

les Cahiers Scientifiques du Transport

N° 56/2009 - Pages 37-61

*Sylvie Bazin, Christophe Beckerich,
Marie Delaplace*

*Desserte TGV et localisation des entreprises dans les quartiers d'affaires : nouvelle accessibilité ou nouvelle offre de bureaux ?
Le cas de la gare centre de Reims*

JEL : R33, R38, R41, R42

**DESSERTTE TGV ET LOCALISATION DES ENTREPRISES
DANS LES QUARTIERS D’AFFAIRES : NOUVELLE
ACCESSIBILITÉ OU NOUVELLE OFFRE DE BUREAUX ?
LE CAS DE LA GARE CENTRE DE REIMS**

SYLVIE BAZIN CHRISTOPHE BECKERICH MARIE DELAPLACE
EA 2065 OMI
UNIVERSITÉ DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE

1. INTRODUCTION

Depuis juin 2007, l’agglomération rémoise est desservie par la LGV Est-européenne en deux gares, celle de Reims-centre et la nouvelle gare Champagne-Ardenne. La première permet de rejoindre à grande vitesse la gare de l’Est à Paris (8 allers-retours). La seconde localisée en proche périphérie de Reims assure la connexion au réseau ferroviaire à grande vitesse. Elle permet la desserte directe des villes TGV de province excepté le Sud-Est, de l’aéroport Roissy-Charles-De-Gaulle, avec correspondances de l’internatio-

nal et du Sud-Est¹ et, de façon plus limitée, celle de la gare de l'Est à Paris (3 allers et 4 retours²). Dans l'agglomération rémoise, comme dans d'autres villes déjà desservies (le Mans, Tours, Lille, etc.), de nombreux espoirs sont fondés sur cette desserte. C'est le cas en termes d'attraction d'entreprises. « *L'accessibilité aux infrastructures est alors perçue comme une condition initiale de développement par un grand nombre d'acteurs politiques, signe d'une confusion largement répandue entre accessibilité et attractivité* » (BERION et alii, 2007 : 655). La grande vitesse ferroviaire est ainsi appréhendée comme une solution immédiate pour promouvoir l'attractivité des territoires desservis. Nous nous proposons de nous focaliser sur les entreprises du secteur des activités de services aux entreprises qui sont supposées s'implanter dans les quartiers d'affaires situés autour des gares TGV centrales. Notre objectif est d'identifier les raisons de leur implantation dans ces quartiers et le rôle joué par la desserte TGV. Après avoir présenté les analyses de leurs choix de localisation inter et intra-urbaine, et le rôle qu'est supposée jouer une desserte TGV dans ce choix, nous développerons l'hypothèse selon laquelle il convient d'opérer un renversement de perspective en se focalisant sur les facteurs d'offre. C'est l'existence d'une offre immobilière de bureaux qui est déterminante dans leur implantation et la desserte TGV influe sur son renouvellement (2). Une enquête réalisée auprès des entreprises du quartier d'affaires de la gare TGV centrale de Reims nous permettra d'illustrer ces résultats et ainsi de renouveler l'analyse du rôle du TGV dans l'attractivité des territoires desservis pour les entreprises de services (3).

2. ATTRACTIVITÉ D'UN QUARTIER D'AFFAIRES ET GRANDE VITESSE FERROVIAIRE : OFFRE IMMOBILIÈRE ET EFFET D'IMAGE

Les quartiers d'affaires localisés près des gares centrales desservies par TGV sont susceptibles d'attirer des activités de services aux entreprises. Il s'agit donc d'identifier quels sont les facteurs de localisation de ces entreprises, i.e. leur demande de site et le rôle de cette desserte dans ces facteurs (2.1). Or, une décision de localisation implique un choix entre différentes villes (choix interurbain) et un choix au sein de la ville (intra-urbain). La littérature relative à la localisation intra-urbaine de ces activités tend à souligner de façon croissante le rôle de l'offre immobilière de bureaux. Dès lors, il s'agit d'analyser le rôle d'une desserte TGV dans le renouvellement de l'offre immobilière. Dans ce domaine, nous considérons que le principal rôle de la

¹ La gare de Bezannes assure une desserte de la Province vers l'Est, l'Ouest et le Nord, avec 10 allers-retours : 4 vers Roissy, puis Lille avec correspondance vers Londres et Bruxelles, 6 vers Marne-la-Vallée et Massy dont 1 direct vers Rennes, 2 directs vers Nantes et 3 directs vers Bordeaux, et 10 vers la gare Lorraine et Strasbourg. Depuis le 14 décembre 2008, une desserte directe du Luxembourg a été inaugurée.

² 2 allers-retours initialement.

desserte est de produire un effet d'image et des connaissances quant aux caractéristiques des villes desservies (2.2).

2.1. DES FACTEURS DE LOCALISATION DES ACTIVITÉS DE SERVICES AUX ENTREPRISES AU RÔLE DE LA LGV DANS CES LOCALISATIONS

Les choix d'implantation des entreprises de services étant guidés par des facteurs de localisation (2.1.1), c'est sous cet angle que les effets du TGV ont été intégrés (2.1.2).

2.1.1. Les analyses des facteurs de localisation des services aux entreprises

Dans l'analyse économique, la question de la localisation des activités émerge avec les travaux sur les activités agricoles (VON THÜNEN, 1826) et sur les firmes industrielles (WEBER, 1909 ; HOTELLING, 1929 ; LÖSCH, 1941). Mais ces analyses s'intéressent surtout aux activités industrielles qui caractérisaient le début du XX^{ème} siècle et ne prennent pas en compte les spécificités des activités de services.

Les théories de la localisation des services aux entreprises s'inspirent de la théorie de la base (HOYT, 1954) et de la théorie des places centrales (CHRISTALLER, 1933 ; LÖSCH, 1954). La première suggère que les services aux entreprises sont dépendants de la base industrielle et que leur localisation est soumise à une contrainte de proximité entre prestataires (services) et utilisateurs (industries). La seconde explique la hiérarchie de l'offre de biens et services par rapport à la hiérarchie des villes (la ville étant considérée comme une place centrale). Les services de haut niveau tendent à se regrouper dans les places centrales de rang élevé, alors que les services les plus courants sont répartis de manière plus uniforme entre différentes régions et villes. Ces théories expliquent ainsi la concentration spatiale des services de haut niveau notamment pour répondre à un besoin de proximité des marchés.

Ce cadre conceptuel classique est cependant insuffisant pour expliquer les tendances plus récentes de la localisation des services aux entreprises. En effet, ces entreprises sont hétérogènes et ont, de fait, des comportements de localisation pour partie spécifiques tant au niveau interurbain qu'au niveau intra-urbain (SHEARMUR, ALVERGNE, 2002 ; AGUILERA, 2002, JOUVAUD, 1996). Les services supérieurs auront une localisation plus centrale que d'autres services plus banals (AGUILERA, 2002 ; LEO, PHILIPPE, 1998). Ainsi, l'importance de la proximité des marchés doit être relativisée notamment parce qu'elle est susceptible de varier selon le type d'activités de service (MERENNE-SCHOUMAKER, MOYART, 2007 ; AGUILERA, 2003b ; JOUVAUD, 1996).

En outre, d'autres facteurs de localisation considérés comme essentiels sont relevés :

- . l'accès à la main-d'œuvre qualifiée, surtout pour les services de haut niveau, expliquant ainsi la localisation de certains services dans les grandes villes qui disposent d'aménités pour des cadres hautement qualifiés et d'une offre de formation étoffée,
- . l'accès à d'autres services aux entreprises, notamment des services courants dont a besoin toute entreprise,
- . l'accès à l'information ; les services informationnels, le plus souvent concentrés dans les grandes villes, étant une des principales matières premières des services,
- . l'accès à des pôles d'enseignement et de recherche,
- . l'accès aux infrastructures (aéroports, gares TGV, infrastructures autoroutières), qui permet de développer l'accessibilité aux autres facteurs (marchés, qualifications, informations et autres services).

Ces facteurs contribuent donc à expliquer la concentration spatiale des activités de services, leur présence plus importante dans les grandes villes et leur sensibilité à la présence d'infrastructures de transport.

D'un point de vue théorique, ce type d'analyse est modélisé en s'inspirant du triptyque de WEBER (COFFEY, POLESE, 1987) ou à partir d'une typologie des facteurs de localisation en fonction des types de services aux entreprises (JOUVAUD, 1998 ; JOUVAUD 1996). Dans les deux cas, trois facteurs d'implantation au niveau interurbain semblent essentiels : la demande (marché), la main-d'œuvre qualifiée et l'accès à d'autres services aux entreprises. Ces trois facteurs expliqueraient la concentration spatiale dans les grandes zones urbaines. Par ailleurs, un élément déterminant dans les choix de localisation interurbaine, assez peu mis en avant jusqu'ici, l'offre immobilière, contribue à conforter le développement des quartiers de bureaux et les parcs d'affaires dans les grandes métropoles (JOUVAUD, 1999).

Si ces modèles permettent d'expliquer les choix de localisation des entreprises entre plusieurs agglomérations, les activités de services aux entreprises réalisent aussi des choix entre des localisations intra-urbaines dont le processus et les déterminants ne sont pas identiques. Différents facteurs sont susceptibles de rendre compte de la localisation des services aux entreprises dans les quartiers d'affaires centraux (SHEARMUR, ALVERGNE, 2002). Selon le type de marché (services aux entreprises ou aux particuliers) et la technologie de production utilisée, une forte centralité intra-urbaine ou au contraire une localisation plus périphérique peut être privilégiée.

Mais, « *force est de constater que les études consacrées à leurs comportements de localisation intramétropolitains sont plus rares, et les interrogations qui subsistent encore nombreuses* » (Aguilera, 2002 : 398). Dans l'étude de ces comportements, les caractéristiques de l'offre immobilière (qualité des locaux par exemple) apparaissent comme centrales (MOULAERT, GALLOUJ, 1994 ; AGUILERA, 2003a). D'autres approches mettent en avant

comme facteurs des choix de localisation intra-urbaine des activités de service, des éléments liés à l'image des quartiers, ou au prestige des lieux (LACAZE, 1995).

Pour expliquer l'attractivité de certaines zones à l'intérieur des villes, les modèles d'utilisation du sol et les théories de la rente foncière sont alors mobilisés. Les premiers expliquent le développement de pôles par les besoins de certaines activités en matière d'accessibilité, les tendances au regroupement d'activités proches, l'incompatibilité entre certaines fonctions, et la capacité de certaines activités à payer des rentes élevées (HARRIS, ULLMAN, 1945). Les secondes montrent que les courbes de rente par hectare des différentes activités diffèrent avec la distance au centre et expliquent la concentration de certaines activités dans les centres-villes ou quartiers d'affaires des métropoles (POLESE, 1994).

Mais les approches de la localisation intra-urbaine ont été peu utilisées pour appréhender les effets du TGV.

2.1.2. LA GRANDE VITESSE ET LE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR DES SERVICES AUX ENTREPRISES

Étant associée à une accessibilité accrue et à une image améliorée, l'arrivée du TGV pourrait discriminer les villes en cas d'implantation d'une entreprise extérieure à la ville et influencer sur son attractivité et ce, pour différentes raisons.

La desserte TGV permettrait premièrement d'élargir l'aire de marché des entreprises de services (OLLIVRO, 1997). La desserte TGV faciliterait la réalisation d'une proximité temporaire entre clients et prestataires de services qui peut être stratégique pour des activités nécessitant de fréquents contacts de face-à-face (TORRE, 2006). La diminution du temps passé à se déplacer engendrée par la grande vitesse accroîtrait la productivité des employés. Les activités caractérisées par l'importance de ces déplacements pourraient ainsi en tirer profit (OLLIVRO, 1997). Une analyse du cas de l'agglomération lyonnaise montre que l'accès à la gare TGV discrimine spatialement très fortement les choix intra-urbains de ce type d'activités en faveur du centre (AGUILERA, 2003a ; AGUILERA, 2003b).

Le TGV pourrait ainsi intéresser les entreprises dont le marché est national voire international (cabinets d'études, agences de publicité et de conseil en marketing) mais moins celles qui possèdent un marché pour l'essentiel local ou régional (cabinets comptables, juridiques ou de conseil en ressources humaines) (GALLOUJ, cité par BRICOUT, 1996). Le TGV jouerait un rôle plus marqué pour les entreprises disposant d'une clientèle extérieure à la région (BRICOUT, 1996) ou d'une stratégie d'expansion sur le marché parisien (BUISSON, 1986). Cependant, il ne jouerait qu'un rôle secondaire dans le choix de localisation des entreprises du tertiaire supérieur ayant un marché national

(MANNONE, 1995). Par ailleurs, pour certaines entreprises du tertiaire supérieur comme les cabinets conseil, la localisation à Paris confère un tel effet d'image que celles-ci hésitent à se délocaliser (SHEARMUR, ALVERGNE, 2002).

Ainsi, une desserte TGV paraît peu déterminante dans les décisions d'implantation des entreprises. Même lorsqu'elle joue un rôle dans cette implantation, la desserte TGV n'est pas nécessairement utilisée. Comment expliquer ce paradoxe ?

Cela peut tout d'abord traduire l'existence d'effets psychologiques liés à l'amélioration de l'image de la ville ou du territoire desservi. Le TGV Nord a eu un effet beaucoup plus important sur les représentations du territoire qu'ont les agents économiques et notamment les entreprises que sur leurs comportements (BRICOUT, 1996 ; BURMEISTER et alii, 2003). Dès lors, la desserte TGV peut avoir un effet sur la localisation de différents types d'activités et devenir un standard présent dans le cahier des charges de l'implantation des entreprises sans pour autant qu'elle fasse l'objet d'une utilisation effective.

Par ailleurs, le TGV peut être considéré comme un vecteur de production d'informations et de réduction d'incertitude (Cf. *infra*). En effet, la desserte elle-même ainsi que les villes desservies font l'objet de campagnes de promotion importantes lors de son inauguration. Sous réserve de la présence d'autres facteurs de localisations, elles deviennent alors des localisations envisageables pour les entreprises.

Dans ces analyses, l'impact d'une desserte TGV est analysé au travers des effets qu'elle pourrait avoir sur la demande de localisation des entreprises de services. Les effets sont le plus souvent limités. Tout se passe comme si une desserte TGV joue un rôle -on assiste bien dans certains cas à une implantation d'entreprises dans le quartier de la gare des villes desservies- sans que les enquêtes permettent d'en identifier les raisons. Nous nous proposons d'expliquer ce paradoxe en nous focalisant sur les effets d'une desserte TGV sur l'offre immobilière de bureaux.

2.2. LE CARACTÈRE DÉTERMINANT DE L'OFFRE D'IMMOBILIER DE BUREAUX DANS LA LOCALISATION DES ENTREPRISES DE SERVICES

De façon croissante, la littérature souligne le rôle joué par l'offre immobilière de bureaux dans les choix de localisation des entreprises de service. Cette offre oriente fortement ces choix notamment lorsque le type d'occupation concerne le « locatif » (2.2.1). Dès lors, il convient de se focaliser sur l'analyse des effets du TGV sur l'offre immobilière de bureaux dans la ville (2.2.2).

2.2.1. Le rôle croissant de l'offre immobilière dans la localisation des entreprises de services

Pendant longtemps, l'offre immobilière n'était pas prise en compte comme facteur de localisation des services aux entreprises. Les théories « traditionnelles » des choix de localisation excluaient de l'analyse la question de la nature de la construction qui était réalisée sur le terrain recherché (LOUW, 1998). Seuls comptaient la disponibilité et le coût du foncier. Cette réduction de la localisation des entreprises à l'achat du seul foncier n'est pas rédhibitoire dans un contexte de création *ex nihilo* d'entreprises propriétaires de leurs locaux. Elle le devient lorsqu'un marché de la construction d'immobilier d'entreprises apparaît, que la location des locaux devient pratique courante et que l'immobilier d'entreprises fait l'objet d'investissements par des fonds « spéculatifs ». L'émergence d'un marché immobilier de bureaux résulte de la croissance des activités tertiaires qui ne nécessitent pas, contrairement aux activités du secteur secondaire, de locaux spécifiques. En général, les besoins en termes de locaux sont banals et peuvent être standardisés permettant ainsi le développement d'une offre de bureaux en blanc. La construction de bureaux s'inscrit alors dans une logique d'investissement sous l'impulsion de fonds anglo-saxons (CROUZET, 2003). Par ailleurs, le recentrage des entreprises sur leur « *core business* » les conduit à externaliser de nombreuses fonctions comme la gestion de leur patrimoine immobilier favorisant le recours à la location ou au leasing (LOUW, 1998 ; MERENNE-SCHOUMAKER, MOYART, 2007). L'offre immobilière, qui résulte d'un processus exogène à l'entreprise, devient alors un élément crucial dans son choix de localisation.

Il est nécessaire de s'interroger sur le rôle des acteurs de l'offre immobilière dans l'orientation de la localisation des activités de services aux entreprises. Le développement du marché immobilier de bureaux est associé à l'apparition d'un nouvel acteur à savoir le promoteur immobilier³. Celui-ci est à l'origine des projets immobiliers de bureaux qu'il entreprend et qu'il finance en réunissant les capitaux nécessaires à leur construction. Le promoteur choisit la localisation de ses opérations en fonction de sa propre logique de rentabilisation de l'investissement. Lorsqu'il est lié à un grand groupe de construction immobilière ou à des fonds d'investissement, le bien immobilier est alors considéré comme un simple actif financier⁴ dont la localisation ne répond plus forcément à la logique des modèles de localisation (CROUZET, 2001 ; CROUZET, 2003). La rentabilité d'une opération et sa réalisation vont dépendre de la disponibilité et du prix d'achat du foncier (NESSI, 1977) et ce

³ Différents acteurs gravitent autour de la promotion immobilière. Ainsi, l'investisseur va soit financer, avec le promoteur, la construction, soit acheter à un promoteur un immeuble achevé pour le mettre en vente plus tard ou le louer.

⁴ La financiarisation de l'économie affecte ainsi également le marché de l'immobilier de bureau (FNAU, 2007).

par l'intermédiaire du compte à rebours⁵. Mais le promoteur est également contraint par les politiques foncières et d'urbanisme des collectivités locales. En effet, ces dernières peuvent favoriser certaines fonctions (commerces, bureaux ou logements) ou privilégier une certaine mixité des activités dans les quartiers et dans les documents d'urbanisme (Plan Local d'Urbanisme, etc.). Des négociations se déroulent alors entre les promoteurs et les collectivités locales afin de permettre le développement de l'offre immobilière de bureaux tout en maintenant des objectifs d'intérêt général et notamment le développement du logement (CHARNEY, 2007). Le promoteur doit également répondre à la demande des entreprises en proposant des locaux correspondant aux standards exigés et à des niveaux de loyers concurrentiels afin d'assurer le succès de l'opération et obtenir un taux de rentabilité suffisant.

Confronté à une incertitude importante quant au succès de chaque opération, le promoteur réduit souvent son périmètre d'action aux marchés qu'il connaît bien (FAINSTEIN, 2001, cité par CHARNEY, 2007). Il n'envisage donc pas tous les investissements dans tous les lieux possibles mais seulement certains pour lesquels il dispose de connaissances. Ce type de comportement lui permet de compenser son insuffisante surface financière et son expertise nécessairement limitée : il ne peut connaître l'ensemble des choix spatiaux d'investissement possibles (BEAUREGARD, 2005 ; CHARNEY, 2007)⁶. Il simplifie ses décisions en établissant des procédures de comportement, des routines, lorsqu'il est amené à faire des choix (NELSON, WINTER, 1982 ; DOSI, 1988).

Ce faisant, en obéissant à sa propre logique de rentabilité et plus généralement d'action, le promoteur dessine la carte des implantations possibles pour les entreprises. Par conséquent, « *le marché de l'immobilier d'entreprise, et en particulier celui de l'immobilier de bureaux, est de plus en plus un élément de discrimination territoriale au même titre que d'autres équipements comme les lignes TGV, les connexions aux autoroutes, les aéroports...* » (CROUZET, 2003 : 277).

Aussi, l'offre de bureaux influencerait-elle les choix de localisation des entreprises. Dès lors, comment et dans quelle mesure une desserte TGV peut-elle influencer sur l'offre immobilière ?

2.2.2. Les effets du TGV sur l'offre immobilière dans la ville

Le rôle de plus en plus déterminant de l'offre immobilière de bureaux sur l'implantation des entreprises (Cf. *supra*) invite à analyser la façon dont cette offre est affectée par une desserte TGV. Cette analyse permet de fournir

⁵ Le compte à rebours correspond au calcul du promoteur qui va estimer les recettes de l'opération à partir du prix du marché puis soustraire l'ensemble des coûts. Le résultat détermine alors la charge foncière maximale acceptable (prix du foncier).

⁶ Même si ceci est moins vrai pour les investisseurs les plus importants qui développent leurs activités au niveau national et international.

d'autres éléments d'explication à l'agglomération des entreprises de services dans les quartiers d'affaires autour des gares.

Une desserte TGV peut influencer sur l'offre immobilière de bureaux et plus précisément sur les décisions des promoteurs au travers de l'effet club que lui confère le statut de ville TGV et auquel est associé, dans les représentations des acteurs, un certain dynamisme notamment en matière d'immobilier de bureaux. Les investisseurs immobiliers se positionnent ainsi dans différentes villes TGV. La desserte TGV permet en quelque sorte de rassurer les investisseurs. En effet, si une décision d'investissement dépend d'un certain nombre de considérations objectives (Cf. *supra*), elle dépend également de considérations plus subjectives liées à la façon dont les investisseurs appréhendent le risque lié à cet investissement. En valorisant l'image de la ville (Cf. *supra*), une desserte TGV rend envisageables des lieux qui ne l'étaient pas en matière d'investissements immobiliers.

En outre, une desserte TGV insuffle de la modernité dans les quartiers d'arrière gare qui sont souvent des quartiers peu attrayants. Elle invite les acteurs publics et notamment les collectivités locales à mettre en place des politiques adaptées de rénovation urbaine. Ces acteurs envoient alors un signal aux promoteurs quant à leurs intentions concernant ce quartier. Ainsi si les nouvelles offres immobilières dépendent de façon importante des stratégies des promoteurs, elles sont grandement favorisées voire orientées par les pouvoirs publics (MERENNE-SCHOUMAKER, 2003 ; FNAU, 2007). Pour accompagner la desserte TGV, ces derniers développent des infrastructures collectives, réaménagent éventuellement les transports collectifs, ou créent des parkings. En libérant du foncier suite à la réorganisation de la gare, cette desserte peut générer de nouvelles opportunités d'investissement immobilier. Cette action des pouvoirs publics va alors conforter les promoteurs dans leur choix de développer une offre immobilière de bureaux à proximité des gares TGV.

Les relocalisations de proximité auxquelles on assiste en général dans les villes TGV s'expliqueraient ainsi par les effets d'image du TGV qui conduisent les promoteurs à proposer une nouvelle offre immobilière de bureaux, alors que le TGV n'est pas nécessairement utilisé (BAZIN et alii, 2006). A Tours par exemple, les 33 000 m² de bureaux construits à la fin des années 1980 suite à l'arrivée du TGV ont surtout été occupés par des entreprises relocalisées dans l'agglomération (DEMAZIERES, 2003). On a par ailleurs constaté la même tendance au Mans, où le centre d'affaires Novaxis a vu d'abord la relocalisation d'activités indigènes, comme les Mutuelles du Mans (BAZIN et alii, 2004). C'est ainsi davantage l'image liée au TGV qui explique une offre localisée à proximité des gares TGV, que l'usage du TGV lui-même.

Par ailleurs, les caractéristiques qualitatives de l'offre immobilière développée à proximité des gares permettent aux entreprises de bénéficier de locaux

répondant aux standards parisiens souvent peu présents ailleurs dans les agglomérations françaises.

En dynamique, cette nouvelle offre immobilière, peut également attirer d'autres entreprises ou ménages ayant eux-mêmes recours aux services produits par ces entreprises. Il y aurait ainsi à la fois des effets de localisation directs liés à l'existence d'une offre immobilière dans ces quartiers et des effets induits qui se traduisent par l'implantation d'autres entreprises de services attirées par la présence des entreprises préalablement installées et de leurs employés (restauration, banque, hôtels, centre de fitness, etc.).

Les promoteurs, jouant sur l'effet d'image lié au TGV, seraient les acteurs clés du renouvellement de l'offre qui profite principalement, surtout dans un premier temps, aux entreprises locales.

3. LE QUARTIER D'AFFAIRES TGV REIMS-CENTRE : UNE OFFRE IMMOBILIÈRE DE BUREAUX RÉPONDANT MAJORITAIREMENT À UNE DEMANDE LOCALE

Après avoir présenté le nouveau quartier d'affaires TGV près de la gare centrale de Reims (3.1), nous analyserons les résultats d'une enquête administrée en 2008 auprès d'une cinquantaine d'entreprises, qui y sont implantées⁷. Cette enquête à laquelle 32 entreprises ont répondu après plusieurs relances, visait à identifier, un an après l'arrivée du TGV, le type d'entreprises implantées dans le quartier, leur profil, leurs facteurs de localisation principaux ainsi que la place spécifique qu'avait pu jouer le TGV parmi ces facteurs. Cette enquête⁸ révèle que s'y sont relocalisées essentiellement des entreprises attirées par l'offre immobilière de bureaux du quartier (3.2). La présence du TGV n'est pas discriminante dans ces choix, puisque c'est l'offre immobilière qui prime, mais son arrivée semble avoir eu un effet sur la redynamisation de cette offre (3.3).

3.1. LE DÉVELOPPEMENT DE L'IMMOBILIER DE BUREAUX DANS LE QUARTIER

Le quartier Clairmarais, situé à 5 minutes du centre-ville et de la principale place piétonne, a connu une lente mutation. Localisé juste derrière la gare centrale de Reims, ce quartier était typique des vieux quartiers d'arrière gare

⁷ Sur les 55 entreprises présentes officiellement (environ 10 % d'entre elles ne disposent en réalité que d'une boîte aux lettres et n'ont pu être jointes), 50 ont été contactées. L'enquête s'est déroulée à l'aide d'un questionnaire comportant des questions ouvertes et des questions fermées à choix multiples et composé de 2 parties. La première visait à identifier les caractéristiques générales de l'entreprise et son processus de décision de localisation. La seconde avait pour objectif d'identifier les facteurs de localisation recherchés par l'entreprise, compte tenu de son activité et leur adéquation avec les caractéristiques du quartier.

⁸ Les données ont fait l'objet de tris à plat et de tris croisés. La significativité statistique des résultats a été contrôlée, dans certains cas en recourant au test de Fisher compte tenu de la taille limitée de l'échantillon. Mais elle n'a pu être contrôlée pour les croisements des différents facteurs de localisation (un facteur cité en premier ne peut plus l'être ensuite).

(immeubles vétustes voire en friche, activités industrielles, zones d'habitat populaire). Depuis le milieu des années 1990, la collectivité a décidé de changer sa nature et d'y implanter un nouveau quartier d'affaires.

En 1997, le Crédit Mutuel Nord-Europe⁹ acquiert une friche de 2,5 hectares, transformée progressivement en immobilier de bureaux destinés à la location pour des entreprises du secteur tertiaire (CAR, 2004). La rénovation de cinq bâtiments de 20 000 m² datant des années 1920 a permis d'accueillir une trentaine d'entreprises sur la période 1995-1998. Il s'agit généralement de relocalisations (internes à l'agglomération) d'entreprises et d'administrations se trouvant à l'étroit dans leurs locaux ou dans des locaux inadaptés.

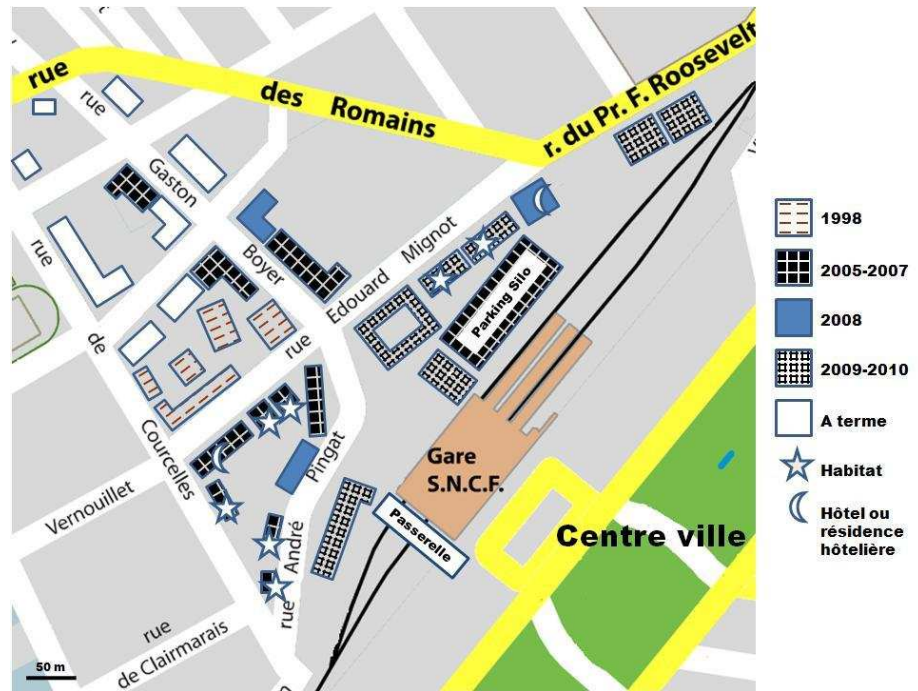
L'arrivée future du TGV a conduit la ville de Reims, la SNCF et RFF à réfléchir à l'avenir de ce quartier. La ville de Reims a fait le choix de favoriser une certaine mixité bureaux/habitat. La SNCF a souhaité rénover la gare et l'ouvrir du côté du quartier Clairmarais en y construisant un parvis. Pour ce faire, elle a libéré l'ensemble des terrains situés derrière la gare et bordés par la rue Edouard Mignot. Un parking silo y a été réalisé, une nouvelle rue (la rue André Pingat) créée et des immeubles de bureaux et d'habitation construits (Figure 1).

Cette première tranche de travaux, qui a également essaimé dans une seconde nouvelle rue « la rue Gaston Boyer », représentait environ 20 000 m² de bureaux et près de 150 logements au moment de la mise en service de la desserte TGV. Les réalisations sont localisées dans un triangle constitué par les rues Pingat-Courcelles-Mignot et Gaston Boyer. La volonté publique de mixité bureaux/habitat a cependant conduit un important promoteur national à renoncer à y investir. C'est donc un promoteur local qui a réalisé l'essentiel de l'opération. D'autres promoteurs présents sur le site ont créé des bureaux aménagés à la demande en plateaux ou en cloisonnements traditionnels, à l'achat ou à la location et une résidence hôtelière proposant 106 logements.

En 2008, une deuxième tranche de 10 000 m² de bureaux et un hôtel de première catégorie ont été livrés. La troisième tranche qui correspond à la construction la plus proche de la gare représente environ 30 000 m² et près de 150 logements. Elle devrait être livrée en 2009-2010. La dernière tranche, constituée des constructions situées plus en retrait par rapport à la gare, ne devrait être lancée que lorsque les surfaces actuelles seront commercialisées. Par ailleurs, dans le cadre du réaménagement global du parvis de la gare, un lien urbain entre ce quartier et le centre-ville doit être créé avec la construction d'une passerelle au dessus des voies ferrées, permettant de l'intégrer directement à l'hyper-centre urbain (Figure 1).

⁹ Cet achat correspond à une opération de couverture de risques (entretien avec le Crédit Mutuel Nord Europe, septembre 2008) et n'est pas lié à l'existence future d'une desserte TGV.

Figure 1 : La construction immobilière dans le quartier Clairmarais à Reims



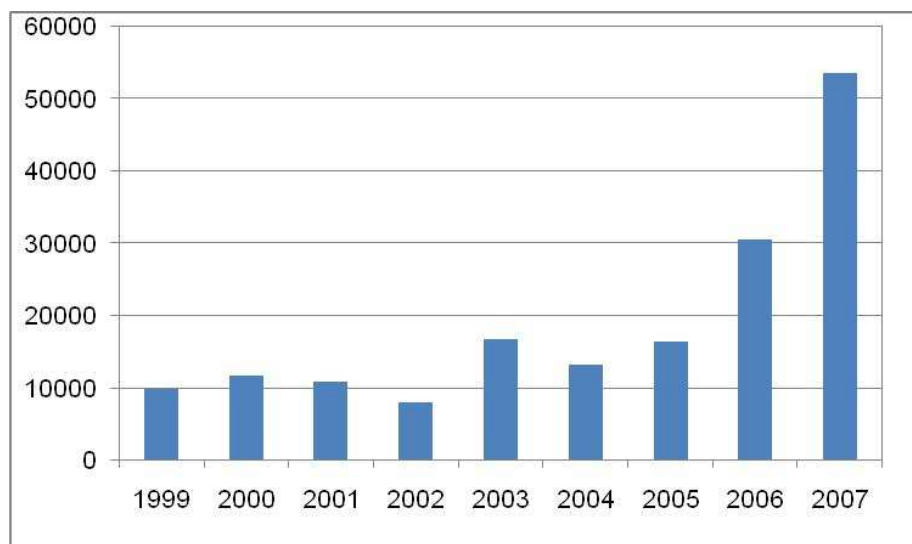
Source : réalisée par les auteurs

A terme, plus de 70 000 m² devraient être disponibles pour l'accueil d'entreprises tertiaires et 500 logements seront construits¹⁰. Ces opérations immobilières réalisées en quelques années sont d'une ampleur importante, alors que l'offre en matière de bureaux dans l'agglomération rémoise était plutôt rare (environ 10 000 m² par an), en faible croissance (Figure 2), et localisée le plus souvent à la périphérie de la ville.

Tous les locaux ont trouvé preneur rapidement, parfois même avant d'être construits. En juin 2008, aucune surface importante n'était disponible avant fin 2009. Ce développement a été appuyé par « Invest in Reims », agence créée en 2003 à l'initiative de la ville, de la communauté d'agglomération et de la CCI, et qui communique sur l'arrivée du TGV afin d'attirer des entreprises.

¹⁰ Une nouvelle zone tertiaire devrait également voir le jour à proximité de la gare Champagne-Ardenne à Bezannes. Une ZAC (172 ha) a été constituée et devrait accueillir des bureaux sur 60 à 70 ha. Plusieurs projets de construction d'immeubles de bureaux ont été annoncés mais ne se sont pas encore traduits sur le terrain. Ainsi, la CCI de Reims et d'Épernay devrait s'y délocaliser et le Crédit Agricole Nord-Est y installer son siège social.

Figure 2 : La construction de bureaux dans l'agglomération rémoise (SHON) de 1999 à 2007



Source : réalisée par les auteurs à partir des données SITADEL, INSEE

3.2. DES RELOCALISATIONS INTERNES À L'AGGLOMÉRATION FORTEMENT MAJORITAIRES ET RELEVANT DES SERVICES COURANTS

Parmi les entreprises localisées dans ce quartier, près du tiers (31,25 %) relève des services aux entreprises (Tableau 1). Leurs activités peuvent être considérées comme banales (comptabilité, communication, sécurité, services bancaires et financiers, centres d'appel). Les services de l'Etat et certains services publics sont présents depuis la première phase d'évolution du quartier, notamment l'INSEE, Météo France et plus récemment l'APEC et OSEO (15,63 %). Quelques entreprises relèvent des services aux particuliers (9,38 %). La comparaison avec les secteurs d'activités présents dans l'agglomération indique une forte surreprésentation des activités financières et de l'Administration et dans une moindre mesure des activités immobilières et de construction.

Au moment de l'enquête, presque la moitié des entreprises enquêtées s'était installée avant 2006 dans le quartier (Tableau 2), ce qui traduit une attractivité antérieure à l'arrivée du TGV. Mais un nombre important de nouvelles entreprises s'est implanté en 2007 et 2008 suite à la deuxième phase de commercialisation de plusieurs immeubles de bureaux dans le quartier.

La nature des implantations est variable. Ce sont principalement des entreprises rémoises (59,4 %) qui ont décidé de s'y relocaliser (Figure 3), y compris sur la fin de la période.

Tableau 1 : Le secteur d'activité des entreprises localisées à Clairmarais

Secteurs d'activités	Clairmarais	Agglo. de Reims
Services	84,38%	69,30%
Activités financières	12,50%	2,40%
Activités immobilières	6,25%	4,90%
Administration	15,63%	2,50%
Education, santé, action sociale	6,25%	15,70%
Services aux entreprises	31,25%	30,40%
Services aux particuliers	9,38%	11,20%
Transports	3,13%	2,10%
Commerce	3,13%	18,80%
Construction	9,38%	6,50%
Industrie	3,13%	5,30%
Total	100,00%	100,00%

Source : Enquête réalisée par les auteurs et ADURR (2008)

Tableau 2 : La nature des implantations des entreprises à Clairmarais de 1995 à 2008

Nature de localisation	Avant 2006	Après 2006	Total	%
Création exogène	3	3	6	18,7
Délocalisation	3	1	4	12,5
Sous-total externe	6	4	10	31,2
Relocalisation interne	8	11	19	59,4
Création endogène	1	2	3	9,4
Sous-total interne	9	13	22	68,8
Total	15	17	32	
En %	46,9 %	53,1 %		100 %

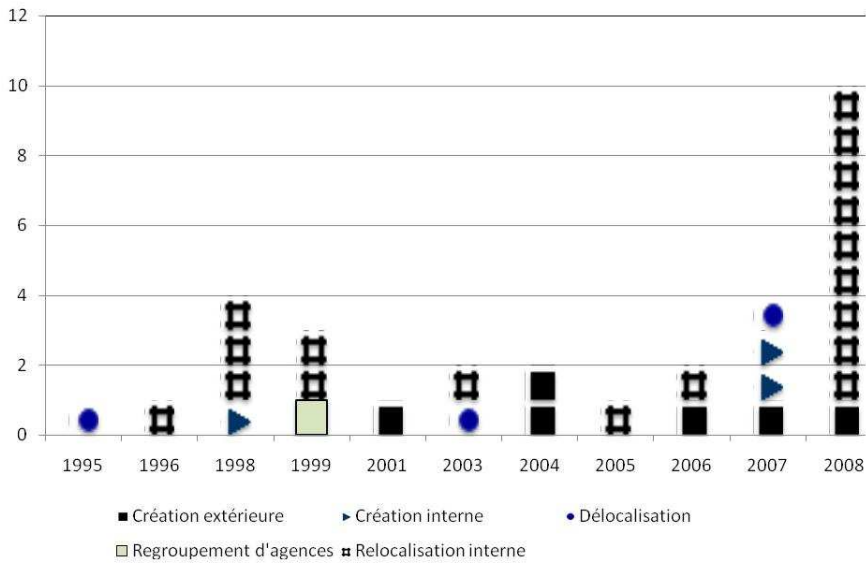
Source : Enquête réalisée par les auteurs.

Sur 10 entreprises qui s'y sont implantées entre janvier et juin 2008, 9 correspondent à des relocalisations internes. Par ailleurs, des entreprises participant à l'élaboration, la construction, et la commercialisation du site y sont présentes et occupent les meilleurs emplacements¹¹.

Les relocalisations internes génèrent peu de créations d'emplois et, à l'exception notable de l'INSEE, ne concernent en général que des entreprises ou des services de moins de 10 salariés.

¹¹ Il s'agit d'un immeuble qui donne sur le futur parvis de la gare et qui est considéré comme d'un niveau supérieur en termes de qualité d'agencement intérieur. Il s'agit dans une certaine mesure d'une « vitrine » pour le quartier.

Figure 3 : La nature des implantations des entreprises à Clairmarais de 1995 à 2008



Source : Enquête réalisée par les auteurs

Les créations exogènes et les délocalisations (comprenant les regroupements d'établissements) résultant de décisions d'acteurs extérieurs à l'agglomération, ne représentent respectivement que 18,7 %, et 12,5 %, soit 31,2 % du total des implantations. Leur présence n'est pas plus marquée à partir de 2006 (Cf. Tableau 1) puisque, sur les 17 entreprises implantées depuis cette date, seules 4 sont extérieures à l'agglomération (entreprises de back-office).

Ces entreprises extérieures occupent des espaces plus importants et sont créatrices d'emplois. Ainsi, des centres d'appels se sont récemment installés dans ce quartier. Cette activité fournit un nombre important d'emplois et occupe souvent des plateaux entiers. Ainsi, TechCity, ING Direct et Intra Call Center occupaient respectivement 2 000, 2 500 et 1 600 m² et emploient 250, 200 et 150 collaborateurs.

3.3. DES FACTEURS DE LOCALISATION FORTEMENT LIÉS À L'OFFRE IMMOBILIÈRE

L'analyse de l'ensemble des facteurs de localisation et avantages liés à la localisation sur le quartier Clairmarais, et déclarés spontanément par les entreprises implantées, montre l'importance de l'offre de locaux disponibles ou neufs, de la proximité du centre-ville et de l'accessibilité (3.3.1). L'offre de locaux est cependant très clairement le facteur prédominant dans l'attractivité du quartier (3.3.2).

3.3.1. Les facteurs de localisation déclarés spontanément : locaux, centre-ville et accessibilité

Les entreprises devaient classer spontanément par ordre décroissant d'importance les 3 facteurs ayant contribué à leur implantation dans ce quartier.

De façon globale, i.e. sans tenir compte du classement des facteurs, quatre facteurs sur 12 sont les plus souvent cités (Tableau 3). Il s'agit de l'existence de locaux disponibles (23,3 %), de la proximité du centre-ville (20,5 %), de l'autoroute (17,8 %) ou de la gare (15,1 %). Les autres facteurs (proximité de la clientèle et des usagers, bonne accessibilité générale, présence de parkings, centre d'affaires, zone de bureau « où il faut être », TGV) le sont de façon beaucoup moins systématique. Seules 2 entreprises enquêtées évoquent le TGV parmi les trois facteurs de localisation (2,7 % de la totalité des réponses).

Tableau 3 : Hiérarchie des facteurs de localisation à Clairmarais déclarés spontanément par les entreprises enquêtées

Facteurs	Fréquences
Locaux disponibles	23,3 %
Proximité du centre-ville	20,5 %
Proximité de l'autoroute	17,8 %
Proximité de la gare	15,1 %
Proximité clientèle et usagers	6,8 %
Accessibilité	5,5 %
TGV	2,7 %
Zone de bureaux	2,7 %
Loyer	1,4 %
Main d'œuvre étudiante	1,4 %
Parking	1,4 %
Quartier en développement	1,4 %
Total	100,0 %

Source : Enquête réalisée par les auteurs.

Les entretiens montrent ainsi que le quartier Clairmarais a permis à beaucoup de ces entreprises, dont près de 60 % sont d'origine locale, et pour la plupart localisées précédemment dans des locaux anciens, de trouver des locaux correspondant aux normes contemporaines, plus agréables et mieux adaptés à leur activité en termes d'équipement et de taille compte tenu de leur croissance. Les entreprises ont distingué différents facteurs de localisation relatifs à l'accessibilité (proximité du centre-ville ou à une infrastructure -autoroute, gare). La proximité du centre-ville est ainsi le deuxième facteur le plus souvent cité. Elle permet d'avoir accès à toutes les autres aménités caractéristiques du centre-ville (activités commerciales et de services pour les sala-

riés, accès au réseau de transport urbain).

Viennent ensuite deux facteurs liés à l'accessibilité permise par des infrastructures : l'autoroute et la gare. L'activité des entreprises engendre des déplacements professionnels réalisés en voiture que la proximité de l'autoroute rend plus faciles (visiter la clientèle ou, dans le cas d'établissements, se rendre aux sièges qui se situent dans les régions limitrophes à Amiens, Strasbourg, Lille, Paris ou grande couronne parisienne). L'autoroute permet également un accès facile pour les salariés résidant en périphérie.

Par ailleurs, les facteurs de localisation « proximité de la gare » et « TGV » ont été là encore distingués puisque les entreprises n'ont pas les mêmes usages de la gare. Ainsi, les entreprises de main-d'œuvre comme les centres d'appel vont privilégier la proximité de la gare qui permet à leurs salariés et intérimaires de venir facilement par TER. En revanche, un accès rapide en TGV à Paris peut être utile mais n'apparaît pas comme principal facteur d'implantation.

Enfin, des entreprises qui reçoivent du public affirment être plus intéressées par une accessibilité généralisée qui résulte simultanément de la proximité du centre-ville, des transports urbains collectifs, de l'autoroute, de la gare et la possibilité de stationnement. Elle est intégrée dans le facteur de localisation « accessibilité ».

3.3.2. La hiérarchie des facteurs de localisation : une prédominance de l'offre de locaux mais qui varie selon la nature de la localisation

L'analyse du facteur de localisation cité en premier par les acteurs montre encore plus clairement l'importance des locaux disponibles (40 %). Viennent ensuite la proximité du centre-ville (24 %), puis la proximité de la gare et de la clientèle (12 % chacun). Comme second facteur, la proximité du centre-ville (28 %) et la proximité de l'autoroute (24 %) s'avèrent également importants (Tableau 4). Et enfin comme troisième facteur, les entreprises privilégient encore la proximité de l'autoroute (29,2 %), la proximité de la gare (20,8 %) et la disponibilité des locaux (20,8 %). Le TGV n'est en revanche jamais cité.

Le croisement des deux premiers facteurs de localisation évoqués par les établissements est également riche d'enseignements.

Le fait de citer la disponibilité de locaux (1er facteur) correspond à un profil type d'entreprises qui viennent aussi chercher la proximité du centre-ville (50 %) et de l'autoroute (30 %) (Tableau 5). En revanche, un autre profil d'entreprises privilégie globalement l'accessibilité par le biais de la proximité de la gare, de l'autoroute et du centre-ville. Enfin le troisième profil qui privilégie la proximité du centre-ville est caractérisé par une diversité de son second facteur de localisation.

*Tableau 4 : Hiérarchie des facteurs de localisation à Clairmarais
déclarés spontanément par les entreprises enquêtées*

Facteurs	En 1er Fréquences (%)	En 2ème Fréquences (%)	En 3ème Fréquences (%)
Locaux disponibles	40	8	20,8
Proximité du centre-ville	24	28	8,3
Proximité de la gare	12	12	20,8
Proximité clientèle et usagers	12	4	4,2
Zone de bureaux	8	-	-
Accessibilité	4	8	4,2
Proximité de l'autoroute	-	24	29,2
Loyer	-	4	-
Main d'œuvre étudiante	-	4	-
Quartier en développement	-	4	-
TGV	-	4	4,2
Parking	-	-	8,3
Total	100	100	100

Source : Enquête réalisée par les auteurs.

*Tableau 5 : Les deux premiers facteurs de localisation déclarés
spontanément par les entreprises enquêtées (en %)*

Facteur 1	Facteur 2										
	Accessibilité	Proximité de l'autoroute	Proximité du centre-ville	Proximité de la gare	Locaux disponibles	Loyer	Main-d'œuvre étudiante	Proximité clientèle et usagers	Quartier en développement	TGV	Total
Accessibilité										100	100
Proximité du centre-ville	16,7	16,7		33,3	16,7	16,7					100
Proximité de la gare		66,7	33,3								100
Locaux disponibles		30,0	50,0				10,0	10,0			100
Proximité clientèle et usagers	33,3		33,3	33,3							100
Zone de bureaux					50				50		100
Total	8,0	24,0	28,0	12,0	8,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	100

Source : Enquête réalisée par les auteurs.

Statistiquement, le premier facteur de localisation dépend de la nature des implantations¹². Les entreprises qui se relocalisent au sein de l'agglomération

¹² Pour le premier facteur, l'hypothèse H0 d'indépendance des deux variables testées (facteur 1 – nature de l'implantation) est rejetée. Le test exact de Fisher donne p = 0,02581.

avancent pour premier facteur de localisation la disponibilité des locaux (58,3 %) puis la proximité du centre-ville (33,3 %) (Tableau 6).

Tableau 6 : Le premier facteur de localisation et la nature de l'implantation

Nature de l'implantation	Relocalisation interne	Création endogène	Délocalisation	Création exogène	Total
Facteur 1					
Accessibilité			25,0 %		4,0 %
Proximité du centre-ville	33,3 %	33,3 %		16,7 %	24,0 %
Proximité de la gare	8,3 %		50,0 %		12,0 %
Locaux disponibles	58,3 %		25,0 %	33,3 %	40,0 %
Proximité clientèle et usagers		33,3 %		33,3 %	12,0 %
Zone de bureaux		33,3 %		16,7 %	8,0 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Source : Enquête réalisée par les auteurs.

Lors d'une création endogène, les facteurs de localisation sont indifféremment la proximité du centre-ville ou des clients et des usagers, ou la localisation dans une zone de bureau (respectivement 33,3 %) et cela en raison de la nature de l'activité exercée (services aux particuliers, à savoir restauration et bien-être qui visent la clientèle du centre d'affaires et du centre-ville).

En revanche, les implantations résultant d'une délocalisation privilégient la gare (50 %) puis indifféremment l'accessibilité ou les locaux disponibles. Cette prédilection pour la proximité de la gare résulte de l'existence de sièges sociaux localisés à Paris ou en Ile-de-France, dans le Nord ou en Alsace. Le TGV n'est pas forcément évoqué. Une accessibilité plus générale est recherchée (Cf. *supra*). Ainsi, globalement, seules ces implantations font de la gare le premier facteur de localisation.

En revanche, les facteurs de localisation ne semblent dépendre ni de l'année de la localisation, ni de la taille et de l'activité de l'établissement¹³.

Ces résultats semblent confirmer l'analyse théorique de la localisation des services. Selon les déclarations des entreprises enquêtées, le rôle de l'accessibilité demeure mais le TGV joue un rôle secondaire dans les choix de localisation. La localisation des services est en grande partie déterminée par la

¹³ Dans les trois cas, les différences observées ne sont pas statistiquement significatives. L'hypothèse H0 d'indépendance des deux variables testées ne peut être rejetée. Le test exact de Fisher conduit respectivement à $p = 0,8516$ (facteur 1 - date de l'implantation), $p = 0,6481$ (facteur 1 - taille de l'entreprise) et $p = 0,3385$ (facteur 1 - activité de l'établissement).

disponibilité de locaux à proximité du centre-ville.

Dans ce contexte, le TGV, assez peu utilisé par les entreprises d'origine locale, permet toutefois aux salariés des entreprises ayant leur siège à Paris, de se rendre à une réunion et de revenir dans la demi-journée.

3.4. LE RÔLE DU TGV EN TERMES D'IMAGE : LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE IMMOBILIÈRE DE BUREAUX

À l'examen des facteurs de localisation et du profil des entreprises implantées, c'est plutôt l'offre immobilière de bureaux qui semble être directement impactée par le TGV, alors que l'usage du TGV semble jouer un rôle secondaire.

Le TGV est utilisé par les investisseurs et les promoteurs en termes d'image de façon à promouvoir leurs investissements. La plupart des gares TGV ont fait l'objet de programmes d'immobilier de bureaux d'ampleur variable (« Euralille » à Lille, Novaxis au Mans, ou, exemple plus ancien, le centre d'affaires de La Part-Dieu à Lyon). Ces opérations, réalisées à proximité immédiate des centres-villes s'avèrent au fil du temps remporter un certain succès. Ce n'est pas forcément le cas des gares TGV situées en périphérie, ou aux abords des petites villes. Plusieurs « échecs » sont en effet relatés dans la littérature (comme Le Creusot TGV en raison de l'absence d'autres facteurs de localisation classiques tels que la centralité jugée indispensable par certaines entreprises de service ; BAZIN et alii, 2006).

Les investisseurs jouent donc sur une combinaison de facteurs (centralité, accessibilité autoroutière, ferroviaire et interurbaine) associée au TGV qui confère au quartier une image de modernité et de qualité de vie au travail (centre-ville proche, bureaux agréables, parkings disponibles). Le TGV jouerait donc plutôt un rôle déclencheur dans la dynamique de construction immobilière dans ce type de quartier. Les acteurs publics cherchent à dégager des surfaces foncières permettant à des investisseurs de se positionner. Les investisseurs privés cherchent à profiter d'opérations qu'ils anticipent comme pouvant être potentiellement rentables. Les entreprises locales saisissent cette offre pour se relocaliser et travailler dans des locaux normalisés. Ces éléments constituent des signaux positifs pour certaines entreprises extérieures qui, sensibilisées par une politique de marketing territorial efficace, viennent s'y localiser. Une enquête réalisée en février 2007 par la CCI de Reims (CCIRE, 2007) auprès des entreprises régionales quant à leur vision du TGV-Est, confirme cet effet d'image que le TGV confère au territoire¹⁴. De même, si les entreprises enquêtées reconnaissent l'importance

¹⁴ Sur les cinq axes potentiels en termes d'impact présentés à ces entreprises (image et attractivité de la région, développement économique, déplacements professionnels, déplacements des fournisseurs et clients, recrutement des collaborateurs), c'est l'image et l'attractivité de la région qui arrivent en tête pour 86 % des entreprises.

de l'accessibilité dans leurs stratégies d'implantation, celle-ci n'est pas particulièrement liée à la présence du TGV, hormis dans quelques rares cas.

Lors des entretiens, deux entreprises n'ayant pas cité le TGV comme l'un des 3 facteurs expliquant leur localisation déclarent cependant être intéressées par l'accessibilité accrue qu'il permet (accessibilité rapide au siège à proximité de la gare de l'Est). Le TGV n'a ainsi pas été le facteur déclenchant de leur implantation à Reims. En effet, l'une d'entre elle y était déjà localisée depuis 1997 et s'est relocalisée à Clairmarais. Une autre correspond à une entreprise exogène, implantée en 2004, avec pour facteur principal de localisation, la proximité du marché.

D'autres entreprises ayant évoqué le TGV lors de ces entretiens sont déçues par la desserte proposée. Pour l'une d'entre elles ayant son siège à Francfort, les employés continuent à se déplacer en voiture pour s'y rendre puisqu'à ce jour la desserte vers l'Allemagne n'est pas directe. Une autre entreprise dont le siège est à Marne-la-Vallée souligne que les horaires proposés ne permettent aucune souplesse, le personnel continue donc à se déplacer au siège en voiture.

Nombre d'entreprises interrogées signalent que le TGV peut éventuellement leur être utile, mais n'indiquent pas l'utiliser, ou de façon relativement marginale. Beaucoup se rendent au siège par autoroute lorsque celui-ci est à Lille (en raison de la faiblesse de la desserte, 4 allers et retours TGV par jour de la gare de Bezannes), à Amiens (pas de desserte TGV) ou à Lyon (pas de desserte directe). De même, l'utilisation du TGV pour visiter la clientèle n'est pas du tout mentionnée, ce qui peut s'expliquer par la présence majoritaire de services courants.

4. CONCLUSION

Cet article avait pour objectif d'identifier le rôle du TGV dans les choix de localisation des entreprises qui s'implantent dans des centres d'affaires des gares TGV. D'un point de vue théorique, l'analyse des facteurs traditionnels de localisation interurbaine des entreprises est insuffisante pour expliquer ces choix. Il est nécessaire d'analyser les choix de localisation intra-urbains. Or dans un contexte de tertiarisation des activités et de recentrage des entreprises sur leur « *core business* », l'offre immobilière est devenue un des facteurs déterminants des choix de localisation. L'enquête réalisée auprès d'entreprises localisées dans le quartier Clairmarais situé derrière la gare centrale de Reims, montre l'importance de la disponibilité de locaux répondant aux standards contemporains, de la proximité du centre-ville, des infrastructures de transport et de la clientèle. Si le TGV intervient dans ces choix, il demeure marginal pour la plupart des entreprises enquêtées. Aussi n'apparaît-il pas comme un facteur crucial pour une implantation même si pour des raisons d'image et de dynamisme, les villes TGV sont plus souvent

dans les « *short lists* » lors d'un processus d'implantation. En revanche, il nous semble impacter de façon significative l'offre immobilière de bureaux. En effet, la mise en place d'une desserte TGV favorise l'émergence d'une réflexion sur le devenir de l'agglomération et du quartier de la gare. Elle invite les acteurs à repenser la fonction des quartiers d'arrière gare demeurés longtemps des quartiers « mal famés ». Par leurs politiques d'urbanisme, les collectivités locales favorisent la libération et l'acquisition de foncier par les promoteurs afin de permettre la redynamisation de ces quartiers grâce au développement notamment d'une offre immobilière de bureaux. Les promoteurs s'y intéressent puisque ces quartiers cumulent les facteurs recherchés par les entreprises, notamment la proximité du centre-ville. Le TGV est donc un élément déclencheur qui procure une image de modernité aux opérations immobilières réalisées. L'enquête menée sur l'agglomération de Reims met également en évidence le rôle du TGV dans le changement d'image du quartier et dans la volonté de développer l'offre immobilière. Elle devrait toutefois être poursuivie en raison du manque de recul (un an après la mise en service du TGV). Par ailleurs, elle s'est adressée essentiellement aux entreprises implantées dans le quartier d'affaires. Or l'analyse théorique que nous proposons montre que l'analyse du comportement des promoteurs apparaît cruciale dans la compréhension du rôle du TGV dans les choix de localisation. Aussi serait-il intéressant de valider d'un point de vue empirique l'analyse des choix du promoteur et la nature de son contexte décisionnel. Un tel travail permettrait de conforter les résultats obtenus.

BIBLIOGRAPHIE

AGUILERA A. (2002) Services aux entreprises, centralité et multipolarisation, le cas de Lyon. **Revue d'Economie Régionale et Urbaine**, n° 3, pp. 397-422.

AGUILERA A. (2003a) La localisation des services aux entreprises dans la métropole lyonnaise : entre centralité et diffusion. **L'espace géographique**, Vol. 32, n° 2, pp. 128-140.

AGUILERA A. (2003b) Service relationship, market area and the intrametropolitan location of business services. **The Service Industries Journal**, Vol. 23, n° 1, pp. 43-58.

AUDRR (2008) **Economie, Chiffres clés, Agglomération rémoise**. 4 p.

BAZIN S., BECKERICH C., DELAPLACE M., MASSON S. (2004) **Analyse prospective des impacts de la Ligne Grande Vitesse Est-Européenne dans l'agglomération rémoise et en région Champagne-Ardenne**. Rapport intermédiaire remis à la région Champagne-Ardenne, 270 p.

BAZIN S., BECKERICH C., DELAPLACE M. (2006) **Analyse prospective des impacts de la Ligne Grande Vitesse Est-Européenne dans l'agglomération rémoise et en région Champagne-Ardenne**. Rapport final pour le Conseil Régional Champagne-Ardenne, 495 p. + ann.

BEAUREGARD R.A. (2005) The Textures of Property Markets: Downtown Housing and Office Conversions in New York City. **Urban Studies**, Vol. 42, n° 13, pp. 2431-2445.

BÉRION P., JOIGNAUX G., LANGUMIER J.-F. (2007) **L'évaluation socio-économique des infrastructures de transport : enrichir les approches du développement territorial**. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n° 4, pp. 651-676.

BRICOUT T. (1996) **Impact du TGV sur les entreprises du tertiaire supérieur du Nord-Pas-de-Calais**. Mémoire de maîtrise, UVHC.

BUISSON M.A. (1986) **Effets indirects du TGV et transformations du tertiaire supérieur en Rhône-Alpes**. Lyon, Laboratoire d'Economie des Transports, 87 p. (Coll. Études et Recherches).

BURMEISTER A., MEUNIER C., RALLET A., RYCHEN F. (2003) Réseaux de transports et de télécommunications et efficacité des systèmes productifs. In C. DUPUY, A. BURMEISTER **Entreprises et territoires, les nouveaux enjeux de la proximité**.

CAR (Communauté d'agglomération de Reims) (2004) **Revue de la CAR**. n° 78.

CCIRE (2007) **Ce que les entreprises disent du TGV-Est**.

CHARNEY I. (2007) Intra-metropolitan preferences of property developers in greater Toronto's office market. **Geoforum**, Vol. 38, pp. 1179-1189.

CHRISTALLER W. (1933) **Die Zentralen Orte in Süddeutschland**. Iena.

COFFEY W.-J., POLESE M. (1987) Trade and Location of Producer Services; a Canadian Perspective. **Environnement and Planning A**, Vol. 19, pp. 597-611.

CROUZET E. (2001) Géographie économique des bureaux : l'organisation urbaine en question. **L'espace géographique**, n° 3, pp. 256-264.

CROUZET E. (2003) L'immobilier de bureau dans l'espace urbain : évolutions des approches théoriques. **Géocarrefour**, Vol. 78, n° 4, pp. 269-279.

DEMAZIERE C. (2003) L'implication des pouvoirs publics locaux dans la production d'immobilier d'entreprise : le cas des centres d'appels dans deux agglomérations de taille moyenne, Orléans et Tours. **Géocarrefour**, Vol. 78, pp. 363-373.

- DOSI G. (1988) Sources, procedures and microeconomic effects of innovation. **Journal of Economic Literature**, Vol. 26, pp. 1120-1171.
- FNAU (2007) **Immobilier de bureaux & métropolisation, Reflets du marché & moteurs de développement**.
- HARRIS C. D., ULMANN E. L. (1945) The nature of cities. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Vol. 242, pp. 7-17.
- HOTELLING H. (1929) Stability in competition. **Economic Journal**, n° 39, pp. 41-57.
- HOYT H. (1954) On development of Economic Base Concept. **Land Economics**, pp.182-186.
- JOUVAUD M. (1996) Les services aux entreprises selon leurs facteurs de localisation. **Revue d'Économie Régionale et Urbaine**, n° 3, pp. 597-625.
- JOUVAUD M. (1998) **Localisation des services aux entreprises et croissance des agglomérations**. Université d'Aix-Marseille, 287 p. (Thèse de Doctorat en Sciences Économiques).
- JOUVAUD M. (1999) **Qualités environnementales et localisation des services aux entreprises**. Notes de recherche du CER d'Aix-Marseille III, n° 220.
- LACAZE J.P. (1995) **La ville et l'Urbanisme**. Flammarion, 127 p.
- LEO P.-Y., PHILIPPE J. (1998) Tertiarisation des métropoles et centralité. Une analyse de la dynamique des grandes agglomérations en France. **Revue d'Économie Régionale et Urbaine**, n° 1, pp. 63-84.
- LÖSCH A. (1941) **Die Räumliche Ordnung der Wirtschaft**. Iena, Gustav Fischer.
- LÖSCH A. (1954) **The Economics of Location**. 2nd ed., trans. W. H. WOGLOM with the assistance of W. F. STOLPER (New Haven, CT, 1954), first published in 1940.
- LOUW J. (1998) Accommodation As a Location Factor For Office Organisation: Implication For Location Theory. **Neth. Journal of Housing and the Build Environment**, Vol. 13, n° 4, pp. 477-494.
- MANNONE V. (1995) **L'impact régional du TGV Sud-Est**. Université de Provence Aix-Marseille I, 2 tomes (Thèse pour l'obtention du doctorat de géographie).
- MERENNE-SCHOUMAKER B. (2003) L'émergence d'un marché d'immobilier d'entreprise. L'exemple de la Wallonie. **Géocarrefour**, Vol. 78, pp. 295-300.

MERENNE-SCHOUMAKER B., MOYART L. (2007) Les dynamiques de localisation des services aux entreprises. In C. GALLOUJ, F. LELOUP, B. MERENNE-SCHOUMAKER, L. MOYART. (Eds) **Services aux entreprises et développement régional, Bilan et perspectives**. De Boeck.

MOULAERT F., GALLOUJ C. (1994) Tertiaire supérieur, hiérarchie urbaine et politique publique : quelques réflexions analytiques. In PLAN URBAIN (éd.) **Les villes européennes de tradition industrielle : mutations économiques et politiques urbaines**. Presses Universitaires de Lille, pp. 185-202.

NELSON R., WINTER S. (1982) **An evolutionary theory of economic change**. Cambridge (Mass.), The belknap of Harvard University.

NESSY J.Y (1977) **Le marché des bureaux en région parisienne (une étude empirique : 1962-1976)**. Paris, Panthéon-Sorbonne (Thèse de Doctorat d'État, Sciences Économiques).

OLLIVRO J. (1997) **TGV et fonctions supérieures dans les régions Bretagne et Pays de la Loire**. R.E.S.O., Université de Rennes II.

POLESE M. (1994) **Economie Urbaine et Régionale : logiques spatiales des mutations économiques**. Paris, Economica.

SHEARMUR R., ALVERGNE C. (2002) Intrametropolitan Patterns of High-order Business Service Location: A Comparative Study of Seventeen Sectors in Ile-de-France. **Urban Studies**, Vol. 39, n° 7, pp. 1143-1163.

TORRE A. (2006) Clusters et systèmes locaux d'innovation, Un retour critique sur les hypothèses naturalistes de la transmission des connaissances à l'aide des catégories de l'économie de la proximité. **Régions et Développement**, n° 24, pp. 15-44.

VON THUNEN J. H. (1826) **Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie**.

WEBER A. (1909) **Über den Standort der Industrien**. Tübingen, Verlag von J.C.B. Mohr.