du territoire. Redonner un dynamisme au territoire et promouvoir l'emploi impliquent de renforcer la formation des jeunes tout en garantissant l'existence de débouchés dans des secteurs à forte valeur ajoutée. Dans ce contexte, EuropaCity devient alors un enjeu stratégique qui pourrait accélérer l'intégration de cet espace au sein de la métropole et rompre définitivement avec l'immobilisme économique qui pèse si lourd sur la croissance et l'emploi du territoire.

3. Europacity, un projet stratégique pour le territoire

L'enclavement géographique ainsi que la situation de la formation dans le Nord-Est francilien mettent en évidence l'échec d'une Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences sur le territoire. L'observation de l'évolution des revenus au cours des trois dernières décennies confirme cette réalité (figure 9).

Figure 9. Evolution des revenus par commune



Source : Schéma Directeur de la Région Ile de France, Rapport du Conseil Régional du 25 septembre 2008

Entre 1984 et 2004, l'écart entre le revenu moyen régional et le revenu moyen du Nord-Est francilien s'est accru, traduisant un appauvrissement relatif de ce dernier, ou encore un creusement des inégalités de revenu entre le Nord-Est et le reste de la région. Cette situation découle de la faiblesse structurelle du territoire et nécessite de revoir les modalités d'une GPEC efficace.

3.1 Une nouvelle forme de GPEC

Si le projet EuropaCity participe au désenclavement du Triangle de Gonesse, et plus généralement de l'ensemble des communes situées entre les deux aéroports du nord, la question de l'emploi est moins simple à aborder. En effet, le développement des infrastructures de transport va considérablement raccourcir les distances entre Paris et le reste de l'Île-de-France, mettant en concurrence l'ensemble des actifs de la région.

Aussi, l'ouverture du Triangle de Gonesse et l'implantation d'EuropaCity pourraient en théorie ne pas profiter aux habitants des communes voisines. Pour éviter cela, il convient de mettre en place une concertation entre les communes, les centres de formation et les principaux employeurs du site EuropaCity afin d'identifier clairement les besoins et les qualifications nécessaires à l'intégration des jeunes actifs dans ce nouveau cluster économique.

Il s'agit avant tout de **repenser la GPEC et de l'adapter aux mutations technologiques et économiques actuelles et à venir**. A cet égard, il est étonnant de lire certaines recommandations et analyses qui préconisent d'abandonner le projet EuropaCity et de développer des entreprises de logistique au motif que les jeunes actifs du territoire sont insuffisamment formés : « Les métiers de la logistique (préparateur de commande, cariste, agent de conditionnement, opérateur logistique, gestionnaire des stocks...) ne sont pas en tension et conviennent à des personnes peu qualifiées en adéquation avec les catégories socio-professionnelles du secteur » (p. 33).²⁹

Une telle recommandation méconnaît la réalité des mécanismes économiques. Tout d'abord, cet argument n'est pas opérationnel car 60% des métiers de la logistique sont exercés dans des établissements dont ce n'est pas l'activité principale.³⁰ Par ailleurs, dans une économie caractérisée par l'innovation, les technologies de l'information et de la communication et le développement d'un secteur tertiaire à forte valeur ajoutée, une formation de qualité est essentielle. En effet, bien que la formation continue soit nécessaire,³¹ la formation initiale détermine en grande partie l'évolution de la carrière.³² Aussi, **considérer qu'il faut adapter l'offre d'emploi à la formation initiale des jeunes revient à les enfermer dans la pauvreté et le chômage**.

Augmenter l'emploi passe par la stratégie opérée dans le cœur des métropoles : investir massivement dans la formation pour accéder à des emplois qualifiés et développer de nouvelles entreprises.

En raison du caractère novateur et de la logique collaborative d'EuropaCity, il est très difficile, voire impossible, pour les seuls pouvoirs publics, de conduire une GPEC efficace. Comprendre les besoins, anticiper les changements, prévoir l'évolution des secteurs sont autant facteurs déterminants. Or, il

²⁹ Cabinet Lafayette et associés, (2016) *Rapport d'étude. Les impacts du projet EuropaCity*.

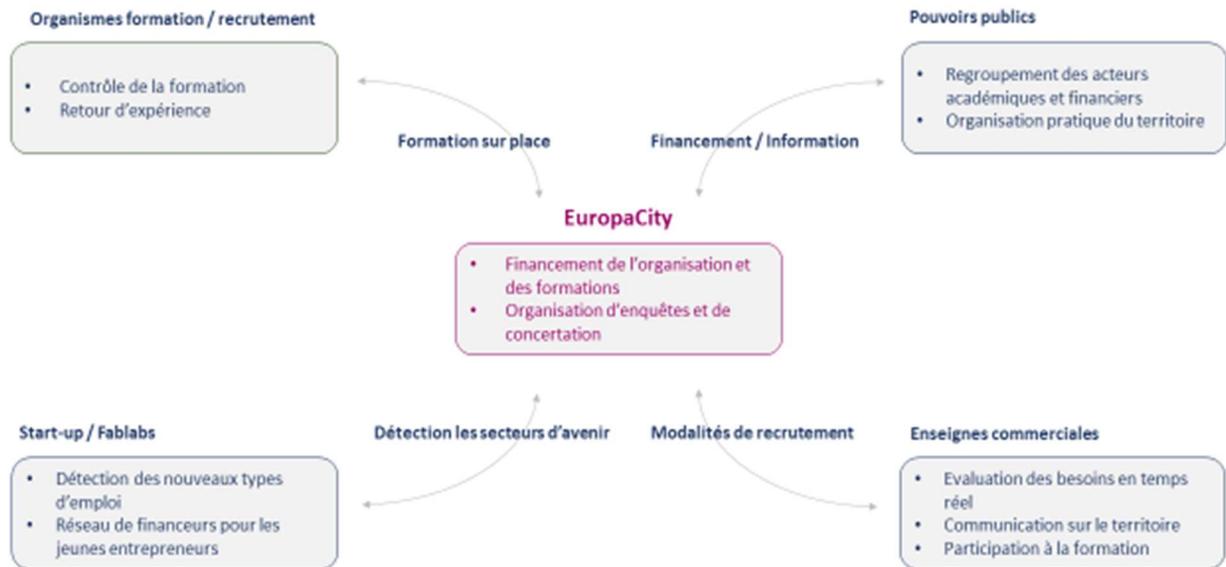
³⁰ Omont, L. & Graille, F. (2015) *Insee. Analyses Ile de France*, n°13 du 15 février.

³¹ Lainé, F. (2005) « De la spécialité de formation au métier : cas du bâtiment, de l'hôtellerie-restauration-alimentation et du commerce », *Economie et Statistique*, 388(1) : 145-169.

³² On parle alors d'un « effet de mémoire » de la formation initiale. Voir : Bonnal, L. ; Favard, P. & Mendès-Clément, S. (2005) « Peut-on encore occuper des emplois qualifiés après un CAP ou un BEP ? », *Economie et Statistique*, 388(1) : 85-105.

s'agit de savoirs tacites, difficilement observables et intelligibles de l'extérieur.³³ En conséquence, il sera nécessaire de favoriser une **GPEC collaborative**³⁴ dans laquelle **EuropaCity agirait comme un relais d'information entre les enseignes et entreprises présentes sur son site et les organismes de formation (figure 10).**

Figure 10. GPEC collaborative



Source : Rinzen Conseil.

Afin que les habitants des villes voisines profitent des emplois créés, **il est nécessaire qu'EuropaCity devienne une plateforme qui favorise les interactions entre les différentes parties prenantes.** En effet, la position centrale qu'occupe EuropaCity lui permet d'assurer la circulation des informations stratégiques entre les commerces et entreprises du complexe et les institutions en charge de la formation.

³³ Boyer, L. & Scourarnec, A. (2009) *La prospective des métiers*, EMS éditions.

³⁴ Granovetter, M. (1973) « The strength of weak ties », *American Journal of Sociology*, 78(6): 1360-80.

Détecter les secteurs d'avenir

- L'accueil d'ateliers numériques et de jeunes entreprises issues d'internet au sein d'EuropaCity représente une opportunité de détecter de nouveaux services, secteurs et professions dans les domaines techniques, culturels et commerciaux. La communication entre les jeunes entrepreneurs et les administrateurs d'EuropaCity doit permettre de comprendre les besoins d'entreprises à forte valeur ajoutée dans le tertiaire et de définir les qualifications requises pour l'embauche de candidats.

Définir les modalités de recrutement

- EuropaCity sera composé d'un grand nombre de commerces petits et moyens, de jeunes entreprises mais aussi de grandes enseignes. Aussi, le porteur du projet ne sera pas l'unique employeur sur le site d'EuropaCity mais sera dans une position privilégiée pour négocier les modalités de recrutement avec l'ensemble des opérateurs et permettre de définir, en concertation avec les pouvoirs publics et les organismes de formation, une stratégie favorisant l'emploi local. A cet égard, une stratégie couramment avancée est celle des « quotas » contraignants les entreprises à embaucher une part prédéfinie de leurs employés au sein d'un groupe ou d'une localité donnée. Cette approche a le désavantage d'imposer une limite, implicite, à l'embauche locale. Dans une démarche de GPEC collaborative, il serait plus efficace qu'EuropaCity et les organismes de formation sélectionnent en amont les candidats pour les entreprises du site, de façon à promouvoir l'embauche locale, dès que les qualifications le permettent.

Favoriser la formation sur site

- L'échec de la GPEC est souvent lié à la faiblesse des interactions entre les parties prenantes sur un territoire donné.³⁵ L'accueil des organismes de formation sur le site facilitera leurs rapports avec les entreprises. De cette manière, il sera plus facile d'établir un diagnostic des difficultés des entreprises et de définir des stratégies pour y remédier.

Financer et informer

- Dans le contexte actuel, le financement privé de la GPEC est une opportunité, mais cet élément ne doit pas s'apparenter à une privatisation de la GPEC. Auchan pourrait financer la formation et la communication relative à l'emploi sur le territoire tout en collaborant à la stratégie globale d'emploi définie en amont par les pouvoirs publics.

³⁵ Everaere, C. & Glée, C. (2014) « Une GPEC territoriale? De l'outil de gestion à l'institutionnalisation d'une nouvelle forme de GRH », *Management & Avenir*, 7(73) : 73-91.

3.2 L'impact sur les commerces de proximité

La création d'EuropaCity soulève deux craintes majeures ; la première, relative à l'emploi local doit être traitée par une GPEC collaborative. La seconde porte sur l'impact d'un tel complexe sur les petits commerces.

Le caractère innovant du projet EuropaCity s'accompagne inévitablement d'une incertitude quant à son influence sur les commerces de proximité, au point que certains avancent que le projet EuropaCity détruira plus d'emplois qu'il n'en créera ou attirera simplement les consommateurs des centres commerciaux existants – O'Parinor et Aéroville en particulier – ayant alors un impact nul sur l'emploi.³⁶ Face à cela, une étude³⁷ affirme que le projet entrainera la création de 12 000 emplois directs, laissant envisager la création d'au moins 20 000 emplois³⁸ au total – emplois directs, indirects et induits.

La question de l'emploi ne peut être pensée d'une façon statique. Le projet EuropaCity constitue une nouveauté dans le paysage français. Tranchant radicalement avec les centres commerciaux organisés autour d'une « locomotive » alimentaire, il a été rappelé qu'EuropaCity est un *cluster* de loisir destiné à évoluer en fonction des attentes et des modes de vie des Français et de l'ensemble des visiteurs. En conséquence, la question d'un chiffre précis de l'emploi n'a pas de sens.

Pour autant, **la recherche économique et l'histoire récente de la région démontrent qu'EuropaCity sera un créateur net d'un nombre important d'emplois.**

3.2.1 La grande distribution, un effet net positif sur l'emploi

Comme nous l'avons déjà fait remarquer, il n'y aura pas de locomotive alimentaire dans le complexe EuropaCity. Néanmoins, comme c'est un sujet majeur nous avons choisi de le traiter.

Au cours des trente dernières années, le fort développement de la grande distribution – supermarchés et hypermarchés – a créé un grand nombre d'emplois sans pour autant réduire le nombre d'emplois dans les petits commerces alimentaires. Entre 1980 et 2005, l'emploi dans les commerces de détail

³⁶ En réalité, aucune étude scientifique n'a démontré un tel effet, mais l'argument est présent dans les médias et dans les rapports d'élus. Voir notamment les articles du blog de Jacqueline Lorthiois qui considère que la création de boutiques à EuropaCity entrainera inévitablement la fermeture d'autres boutiques voisines : Jacqueline Lorthiois, j-lorthiois.fr.

Voir aussi les explications fournies par Jean Gardey :

Gadrey, J.(6/2/2016) « Projet Auchan à Gonesse : des prévisions de fréquentation irréalistes », *Alternatives Economiques*, <http://alternatives-economiques.fr/blogs/gadrey/2016/02/06/projet-d%E2%80%99auchan-a-gonesse-2-des-previsions-de-frequentation-irrealistes/>.

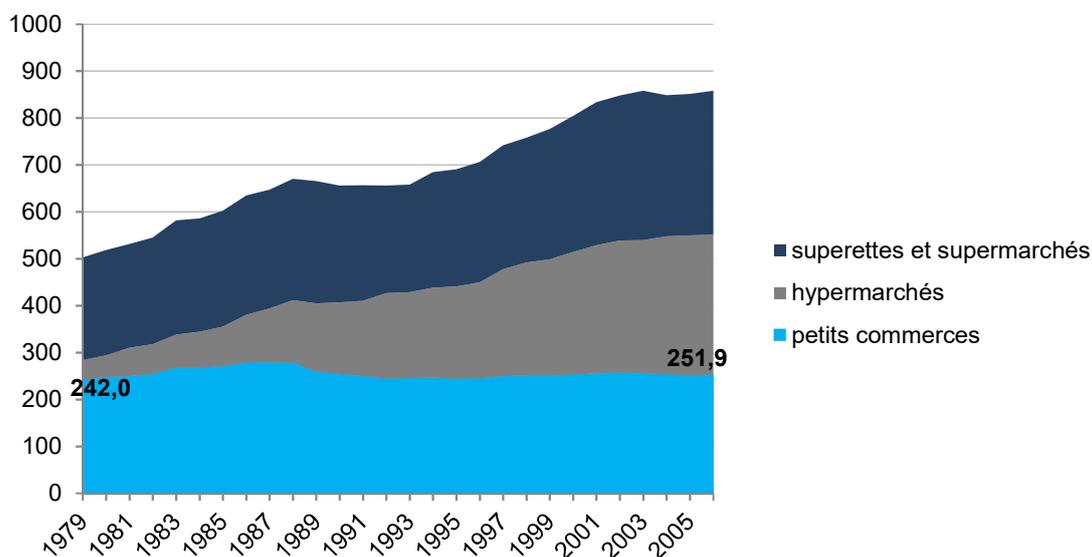
Et aussi : Cabinet Lafayette et associés, (2016) *Rapport d'étude. Les impacts du projet EuropaCity*.

³⁷ Sémaphores (2011) *Europa City : Etude d'impact emplois*.

³⁸ Geoffon, P. (2012) *Observations et recommandations concernant le potentiel de création d'emplois du projet Europa City*, Document de synthèse.

alimentaire a progressé de 4% alors que dans le même temps, l'emploi des hypermarchés et supermarchés augmenté de 70% (figure 11).

Figure 11. Evolution de l'emploi dans les grandes surfaces et petits commerces



Lecture : en 2006, 858 000 salariés travaillent dans le commerce de détail alimentaire ; 252 000 se trouvent dans le petit commerce, 606 000 dans des grandes surfaces.

Source : Unédic, traitement Insee, conception Rinzen Conseil

La progression conjointe de l'emploi dans les grandes surfaces et les petits commerces tient au fait **qu'ils conservent une forme de complémentarité bien qu'ils vendent des produits relativement similaires**. Cela s'explique par le fait que le prix ne constitue pas le premier critère de choix entre le petit commerce et la grande surface. L'étude des consommateurs démontrent en effet que le choix dépend avant tout de la proximité et de la période d'achat. Ainsi, ils achètent les mêmes produits mais pas au même moment et pas de la même manière. Alors que la grande surface est le lieu d'achat de grandes quantités mais à fréquence réduite, le petit commerce est le lieu d'achat quotidien, fréquenté à des heures souvent tardives.³⁹

Cette complémentarité ne signifie pas que des petits commerces ne ferment pas lorsqu'une grande surface se crée, mais que **l'effet global sur l'emploi est positif**, les emplois détruits étant moins nombreux que les nouveaux emplois créés. La même observation a été faite aux Etats-Unis à travers l'étude de l'impact de Wal-Mart sur les petits commerces. Il est apparu que l'ouverture d'un nouveau Wal-Mart détruisait 50 emplois – sous l'effet des fermetures de petits commerces – mais en créait 100 dans le même temps.⁴⁰ Et l'effet est le même lorsqu'il s'agit de grandes surfaces spécialisées – ameublement, bricolage, sport – quel que soit le pays.

³⁹ Moati, P. & Ranvier, M. (décembre 2015) « Faut-il avoir peur du hard-discount ? », *Consommation et modes de vie*, n°188.

⁴⁰ Basker, E. (2005) « Job Creation or Destruction? Labor Market Effects of Wal-Mart Expansion, *Review of Economics and Statistics*, 85(1): 174-183.

S'agissant de la France, les grandes surfaces non alimentaires ont créé 177 000 emplois entre 1993 et 2004 pendant que 28 900 emplois étaient détruits dans les petits commerces concurrents.⁴¹

Dans le même ordre d'idée, plusieurs études françaises ont observé que les lois restreignant l'ouverture des grandes surfaces avaient eu un effet négatif sur l'emploi, confirmant que les grandes surfaces créent plus d'emplois qu'elles n'en détruisent.⁴²

La crainte d'une destruction des commerces de proximité dans le cas d'EuropaCity ne semble donc pas scientifiquement fondée, d'autant plus qu'EuropaCity n'est pas une grande surface ou un centre commercial traditionnel. De ce fait, il n'entrera pas en concurrence avec les petits commerces alimentaires tout comme il ne devrait pas concurrencer les centres commerciaux d'Aéroville et d'O'Parinor – organisés autour d'une enseigne alimentaire pour répondre à des besoins locaux – dont l'activité restera complémentaire. Aussi, bien qu'il soit impossible de chiffrer précisément l'impact du projet sur les petits commerces et sur les centres commerciaux, il est clair que celui-ci sera encore plus faible qu'il ne l'a été dans le cas de la concurrence entre hyper et supermarchés et petits commerces alimentaires. Dès lors, **l'impact global sur l'emploi sera obligatoirement positif.**

3.2.2 EuropaCity, plusieurs milliers d'emplois a minima

Bien que la création de centres commerciaux ait un effet positif sur l'emploi global, il pourrait être opposé que la situation du Nord-Est francilien est trop dégradée pour bénéficier d'un projet d'ampleur. En d'autres termes, quel serait l'impact de l'ouverture d'un grand centre tel qu'EuropaCity dans une région marquée par un fort taux de chômage et un faible pouvoir d'achat ? Certains avancent cet argument, expliquant que le projet pourrait être bénéfique s'il était développé dans une région plus prospère.⁴³

Pour analyser ce point, il est nécessaire d'observer l'impact qu'ont eu chacun des grands centres commerciaux créés en Ile de France sur l'emploi et sur les commerces locaux. Nous étudions ici l'impact moyen de la création des centres commerciaux de la région – d'une surface supérieure à 80 000 m² et créés entre 2000 et 2015 – sur le niveau d'emploi et le nombre d'entreprises dans le département et dans la région. De cette manière, il est possible d'évaluer l'impact moyen d'un centre

⁴¹ Lefebvre, M., Meublat, O. & Pouquet, L. (2006) « L'évolution de l'emploi dans le commerce, quelques mécanismes à l'épreuve des faits », *Cahiers de Recherche du Crédoc*, n°229.

⁴² A titre d'exemple, Bertrand et Kramarz expliquent qu'en l'absence de la Loi Royer, visant à restreindre l'ouverture des grandes surfaces, l'emploi dans le commerce de détail aurait été de 10% supérieur à son niveau actuel. De plus, ils observent que les secteurs de la restauration et du commerce de détail évoluaient de façon identique avant la loi Royer – car ces deux secteurs ont des logiques économiques similaires – avec une croissance annuelle de l'emploi de 0.8% mais qu'après l'introduction de la loi l'emploi dans le commerce de détail n'a augmenté que de 0,1% par an alors qu'il a augmenté de 1,7% par an dans la restauration. De même, Cahuc *et al.* observent qu'en l'absence de restrictions concurrentielles dans les secteurs du commerce, de l'hôtellerie et de la restauration, plus d'un million d'emplois supplémentaires auraient été créés. Bertrand, M. & Kramarz, F. (2002) « Does Entry Regulation Hinder Job Creation? Evidence from the French Retail Industry », *Quarterly Journal of Economics*, 118(4): 1369-1414. Cahuc, P., Kramarz, F. & Zylberberg, A. (2006), « Les ennemis de la concurrence et de l'emploi », *Commentaire*, 2(114) : 389-405.

⁴³ Meignen, T. & Monany, V., rapporteurs, (2016) *Rapport d'étude. Les impacts du projet EuropaCity.*

commercial sur l'économie de l'Île-de-France et de chacun de ses départements (*méthodologie et rapport économétrique en annexes*).

Les résultats de cette analyse démontrent que la création d'un centre commercial entraîne une augmentation nette de l'emploi dans les mois qui suivent, ce qui confirme la complémentarité des petits commerces et des grands distributeurs. En moyenne, la création d'un centre commercial engendre près de 15 000 nouveaux emplois nets – directs, indirects et induits – pour l'ensemble de la région dans les 4 années suivantes. Il s'agit là d'une estimation moyenne qui ne doit pas servir de base de calcul pour EuropaCity. En effet, EuropaCity n'est pas un centre commercial et n'a pas de grande surface alimentaire. En conséquence, il détruira moins d'emplois de petits commerces. De plus, l'ampleur du projet et son caractère innovant auront un impact au-delà de celui d'un simple centre commercial. Dès lors, il nous apparaît évident que **la somme des emplois créés par EuropaCity sera plus importante que celle engendrée par les centres commerciaux de la région, soit une création d'emploi supérieure à 15 000 emplois.**

L'étude permet aussi de vérifier l'importance de l'accessibilité aux bassins d'emplois : lorsqu'un centre commercial est créé, il fournit trois fois plus d'emplois dans son département que dans le reste de la région. **Cette observation confirme l'intérêt pour le territoire de localiser EuropaCity au cœur du Triangle de Gonesse puisqu'il s'agit d'une des zones économiquement les plus sinistrées de la région.** En choisissant cette zone, l'effet sur l'emploi sera donc maximal, sous réserve d'une amélioration de l'accessibilité – prévue dans le Grand Paris Express – et d'une GPEC efficace qui :

- assure l'adéquation de la formation des jeunes avec les besoins des entreprises du territoire et
- facilite la reconversion des actifs dont l'emploi aura été détruit. Sur ce dernier point, il convient de cibler, le plus rapidement possible, les emplois que le projet EuropaCity met en danger. Le *tableau 1* détaille le nombre de commerces potentiellement en concurrence avec EuropaCity selon leur nature et leur éloignement du Triangle de Gonesse.

Tableau 1. Commerces concernés par le projet EuropaCity

	Boulangerie	Librairie	Vêtements	Chaussures	Sport	Parfumerie	Electroménager	Meubles	Bricolage	Fleuriste	Optique
< 3 km	80	33	227	33	12	14	15	20	14	16	34
3 à 7 km	107	39	253	37	14	15	17	26	18	22	43

Source : Insee. Calculs Rinzen Conseil.

Dans l'hypothèse la plus haute (totalement irréaliste), considérant que tous les commerces présentés dans le *tableau 1* et situés à moins de 7 kilomètres du Triangle de Gonesse seront détruits, ce sont entre 2 500 et 5 000 personnes qu'il faudrait former et accompagner. Comme expliqué

précédemment, la réalité sera très éloignée de cette hypothèse étant donné le fort degré de complémentarité entre les grands centres et les petits commerces.

4. Propositions

Le projet EuropaCity représente une opportunité unique pour redynamiser la Plaine de France et plus largement pour favoriser l'intégration du Nord-Est francilien dans l'économie de la métropole parisienne.

Sur le plan de l'emploi et de l'économie locale, le succès d'EuropaCity dépendra de l'efficacité d'une GPEC cohérente élaborée en collaboration avec l'ensemble des parties prenantes – grandes enseignes du site, entreprises nouvelles, start-ups et *farmlabs* mais aussi organismes de formation initiale et continue et pouvoirs publics. Pour ce faire, les administrateurs d'EuropaCity devront utiliser leur position stratégique de passerelle entre ces différents acteurs afin de :

- Développer des programmes de formation adaptés à la situation des jeunes du territoire et en lien avec les qualifications requises par les entreprises du site.
- Créer un espace de formation au sein d'EuropaCity afin de favoriser l'émergence de relations informelles, de coopération et de transmission de capital humain entre les entreprises et les personnes en formation.
- Créer un centre de recrutement commun à toutes les entreprises du site d'EuropaCity et promouvoir, dès que les compétences le permettent, l'embauche locale.
- Développer un partenariat avec les acteurs en charge de l'emploi et de l'insertion au niveau local.
- Assurer la communication des besoins et des formations dans les lycées du territoire.

Annexe technique

Nous testons l'impact de la création d'un centre commercial sur l'emploi et sur le nombre d'entreprises dans la région Île-de-France, entre 2000 et 2015. L'objectif est de déterminer si la création d'un centre commercial :

- **Hypothèse 1** : Entraîne une destruction nette d'emploi, à travers la fermeture des petits commerces en concurrence avec le centre commercial.
- **Hypothèse 2** : Provoque une fermeture nette d'entreprises dans la région, ce qui signifierait que le nombre d'entreprises se créant grâce à un centre commercial – via une croissance directe, indirecte ou induite de leur activité – est inférieur au nombre d'entreprises fermant à cause du même centre commercial.

Remarque

Une analyse précise nécessiterait de conduire une étude par commune et non par département comme nous le faisons ici. Ainsi, il faudrait utiliser des modèles d'économétrie spatiale afin de tester l'impact de la création d'un centre commercial sur l'emploi de la commune en fonction de la distance qui les sépare. Malheureusement, les données communales ne sont pas disponibles pour la plupart des variables observées sur la période de temps étudiées. En conséquence, les résultats suivants doivent être considérés comme la preuve d'une relation positive entre la création d'un centre commercial et la croissance de l'emploi mais les coefficients eux-mêmes doivent être pris avec précaution.

Base de données

Les études se font à partir des données trimestrielles suivantes : ouverture d'un centre commercial (codé 1 si oui et 0 autrement), département de l'ouverture (Paris-75, Seine-et-Marne-77, Yvelines-78, Essonne-91, Hauts-de-Seine-92, Seine-Saint-Denis-93, Val-de-Marne-94, Val-d'Oise-95), nombre d'entreprises du département et emploi du département.

Par ailleurs, plusieurs variables de contrôle sont utilisées, au niveau du département : taux de diplômés, revenu moyen par habitant, nombre d'habitants, nombre d'établissements scolaires, taille de la fonction publique, taux des impôts locaux, nombre de médecins et d'infirmiers. L'ensemble de ces variables permettent de contrôler les spécificités de chaque département et de s'assurer que les effets observés ne sont pas liés à des variables manquantes.

Les centres commerciaux observés sont les centres qualifiés d'hyper-régionaux ayant une surface supérieure à 70 000m² ou étant classé parmi les 100 centres commerciaux les plus fréquentés de France, selon le classement de l'agence Malls.

Toutes les données proviennent de l'Insee et sont accessibles gratuitement.

Régressions

Nous menons trois analyses complémentaires en utilisant deux types de régressions, données de panel et 3SLS. Le département de Paris-75 ayant une dynamique particulière, lié à sa nature de métropole, nous avons effectué des régressions avec et sans Paris pour nous assurer que les résultats n'étaient pas biaisés par ce potentiel *outlier*.

1. Impact sur le nombre d'entreprises

Dans un premier temps, nous testons (en données de panel) l'impact de la création d'un centre commercial sur l'évolution du nombre d'entreprises.

L'équation (1) étudie l'impact d'un nouveau centre sur le nombre d'entreprise alors que l'équation (2) observe l'impact de l'augmentation du nombre de centres sur l'évolution du nombre d'entreprises. Les résultats obtenus sont très proches, positifs et significatifs ce qui signifie que la création d'un centre commercial entraîne une augmentation du nombre de création d'entreprises et que cette augmentation ne dépend pas – du moins dans l'état actuel de la région – du nombre de centres commerciaux déjà créés.

Impact de la création d'un centre commercial sur le nombre d'entreprises

	(1)	(2)
Emploi	0.0062*** (0.0005)	0.0069*** (0.0012)
Centre Commercial	24.378*** (6.806)	26.525*** (7.685)
Constante	-391.308 (446.285)	-886.294 (899.986)
Contrôles	Oui	Oui
Observations	456	456
R ²	93.44	93.44

Note : ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1. Erreurs standard entre parenthèses. Effets aléatoires et fixes fournissent des résultats similaires.

2. Impact sur l'emploi

Nous menons plusieurs régressions en données de panel afin d'observer l'impact de la création d'un centre commercial sur l'emploi.

Nous étudions tout d'abord l'effet de la création d'un centre commercial dans le département observé – équations (1) et (2). L'effet est positif et significatif. Néanmoins, le coefficient donne le résultat net de la création d'emploi sans distinguer les lieux dans lesquels l'emploi se crée. Aussi, nous observons – équations (3) et (4) – l'évolution de l'emploi lorsqu'un centre commercial se crée dans un autre département de la région. L'effet est toujours significatif et positif mais beaucoup plus faible, ce qui laisse penser que la localisation du centre commercial n'est pas indifférente sur le niveau d'emploi, confirmant le fait que plus la distance entre la zone résidentielle et le bassin d'emplois est importante, moins la zone résidentielle en profite.

Aussi, nous menons une dernière analyse – équations (5) et (6) – dans laquelle nous observons et distinguons l'impact selon la localisation du centre. Les deux coefficients sont alors positifs et significatifs ce qui implique que la création d'un centre commercial dans la région a un effet positif sur l'emploi. Néanmoins, l'effet est beaucoup plus faible lorsque le centre se trouve dans un autre département.

Impact de la création d'un centre commercial sur l'emploi net (Données de panel)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Entreprises	11.967*** (2.235)	15.294*** (3.582)	12.123*** (2.264)	15.375*** (3.590)	14.531*** (2.676)	18.227*** (3.878)
Centre commercial						
<i>département</i>	15876** (7856.008)	15486** (7410.415)			11167.43** (5421.082)	12197.07** (5494.185)
<i>autres départements</i>			6038** (2552.539)	5947** (2578.086)	4202.759** (1743.883)	4990.074* (2855.052)
Constante	690764*** (45583.91)	528683*** (41791.66)	689622*** (45954.88)	528002*** (39217.12)	680271*** (46962.3)	518699.2*** (23518.89)
Contrôles	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Observations	456	399	456	399	456	399
R ²	92.92	64.28	92.95	65.53	93.06	67.21

Note : ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1. Erreurs standard entre parenthèses. Effets aléatoires et fixes fournissent des résultats similaires. Les équations (2), (4) et (6) reproduisent respectivement les équations (1), (3) et (5) en excluant les données relatives à « Paris-75 ».

3. Impact sur l'emploi (3SLS)

L'évolution de l'emploi est mécaniquement corrélée à l'évolution du nombre d'entreprises, la demande de travail émanant d'une part des entreprises en croissance et d'autre part des nouvelles entreprises. De plus, la création de nouvelles entreprises est elle-même corrélée à la dynamique des entreprises existantes. A l'inverse, le nombre d'entreprises dépend en partie du nombre d'actifs occupés puisque ces derniers, en consommant leurs revenus, déterminent la demande des entreprises. Ainsi, les variables « Emploi » et « Entreprises » s'influencent mutuellement et les régressions précédentes peuvent donc être biaisées par ces variables endogènes. Pour contrôler ce risque, nous effectuons une régression 3SLS qui permet d'intégrer la nature endogène des variables explicatives.

Impact de la création d'un centre commercial sur l'emploi net (3 SLS)

	(1)	(2)
Emploi		
Entreprises	8.713*** (2.604)	11.975*** (2.405)
Centre commercial département		14687.53** (6926.203)
Centre commercial région	5854.419** (2960.308)	
Constante	436786.1*** (7018.414)	429431.4*** (6548.67)
Entreprises		
Emploi	0.006*** (7.10-5)	
Entreprises voisines	0.073** (0.005)	0.074*** (0.005)
Entreprises $t-1$		0.530*** (0.030)
Emploi $t-1$		3.405.10-3*** (8.646.10-4)
Constante	652.747** (298.069)	-1617.306*** (380.822)

Observations	456	448
Effets fixes	Oui	Oui
R ² Emploi	99.83	99.83
R ² Entreprises	99.11	99.31

Note : ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1. Erreurs standard entre parenthèses.

Nous menons deux régressions. Dans la première, nous faisons l'hypothèse que la création d'entreprises dans un département dépend principalement de l'emploi dans ce département et du nombre d'entreprises dans les départements voisins. Nous analysons l'impact d'un centre commercial dans un autre département sur l'emploi local. Le coefficient observé est significatif et proche du coefficient des régressions précédentes.

Dans la seconde régression, nous faisons l'hypothèse que les créations d'entreprises dépendent avant tout des anticipations de production et de consommation. Aussi, nous considérons que le nombre d'entreprises dépend du nombre d'entreprises et du niveau de l'emploi du trimestre précédent. Nous observons alors l'impact de l'ouverture d'un centre commercial dans le département. Les résultats sont très proches des résultats observés précédemment.

Les auteurs

Nicolas Bouzou
Economiste
Directeur fondateur d'Asterès

Pierre Bentata
Economiste
Directeur fondateur de Rinzen Conseil

Nous contacter

www.asteres.fr
contact@asteres.fr

81 rue Réaumur
75002 Paris

Tél. : + 33 1 44 76 89 16



Asterès est un cabinet d'**études économiques** et de conseil.

Nous proposons aux entreprises et au secteur public des outils de réflexion pour orienter l'action. Notre mission est de mettre l'expertise économique au service du développement de nos clients. Ainsi, nous donnons à l'analyse économique son rôle opérationnel.

Nous réalisons pour nos clients :

- des missions de conseil stratégique ;
- des études ;
- des colloques internationaux.

Nous menons également des missions de conseil en développement & attractivité économique pour le secteur public.

Rinzen Conseil est notre **filiale d'économie quantitative**

Asterès est une **entreprise citoyenne** et, à ce titre, nous respectons un certain nombre de principes :

- Réalisation d'activités non marchandes, notamment dans le domaine de la pédagogie économique et du conseil aux gouvernements (afin d'éviter tout risque de conflit d'intérêts) ;
- Promotion de la liberté individuelle et de la démocratie, notamment dans le cadre des missions réalisées dans les pays émergents.

Activités de lobbying :[RH1]

Asterès est régulièrement sollicitée par des entreprises et des fédérations professionnelles pour intervenir en amont de leurs **activités de lobbying**[RH2], particulièrement lors des débats d'orientation budgétaire. Asterès peut donc être amené à réaliser des travaux financés par des donneurs d'ordres et démontrant l'impact économiquement nocif d'une mesure qui pourrait leur être appliquée.

Dans ce cas, notre démarche répond à une charte éthique stricte. Notre client s'engage à accepter que les travaux menés par Asterès répondent aux principes intangibles suivants :

- Asterès ne peut s'engager sur les résultats d'une étude avant de l'avoir réalisée. Nous ne délivrons nos conclusions qu'au terme de nos analyses.
- Nos travaux suivent une méthodologie standard (top down), qui s'appuie sur l'utilisation de données statistiques publiques, ou conçues ou certifiées par nous-mêmes.
- Si un client souhaite modifier des conclusions de travaux réalisés par Asterès sans une totale approbation de nos consultants, il devient le seul signataire de l'étude, et n'a plus le droit d'utiliser la marque Asterès.
- Les consultants d'Asterès ne défendent dans le débat public que des travaux qu'ils ont réalisés eux-mêmes. En aucun cas ils n'acceptent de se faire le relais de travaux réalisés par d'autres.

Asterès intervient en tant que prestataire externe. Le cabinet ne saurait être tenu pour responsable des interprétations qui pourraient être données de ses travaux ou de leurs conséquences. Asterès est en outre tributaire de la qualité des statistiques utilisées, dont elle n'est pas responsable.