



Ces petites villes qui drainent les investissements étrangers

Les communes de moins de 20.000 habitants en sont les premiers destinataires, selon Business France. Entre un fort tropisme industriel et du foncier disponible, elles ont des atouts.

Cap sur l'Hexagone... et ses petites villes. Alors que la France est « devenue le pays le plus attractif en Europe pour les investisseurs », comme l'a souligné Emmanuel Macron dans sa dernière allocution télévisée, la semaine dernière, le territoire est largement irrigué par les projets d'investissements internationaux. A commencer par les communes de moins de 20.000 habitants, qui en ont encore été « les premières destinataires » en 2022, selon les chiffres publiés récemment par Business France, l'agence publique en charge de l'attractivité.

A elles seules, elles ont drainé 43 % de ces projets et 39 % des emplois. En Ile-de-France, elles ont « gagné en attractivité puisqu'elles concentrent 29 % des emplois en 2022, contre 20 % en 2018 », met en avant, de son côté, l'agence Choose Paris Region.

« On ne peut pas comprendre l'attractivité des petits territoires sans comprendre l'attractivité de la France. Notre pays est plus attractif sur le plan industriel et, en particulier, dans l'industrie verte. C'est cette dimension qui fait qu'il y a plus de projets d'investissements internationaux dans les petites villes que dans les métropoles », analyse Laurent Saint-Martin, directeur général de Business France et ancien député macroniste, qui publiera en mai le bilan détaillé du millésime 2022.

Sites clés en main

Comme les années précédentes, près des trois quarts des projets industriels étrangers annoncés - extensions de sites ou nouvelles usines - ont concerné des villes de moins de 20.000 habitants. L'ancrage des groupes étrangers dans ces territoires y est évidemment pour beaucoup. Mais le terrain est aussi propice à la réindustrialisation, « la base productive étant dans les villes de moins de 20.000 habitants, avec plus de 70 % des emplois industriels », glisse Harold Huwart, le maire (Parti radical) de Nogent-le-Rotrou, dans l'Eure-et-Loir.

S'y ajoute un autre élément, déterminant : une pression foncière souvent moindre que dans les grandes agglomérations. « Aujourd'hui, la concurrence sur les décisions d'implantations d'entreprises se joue sur la capacité à offrir des terrains près des grandes infrastructures de transport et, en particulier, des sites clés en main, purgés des démarches administratives et environnementales. La proximité des grands centres n'est plus déterminante », constate Harold Huwart, également vice-président de la région Centre-Val de Loire en charge de l'économie.

Capacité à recruter

L'enjeu est d'autant plus fort que l'objectif de « zéro artificialisation nette », fixé par la loi climat et résilience, va accentuer partout la rareté

du foncier économique. Selon Marc Lhermitte, associé chez EY, la tendance des investissements étrangers à aller vers les intercommunalités de moins de 50.000 habitants « devrait se confirmer et pourrait même légèrement s'accroître ».

Au-delà du foncier, les entreprises peuvent en effet y trouver d'autres conditions favorables. « Ces bassins d'emplois offrent encore de la main-d'œuvre, là où un certain nombre de grandes agglomérations ont des taux de chômage très bas, dit-il. Or, les dirigeants d'entreprise, a fortiori ceux qui veulent s'implanter sur un territoire, font très attention à leur capacité à recruter, même s'il ne s'agit que de quelques dizaines de personnes. » Il évoque un autre facteur, politique et sociétal : « Dans les petits territoires, il y a une plus forte acceptation et moins d'obstacles pour accueillir de nouvelles implantations économiques que dans les grandes zones urbaines. »

Toutes les villes ne partent évidemment pas avec les mêmes chances au départ. Celles qui « ont déjà une image, des entreprises emblématiques, des contacts, etc. » peuvent espérer davantage tirer leur épingle du jeu, souligne Antoine Angeard, délégué général du CNER, la fédération des agences d'attractivité, de développement et d'innovation.

Marketing territorial

Certaines essayent même de forcer

leur destin. « On fait beaucoup de marketing territorial et un gros travail de démarchage », met en avant Fabien Verdier, maire (sans étiquette) de Châteaudun (13.000 habitants dans l'Eure-et-Loir) et président de la communauté de communes du Grand Châteaudun, qui cherche à attirer des investissements privés français ou étrangers. Du Simi, le grand raout de l'immobilier d'entreprise à Paris, au Salon de l'aviation

de Friedrichshafen, en Allemagne, ses équipes ratissent large pour tenter de faire connaître ce territoire situé à 130 kilomètres au sud-ouest de Paris et arborant une « tradition industrielle ».

Il peut brandir en exemple l'investissement de 57 millions d'euros annoncé en juillet 2022 par le groupe allemand Vorwerk pour construire une usine de robots de cuisine Thermo-

mix à Donnemain-Saint-Mamès, près de Châteaudun. « On commence à être visible. Plusieurs foncières françaises ou étrangères s'intéressent à nous », assure l'élu, espérant les convaincre de venir construire des bâtiments susceptibles d'attirer des entreprises. ■

par Laurent Thévenin

