

DIRECTION RÉGIONALE DE L'ÉQUIPEMENT DE BASSE-NORMANDIE

SERVICE DE L'ANALYSE TERRITORIALE ET DE L'AMENAGEMENT



LE PROFIL DES ZONES D'ACTIVITE DE LA BASSE-NORMANDIE

Rapport final
Février 2003



Isabelle LEBON, Université du Havre
Frédéric GAVREL, Université du Havre

Table des matières

Introduction	1
1. Description des zones d'activité répertoriées dans notre base de données	3
1.1. Les zones d'activité et leur surface	3
1.2. La création des zones d'activité	8
1.2.1. Les dates de début de commercialisation des zones d'activité	8
1.2.2. Des dates et des surfaces	10
1.3. Taux de commercialisation et surface disponible viabilisée	12
1.3.1. Les taux de commercialisation	12
1.3.2. Les surfaces disponibles viabilisées	16
1.3.3. Taux de commercialisation et date de création des zones d'activité	18
1.4. Les prix de vente et prix de revient	20
1.4.1. Les prix de vente des zones d'activité	21
1.4.2. Les prix de revient	24
1.5. Les taux de taxe professionnelle	26
1.6. Les études de faisabilité	30
1.7. Les autres caractéristiques des zones d'activité de la région	35
2. Les zones « zoom »	36
2.1. Bayeux, Calvados	37
2.2. Caen, Calvados	40
2.3. Lisieux, Calvados	44
2.4. Flers-Condé, Calvados et Orne	47
2.5. Cherbourg, Manche	50
2.6. Avranches, Manche	52
2.7. Saint-Lô, Manche	54
2.8. Valognes, Manche	57
2.9. Alençon, Orne	60
2.10. Argentan, Orne	62
2.11. L'Aigle, Orne	65
3. La commercialisation des nouvelles ZA dans les différentes zones d'emploi : les effets de concurrence et de congestion	69
4. Les zones d'activité les mieux et les moins bien commercialisées	71
4.1. Les zones à fort taux de commercialisation	71
4.2. Les zones à faible taux de commercialisation	74
4.3. Que conclure de cette comparaison statique ?	75
5. La mesure de l'attractivité des zones d'activité entre les souhaits des entreprises et l'étude de la vitesse de commercialisation	78
5.1. Les critères d'implantation des entreprises	78
5.1.1. Les spécificités des entreprises interrogées	78
5.1.2. Les critères d'implantation des entreprises hier et aujourd'hui	79
5.2. Etude dynamique : quels sont les facteurs de la vitesse de commercialisation des zones d'activités ?	82

Conclusion	88
Annexe 1 : Glossaire	90
Annexe 2 : Le questionnaire aménageur	93
Annexe 3 : Le questionnaire entreprise	102
Annexe 4 : Analyse économétrique	109
Annexe 5 : Les entreprises interrogées	112

Liste des graphiques

La répartition des zones d'activité	3
La répartition de la surface des zones d'activité	3
La surface moyenne des zones d'activité	5
La surface d'activité en fonction de la taille des ZA	6
La contribution des différents types de ZA à la surface totale d'activité	6
Les dates de début de commercialisation des zones d'activité	8
La surface moyenne des ZA en fonction de leur date de création	11
Le taux de commercialisation	13
Le taux de commercialisation en fonction de la surface des ZA	14
La surface disponible viabilisée et la surface potentiellement disponible	18
Le taux de commercialisation en fonction de la date de création	19
Les prix moyens des zones d'activité	23
Le prix moyen en fonction du taux de commercialisation	23
Le taux de taxe professionnelle en fonction du taux de commercialisation	29
Le taux de taxe professionnelle en fonction des surfaces commercialisées	29
Les études de faisabilité	32
Etude de faisabilité et taux de commercialisation des ZA	32
La surface d'activité dans les différents bassins d'emploi	36
Population et surface d'activité	37
Evolution de la surface de ZA – Bayeux	38
La surface totale des zones d'activité – Bayeux	38
Le prix des surfaces disponibles viabilisées – Bayeux	39
Les surfaces des ZA – Bayeux	39
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Bayeux	40
Evolution de la surface de ZA – Caen	40
La surface totale des zones d'activité – Caen	43
Les surfaces des ZA – Caen	43
Le prix des surfaces disponibles viabilisées – Caen	44
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Caen	44
Les surfaces des ZA – Lisieux	46
Le prix des surfaces disponibles viabilisées – Lisieux	46
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Lisieux	47
Evolution de la surface de ZA – Flers-Condé	47
La surface totale des zones d'activité – Flers-Condé	48
Les surfaces des ZA – Flers-Condé	49
Le prix des surfaces disponibles viabilisées – Flers-Condé	49
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Flers-Condé	50
La surface totale des zones d'activité – Cherbourg	51
Les surfaces des ZA – Cherbourg	52
La surface totale des zones d'activité – Avranches	53
Les surfaces des ZA – Avranches	54
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Avranches	54
Evolution de la surface de ZA – Saint-Lô	55
La surface totale des zones d'activité – Saint-Lô	56
Les surfaces des ZA – Saint-Lô	56
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Saint-Lô	57
Evolution de la surface de ZA – Valognes	58
La surface totale des zones d'activité – Valognes	59

Les surfaces des ZA – Valognes	59
Le prix des surfaces disponibles viabilisées – Valognes	60
La surface totale des zones d'activité – Alençon	60
Les surfaces des ZA – Alençon	61
Le prix des surfaces disponibles viabilisées – Alençon	62
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Alençon	62
Évolution de la surface de ZA – Argentan	63
La surface totale des zones d'activité – Argentan	64
Les surfaces des ZA – Argentan	64
Les taux de taxe professionnelle des ZA – Argentan	65
La surface totale des zones d'activité – L'Aigle	66
Les surfaces des ZA – L'Aigle	67
Le prix des surfaces disponibles viabilisées – L'Aigle.....	67
La comparaison de la surface moyenne des ZA en fonction de l'échantillon retenu	75
La comparaison des prix de vente moyens pondérés des ZA en fonction de l'échantillon retenu	76
La comparaison des taux moyens pondérés de taxe professionnelle en fonction de l'échantillon retenu	76
La distribution de la date d'implantation des entreprises interrogées	78

Liste des tableaux

Tableau 1 : La distribution des zones d'activité en fonction de leur surface	5
Tableau 2 : Les dates de création des zones d'activité	10
Tableau 3 : La répartition des zones en fonction du taux de commercialisation	13
Tableau 4 : La répartition des surfaces disponibles viabilisées	16
Tableau 5 : Distribution des prix de vente des ZA par quartile	22
Tableau 6 : Les taux moyens et médian de taxe professionnelle	28
Tableau 7 : Les corrélations entre le taux de commercialisation des nouvelles ZA et différents critères de surface	70
Tableau 8 : Les prix moyens des zones commercialisées à 80% et plus	72
Tableau 9 : Les taux moyens de taxe professionnelle des zones commercialisées à 80% et plus	72
Tableau 10 : Les prix moyens des zones commercialisées à 20% au plus	74
Tableau 11 : Les taux moyens de taxe professionnelle des zones commercialisées à 20% au plus	75
Tableau 12 : Les six principaux critères de choix d'implantation des entreprises au moment de leur implantation et en cas de nouvelle implantation aujourd'hui	81
Tableau 13 : Les corrélations entre la vitesse de commercialisation et différents critères en fonction du département	83

Liste des cartes

Surface totale des zones d'activité de Basse-Normandie	4
Répartition des zones d'activités selon la surface totale	7
Dates de création des zones d'activités	9
Taux de commercialisation des zones d'activité selon la surface	15
Surfaces disponibles viabilisées des zones d'activité	17
La gestion intercommunale des ZA de Basse-Normandie	25
Les taux de taxe professionnelle	27
L'existence d'une étude de faisabilité sur les zones d'activité	31
La signalétique des zones d'activité	34
Zones d'activités de Bayeux	37
Zones d'activités de Caen	42
Zones d'activités de Lisieux	45
Zones d'activités de Flers-Condé	48
Zones d'activités de Cherbourg	51
Zones d'activités de Avranches	53
Zones d'activités de Saint-Lô	55
Zones d'activités de Valognes	58
Zones d'activités de Alençon	61
Zones d'activités de Argentan	63
Zones d'activités de L'Aigle	66
Taux de commercialisation et localisation des zones d'activité	73
La progression du taux de commercialisation des zones d'activité entre 1998 et 2002 ...	84

Introduction

Les zones d'activité économique sont l'un des instruments majeurs de l'aménagement du territoire. Leur gestion doit donc s'inscrire dans une perspective de développement régional durable. L'étude que nous avons réalisée pour mesurer les réussites et les points faibles de ces zones dans le développement industriel et tertiaire, a nécessité en premier lieu d'en dresser un panorama complet.

Par zone d'activité (ZA), on désigne des regroupements d'activité économique qui suivant leur spécificité réelle ou supposée, sont communément appelés : zone industriel, zone artisanale, zone commerciale, zone tertiaire, parc d'activité, Ces zones ont en commun de se situer sur un terrain aménagé initialement par un maître d'ouvrage (souvent la commune ou la communauté de communes) qui l'a cédé ou loué aux différentes entreprises implantées.

Nous avons donc mené une enquête exhaustive¹ auprès des aménageurs des zones d'activité. Cette enquête avait pour but de réunir un grand nombre de renseignements tant quantitatifs que qualitatifs sur les zones. Cependant, nos enquêteurs se sont heurtés à des difficultés importantes, certaines des informations recherchées étaient souvent, voire systématiquement, méconnues des aménageurs. Ainsi, les niveaux du prix de revient des zones n'ont pu être que très rarement renseignés et les informations concernant la SHON des entreprises implantées sont quasiment inexistantes. Par ailleurs, le temps que les interlocuteurs étaient susceptibles de consacrer à l'enquête a limité la quantité de renseignements obtenus.

De même, nous avons réalisé une enquête auprès de quelques entreprises de la région pour connaître les raisons de leur choix d'implantation. A cet effet, nous avons sélectionné un échantillon d'entreprises de différents secteurs. Il s'agit plutôt de grandes entreprises et dans la mesure du possible d'entreprises nouvellement créées ou d'entreprises provenant d'autres régions.

A partir des bases de données ainsi constituées, nous avons réalisé l'étude qui est présenté dans ce rapport. Celui-ci s'organise selon le plan suivant :

Dans une première partie, nous avons présenté sous forme statistique, graphique et cartographique les caractéristiques principales des zones d'activité dans les trois départements de la Basse-Normandie. Sur cette base, nous avons tenté de synthétiser et d'analyser les informations les plus intéressantes en croisant de façon adéquate les différents renseignements en notre possession.

Dans une deuxième partie, nous nous sommes concentrés sur la description des différents bassins d'emploi de la région afin de proposer une information très précise sur les zones d'activité de chacun d'entre eux.

Une rapide troisième partie, plus analytique, nous a permis d'aborder la question de la concurrence entre les zones d'activité situées dans les différents territoires.

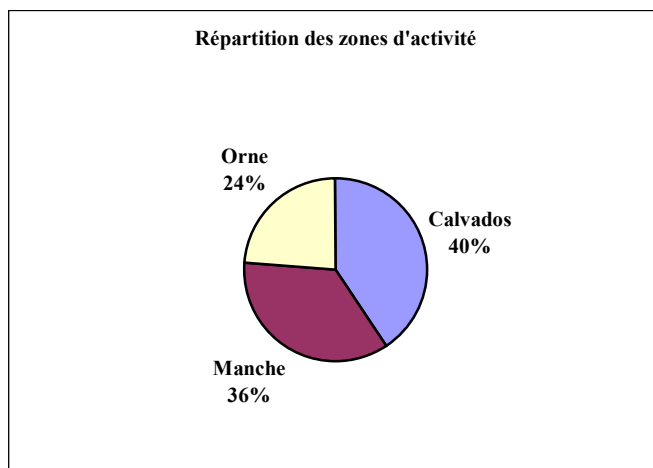
¹ L'enquête a été menée de février à avril 2002.

Finalement, nous avons spécifié les caractéristiques des zones d'activité susceptibles d'agir sur leurs conditions de commercialisation. Cette analyse a comporté deux étapes. Tout d'abord, une étude statique a permis d'observer les caractéristiques des zones les mieux et les moins bien commercialisées et de dégager leurs spécificités. A la seconde étape, nous avons mené une étude dynamique sur la vitesse de commercialisation pour en croiser ensuite les résultats avec ceux de l'enquête effectuée auprès des entreprises. Nous avons alors été en mesure d'apprécier l'attractivité des zones d'activité.

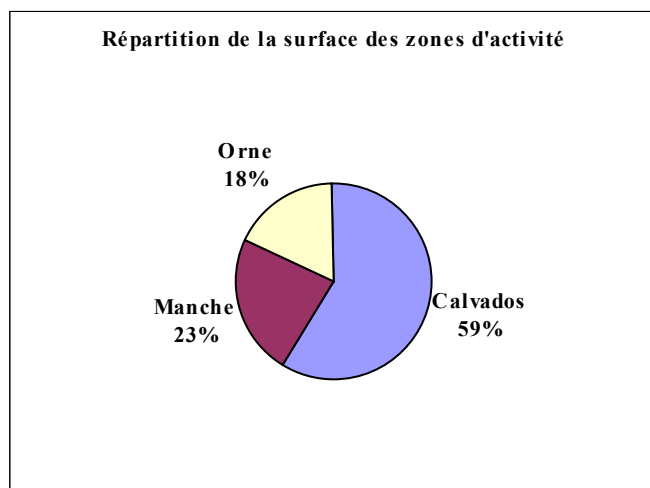
1. Description des zones d'activité répertoriées dans notre base de données

1.1 Les zones d'activité et leur surface

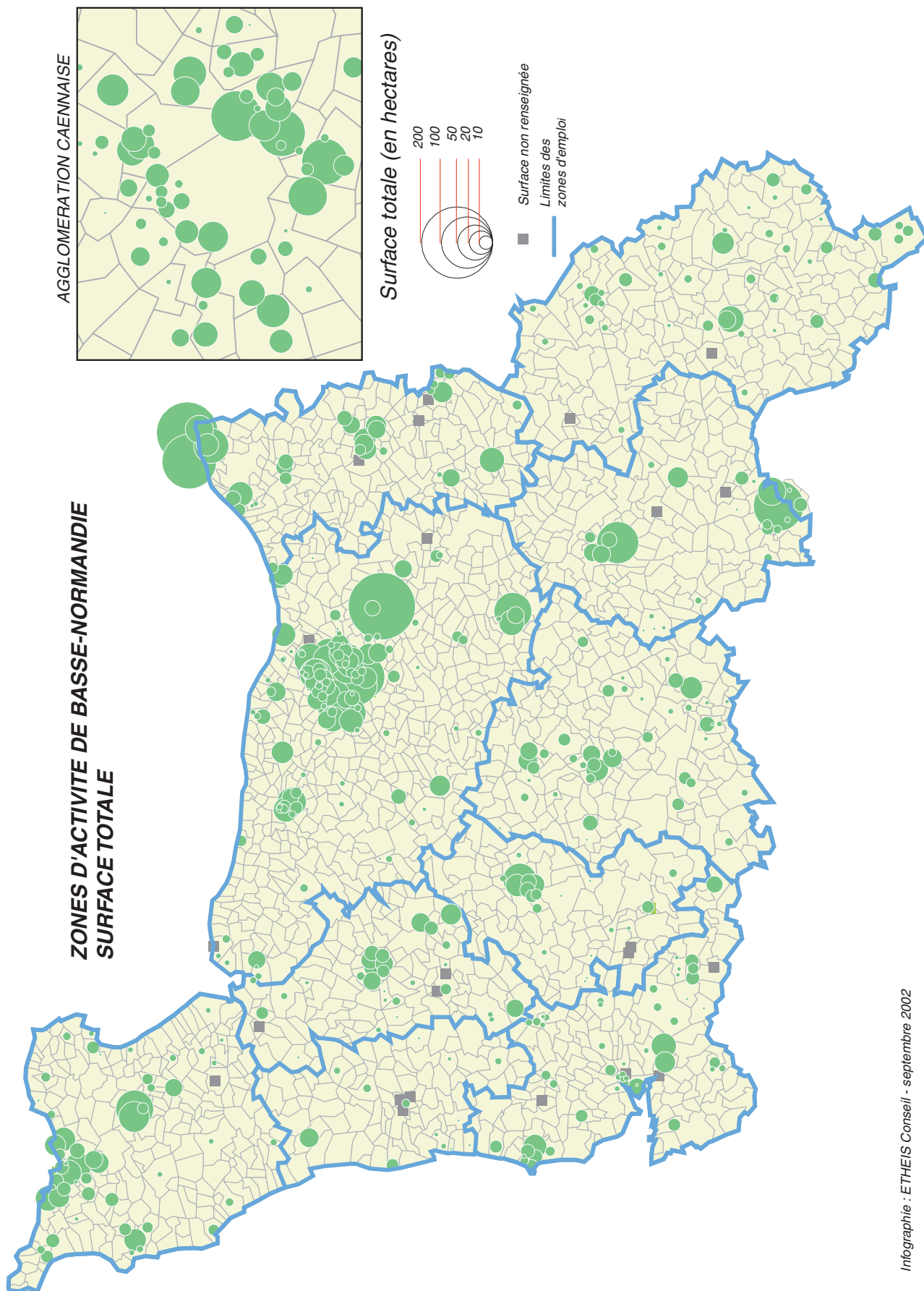
La Basse-Normandie compte 465 zones d'activité.



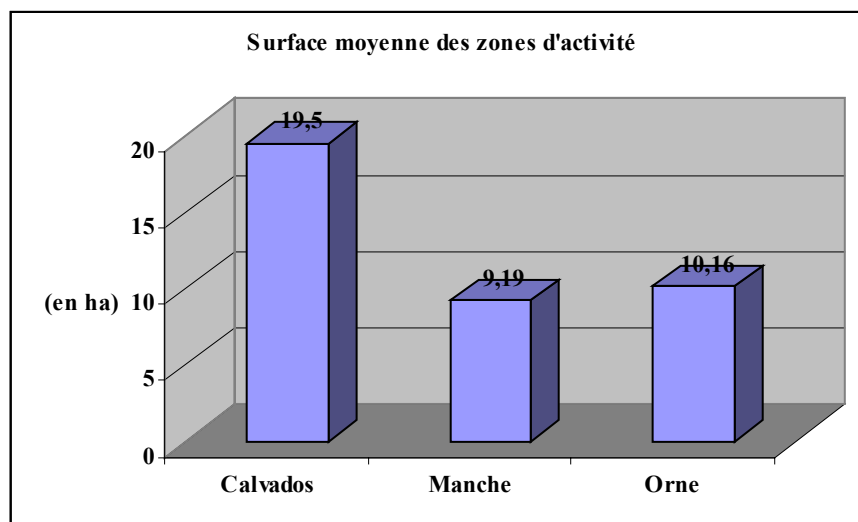
189 de ces zones sont répertoriées dans le Calvados, alors que 166 sont localisées dans la Manche et 111 dépendent du département de l'Orne dont deux sont effectivement localisées dans la Sarthe. Cependant, cette répartition en termes de nombre de zones d'activité ne reflète qu'imparfaitement la répartition de leur surface :



On comptabilise 3 451,5 ha de zones d'activité (y compris la voirie) dans le Calvados, 1 368,52 ha dans la Manche et 1 087,42 ha dans l'Orne. La surface moyenne des zones d'activité est donc très supérieure dans le Calvados (19,5 ha) à celle calculée pour la Manche (9,19 ha) ou pour l'Orne (10,16 ha).



On obtient ainsi un total de 5 908,44 ha de surface d'activité pour l'ensemble de la Basse-Normandie. Cependant, la « surface totale » n'est pas renseignée pour 33 des 465 zones. Il est difficile d'extrapoler leurs surfaces à partir de la surface moyenne des zones calculée dans chaque département, car il s'agit probablement de petites zones. On peut donc estimer à environ 6 000 hectares la surface de zones d'activité en Basse-Normandie.



La « surface totale hors voirie » n'est que rarement renseignée dans notre base (pour un quart des zones seulement). Cependant, à partir des zones pour lesquelles la « surface totale » et la « surface totale hors voirie » sont simultanément renseignées, nous avons estimé la part consacrée à la voirie à 11% dans le Calvados, 10% dans la Manche et 9% dans l'Orne. En retenant cette estimation, on arrive à une surface totale hors voirie de 3 072 ha dans le Calvados, 1 232,6 ha dans la Manche et 989,5 ha dans l'Orne. Soit un total de 5 294 ha de zones d'activité hors voirie.

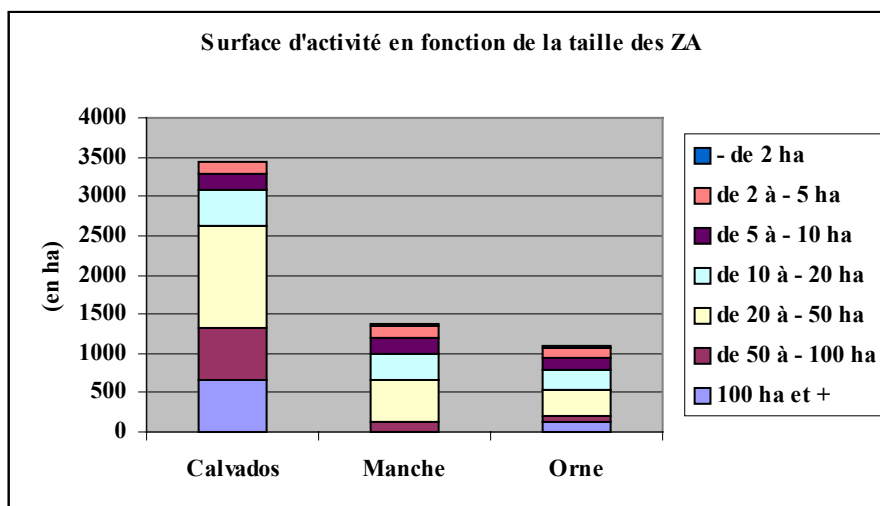
A l'intérieur de chaque département, les surfaces moyennes des zones d'activité cachent des disparités importantes comme le montre le tableau suivant qui fait le point sur les ZA existant en 2002 :

Tableau 1 : La distribution des ZA en fonction de leur surface

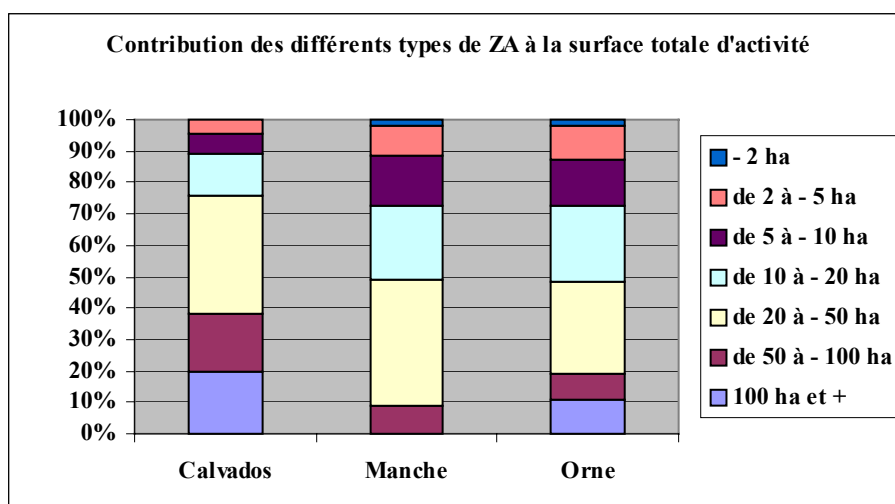
	Calvados	Manche	Orne
nb ZA de + 100 ha	5	0	1
nb ZA de 50 à – 100 ha	11	2	1
nb ZA de 20 à – 50 ha	44	20	11
nb ZA de 10 à – 20 ha	34	26	20
nb ZA de 5 à – 10 ha	29	32	23
nb ZA de 2 à – 5 ha	54	43	36
nb ZA de – 2 ha	10	25	15
nb total de ZA	189	166	111
Plus petite zone (en ha)	0,56	0,51	0,4
Plus vaste zone (en ha)	200	73	120
Surface moyenne (en ha)	19,5	9,19	10,16
Surface médiane (en ha)	10	5	5

En regardant le tableau ci-dessus et la carte page suivante, on observe une forte dispersion de la surface réservée aux zones d'activité. Il existe en effet un très grand nombre de petites zones, 183 ZA en Basse-Normandie comportent moins de 5 hectares, soit plus de 39% des zones d'activité. La présence d'une multitude de petites zones est illustrée par la forte différence (du simple au double) entre la surface médiane et la surface moyenne. Quel que soit le département étudié, le saupoudrage de petites zones est donc une réalité.

Cependant, les deux graphiques suivants font apparaître la faible contribution de ces petites zones à la surface totale d'activité.

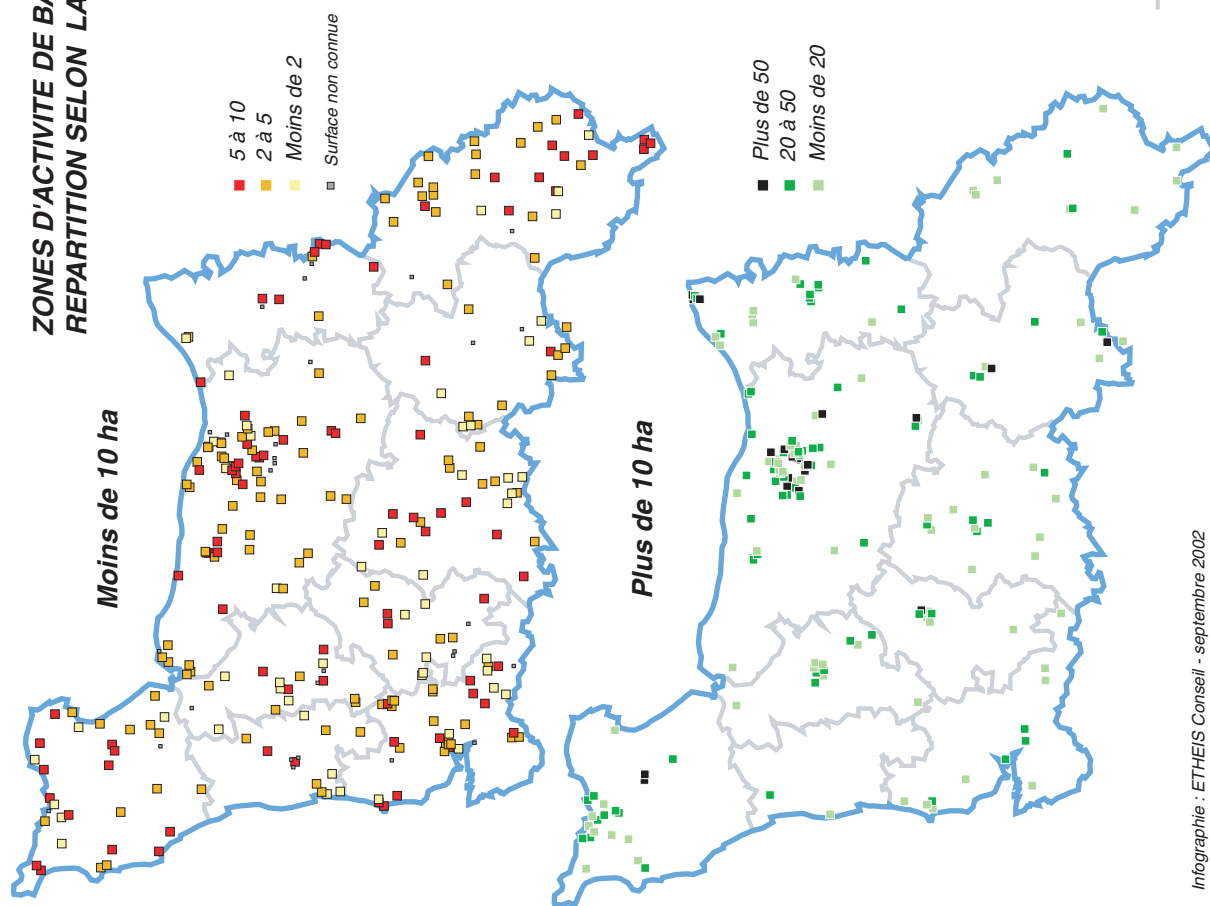


Notons que la contribution des zones de plus de 100 ha à la surface totale d'activité est surestimée dans le Calvados à cause de la prise en compte de la ZIPEC d'Honfleur à laquelle une surface de 140 ha est attribuée ici, alors qu'elle n'est pas véritablement commercialisable pour le moment.

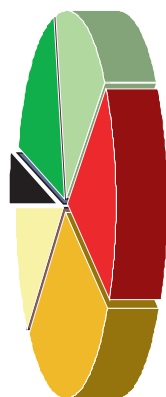


Ce sont les grandes zones qui regroupent la plus grande partie de la surface réservée aux activités dans la région. En effet, si l'on considère les zones de 10 hectares et plus, elles représentent environ 70% de la surface des zones d'activité dans l'Orne et dans la Manche et 90% dans le Calvados. Les trois cartes ci-dessus font apparaître que si les petites zones sont

ZONES D'ACTIVITE DE BASSE-NORMANDIE REPARTITION SELON LA SURFACE TOTALE



Basse-Normandie



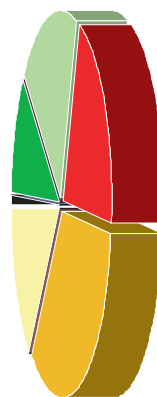
Calvados



Manche



Orne



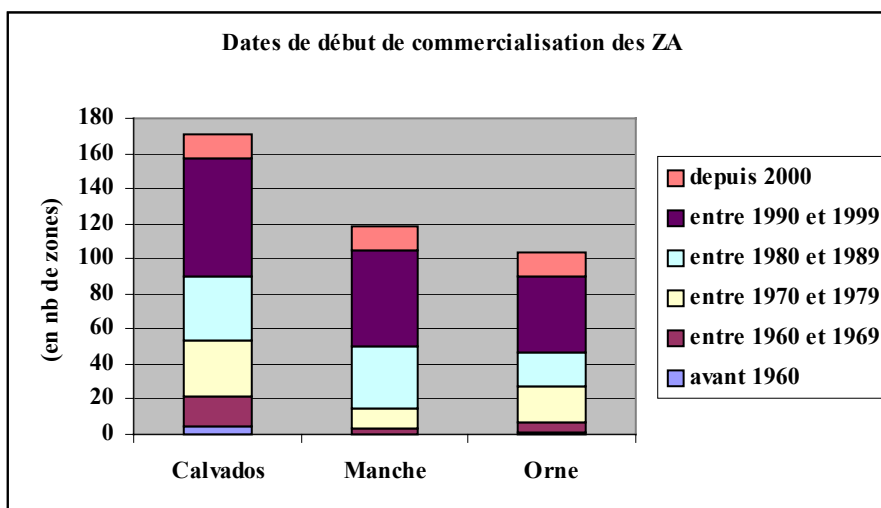
disséminées un peu partout dans la région, les vastes zones sont clairement regroupées autour des centres urbains (la plus grande ZA de la région, celle de Moulton est située un peu en marge de Caen sur l'autoroute A13).

1.2. La création des zones d'activité

L'aménageur de la ZA est connu pour 395 des 465 zones de la région. Dans 60% des cas, l'aménageur de la zone est la commune, et dans 25% un EPCI ou un syndicat intercommunal. Environ 10% des zones ont quant à elles eut un aménageur privé. Les CCI sont aussi à l'origine de quelques ZA. Dans la plupart des cas, l'aménageur commercialise directement sa zone. Seules 20% des zones environ annoncent avoir développé un système de commercialisation qui se limite bien souvent à l'édition d'une plaquette ou à la mise en place d'un site internet spécifique. Cependant, quelques aménageurs ont délégué complètement la commercialisation de leur zone à un organisme extérieur tel que la SHEMA ou la SEM du Grand Caen, par exemple.

1.2.1 Les dates de début de commercialisation des zones d'activité

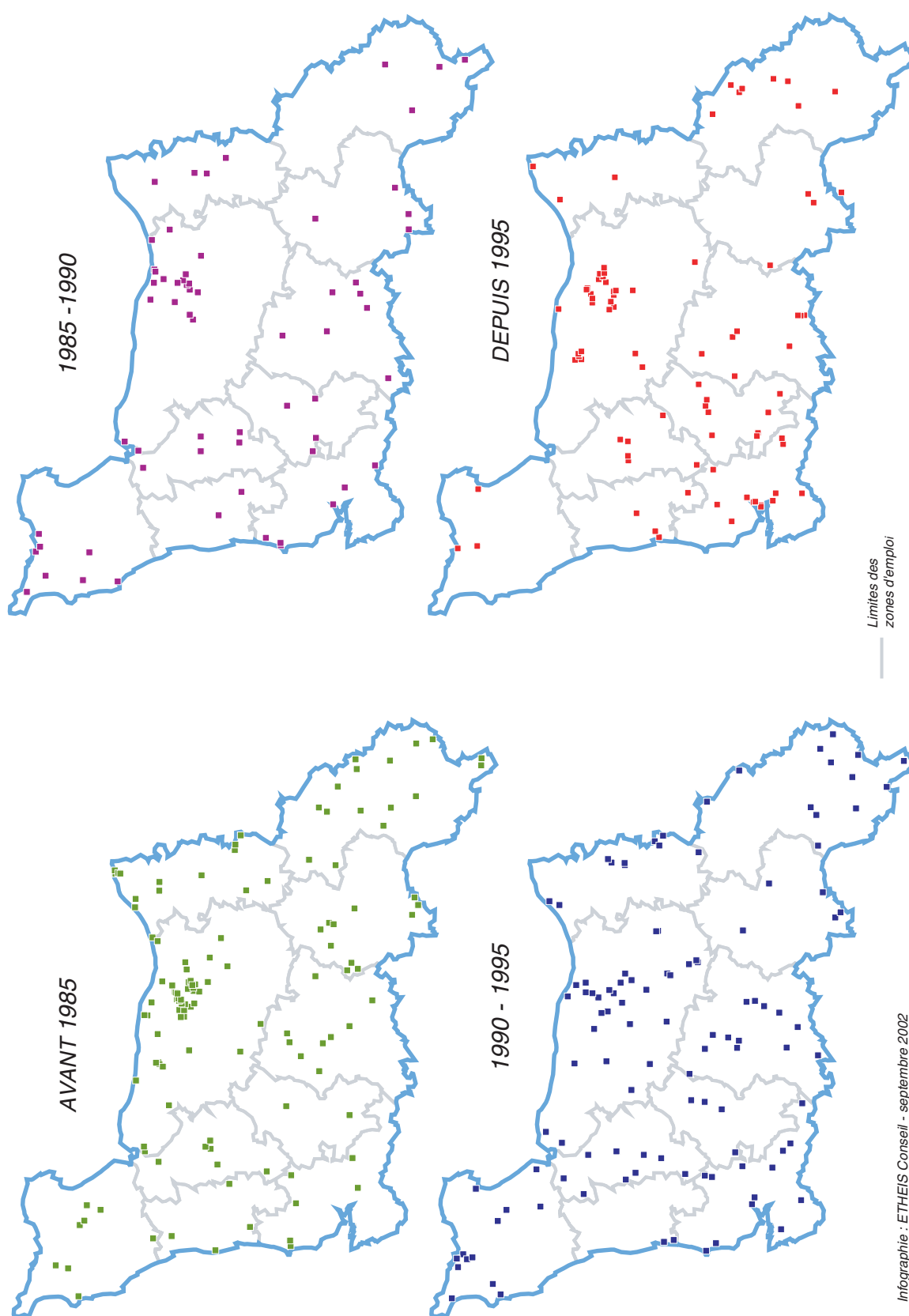
La date du début de commercialisation de la ZA est inconnue pour 77 d'entre elles (18 dans le Calvados, 44 dans la Manche et 12 dans l'Orne). Dans la plupart des cas, il s'agit d'anciennes zones pour lesquelles la mémoire de l'information s'est perdue. En nous limitant ici aux zones pour lesquelles cette information est connue, nous sommes donc conduit à sous-estimer la proportion des zones anciennes.



Le graphique ci-dessus et la carte suivante font apparaître clairement un développement plus ancien des zones d'activité dans le Calvados que dans les deux autres départements. En effet, le Calvados compte déjà de nombreuses zones à la fin des années soixante-dix, alors qu'elles sont encore peu nombreuses dans l'Orne et surtout dans la Manche. En 1985, il y a autant de zones implantées dans le Calvados que dans les deux autres départements réunis. Le seul regroupement important se situe alors autour de la métropole caennaise qui continue en outre à se développer dans la période récente. A partir de 1995, on remarque un grand nombre d'implantations dans le sud de la Manche.

Dans les trois départements, c'est dans les années quatre-vingt dix que se situent la plus grande partie des créations de nouvelles zones.

ZONES D'ACTIVITES DE BASSE-NORMANDIE - DATES DE CREATION



Infographie : ETHEIS Conseil - septembre 2002

Cependant, le graphique précédent ne permet pas d’appréhender suffisamment précisément les phases de forte et de faible création de zones d’activité. Nous allons essayer de mieux les déterminer à l’aide du tableau suivant :

Tableau 2 : Les dates de création des ZA

(nb de zones créées)	Calvados	Manche	Orne
Depuis 2000	14	14	7
De 1995 à 1999	22	17	12
De 1990 à 1994	45	38	31
De 1985 à 1989	25	25	14
De 1980 à 1984	11	10	6
De 1975 à 1979	19	8	10
De 1970 à 1974	13	4	10
De 1965 à 1969	9	2	5
De 1960 à 1964	9	1	1
De 1950 à 1959	2	0	0
Avant 1950	2	0	1
Date de début de commercialisation médiane	1989	1990	1990

Nous observons en effet un démarrage de l’ouverture de nouvelles zones d’activité dans les années soixante-dix, puis un ralentissement probablement dû à la crise économique dans la première moitié des années quatre-vingt. Ce ralentissement est moins net dans la Manche, mais ce département accusait alors un retard par rapport aux deux autres, il était donc en phase de rattrapage. La deuxième moitié des années quatre-vingt voit au contraire la reprise de la création de zones d’activité à un rythme élevé, le phénomène se poursuit et s’accélère encore dans la première partie des années quatre-vingt dix. La reprise économique n’est sans doute pas suffisante pour justifier à elle seule cette vague de création de zones d’activité que l’on peut sans doute attribuer à deux causes : la décentralisation et le chômage, l’une ayant permis et l’autre nécessité ces implantations aux yeux des élus. Il est probable que le développement du chômage a conduit les communes à vouloir stabiliser l’activité économique et la population sur leur territoire par la mise en place de ZA, et la concurrence ainsi créée entre ces communes a alors accru le phénomène. On remarque un léger ralentissement dans l’ouverture de nouvelles ZA à partir du milieu des années quatre-vingt dix, mais le rythme reste soutenu.

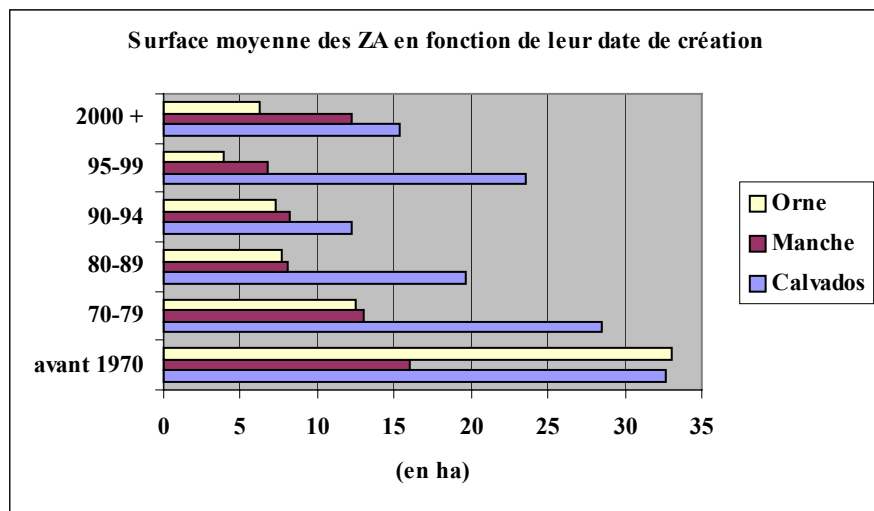
Il faut noter qu’à partir du milieu des années quatre-vingt et jusqu’à présent, la Manche dépasse l’Orne en nombre de créations. Toutefois, le Calvados reste le département dans lequel les ouvertures de nouvelles zones d’activité sont les plus nombreuses bien qu’il en soit le mieux doté, c’est là que se localise la plus grande partie de l’activité économique régionale.

1.2.2. Des dates et des surfaces

Nous avons effectué dans les paragraphes précédents différentes remarques concernant la multiplication des petites zones et, dans les vingt dernières années, l’accélération de la création de nouvelles zones. Nous allons donc nous interroger sur le lien entre la date de création des zones d’activité et la taille moyenne de ces zones. Les zones les plus récentes

sont-elles plus grandes pour des raisons d'efficacité, ou au contraire assiste-t-on à la création de beaucoup de petites zones dispersées sur le territoire ?

Ces deux variables sont renseignées simultanément dans 166 des 189 ZA du Calvados, dans 109 des 166 ZA de la Manche et dans 95 des 111 ZA de l'Orne. Ces données permettent de construire le graphique suivant :



A partir du graphique précédent, nous pouvons faire les observations suivantes :

- Les zones les plus anciennes (créées avant 1980) sont les plus grandes, quel que soit le département.
- Dans la Manche et l'Orne, ainsi que, dans une moindre mesure, dans le Calvados, les décennies quatre-vingt et quatre-vingt dix ont vu la création de petites zones.
- A toutes les périodes, les zones créées dans le Calvados sont en moyenne plus grandes que celles ouvertes dans les deux autres départements. Avant 1970, la taille moyenne des zones créées dans l'Orne était très supérieure à celle des zones de la Manche. Dans les trente dernières années, les zones ouvertes dans la Manche et dans l'Orne ont été sensiblement de la même taille, même si dans la période récente, la surface des zones de la Manche semble s'accroître par rapport à celle de l'Orne, d'où une convergence des surfaces moyennes entre ces deux départements.

La première de ces observations peut s'expliquer de deux façons différentes, soit les zones anciennes étaient conçues initialement comme plus grandes que celle ouvertes ultérieurement, soit ces zones ont fait l'objet d'extensions importantes. D'après les déclarations des aménageurs, des extensions ont effectivement eu lieu dans certaines zones, mais c'est loin d'être le cas pour toutes, puisque seules 8% des zones font l'objet d'extensions. Il en résulte que, dès leur création, les zones anciennes devaient avoir des surfaces supérieures à la moyenne actuelle des zones. La création d'un grand nombre de petites zones est donc un phénomène assez récent comme le confirme notre deuxième observation. On peut avancer une hypothèse pour expliquer ce phénomène. Dans l'esprit même des aménageurs, la destination des zones récentes n'est pas la même que celle des zones anciennes. Les premières zones d'activité étaient conçues pour installer les entreprises à caractère véritablement industriel, d'où leur grande taille (cette hypothèse est corroborée par le fait que les zones qui ont pour signalétique « zone industrielle » sont généralement les plus anciennes, leur date médiane de création étant 1976). Ensuite, les zones sont devenues le lieu d'accueil de tous les types

d'activités y compris celles à caractère tertiaire et artisanal, d'où des surfaces beaucoup plus restreintes.

1.3. Taux de commercialisation et surface disponible viabilisée

1.3.1 Les taux de commercialisation

Nous allons maintenant nous intéresser au taux de commercialisation des zones d'activité dans les trois départements de la Basse-Normandie. Il est important de souligner les raisons pour lesquelles nous devons nous borner à étudier le taux de commercialisation et non le taux d'occupation effectif des ZA. En effet, ces derniers restent très mal connus de l'aménageur, et ce pour deux raisons :

- En général, l'aménageur vend les parcelles, et, par la suite, il n'est que très imparfaitement tenu au courant de la réalité de l'activité sur chacune de ces parcelles et des reventes qui ont lieu entre privés.
- Souvent les entreprises acquièrent des parcelles d'une surface supérieure à leurs besoins immédiats. Dès lors, même la certitude que les surfaces déjà vendues sont effectivement occupées par une entreprise en activité ne permet pas d'établir le véritable taux d'occupation du terrain, celui-ci serait presque toujours surévalué. Quelques explications à ce comportement d'acquisition des entreprises :
 - La première d'entre elles c'est naturellement que les entreprises veulent pouvoir s'agrandir sur le même site et de préférence sur un terrain attenant. C'est alors par précaution qu'elles achètent plus de terrain que nécessaire. Cependant, un certain nombre de ces projets futurs, plus ou moins clairement définis au moment de l'achat initial, ne sont réalisés que plusieurs années après ; certains ne le sont jamais.
 - La deuxième explication, pour les entreprises exerçant une activité commerciale ou les entreprises du secteur tertiaire en général, est la nécessité de préserver leur environnement immédiat (à cause de leurs rapports avec leur clientèle).
 - La troisième raison qui apparaît parfois après coup (alors que des explications de types 1 et 2 ont déterminé au départ l'achat d'une surface étendue) est la spéculation immobilière dans des zones qui ont été intégralement vendues et dont les prix augmentent en fonction de leur situation géographique et de l'activité qui s'y développe.

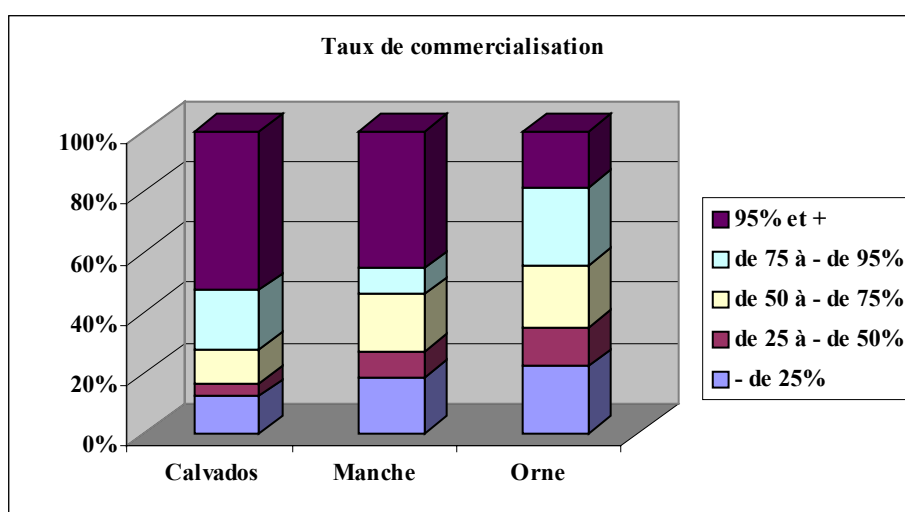
Dans le Calvados, le taux de commercialisation en 2002 est connu pour 158 des 189 zones. La plupart des ZA du Calvados affichent un très fort taux de commercialisation, puisque le taux de commercialisation moyen est égal à 77,60% et que le taux médian est lui égal à 96%. Ce phénomène du taux médian supérieur au taux moyen se retrouve également dans la Manche et dans l'Orne pour lesquelles le taux de commercialisation en 2002 est connu respectivement dans 157 et 108 ZA. En effet, nous obtenons pour la Manche un taux moyen égal à 67,2% et un taux médian égal à 80%, alors que pour l'Orne ces deux valeurs sont respectivement égales à 59,06% et à 65%.

La grande différence constatée entre le taux de commercialisation moyen et le taux médian à la fois dans le Calvados et dans la Manche révèle l'existence d'une forte dispersion dans les taux de commercialisation. Le tableau et le graphique suivants qui présentent respectivement

la distribution des zones par taux de commercialisation et la contribution des zones ayant différents taux de commercialisation à l'ensemble des zones, illustrent ce phénomène :

Tableau 3 : La répartition des zones en fonction du taux de commercialisation

Taux de commercialisation (en nb de zones)	Calvados	Manche	Orne
Plus de 95%	83	69	20
De 75 à – de 95%	31	13	28
De 50 à – de 75%	18	29	22
De 25 à – de 50%	7	13	14
De 0 à – de 25%	19	28	24
Total	158	152	108



Ils montrent effectivement l'existence en parallèle d'une forte proportion de zones quasiment entièrement commercialisées dans la Manche et dans le Calvados à côté de zones très faiblement occupées. Dans l'Orne, le taux médian et le taux moyen sont beaucoup plus proches l'un de l'autre, car la répartition des taux de commercialisation est beaucoup plus régulière.

Il faut noter qu'une très forte proportion des zones d'activités pour lesquelles le taux de commercialisation en 2002 est connu (soit 418 ZA) affichent directement un taux de commercialisation égal à 100%. C'est en effet le cas dans 155 zones, soit plus de 37% de celles-ci. Il y a deux types de zones qui s'additionnent ici pour obtenir ce taux extrêmement élevé, les zones qui ont été effectivement commercialisées par un aménageur dans leur totalité et les zones où l'activité s'est historiquement regroupée et qui ont été ultérieurement définies comme des zones d'activité (qui sont donc pleines par construction, mais qui n'ont jamais fait l'objet d'une commercialisation). Avec le temps, la mémoire de l'origine d'une zone se perd et il est assez souvent difficile de discriminer entre les deux types de zones.

Les taux de commercialisation sont particulièrement élevés dans le Calvados, sans doute parce que les zones y sont plus anciennes que dans les autres départements de Basse-Normandie, car l'activité industrielle s'y est initialement implantée. Cependant, ces taux de commercialisation élevés cachent parfois le problème du taux d'occupation de ces zones

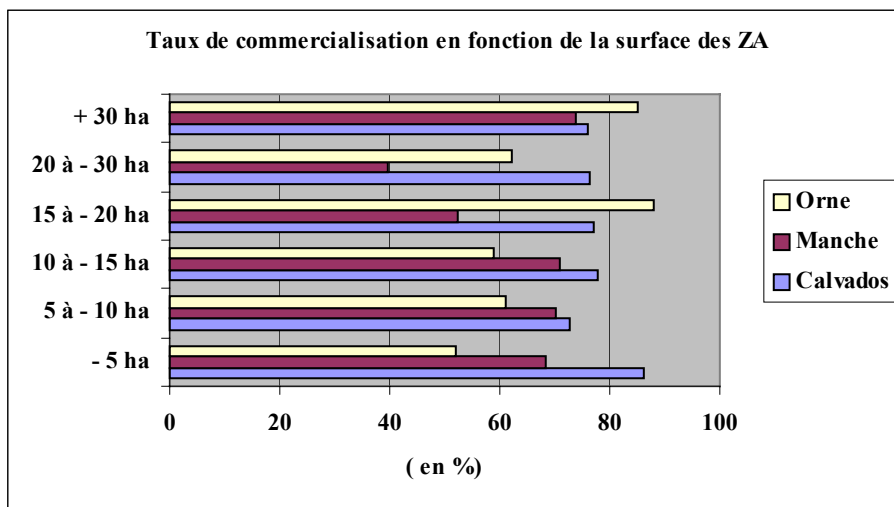
vieillissantes. Ainsi autour de Caen, un grand nombre de zones intégralement commercialisées doivent aujourd'hui être rénovées et recyclées.

Cependant, la forte différence dans les taux de commercialisation moyens masque une disparité beaucoup plus réduite du niveau de vente réel des zones d'activité entre les trois départements. En effet, le calcul des taux moyens pondérés par la surface totale font apparaître des niveaux de commercialisation beaucoup plus semblables que les taux moyens simples. Ces taux moyens pondérés prennent les valeurs suivantes : 71,93% dans le Calvados (ou 74,48% si on exclut la ZIPEC d'Honfleur), 64,53% dans la Manche et 73,01% dans l'Orne.

La surface occupée par les activités économiques reste beaucoup plus étendue dans le Calvados que dans les deux autres départements. Cependant, la proportion commercialisée du terrain dévolu aux activités est à peu près identique dans l'Orne et dans le Calvados, et elle est un peu plus faible dans la Manche.

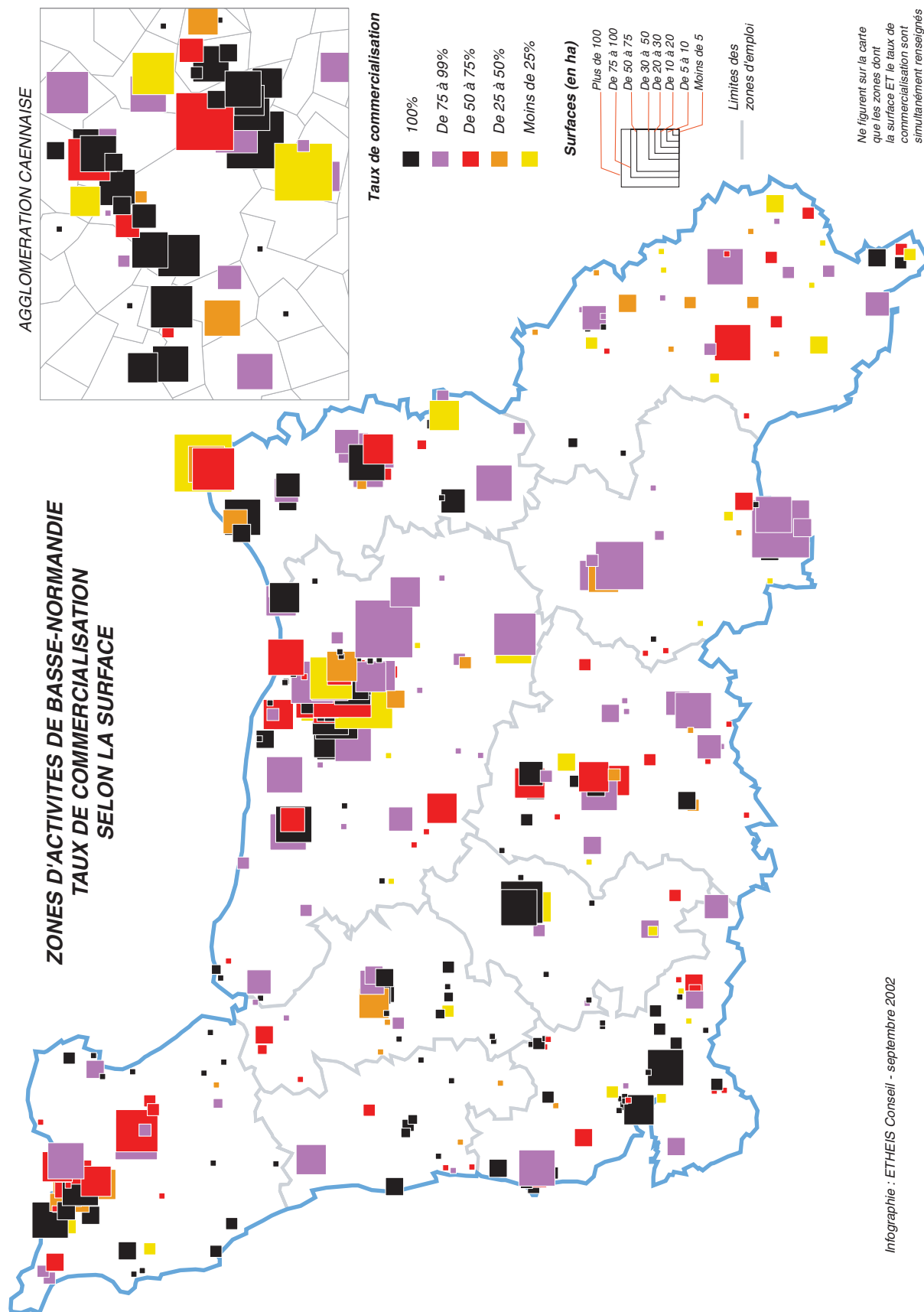
Dans le Calvados, il apparaît que la moyenne pondérée du taux de commercialisation est beaucoup plus faible que la moyenne simple, cela signifie qu'il y a beaucoup de petites zones plus fortement commercialisées que les grandes dans ce département. A l'inverse, dans l'Orne, le taux moyen pondéré est plus élevé que le taux moyen simple, donc ce sont les grandes zones qui y sont plus fortement commercialisées que les petites.

Pour vérifier cela, nous allons étudier les taux de commercialisation en fonction de la surface des zones dans les différents départements. Le graphique suivant et la carte ci-dessous illustrent le lien entre la taille des zones et leur taux de commercialisation.



On observe effectivement que dans le Calvados les taux de commercialisation moyens sont à peu près identiques pour toutes les tailles de zones, sauf pour les plus petites zones dont le taux moyen est nettement plus élevé. Dans l'Orne, ce sont effectivement les zones inférieures à 15 ha qui ont le niveau de commercialisation le plus faible.

Dans la Manche, aucun lien clair entre la taille des zones et le taux de commercialisation ne semble se dessiner. En revanche, en observant la carte page suivante, on constate que dans ce département une grande proportion des zones de toutes tailles sont entièrement commercialisées, notamment autour de Cherbourg et le long de l'A84.



Infographie : ETHEIS Conseil - septembre 2002

1.3.2 Les surfaces disponibles viabilisées

La surface disponible viabilisée hors voirie déclarée dans le Calvados en 2002 est de 432,47 ha (sachant qu'il n'y a pas d'information concernant 26 zones d'activité). (Notons que la surface disponible viabilisée déclarée ne comprend pas la ZIPEC d'Honfleur, zone qui n'est pas viabilisée). Si l'on estime que la surface hors voirie du Calvados est égale à 3 071,8 ha, la surface disponible hors voirie hors friche (n'ayant donc jamais été vendue) représente 14,08% de la surface totale d'activité.

Il n'y a pas de surface disponible viabilisée déclarée dans 76 zones. La surface disponible précédemment calculée est donc regroupée dans 87 zones ; en moyenne, cela représente une surface disponible de 4,97 ha par zone où il y a du terrain disponible viabilisée. La plus grande surface déclarée disponible viabilisée est de 36,7 ha et la plus petite 0,1 ha. Dans 22 zones d'activité, il y a moins de 1 ha disponible. La présence de petites surfaces disponibles n'est pas une spécificité du Calvados bien au contraire.

Le tableau suivant retrace la répartition des surfaces disponibles viabilisées :

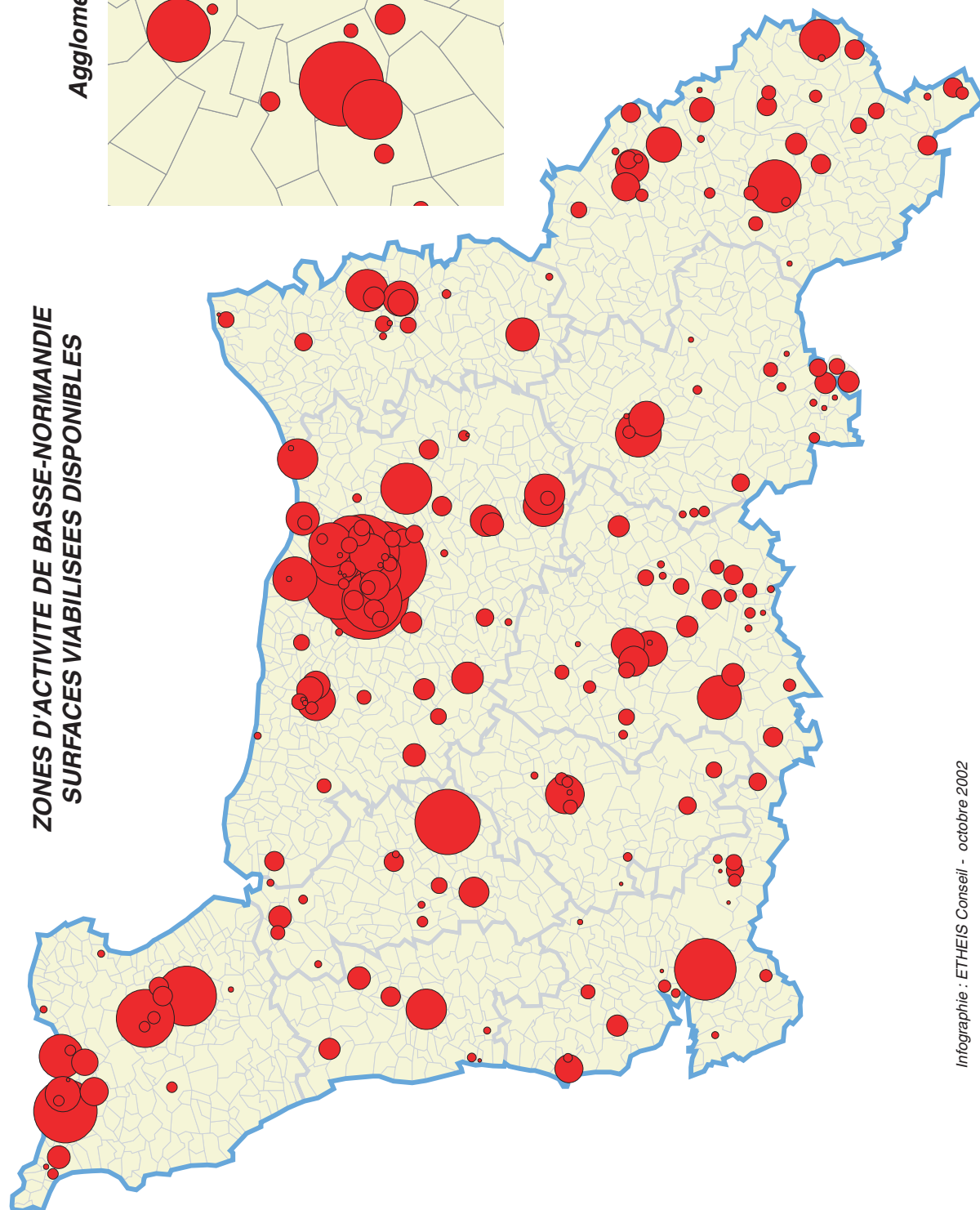
Tableau 4 : La répartition des surfaces disponibles viabilisées

Surface disponible viabilisée (nb de zones)	Calvados	Manche	Orne
Moins de 1ha	22	25	29
De 1 à – de 2 ha	17	11	19
De 2 à – de 5 ha	23	14	24
De 5 à – de 10 ha	9	5	8
De 10 à – de 20 ha	11	3	4
20 ha et +	5	4	0

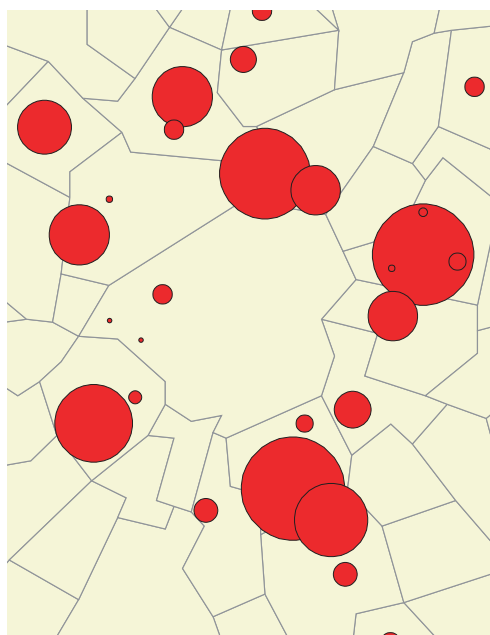
Dans le Calvados, la surface disponible regroupée dans les zones d'activité dans lesquelles il y a moins de 5 ha disponibles viabilisés représente 97,02 ha, soit près du quart de la surface totale disponible. Cela montre un fort éparpillement de la surface disponible. Les surfaces disponibles de 10 ha et plus regroupent quant à elles 271,5 ha. En observant la carte ci-dessus, on remarque que la plupart des grandes surfaces disponibles sont situées aux alentours de Caen.

Dans le département de la Manche, la surface disponible viabilisée en 2002 est renseignée dans 114 ZA, dont 51 dans lesquelles cette surface est nulle. Les 224,79 ha déclarés disponibles sont donc regroupés dans 63 zones, ce qui représente en moyenne une surface disponible de 3,57 ha. La surface la plus restreinte est égale à 0,05 ha et la plus vaste de 24 ha. Dans la Manche, la dispersion des surfaces disponibles est encore plus importante que dans le Calvados, puisque les surfaces disponibles inférieures à 5 hectares représente 67,09 ha, soit près du tiers de la surface totale disponible. Comme dans le Calvados, les surfaces supérieures à 10 hectares représentent tout de même plus de la moitié de la surface totale disponible. En considérant la part de la voirie égale à 10% selon nos estimations, il apparaît que la surface disponible viabilisée est égale à 18,24% de la surface totale hors voirie. Les plus vastes surfaces disponibles viabilisées sont situées à proximité de Cherbourg et le long de la future A13.

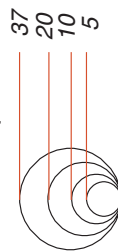
**ZONES D'ACTIVITE DE BASSE-NORMANDIE
SURFACES VIABILISEES DISPONIBLES**



Agglomération caennaise



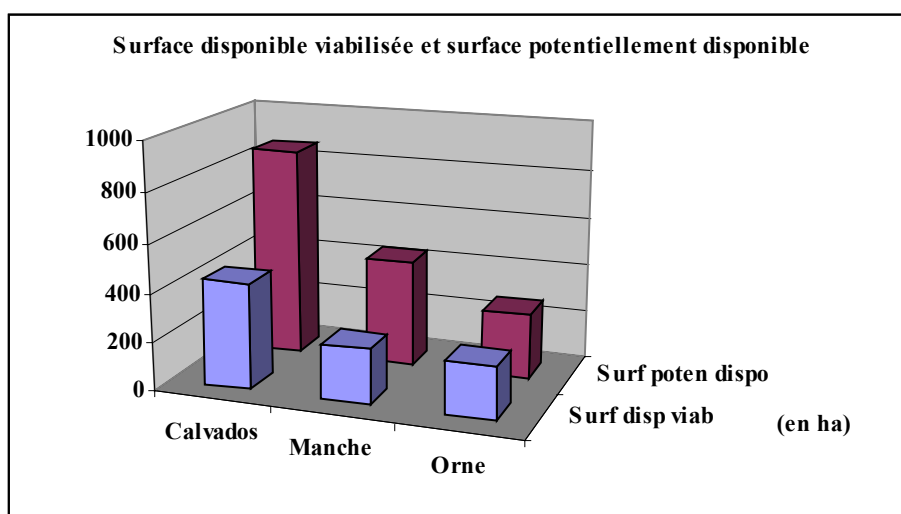
Surface disponible en Ha



Limites des
zones d'emploi

Dans l'Orne, la surface disponible viabilisée en 2002 est connue pour 106 zones dont 22 dans lesquelles cette surface est nulle. Les 217,6 ha déclarés disponibles sont donc regroupés dans 84 ZA, soit une surface moyenne de 2,59 ha. La surface la plus faible est de 0,23 ha et la plus importante de 16,36 ha. C'est dans ce département que le « saupoudrage » est le plus fort, puisque la somme des surfaces disponibles inférieures à 5 ha est égale à 109,59 ha, soit plus de la moitié de la surface disponible, alors que les surfaces disponibles supérieures à 10 ha représentent moins d'un quart de la surface totale disponible. Sachant que la voirie représente environ 9% de la surface totale des zones, il y a donc une proportion de 22% des ZA qui sont disponibles et viabilisées. Ces résultats sont corroborés par l'observation de la carte qui laisse apparaître un très grand nombre de petites surfaces disponibles viabilisées et très peu de grandes pour ce département. Cependant, notre carte n'intègre pas les deux ZA de 20 ha chacune en cours de viabilisation, situées respectivement au nord et au sud d'Alençon, qui n'étaient pas effectivement disponibles à la date de notre enquête.

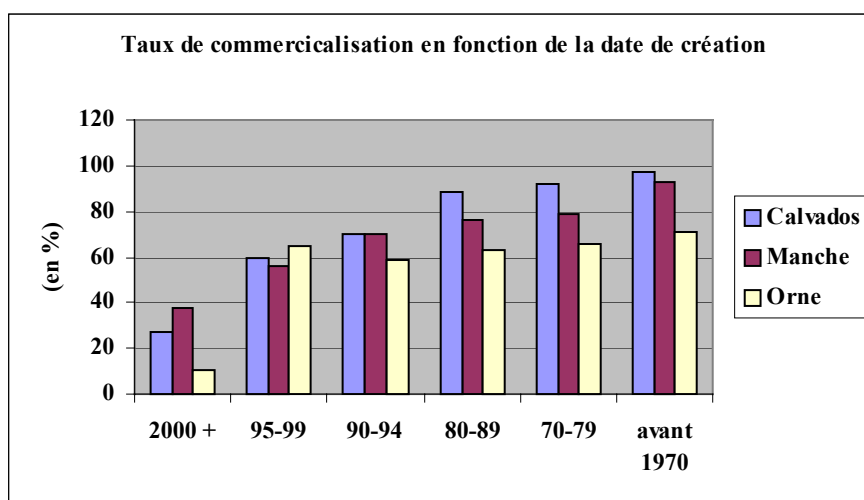
Si l'on calcule les surfaces non commercialisées hors voirie à partir des taux de commercialisation moyens pondérés, on trouve une surface totale disponible égale à environ 1 566 ha. La surface disponible effectivement viabilisée n'est elle que d'environ 875 ha. Seuls 55,87% de la surface potentiellement disponible est effectivement viabilisée. Le graphique suivant illustre cette différence entre la surface disponible effectivement viabilisée et la surface non commercialisée :



Il y a des différences marquées d'un département à l'autre. Si plus des quatre cinquièmes de la surface disponible dans l'Orne sont effectivement viabilisés, seule la moitié l'est dans le Calvados et dans la Manche. Cela signifie qu'une grande partie des surfaces disponibles ne sont pas immédiatement commercialisables puisque non viabilisées.

1.3.3. Taux de commercialisation et date de création des zones d'activité

Nous allons nous intéresser à la corrélation entre le taux de commercialisation et la date d'ouverture des zones. Ces deux variables sont simultanément renseignées pour 145 ZA dans le Calvados, 115 dans la Manche et 97 dans l'Orne. Le graphique suivant permet d'illustrer le lien qui existe entre ces deux variables :



Il apparaît immédiatement que, conformément à ce que l'on pouvait anticiper, les zones les plus anciennes sont celles dans lesquelles les taux de commercialisation sont les plus élevés. Il n'y a qu'un seul taux de commercialisation moyen qui ne soit pas pleinement compatible avec ce résultat, c'est celui des ZA de l'Orne créées entre 1995 et 1999 qui est un peu plus élevé que ce à quoi l'on pourrait s'attendre. Cela ne suffit pas à dire que l'Orne se différencie des deux autres départements, (il peut s'agir d'un simple hasard statistique) car toutes les autres données pour ce département sont compatibles avec notre observation.

On peut également observer que, quel que soit le département, le démarrage des zones est en moyenne très rapide. En effet, le taux de commercialisation moyen augmente très fortement dans la première décennie. Ensuite, le processus d'accroissement est beaucoup plus graduel, même si le niveau de la commercialisation continue encore à augmenter.

On peut avancer deux explications à ce démarrage rapide des zones. Tout d'abord, l'existence de la future zone est connue localement bien avant le début officiel de la commercialisation. Donc, avant même cette date des options ont été prises sur une partie des terrains. D'autre part, dans de nombreux cas, les zones d'activités sont en partie conçues pour répondre à des besoins locaux (nécessité de relocaliser des activités qui sont situées à l'intérieur la commune et dont les locaux sont devenus trop exigus), donc les premières implantations sont très rapides.

Par exemple, dans le Calvados, de toutes les zones créées avant 1985, une seule à un taux de commercialisation inférieur à 60%, c'est la ZIPEC d'Honfleur (créée en 1979) dont la situation est totalement bloquée et ne peut donc pas être prise en compte dans notre analyse puisqu'elle n'est pas commercialisable faute d'interlocuteur capable de la vendre ou de la louer. Parmi les 65 zones antérieures à 1985, 51 sont commercialisées à plus de 90% dont 39 à 100%. Dans la Manche, comme dans le Calvados, le taux moyen de commercialisation des zones les plus anciennes dépasse 90%. Il y a en revanche un décalage tout à fait clair entre ces deux départements et l'Orne, département dans lequel le taux moyen de commercialisation des zones les plus anciennes ne dépasse pas 71%, ce phénomène apparaît aussi clairement dans la carte (p. 14) qui lie le taux de commercialisation et la surface des zones d'activité.

Il existe dans le Calvados 18 ZA pour lesquelles aucune date de création n'est définie mais dont on connaît en revanche le taux de commercialisation, parmi elles 12 sont commercialisées à 100% et 1 est commercialisée à 95%. Cela confirme l'idée selon laquelle il s'agit de zones anciennes pour lesquelles la date de début de commercialisation exacte a été

oubliée. Cependant, cette observation n'est pas aussi parfaitement claire pour la Manche et pour l'Orne.

Le lien entre la date de création et le taux de commercialisation est donc clairement établie dans tous les départements. Au fur et à mesure du temps, les zones d'activité, ou du moins la plupart d'entre elles, sont effectivement commercialisées.

Sans doute l'effet temporel sera-t-il l'effet dominant sur le taux de commercialisation et il faudra en tenir compte pour essayer de s'en abstraire, lorsque nous étudierons la plus ou moins grande efficacité des caractéristiques des différentes zones.

1.4. Les prix de vente et prix de revient

La plus grande partie des zones est effectivement vendue par l'aménageur initial, même si une très faible partie d'entre elles sont louées plutôt que vendues. Ce phénomène reste trop anecdotique pour qu'il soit possible d'envisager une étude du prix de location, puisque le terrain n'est déclaré loué que dans 12 zones pour 330 pour lesquelles l'information est connue.

Nous allons donc étudier les prix auxquels les aménageurs vendent le terrain des zones d'activité. Deux remarques nous semblent nécessaires préalablement à cette étude.

- Les aménageurs sont peu loquaces sur la question des prix qu'ils appliquent effectivement, nous devons donc nous borner à étudier les « prix catalogue » qu'ils ont annoncé à nos enquêteurs, tout en sachant que dans de nombreux cas les prix réellement pratiqués sont inférieurs aux prix annoncés.
- En outre, certains aménageurs affichent directement un « prix à négocier » sans plus de précisions. Lorsque les prix sont dits « à négocier » les aménageurs indiquent le plus souvent retenir le nombre des emplois créés comme critère déterminant du prix qui sera effectivement appliqué. D'autres aménageurs prennent l'option d'exprimer une gamme précise de plusieurs prix, selon les critères les plus variés :
 - Selon l'emplacement du terrain à l'intérieur de la zone. Cette pratique se généralise pour les zones d'activité situées le long des axes routiers importants, au fur et à mesure que l'on s'éloigne de l'axe et que l'on devient moins visible le prix de vente se réduit.
 - En fonction du type d'activité que l'on projette d'implanter. Le terrain est alors en général vendu plus cher, voire beaucoup plus cher (du simple au triple ou au quadruple) pour une activité commerciale que pour une activité industrielle et artisanale. Certaines communes ou EPCI pratiquent aussi cette discrimination en partageant le périmètre réservé aux activités en identifiant plusieurs zones dont seules certaines sont ouvertes aux activités commerciales, zones qui sont alors plus chères que les autres (exemple à Lisieux).
 - Selon le nombre des emplois créés.
 - Selon la surface achetée.
 - Dans certains cas, le terrain est plus cher pour l'achat initial que pour les extensions ultérieures, mais la logique contraire existe également.

- Dans un seul cas (à Domfront dans l'Orne), l'aménageur tente de décourager la constitution de réserves foncières excessives en vendant le terrain à un prix très faible pour quatre fois la surface construite et à un prix beaucoup plus élevé ensuite (rapport de 1 à 15 entre les deux prix).

Dans un grand nombre de zones, il n'a été possible d'obtenir aucune information sur le prix de vente, il y a trois types d'explications à cela :

- L'interlocuteur rencontré par l'enquêteur n'est pas au courant ou ne souhaite pas s'avancer sur la question.
- La zone est ancienne et les derniers terrains ont été vendus depuis assez longtemps et l'information s'est perdue.
- La zone a été reconstituée après coup et n'a jamais été commercialisée en tant que telle.

Aucun prix n'est donc répertorié dans beaucoup de zones commercialisées à 100% pour l'une ou l'autre de ces deux dernières raisons.

Les aménageurs ne ramènent que très rarement le prix de vente de leur terrain au prix de revient du terrain, dans 8 ZA seulement l'aménageur a fait le choix d'afficher un prix de vente égal à son prix de revient. De façon générale, le prix de revient est très mal connu de l'aménageur commune ou EPCI, ainsi seuls 53 aménageurs ont été capables de donner à nos enquêteurs un chiffre même approximatif pour le prix de revient de leur zone. Il s'agit dans tous les cas de zones récentes, car cette information semble se perdre encore plus vite que les autres.

1.4.1. Les prix de vente des zones d'activité

Pour ce qui concerne les 189 ZA du Calvados, nous avons une information sur le prix de vente pour 100 d'entre elles.

Nous n'avons donc aucune information pour 89 zones d'activité. Parmi ces 89 ZA, 59 sont commercialisées à plus de 95%, ce qui explique qu'elles n'affichent plus de prix, il y a aussi quelques zones très récentes pour lesquelles le prix n'est pas encore défini.

Parmi les 100 zones renseignées, dans 11 zones, l'aménageur affiche un prix « à négocier » et, dans 19, il donne une gamme de prix. Lorsqu'il y a une gamme de prix, pour mener à bien l'analyse numérique, nous avons utilisé un niveau de prix correspondant au milieu de la fourchette.

La zone la plus chère du Calvados affiche un prix de 30 euros hors taxe au m², la moins chère est vendue au franc symbolique, c'est-à-dire à 0,15 euro au m². Le prix de vente moyen est égal à 10,22 euros au m², le prix médian est plus faible égal à 8,38 euros.

L'information sur les prix est connue dans 78 zones de la Manche (parmi les zones sans information 41 sont commercialisées à 100%). Parmi les zones pour lesquelles nous avons une information 9 sont « à négocier », 12 affichent une gamme de prix. La zone la plus chère annonce un prix de 27,42 euros le m², la moins onéreuse est également vendue au franc symbolique (0,15 euro au m²). Le prix moyen est de 8,04 euros, le prix médian est égal à 7,62 euros.

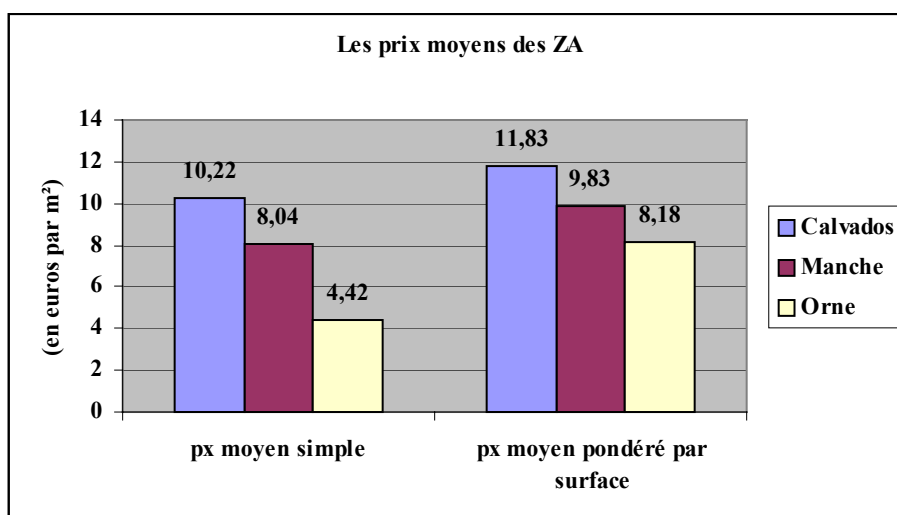
Dans l'Orne, on possède une information sur le prix dans 88 des 111 zones. Dans 15 cas, le prix est dit « à négocier » et une gamme de prix est annoncée 16 fois. La zone la plus chère affiche un prix de 22 euros au m² et la moins chère de 0,15 euro. Le prix moyen est de 4,42 euros au m² et le prix médian de 3 euros.

On remarque que, dans les trois départements, le prix médian est plus faible que le prix moyen, cela signifie qu'à côté de quelques zones qui affichent des prix relativement élevés et qui font monter le prix moyen, il y a un grand nombre de zones annonçant des tarifs nettement plus modestes. Le tableau suivant montre en effet qu'à l'intérieur du premier quart des prix les plus élevés, les prix vont du simple au double dans le Calvados et même du simple au triple dans l'Orne, la Manche étant dans une situation intermédiaire :

Tableau 5 : Distribution des prix de vente des ZA par quartile

Eventail de prix (en euros par m ²)	Calvados	Manche	Orne
Le 1 ^{er} quart (les 25% des ZA les plus chères)	De 30 à 14,48	De 27,42 à 11,47	De 22 à 7,16
Le 2 ^{ème} quart	De 14 à 8,4	De 11,43 à 7,32	De 6,1 à 3,04
Le 3 ^{ème} quart	De 8,38 à 5,33	De 6,86 à 3,05	De 3 à 1,52
La 4 ^{ème} quart (les 25% des ZA les moins chères)	De 5,33 à 0,15	De 3,04 à 0,15	De 1,52 à 0,15

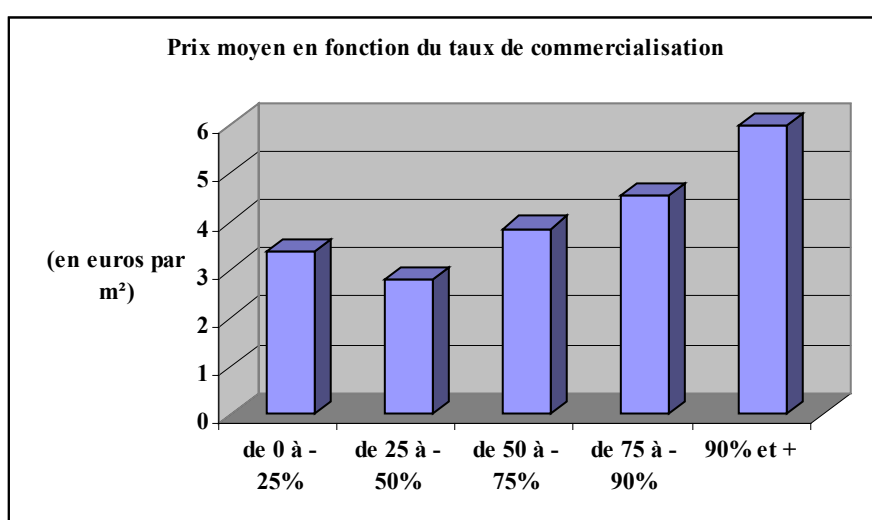
A première vue, la conclusion sur le prix des surfaces d'activité semble évidente. Le prix du terrain est beaucoup plus élevé dans le Calvados et dans la Manche que dans l'Orne, où le terrain est en moyenne deux fois moins cher que dans la Manche, sachant que les prix y sont déjà de 20% plus faibles que dans le Calvados. Cependant, on peut se demander si les surfaces vendues dans les trois départements le sont bien aux prix moyens simples qui ont été calculés ci-dessus. Pour nous en rendre compte, nous allons calculer le prix du terrain pondéré par la surface des zones d'activité. Une différence fondamentale apparaît entre les deux gammes de prix moyens, il y a un resserrement très net des prix moyens pondérés par les surfaces entre les trois départements par rapport au prix moyens simples. En effet, le prix moyen pondéré par la surface est égal à 11,83 euros dans le Calvados, à 9,83 euros dans la Manche et à 8,18 euros dans l'Orne. Le prix du m² de ZA vendu dans l'Orne n'est donc en réalité plus faible que de 17% par rapport à celui pratiqué dans la Manche et de 30% par rapport à celui du Calvados. On remarque également que les prix moyens pondérés sont systématiquement plus élevés que les prix moyens simples. Cela signifie que les zones les plus étendues sont vendues à un prix supérieur à celui des petites zones. Ce phénomène est plus accentué dans l'Orne que dans les deux autres départements. On se souvient d'ailleurs que les grandes zones étaient les mieux commercialisées dans ce département.



On peut également se demander si le terrain disponible a, en moyenne, un prix différent de celui des zones d'activité déjà cédées : en d'autres termes, les zones sont-elles invendues parce que trop chères ? Ou est-ce pour d'autres raisons ?

On calcule alors les prix moyens pondérés cette fois par les surfaces disponibles viabilisées : dans le Calvados, ce prix est égal à 12,29 euros, dans la Manche, il est égal à 10,34 euros et dans l'Orne à 5,52 euros. Il apparaît que dans le Calvados et dans la Manche, le prix des surfaces disponibles viabilisées est un peu supérieur à celui des surfaces totales, mais sans qu'il y ait suffisamment de données pour qu'ils puissent être considérés comme significativement différents. En revanche, dans l'Orne, le prix des surfaces disponibles est assez nettement inférieur à celui des zones d'activité en général. Ce n'est sans doute pas au prix du terrain que l'on peut attribuer la non vente d'une zone. On peut au contraire penser que dans ce département la faiblesse des prix du terrain disponible reflète les difficultés à le commercialiser.

Le graphique suivant permet même de vérifier que les zones les mieux commercialisées sont en moyenne les aussi plus chères :



Au vue de ce graphique, il semble même que les zones les plus recherchées aient été vendues au tarif le plus élevé. Cependant, il faut souligner que l'échantillon de prix pour chaque

éventail de taux de commercialisation est un peu faible, ce qui limite la portée de nos résultats.

1.4.2. Les prix de revient

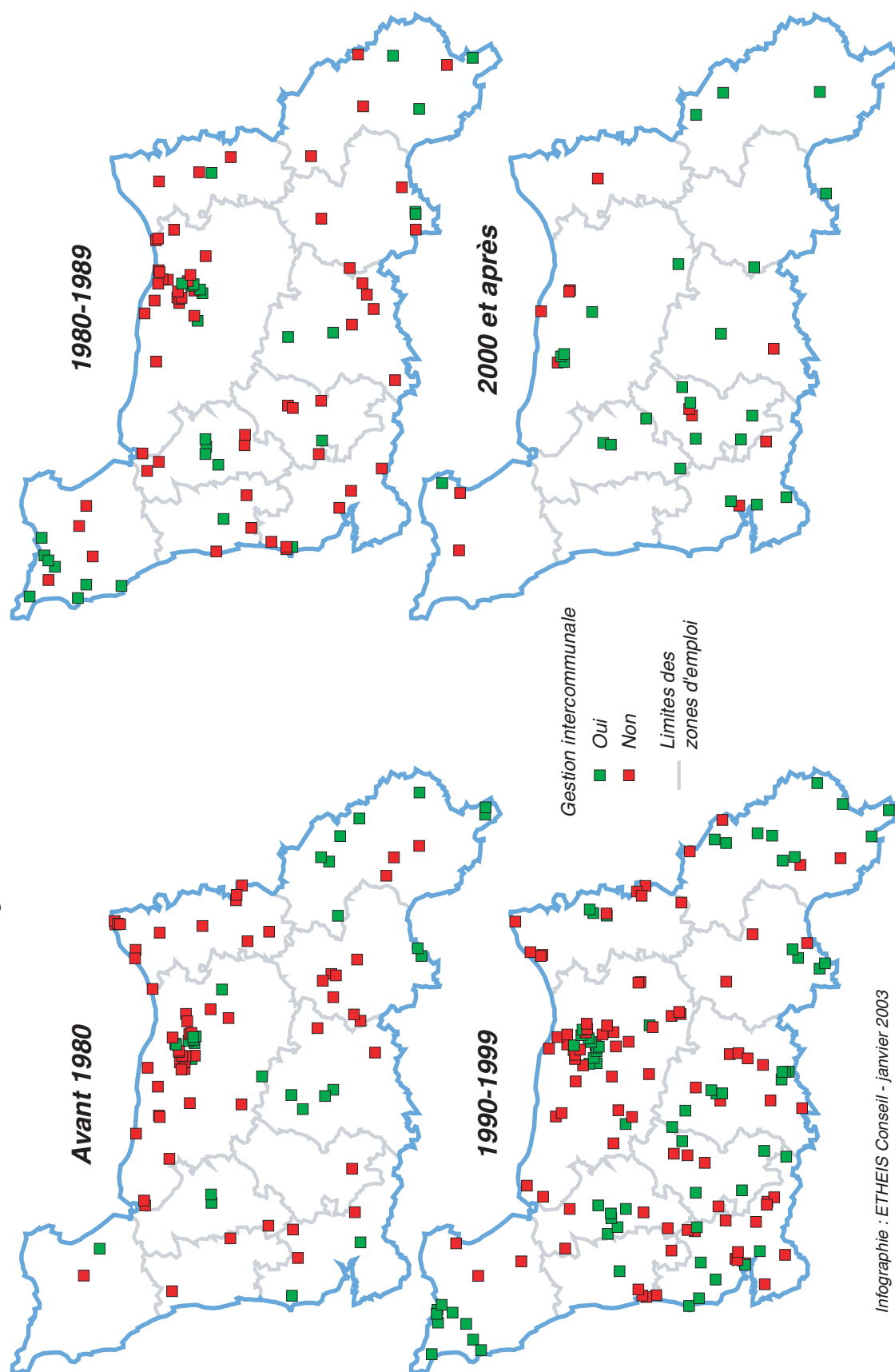
Comme nous l'avons dit précédemment, les prix de revient des zones d'activité ne sont que très mal connus des aménageurs, puisque, entre les trois départements, un prix de revient au m² n'a été obtenu que pour 53 ZA, soit 11,4% d'entre elles. Dans cet échantillon, on constate une énorme variabilité dans les coûts annoncés par les aménageurs, puisque ceux-ci vont presque du simple au centuple (de 0,34 euro pour la zone la moins chère à 30,4 euros pour la plus onéreuse). Le prix de revient moyen est de 8,45 euros au m², le prix de revient médian étant un peu plus faible, autour de 7,6 euros.

Le prix d'achat du terrain est connu pour 28 des 53 zones. En pondérant le prix de vente et le prix de revient par la surface totale des zones, on détermine que le prix d'achat du terrain ne représente en moyenne que 11,69% du prix de revient de l'aménageur.

Comme nous le soulignons précédemment, le prix de vente n'est que rarement lié directement au coût de la zone par l'aménageur. De fait, dans les 40 zones pour lesquelles on connaît simultanément le prix de revient et le prix de vente, on remarque que dans 8 cas seulement (20% des cas), l'aménageur a calé purement et simplement le prix de vente catalogue sur le prix de revient. Dans 18 cas (70%), le prix de vente annoncé est inférieur au prix de revient, et dans 4 cas (10%), il est supérieur. Le ratio obtenu en pondérant les prix de revient et de vente par la surface totale montrent que le prix de revient représente en moyenne 143% du prix de vente. Sachant que les aménageurs pratiquent bien souvent des prix très inférieurs à ceux qu'ils annoncent, on peut en déduire sans ambiguïté qu'une grande partie du coût des zones reste à leur charge.

ZONES D'ACTIVITES DE BASSE-NORMANDIE

La gestion intercommunale



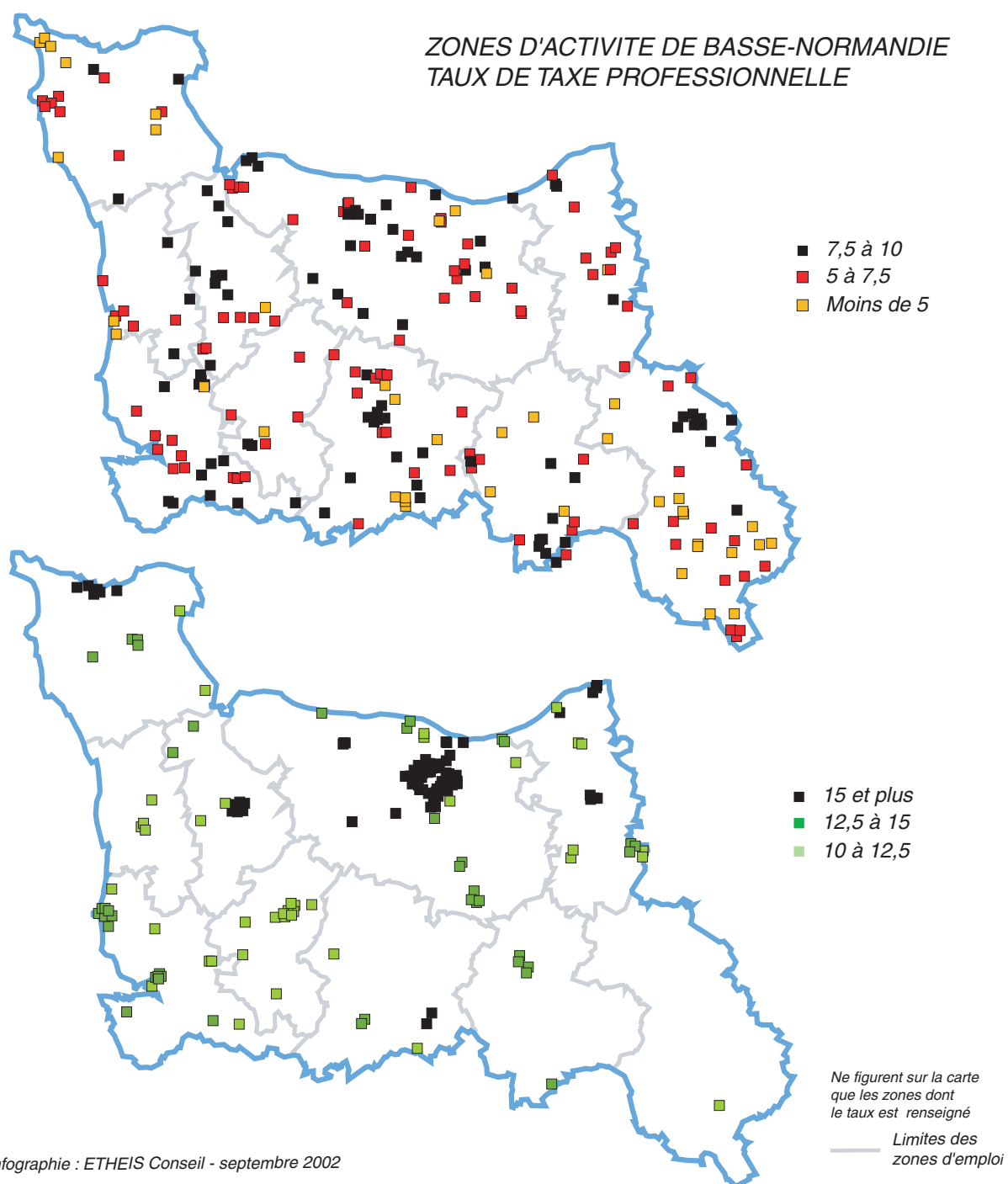
Infographie : ETHEIS Conseil - janvier 2003

1.5. Les taux de taxe professionnelle

Nous allons analyser les taux de taxe professionnelle qui sont pratiqués dans les différentes zones d'activité de Basse-Normandie. Il faut noter que beaucoup de taux de taxe viennent de changer lors du passage à l'intercommunalité. Le taux appliqué n'est donc en général pas le taux qui était pratiqué lors de la vente des zones d'activité. Pour les zones les plus anciennes, le taux de taxe professionnelle a parfois été modifié plusieurs fois.

Les taux de taxe professionnelle que nous allons analyser ici nous donneront une photo de la réalité en 2002. Ils ne peuvent alors pas être considérés exclusivement sous l'angle du facteur d'une commercialisation plus ou moins réussie des zones d'activité, ils sont probablement aussi le reflet de la santé économique du territoire. En effet, les communes et les communautés de communes prennent certainement en compte la question de la pérennité de l'activité économique sur leur territoire au moment de le fixer.

De fait, ces deux aspects sont également intéressants.



Le taux de taxe professionnelle pratiqué en 2002 est connu pour 177 des 189 zones du Calvados, 124 des 166 ZA de la Manche, 103 des 111 ZA de l'Orne. En ce qui concerne les ZA du grand Caen, on a retenu un taux de 16,06%, car l'ensemble des taux de taxe professionnelle vont converger vers ce niveau qui a été arrêté après délibération. Dans le Calvados, le taux le plus faible est pratiqué à Moulton, il est de 4,36%, le plus élevé est appliqué à Touques, il est égal à 17,6%. Dans la Manche, l'éventail des taux de taxe professionnelle a pour bornes 1,69% et 26,74%, alors que dans l'Orne, il va de 0,36% à 15,68%. La carte ci-dessus montre d'ailleurs le faible nombre de zones dans lesquelles le taux de taxe professionnelle dépasse 10% dans ce département. Elle fait également l'existence d'un grand nombre de zones à taux de taxe professionnelle très faible dans la Manche. La différence entre l'Orne et la Manche tient dans le fait que dans ce dernier département de nombreuses zones

ont aussi un taux de taxe professionnelle élevé (supérieur à 10%). En revanche, dans le Calvados, très peu de zones ont un faible taux de taxe professionnelle.

Analysons maintenant la proportion des zones dans lesquelles les entreprises peuvent bénéficier d'une exonération de la taxe professionnelle, en fonction de la situation des entreprises. En nous limitant aux zones pour lesquelles ce renseignement est connu (soit 318 ZA en ce qui concerne les créations, 247 ZA pour les reprises et 275 ZA pour les extensions), nous avons déterminé que dans 75,79% des zones, il y a une possibilité d'exonération lors d'une création d'entreprise. Ce n'est en revanche le cas que dans 48% d'entre elles pour une extension et dans 39,27% pour une reprise. La durée moyenne d'exonération est d'environ 3 ans et 5 mois.

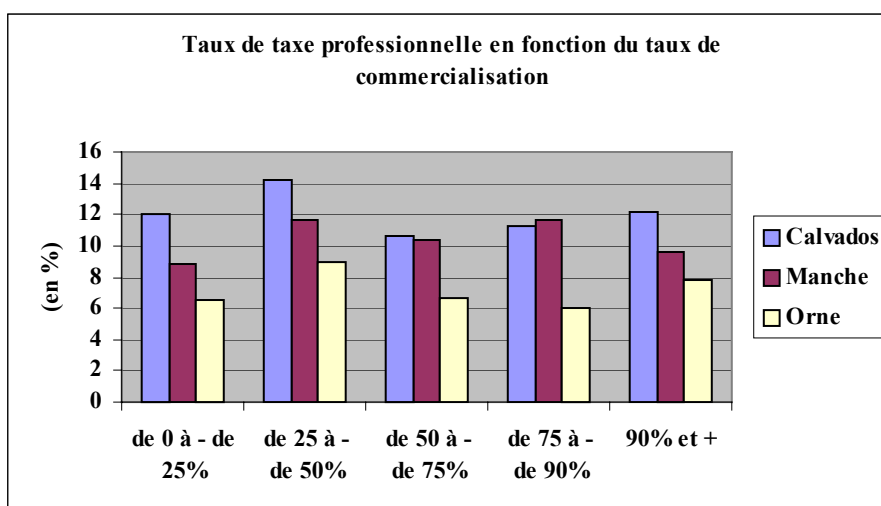
Le tableau suivant permet de résumer les principales observations sur le taux de taxe professionnelle dans les trois départements :

Tableau 6 : Les taux moyen et médian de taxe professionnelle

Taux de taxe professionnelle (en %)	Calvados	Manche	Orne
Taux moyen simple	11,87	9,92	7,23
Taux médian	12,67	8,7	6,34
Taux moyen pondéré par la surface totale	13,26	12,04	9,16
Taux moyen pondéré par la surface disponible	12,99	11,76	8,28

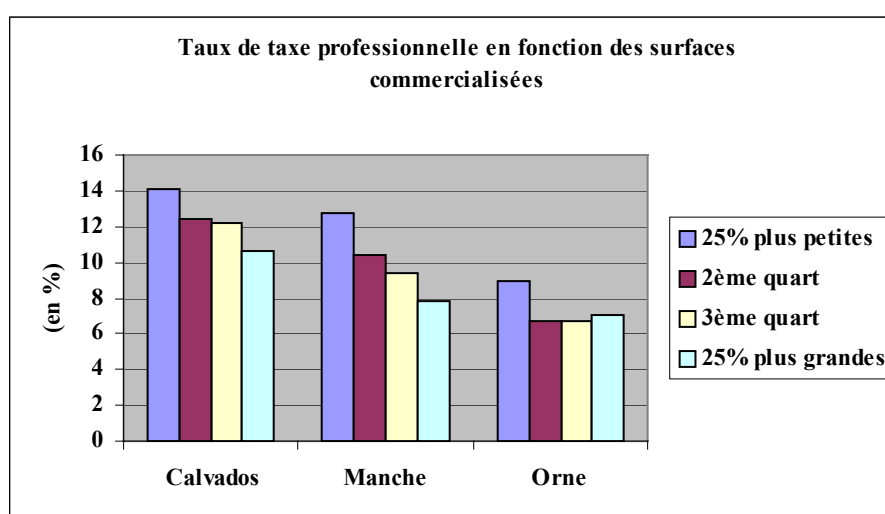
Dans le Calvados, le taux médian est supérieur au taux moyen simple, ce qui signifie que les grandes zones (celles qui sont destinées à avoir un caractère véritablement industriel) ont un taux de taxe professionnelle supérieur à celui appliqué dans les petites, alors que c'est l'inverse dans la Manche et dans l'Orne.

Dans le cas des trois départements, on constate que le taux de taxe professionnelle appliqué aux entreprises installées sur des terrains déjà vendus est supérieur à celui des terrains disponibles, ce qui semble confirmer notre hypothèse de départ, selon laquelle le taux de taxe professionnelle peut se concevoir autant comme un constat de santé économique que comme un argument de vente. Ces deux effets déterminent des relations de sens opposé entre le taux de commercialisation et le taux de taxe professionnelle, ce qui pourrait expliquer qu'il soit difficile d'établir un lien clair entre ces deux grandeurs comme l'illustre le graphique suivant :



Les observations faites à partir de ce graphique ne permettent en effet d'établir aucun rapport évident entre le taux de commercialisation et le taux de taxe professionnelle qui y est pratiqué.

En revanche, une relation semble s'établir clairement, bien qu'elle soit un peu moins nette dans l'Orne que dans les deux autres départements, c'est celle qui lie le taux de taxe professionnelle avec les surfaces effectivement commercialisées. Cet indicateur des surfaces effectivement commercialisées est obtenu en multipliant les surfaces totales par leur taux de commercialisation.



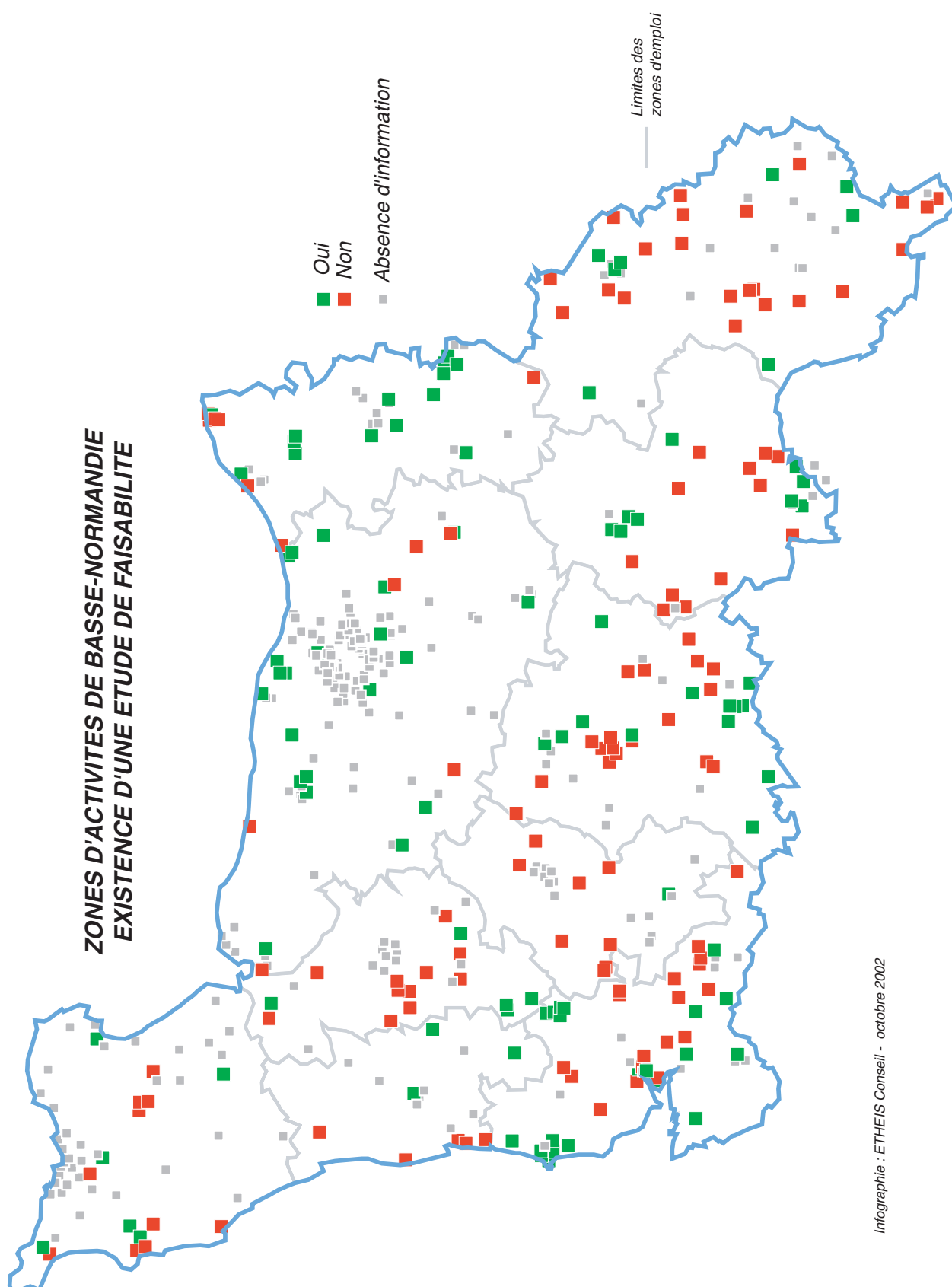
Il apparaît que plus la surface vendue, et donc *a priori* occupée de terrain dévolu aux activités est grande et moins les communes et les CDC pratiquent des taux de taxe professionnelle élevés. Ce graphique tendrait à renforcer la thèse d'un taux de taxe professionnelle vecteur d'une bonne commercialisation de ZA sur le territoire qui les pratique. Cependant, il peut aussi être interprété comme le fait que les communes et les CDC qui ont de vastes zones commercialisées, et donc *a priori* une large assiette pour la taxe professionnelle, peuvent y pratiquer des taux de taxe professionnelle plus faibles pour en retirer un revenu suffisant. Et, ce faisant, ils y pérennisent l'activité, puisque ces zones déjà largement occupées sont plus intéressantes que les autres en termes de prélèvement de taxe professionnelle.

1.6. Les études de faisabilité

Lors de notre enquête, nous avons interrogé les aménageurs sur les études de faisabilité réalisées en amont de la création de leur zone d'activité (En général, les études ont été menées préalablement à l'ouverture de la ZA. Cependant, certaines études paysagères sont effectuées sur des ZA préexistantes dont on souhaite revoir l'aménagement.). A cet effet, nous avons envisagé trois types d'étude : les études de faisabilité techniques, paysagères et économiques. Nous nous attendions à avoir une très grande majorité de réponses positives en ce qui concerne l'existence de l'étude de faisabilité technique, une proportion moindre pour les études paysagères et finalement des réponses négatives dans leur quasi-totalité pour les études économiques.

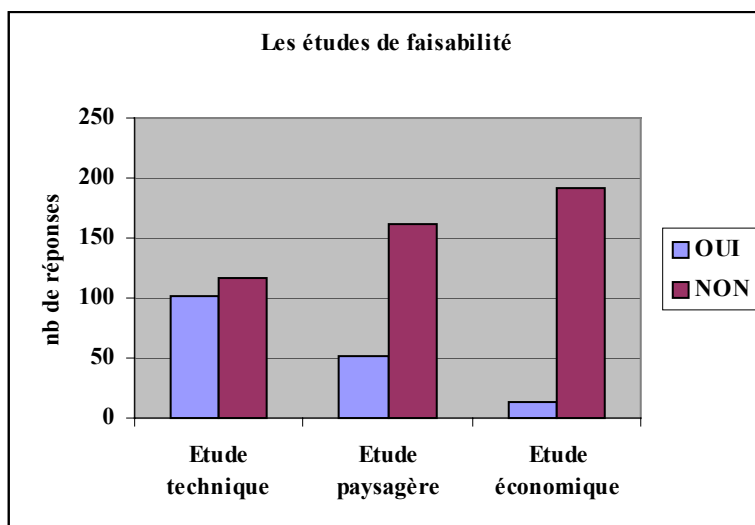
Notre première surprise a été la très grande proportion de non-réponses. Sur les 465 ZA de la région, nous n'avons obtenu que 219 réponses pour l'étude de faisabilité technique (ce sont les réponses retracées sur la carte), 212 réponses sur l'étude paysagère, 206 sur l'étude économique.

Notre second étonnement provient de la nature des réponses concernant l'étude de faisabilité technique. En effet, pour plus de la moitié des 219 zones renseignées (56,5%), l'aménageur affirme qu'une telle étude n'a pas eu lieu, alors que dans de nombreux cas elle a dû être réalisée par le maître d'œuvre, mais la mémoire s'en est perdue. Nous allons néanmoins étudier l'effet de l'existence des différents types d'études sur le taux de commercialisation des ZA en supposant crédibles les réponses des aménageurs. Nous allons réaliser l'analyse sur l'ensemble de la région, car il n'y a pas un nombre de réponses suffisant pour la réaliser par département.



Infographie : ETHEIS Conseil - octobre 2002

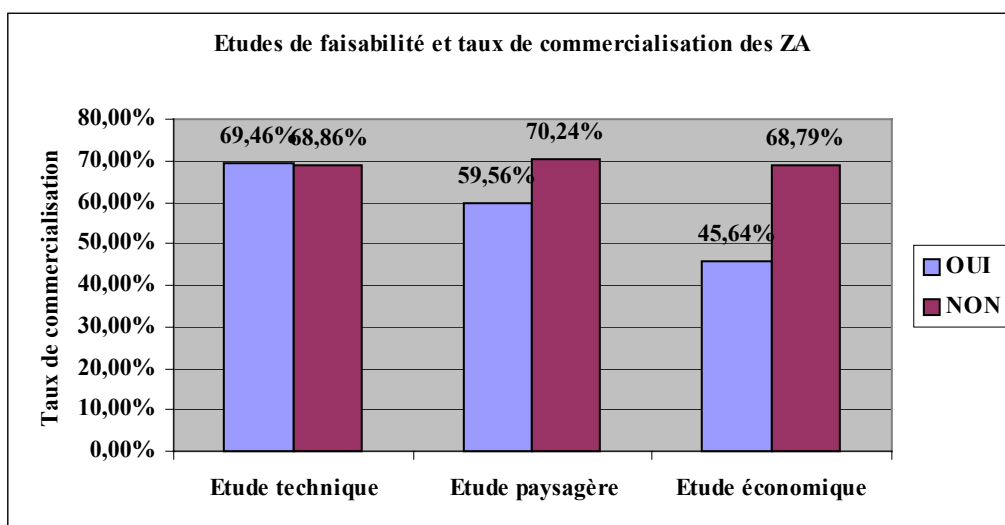
Le graphique suivant retrace les réponses des aménageurs concernant l'existence ou l'absence des différents types d'étude de faisabilité :



Comme le montre le graphique précédent, la proportion des zones pour lesquelles une étude paysagère ou une étude économique a été réalisée est encore bien plus faible qu'en ce qui concerne l'étude de faisabilité technique. En effet, des études paysagères n'ont été effectuées que dans 24% des zones pour lesquelles cette information est connue. Quant aux études de faisabilité économiques, elles n'ont réalisé que dans 14 ZA, c'est-à-dire 6,8% des zones pour lesquelles on dispose d'un renseignement. Dans la plupart des cas, cette étude de faisabilité économique a été effectuée par l'aménageur lui même.

L'existence d'une étude de faisabilité technique, paysagère ou économique a-t-elle un effet sur le taux de commercialisation des zones d'activité ?

Le graphique suivant donne la moyenne pondérée par la surface du taux de commercialisation des zones selon que les différentes études ont été ou non réalisées.



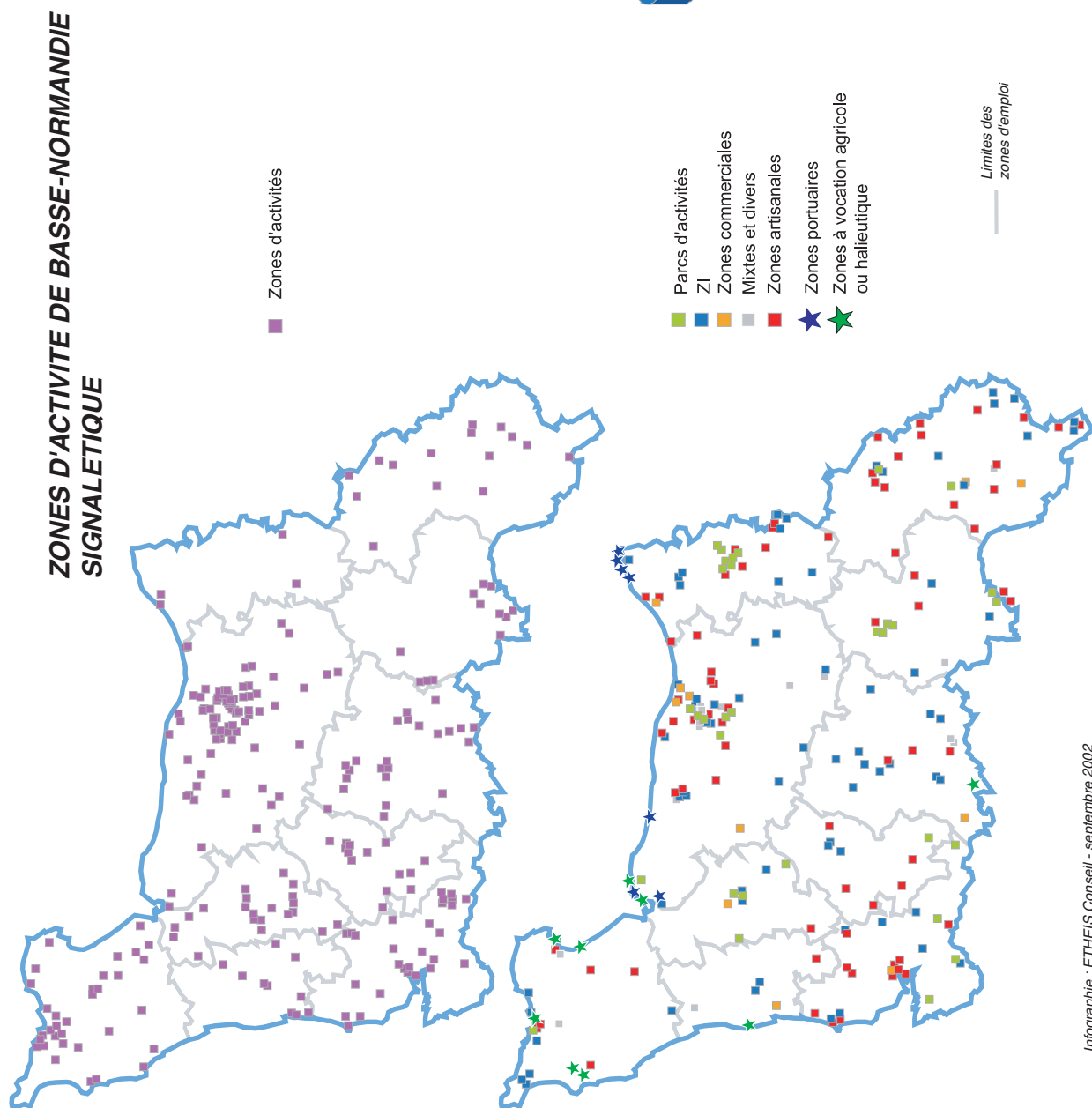
A première vue, on pourrait croire que les études paysagères ou économiques ont un effet défavorable sur le niveau de commercialisation des zones, mais il ne s'agit là que d'un effet apparent. C'est l'effet temporel qui joue en réalité sur le taux de commercialisation des zones d'activité. De fait, les ZA pour lesquelles une étude paysagère ou une étude économique a eu lieu, sont en moyenne beaucoup plus récentes que les autres.

Les zones dans lesquelles une étude économique a été effectuée datent en moyenne de 1997-1998, alors que celles pour lesquelles la réponse est négative datent quant à elles de 1986-1987. L'écart entre les deux dates moyennes de création permet d'expliquer la différence entre les deux taux de commercialisation.

De même, en ce qui concerne l'étude paysagère, lorsque la réponse est positive la date moyenne de création est approximativement égale à 1993, alors qu'elle se situe entre 1985 et 1986 lorsqu'elle est négative.

En ce qui concerne les études de faisabilité technique, celles dans lesquelles l'aménageur répond par l'affirmative datent en moyenne de 1988, contre 1986, pour celles dans lesquelles ils répondent au contraire par la négative. Dans ce dernier cas, la différence dans les dates moyennes n'est pas significative, celle des taux moyens de commercialisation ne l'est pas non plus.

Nos résultats étant totalement biaisés par la date de création des zones d'activités, il n'est pas possible d'établir directement d'impact de la réalisation des différents types d'étude de faisabilité sur le niveau de commercialisation des zones d'activité. On peut néanmoins constater que leurs taux de commercialisation ne sont pas supérieurs à ceux obtenus en moyenne dans les ZA de la même époque.



1.7. Les autres caractéristiques des zones d'activité de la région

La signalétique d'une zone d'activité peut annoncer sa destination initiale. C'est dans cette optique que nous analysons la signalétique des 431 zones pour lesquelles nous avons une indication. Cependant, comme le montre la carte ci-dessus, la majorité des zones n'ont aucune destination affichée, puisque 59,63% d'entre elles sont étiquetées simplement « zone d'activité » ou encore « parc d'activité », « pôle d'activité », « espace d'activité » pour les plus récentes. En revanche, 18,79% des zones s'affichent comme zone ou cité « artisanale » et 16,47% comme « zone industrielle ». Mais la réalité du terrain nous oblige à constater que les implantations sont bien souvent de nature mixte artisanale et industrielle, voire même commerciales, que les zones soient supposées être des zones d'activité, des zones artisanales ou des zones industrielles.

De fait, les zones réellement spécialisées selon leur signalétique sont les rares zones commerciales, tertiaires, portuaires, halieutiques, agricoles, horticoles et conchylicoles, mais qui ne représentent dans leur ensemble que 7,2% des zones de Basse-Normandie. Pour le reste la signalétique n'a que peu de signification autre que la date d'implantation.

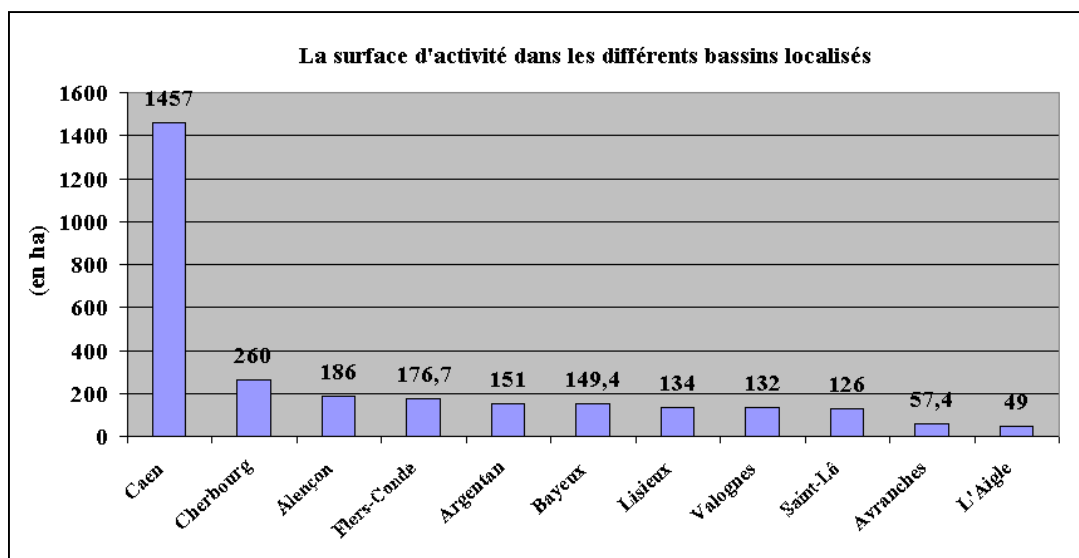
On peut noter que 38,43% des zones de la région sont gérées par une intercommunalité.

Pour en finir avec les caractéristiques générales des zones d'activité présentes dans la base de données, on peut également noter les éléments suivants dans le but d'établir des comparaisons avec les ZA les plus et les moins efficaces de la région :

- Il existe un atelier relais dans 25,88% des zones d'activités.
- Il n'existe en revanche de pépinières d'entreprises que dans 6,32% des zones.
- 26,62% des aménageurs déclarent qu'il y a des parkings publics dans leur ZA, ce chiffre nous semble plutôt surestimé, sans doute y a-t-il parfois eu confusion entre les parkings publics et les parkings dédiés aux entreprises.
- Il y a une possibilité de restauration collective sur la zone (non dédiée à une entreprise) dans 7,12% des cas.
- Il n'y a de possibilité d'hébergement que dans 5,6% des zones (et parfois ne s'agit-il seulement que d'hôtels standards implantés dans la zone).
- 68,46% des aménageurs déclarent que leur zone est visible d'un axe routier important.
- Sur les 465 zones de Basse-Normandie, 130 sont des lotissements et 43 des ZAC.
- Le coefficient d'emprise au sol est renseigné pour 90 zones seulement. Dans les données recueillis, il varie de 0,15 à 0,75. Le coefficient moyen est de 0,54.

2. Les zones « zoom »

Les 11 bassins localisés de la Basse-Normandie que nous allons étudier, sont de tailles très différentes, comme le montre le graphique suivant :

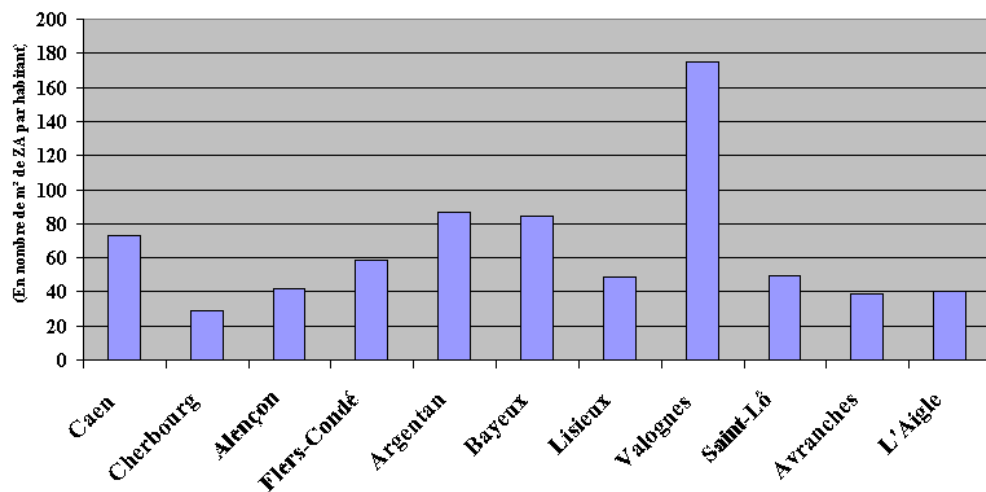


On peut noter que la somme des surfaces d'activité regroupées dans ces 11 secteurs (soit 2 878,5 ha) représente presque la moitié de la surface totale des zones d'activité de la Basse-Normandie.

Pour chacun de ces secteurs, nous avons construit des graphiques destinés à les caractériser et à les comparer. Ces graphiques illustrent ainsi l'évolution de la surface d'activité, la surface totale en précisant la part commercialisée et la part disponible, la taille des ZA, les prix des surfaces disponibles et les taux de taxe professionnelle. Dans quelques zones, certains graphiques sont absents à cause d'un nombre trop important de données manquantes.

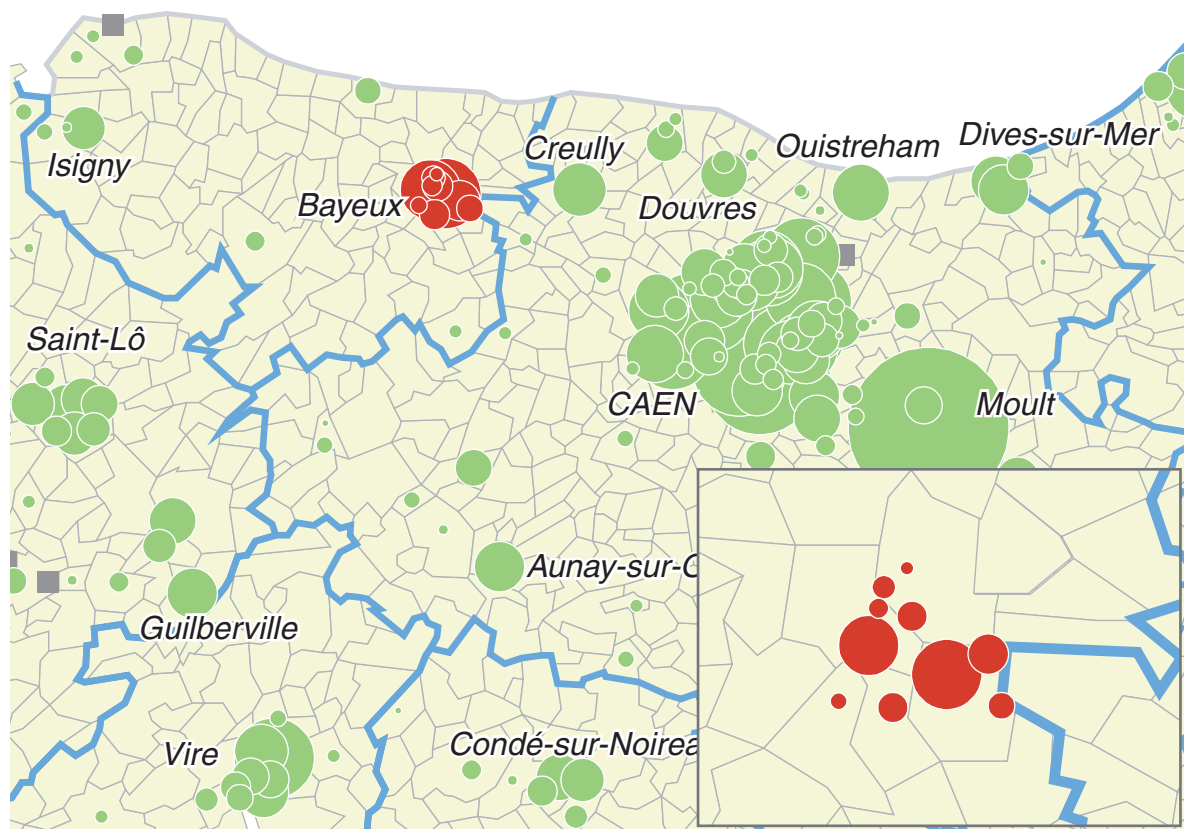
Pour nous aider dans notre interprétation des observations que nous allons réaliser sur les différents bassins localisés, nous avons construit le graphique suivant qui estime pour différentes zones le nombre de m² de surface d'activité par habitant. Cet indice nous aidera à juger de la rareté ou de l'abondance de surface d'activité dans chacun des secteurs concernés.

Population et surface d'activité



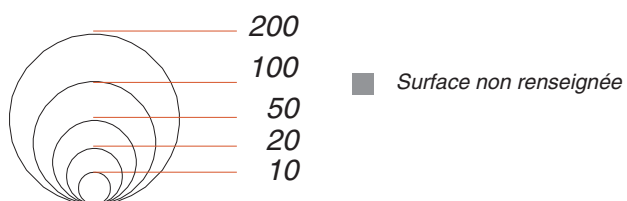
2.1. Bayeux, Calvados²

ZONES D'ACTIVITE DE BAYEUX



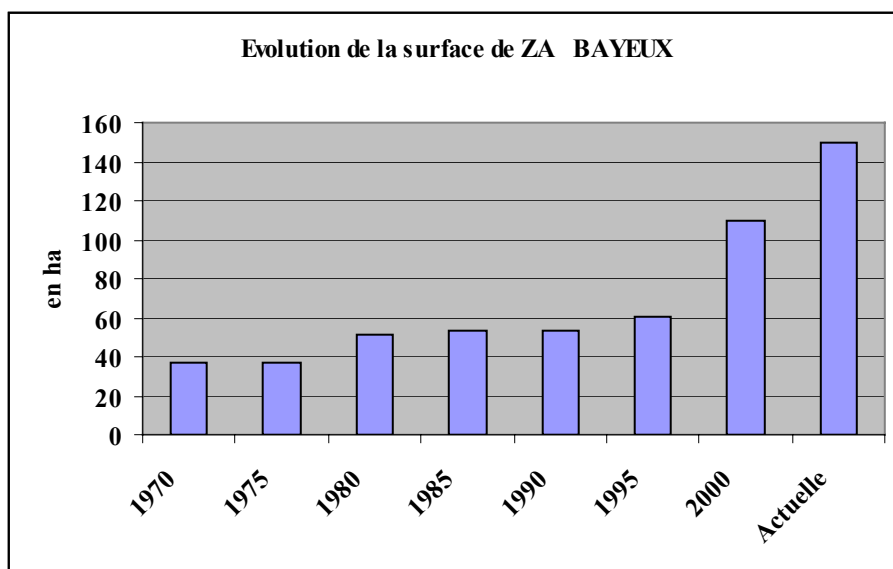
Surface totale (en hectares)

Infographie : ETHEIS Conseil - janvier 2003

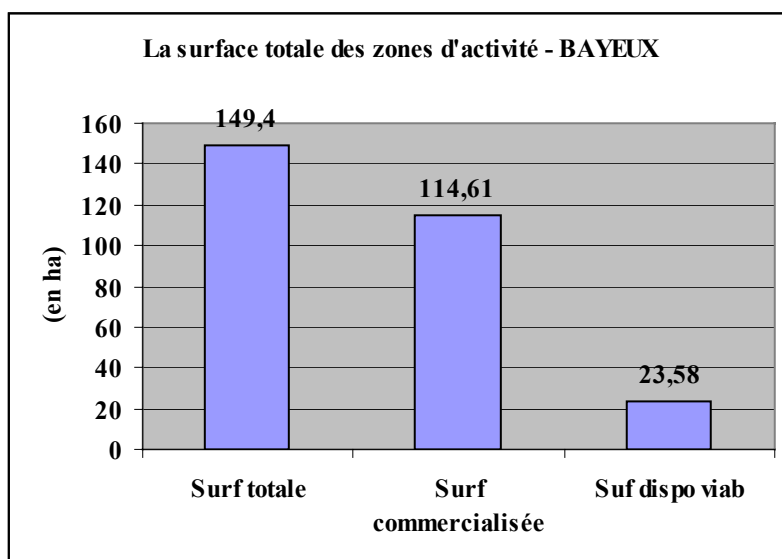


² Le périmètre d'étude comprend les 4 communes de l'unité urbaine de Bayeux.

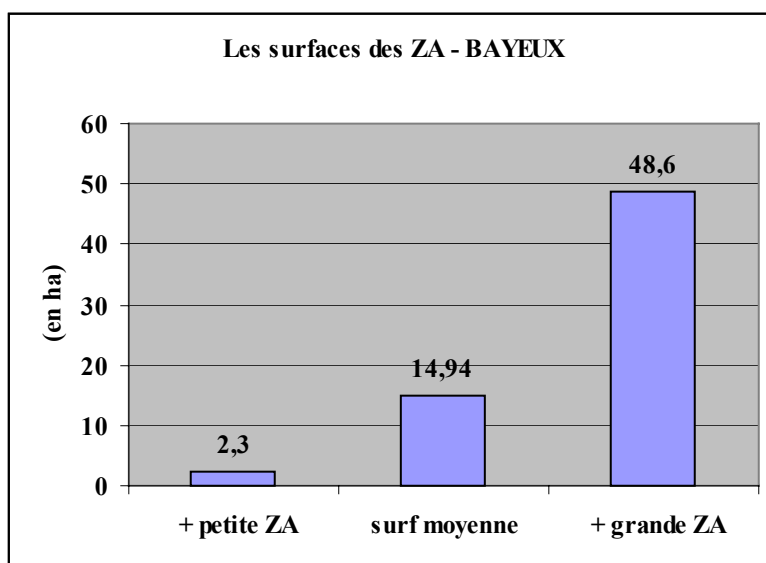
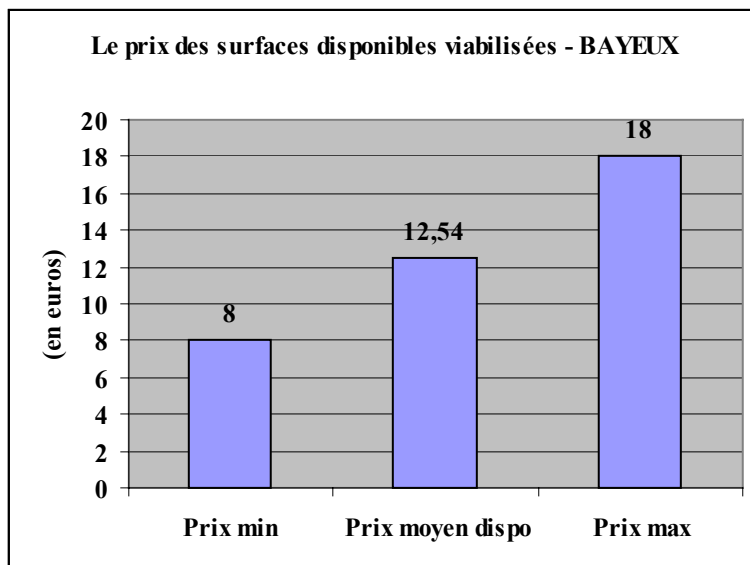
Le bassin de Bayeux compte 10 zones d'activité, dont 3 sont intercommunales. Dans ce secteur, la création de zones d'activité est un phénomène ancien puisque la première ZA date de 1962. Sur le graphique suivant, on remarque que durant une longue période la surface d'activité a peu varié. En effet, entre 1970 et 1995, période qui a connu la multiplication des implantations de ZA dans l'ensemble de la région, la surface d'activité ne s'est accrue que d'un tiers dans la zone de Bayeux. C'est dans la période récente que la surface d'activité a fortement augmenté, puisqu'elle a plus que doublé depuis 1995, probablement en partie dans la perspective des nouveaux aménagements routiers (prolongation de l'A13). Ces implantations récentes font du secteur de Bayeux l'une des zones de la Basse-Normandie dans lesquelles la surface d'activité par habitant est la plus élevée.



Malgré l'importance de cette extension récente, le taux de commercialisation moyen pondéré est assez élevé, puisqu'il est égal à 78,82%. Par ailleurs, la plus grande partie de la surface encore disponible est viabilisée et donc prête à être immédiatement commercialisée. Pour les ZA les plus récentes, l'aménageur, commune de Bayeux pour certaines zones ou communauté de communes pour les autres, a délégué à la SHEMA le soin de cette commercialisation.

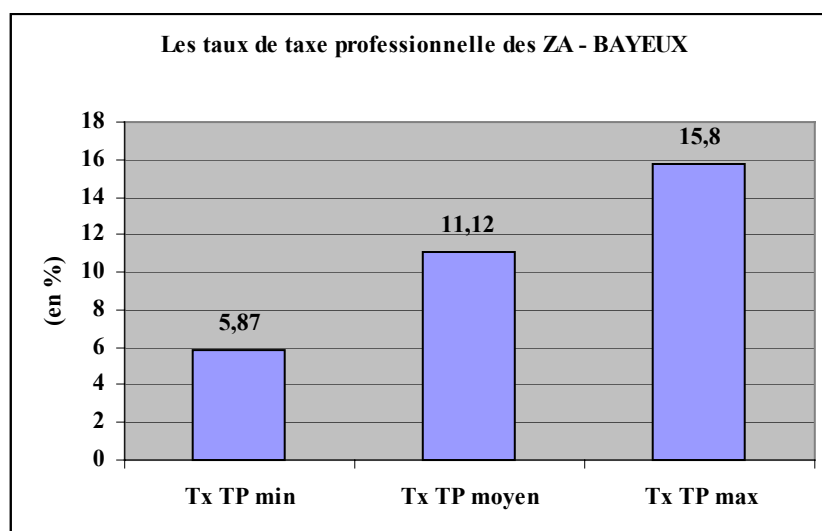


Il reste des terrains disponibles dans 7 ZA, outre la ZA tertiaire la plus récente qui n'est pas encore viabilisée. Le prix des surfaces disponibles viabilisées varie de 8 à 18 euros. Ce qui nous donne un prix moyen pondéré de 12,54 euros pour les surfaces disponibles viabilisées de ce secteur. C'est un prix un peu supérieur à la moyenne départementale.



Les 10 ZA du bassin localisé de Bayeux se caractérisent par des tailles très variées allant de 2,3 à 48,6 ha comme le montre le graphique précédent. La taille moyenne d'un peu moins de 15 ha est assez largement inférieure à la moyenne départementale.

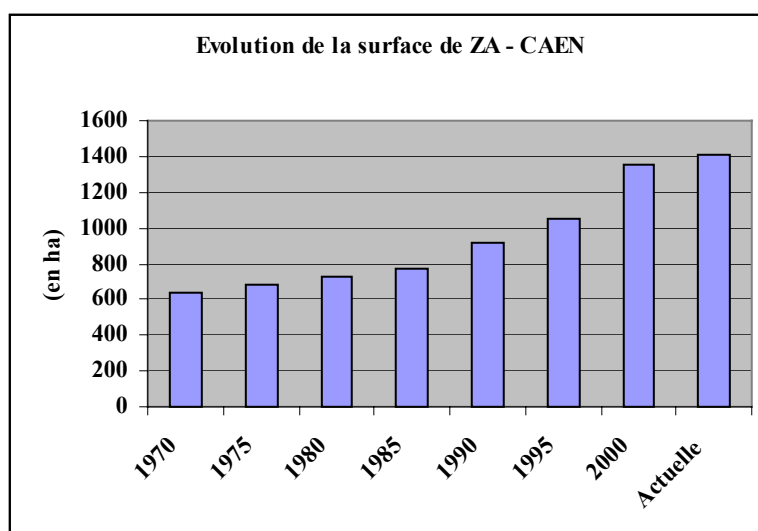
La fourchette des taux de taxe professionnelle locaux est large puisqu'elle va de 5,87% à Saint-Vigor-le-Grand à 15,8% pour Bayeux. Cependant, les communes à fort taux de taxe professionnelle cherchent à compenser cet inconvénient en offrant des exonérations aux entreprises, alors qu'aucune n'est possible à Saint-Vigor-le-Grand. Au total, la moyenne pondérée par la surface du taux de taxe professionnelle de 11,12% reste inférieure à la moyenne départementale.



2.2. Caen, Calvados³

Le secteur de Caen possède 49 zones d'activité (dont 22 intercommunales) qui représentent une surface totale de 1 456,94 ha, ce qui signifie que près de la moitié de la surface d'activité du Calvados, et près d'un quart de celle de la Basse-Normandie dans son ensemble, est regroupée sur l'agglomération caennaise. Cependant, étant donnée l'importance de la population de la métropole régionale, l'indice du nombre de m² par habitant n'est pas excessivement élevé.

En regardant le graphique ci-dessous, on remarque que le développement des zones d'activité y est très ancien, puisqu'il y a déjà plus de 600 ha de ZA en 1970. On note que la surface d'activité a à peine plus que doublé depuis.

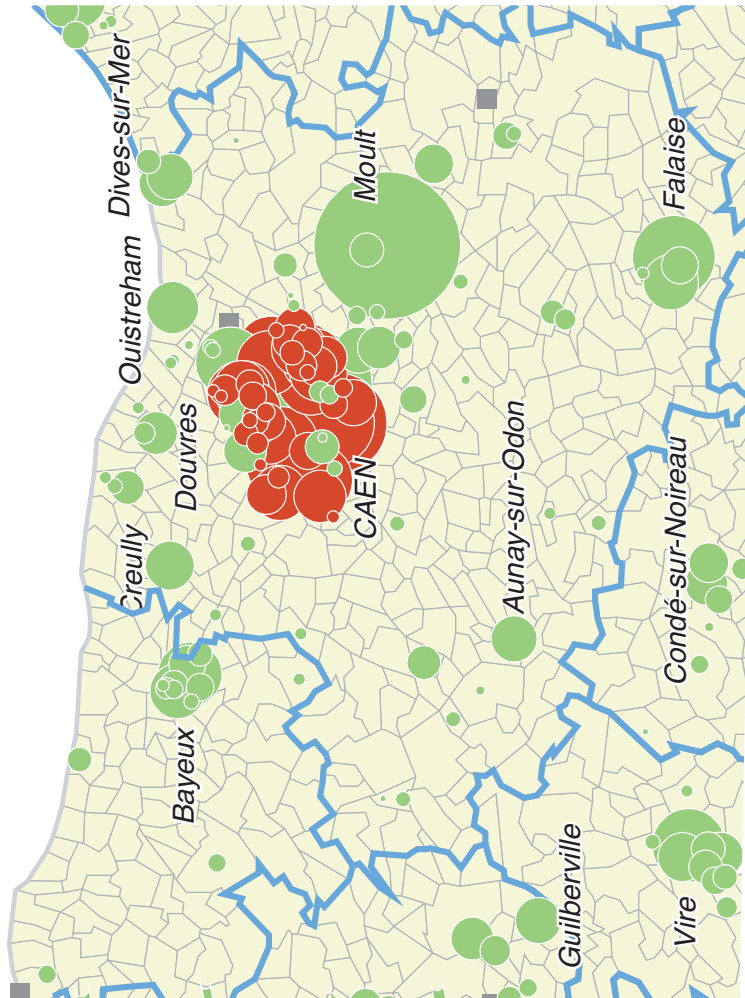


L'importance de la surface d'activité explique sans doute le faible taux de commercialisation des ZA du secteur, c'est un des plus bas de la région, puisqu'il est égal à 65,55%. On remarque que moins de la moitié de la surface potentiellement disponible est effectivement

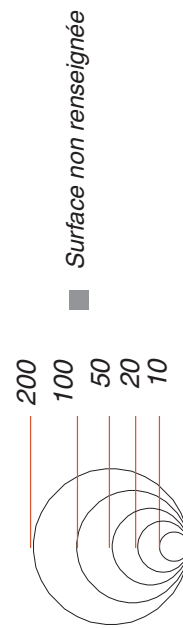
³ Le périmètre d'étude comprend les 18 communes de l'unité urbaine de Caen.

viabilisée. Cependant, la surface disponible viabilisée dans le secteur de Caen représente environ un quart de tout ce qui existe dans la région dans son ensemble.

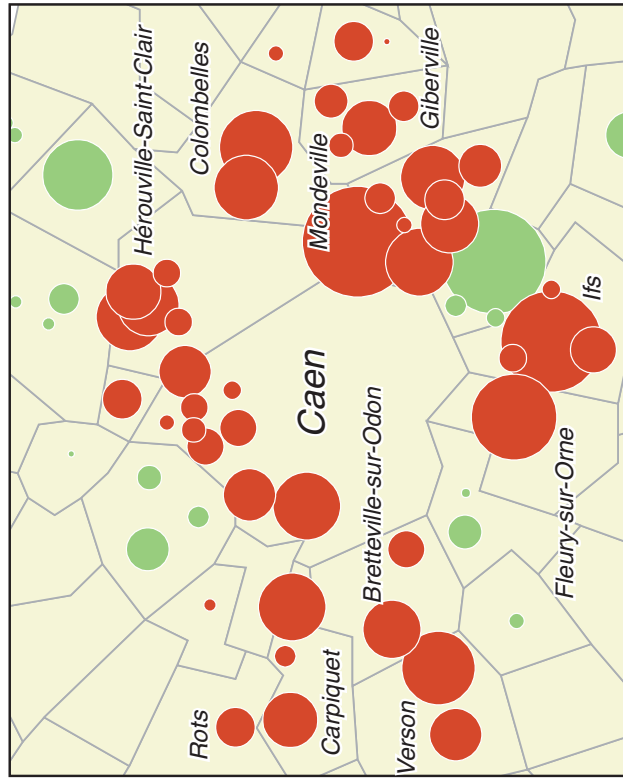
ZONES D'ACTIVITE DE L'UNITE URBAINE DE CAEN



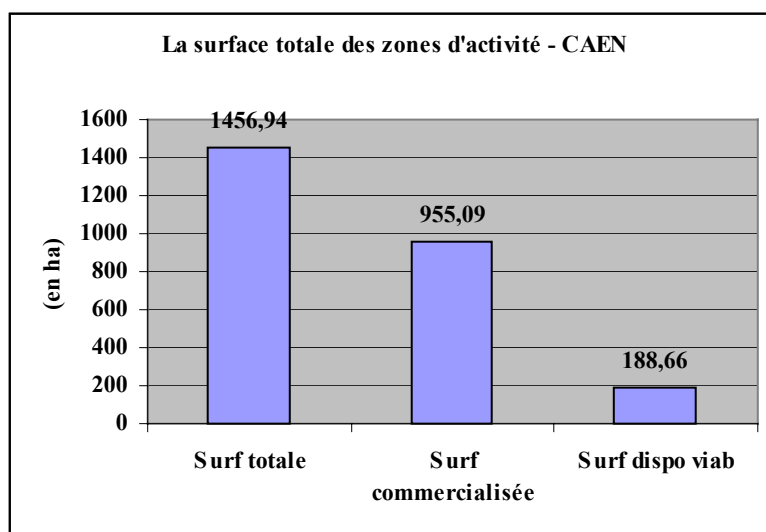
Surface totale (en hectares)



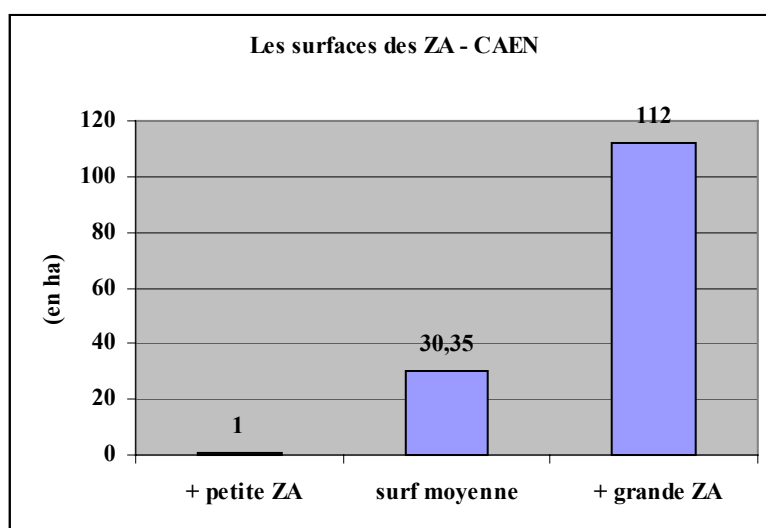
AGGLOMERATION CAENNAISE



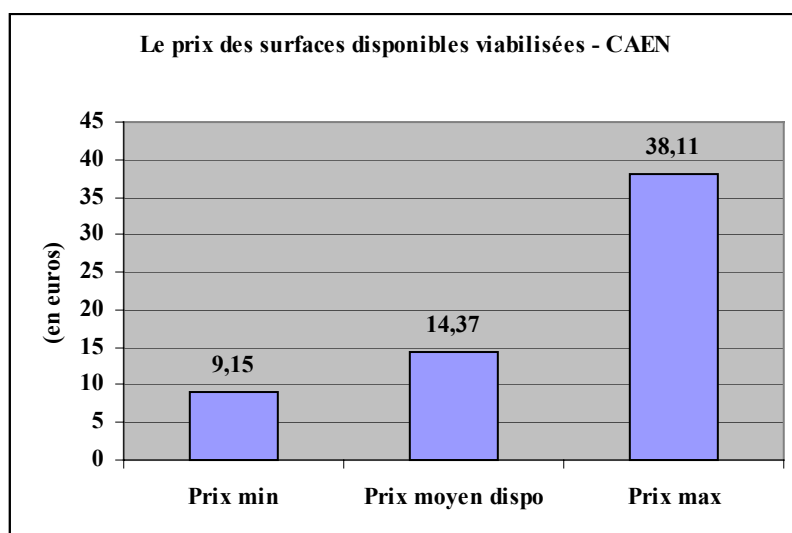
Infographie : ETHEIS Conseil - janvier 2003



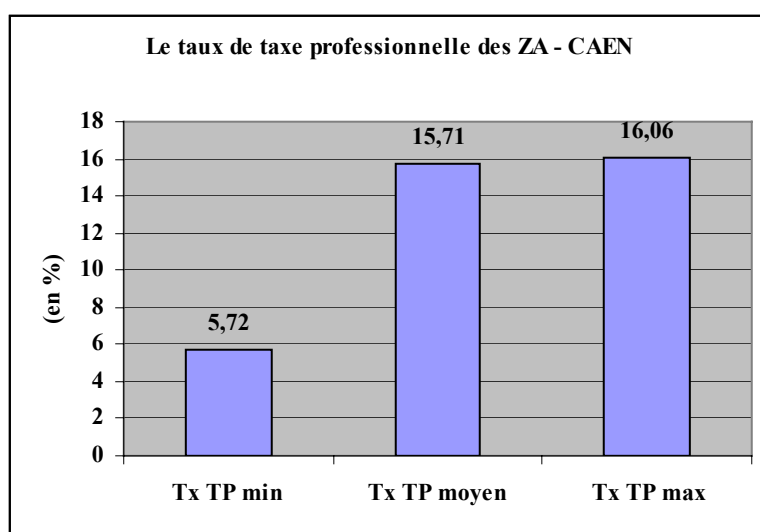
Dans ce secteur, de très grandes zones avoisinent avec de très petites. Cependant, la taille moyenne des ZA (30,35 ha) est très supérieure à celle calculée au niveau du département.



Le prix moyen des surfaces disponibles viabilisées est supérieur à celui du Calvados en général, il s'agit donc d'un secteur particulièrement recherché, malgré la faiblesse du taux de commercialisation. On note que la fourchette de prix est très importante, de un à quatre.



L'harmonisation des taux de taxe professionnelle au niveau du Grand Caen nous donne un taux de taxe moyen pondéré proche de ce taux harmonisé égal à 16,06%. Il n'y a que dans quelques communes (par exemple Verson) que s'applique encore un taux plus faible. Le taux moyen de taxe professionnelle du secteur est ainsi supérieur de plus de 2 points à la moyenne calculée pour l'ensemble du Calvados.

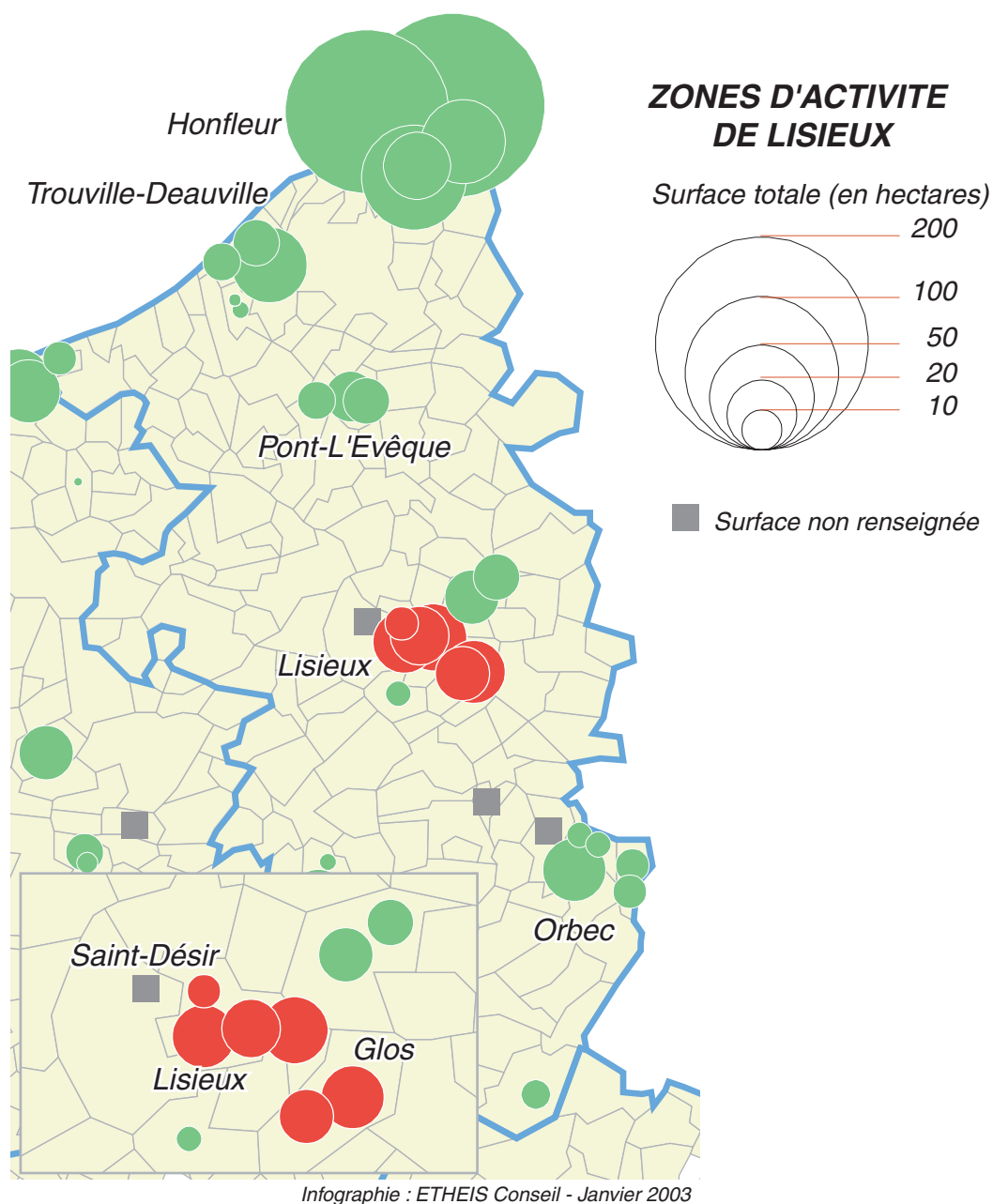


2.3. Lisieux, Calvados⁴

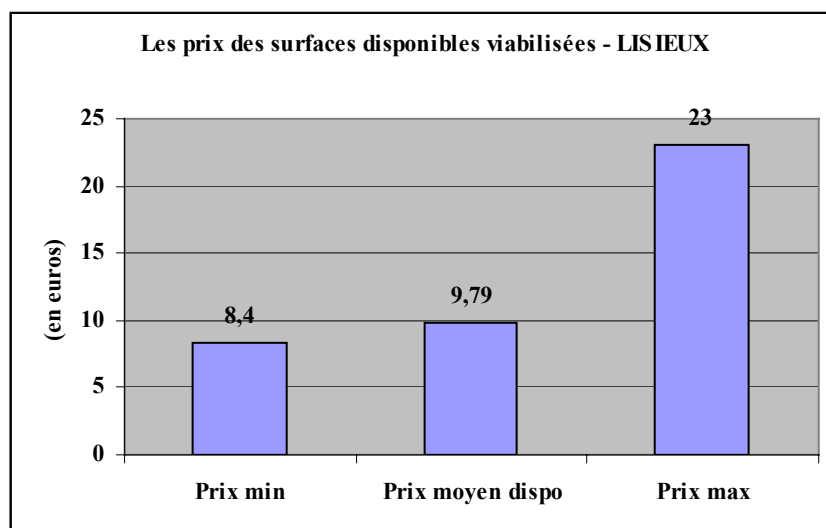
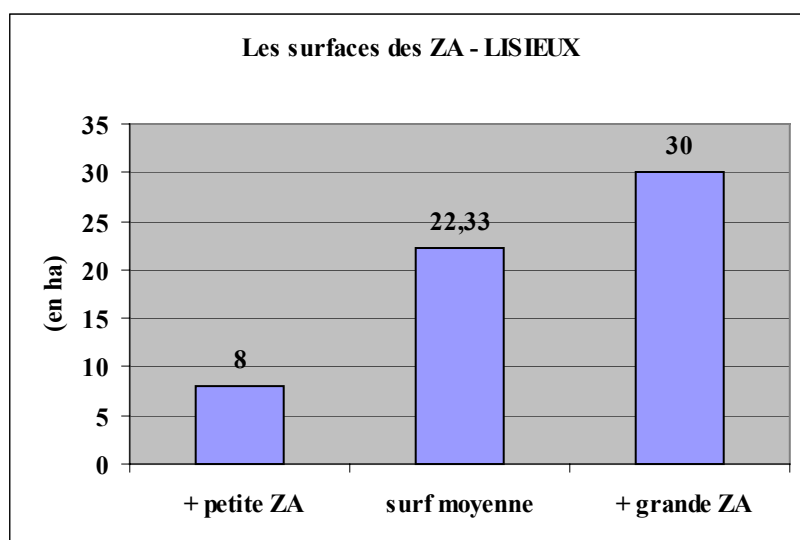
Les données manquantes concernant le bassin localisé de Lisieux ne permettent pas de construire l'ensemble des graphiques pour caractériser le secteur. On sait néanmoins que la surface totale d'activité de Lisieux représente 134 ha. 77,39% de cette surface est commercialisée. On répertorie 15,85 ha de terrain disponible et viabilisé, mais ce chiffre est peut-être sous-estimé, car il manque des données pour 2 des 7 ZA de Lisieux. Une seule de ces 7 ZA est une zone intercommunale.

⁴ Le périmètre d'étude comprend les 5 communes de l'unité urbaine de Lisieux.

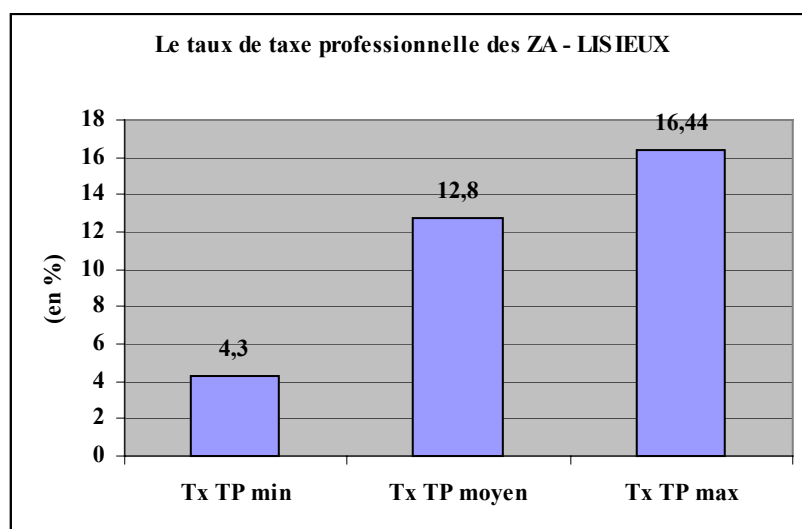
L'implantation de ZA dans le secteur est un phénomène assez ancien, car la première zone aurait été ouverte en 1960. La surface d'activité continue d'augmenter, puisqu'une nouvelle ZA a été créée en 2002. Malgré cette nouvelle implantation, on peut remarquer que l'indice du nombre de m² par habitant reste assez moyen comparativement aux autres grandes agglomérations régionales.



On remarque qu'il n'existe ni très petites, ni très grandes zones dans le bassin de Lisieux, et la taille moyenne est à peine supérieure à la moyenne départementale.



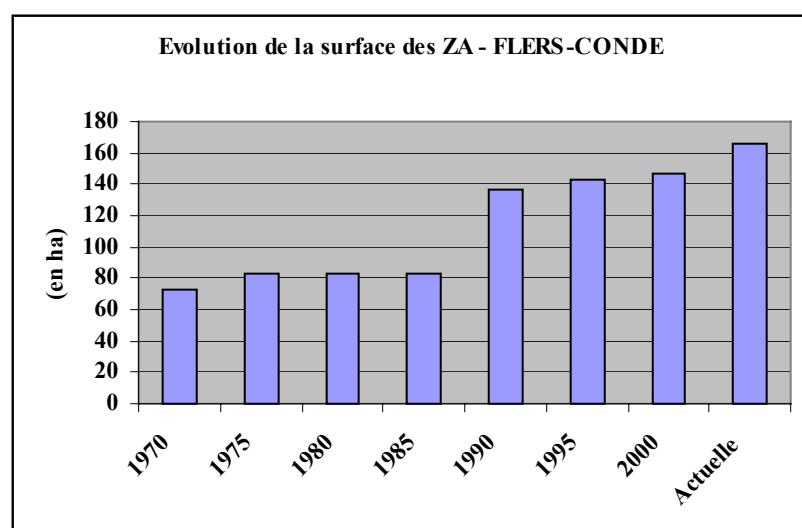
On remarque aussi que le prix moyen des surfaces disponibles est un peu inférieur à la moyenne départementale. Cependant, le manque de données et la faiblesse des surfaces disponibles pose un problème dans l'estimation de cette moyenne. On peut cependant noter la très grande différence entre les prix extrêmes des terrains disponibles, ainsi qu'entre les taux de taxe professionnelle pratiqués par les différentes communes (de 4,3% à Glos à 16,44% à Lisieux), et ce alors que les ZA sont regroupées sur un espace géographiquement très restreint.



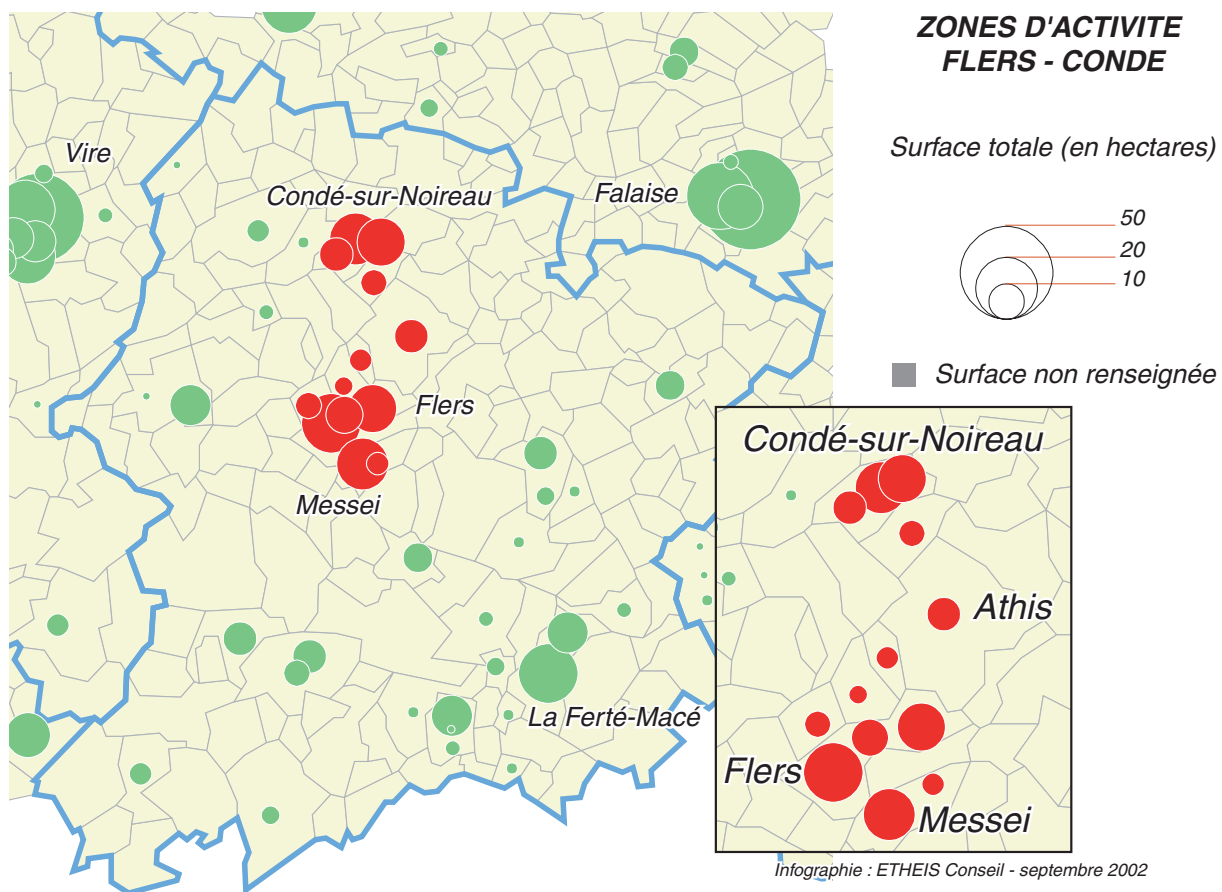
2.4. Flers-Condé, Calvados et Orne⁵

Le bassin de Flers-Condé qui compte 13 zones d'activité (dont 10 sont intercommunales), est situé à cheval sur deux départements, le Calvados et l'Orne. 3 ZA sont implantées dans le Calvados et 10 dans l'Orne. Paradoxalement, il s'agit des deux départements qui ont les schémas de développement les plus différents en ce qui concerne les ZA. Nous allons voir duquel de ces deux schémas le secteur Flers-Condé peut être considéré comme le plus proche.

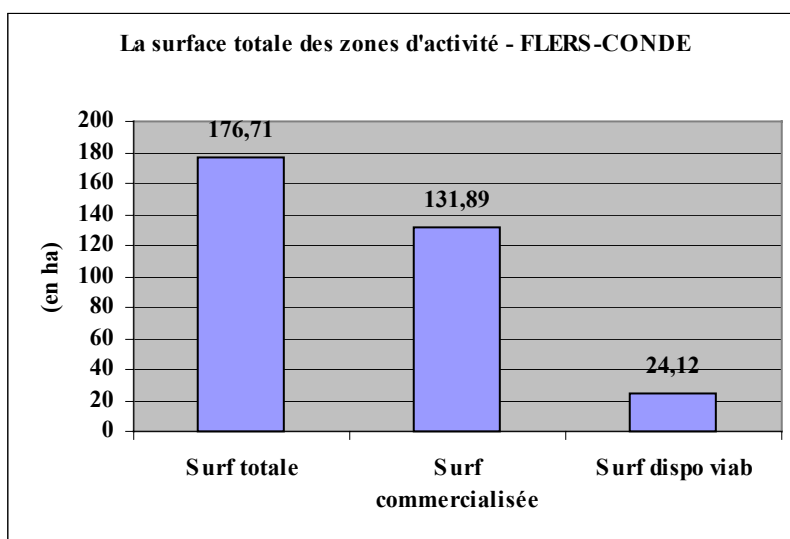
Il s'agit d'un secteur dans lequel l'implantation des zones d'activité est un phénomène plutôt ancien, puisque dès 1970 la surface d'activité dépasse 60 ha. Cependant, cette surface n'évolue quasiment plus jusqu'en 1985. La surface s'est ensuite fortement accrue, puisqu'elle a plus que doublé depuis cette date. De ce fait, l'indice du nombre de m² par habitant est assez élevé puisqu'il atteint presque le niveau calculé pour l'agglomération caennaise.



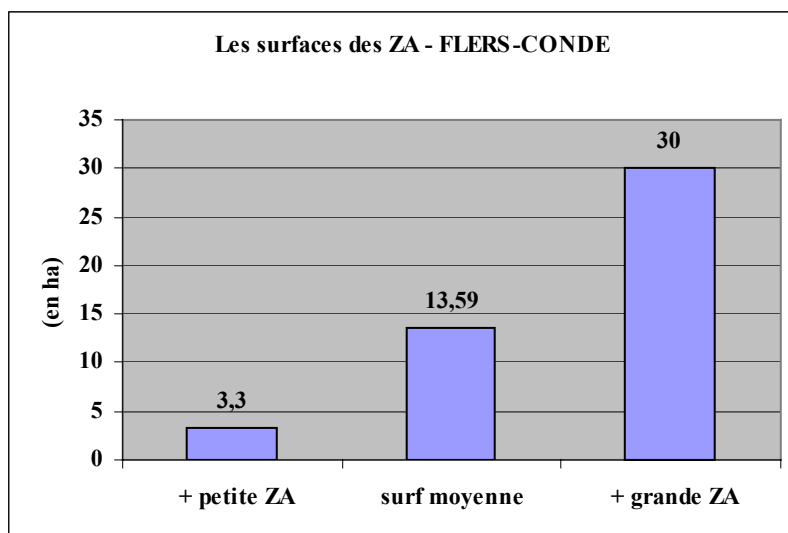
⁵ Compte tenu de la spécificité de ce pôle d'activité, le périmètre d'étude comprend les 2 communes de l'unité urbaine de Condé-sur-Noireau, les 4 communes de celle de Flers ainsi que les communes de Messei et Athis-de-l'Orne.



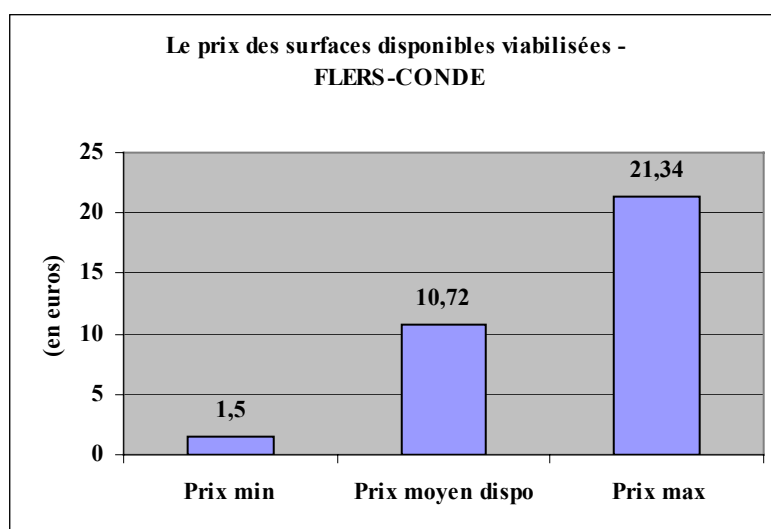
Au total, les 13 ZA de ce secteur regroupent 176,71 ha. Malgré les implantations récentes, le taux de commercialisation moyen pondéré est assez élevé et égal à 75,84% (surtout si on tient compte du nombre de m² par habitant). Une grande partie des surfaces encore disponibles sont effectivement viabilisées.



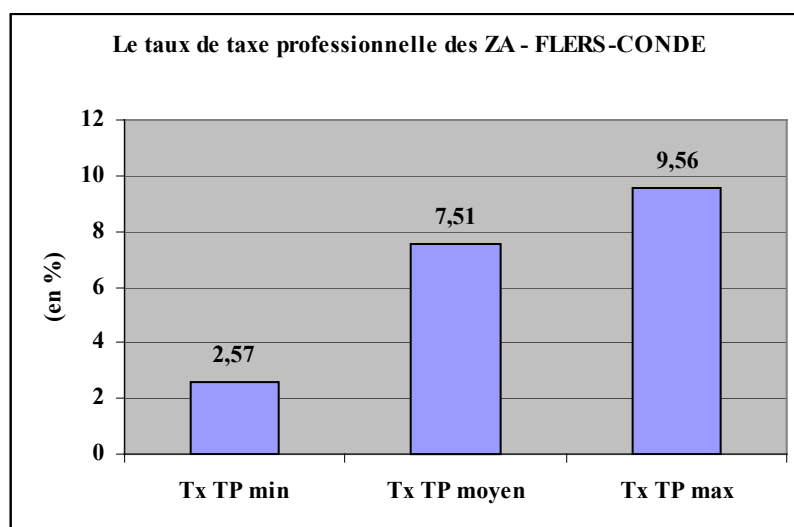
La taille moyenne des ZA de ce secteur est très inférieure à celle des ZA du Calvados, mais elle reste significativement supérieure au chiffre obtenu dans l'Orne.



De même le prix moyen pondéré des surfaces disponibles se situe à mi-chemin des prix moyens pratiqués dans l'Orne et dans le Calvados. Notons à cet égard que les seules surfaces disponibles connues pour ce secteur se situent dans l'Orne. Si le prix doit donc être comparé à la moyenne de ce département, on peut considérer qu'il est significativement plus élevé.



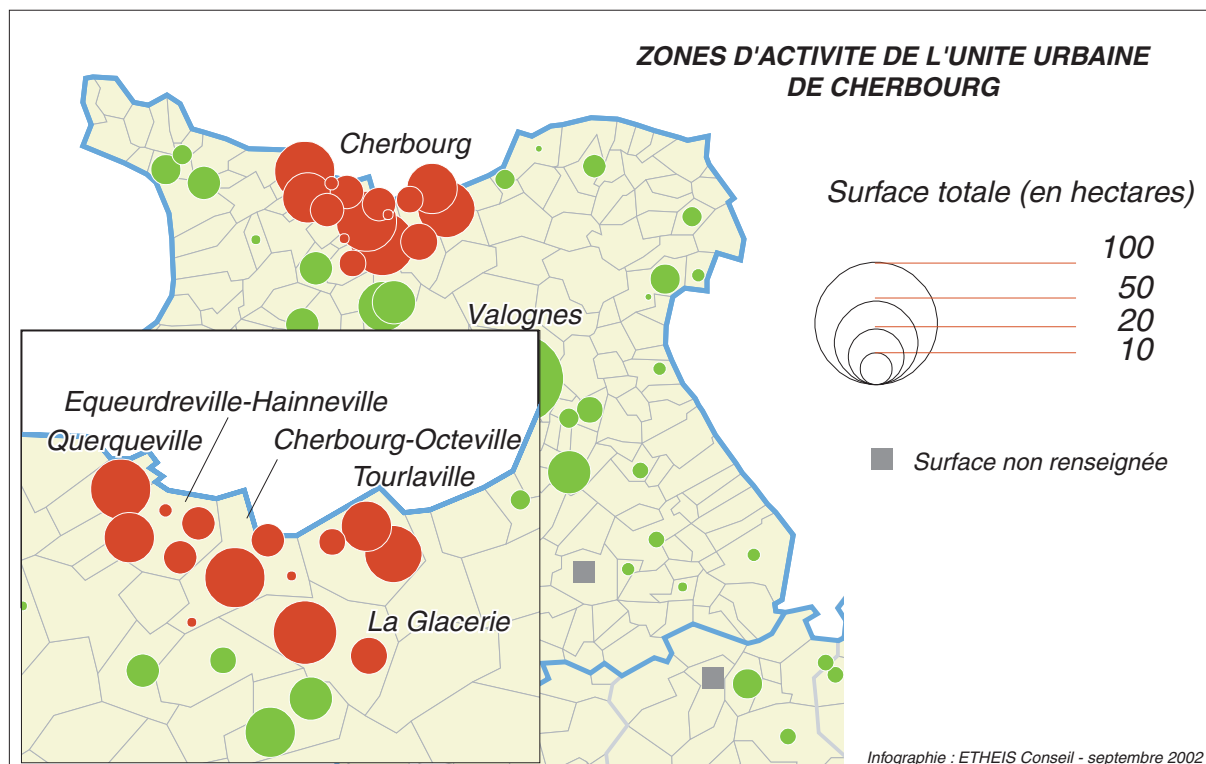
En revanche, on ne rencontre dans cette zone aucun taux de taxe professionnelle élevé. Au contraire, la moyenne pondérée par la surface totale est même notablement inférieure à celle du département de l'Orne, elle-même déjà très inférieure, on s'en souvient, à celle obtenue dans le Calvados. C'est donc un taux de taxe professionnelle très faible qui est pratiqué sur le secteur Flers-Condé, d'autant plus que des exonérations de taxe professionnelle pour création sont prévues dans quasiment toutes les ZA du bassin.



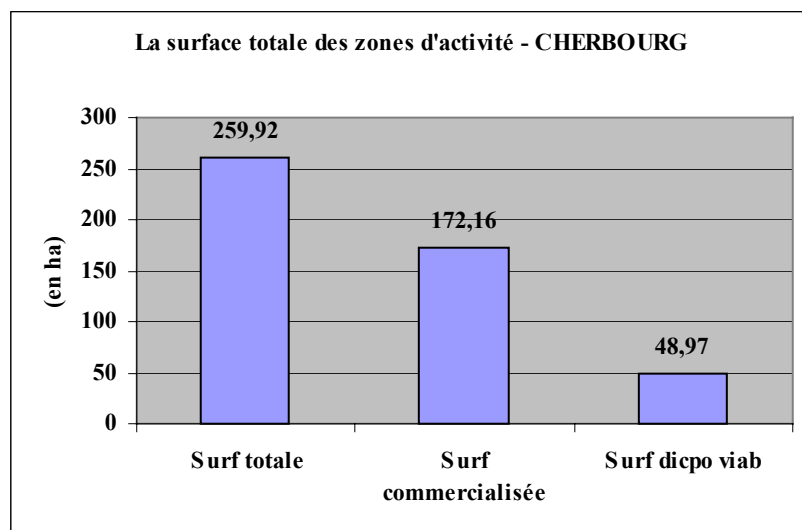
2.5. Cherbourg, Manche⁶

Après Caen, c'est aux alentours de Cherbourg qu'est concentrée la plus grande surface d'activité. Cependant, les 15 ZA du bassin de Cherbourg ne réunissent que 259,92 ha de surface d'activité, soit environ 1/6 de celle regroupée autour de Caen. En revanche, la population du bassin cherbourgeois représente presque la moitié de celle de l'agglomération caennaise, ce qui explique que l'indice du nombre de m² par habitant soit beaucoup plus faible pour Cherbourg que pour Caen, c'est même l'indice le plus faible de tous ceux calculés dans les différents bassins localisés de la région. Cependant, le taux de commercialisation moyen pondéré n'exprime pas clairement cette rareté, puisque, avec 66,24%, il est à peine plus élevé à Cherbourg que dans la métropole régionale.

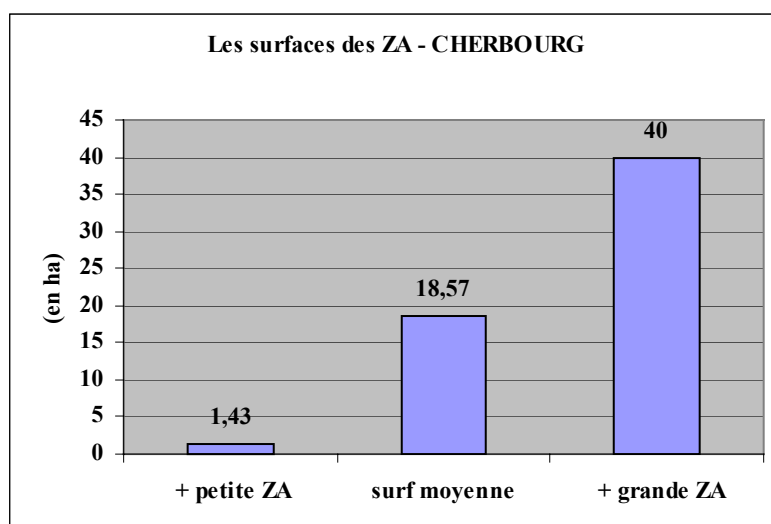
⁶ Le périmètre d'étude comprend les 7 communes de l'unité urbaine de Cherbourg.



Les deux tiers de la surface potentiellement disponible sont effectivement viabilisés. Après Caen, c'est de loin Cherbourg qui regroupe la plus vaste surface disponible viabilisée de toute la région (la surface disponible viabilisée dans le bassin de Cherbourg représente environ $\frac{1}{4}$ de celle qui existe aux alentours de Caen).



A l'échelle du département de la Manche, il s'agit plutôt de grandes ZA, puisque leur surface moyenne est de 18,57 ha.



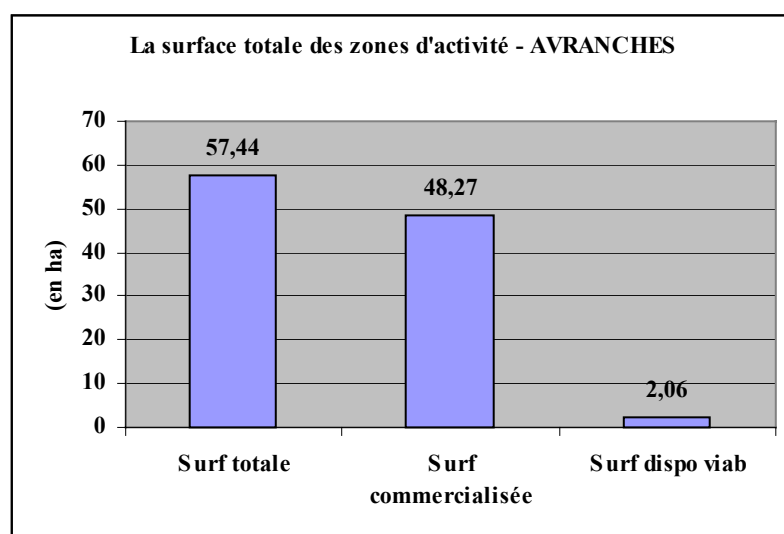
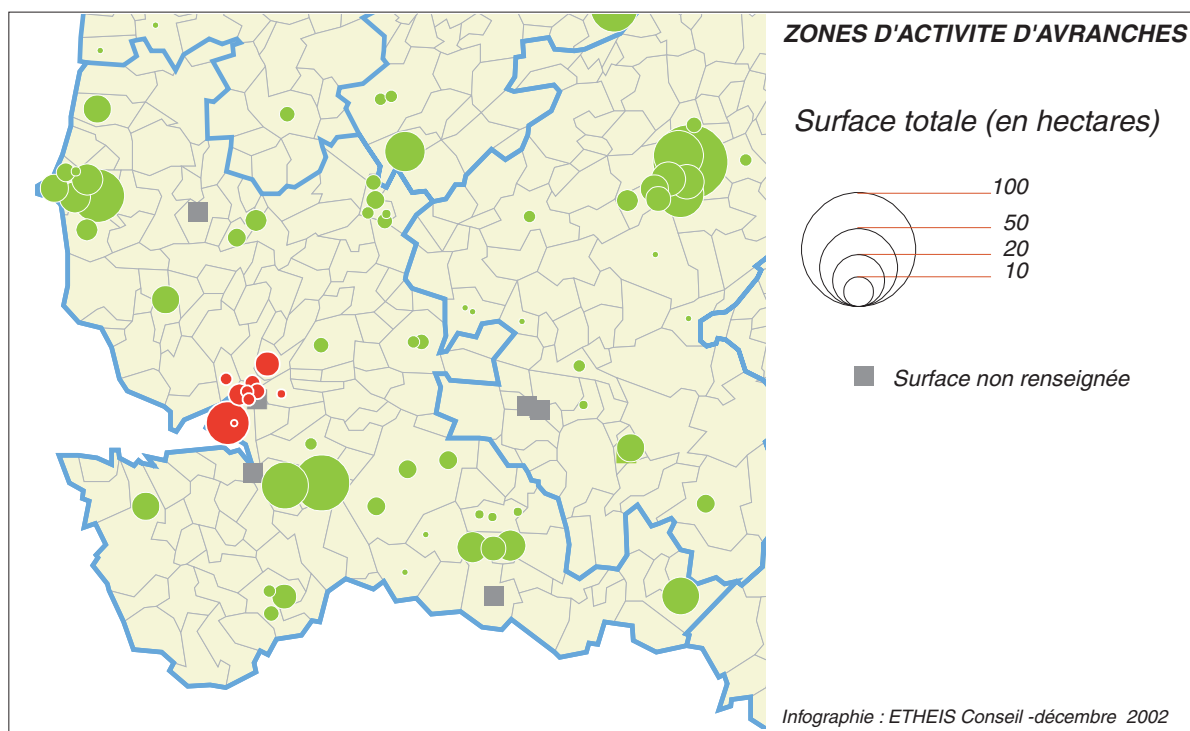
8 des ZA du bassin de Cherbourg sont gérées par l'intercommunalité. Contrairement à ce qui se pratique dans beaucoup d'autres bassins localisés, l'intercommunalité pratique un tarif unique dans toutes les ZA qui dépendent d'elle, ce qui évite de créer une concurrence interne au bassin. Ce prix de 15,24 euros au m² est très élevé pour le département. Nous n'avons malheureusement pas obtenu de renseignements sur la politique tarifaire suivie dans les ZA de La Glacière et Tournelville qui disposent également de surfaces disponibles viabilisées.

De la même façon, le taux de taxe professionnelle n'est connu que pour 8 des ZA du secteur de Cherbourg, les données manquantes ne permettent pas de calculer un taux moyen de taxe professionnelle. On peut cependant noter que tous les taux de taxe professionnelle connus dans le secteur sont extrêmement élevés à l'échelle de la Manche, puisqu'ils dépassent tous 20%.

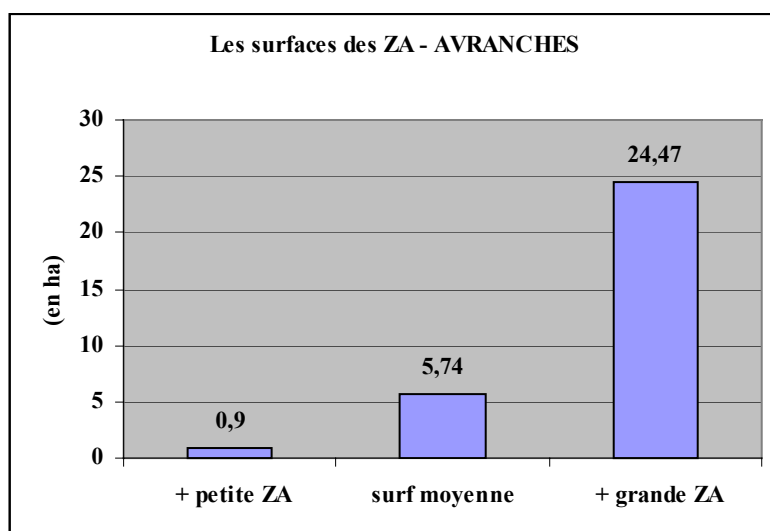
2.6. Avranches, Manche⁷

Les 11 ZA situées dans le bassin d'Avranches (dont 3 sont intercommunales) regroupent l'une des plus faibles surfaces totales d'activité des grands bassins de la Basse-Normandie avec 57,44 ha. Étant donné l'importance de la population locale, l'indice du nombre de m² par habitant y est plutôt faible pour la région. En dépit des données manquantes, il apparaît clairement que l'implantation de zones d'activité constitue un phénomène récent dans le secteur d'Avranches, puisque la plus grande partie des ZA existantes ont été créées depuis le début des années quatre-vingt dix, notamment dans la perspective de l'ouverture de l'A84. Malgré les nouvelles ZA, le terrain situé en zone d'activité reste rare, puisque le taux de commercialisation moyen pondéré est de 84,04%. Seuls 2,06 ha de surface disponible viabilisée ont d'ailleurs pu être répertoriés. Les données manquantes et la faiblesse des surfaces disponibles ne nous ont pas permis d'établir un prix moyen.

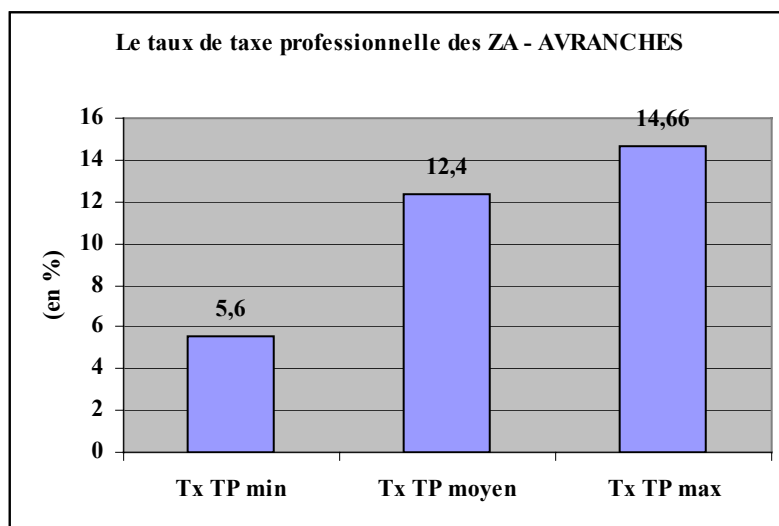
⁷ Le périmètre d'étude comprend les 6 communes de l'unité urbaine d'Avranches.



On peut remarquer que même pour le département de la Manche, la surface moyenne des ZA du bassin d'Avranches, 5,74 ha, est extrêmement réduite. Il est intéressant de noter que la zone de 24,47 ha (la seule à dépasser 10 ha) est une zone commerciale créée en 1995.



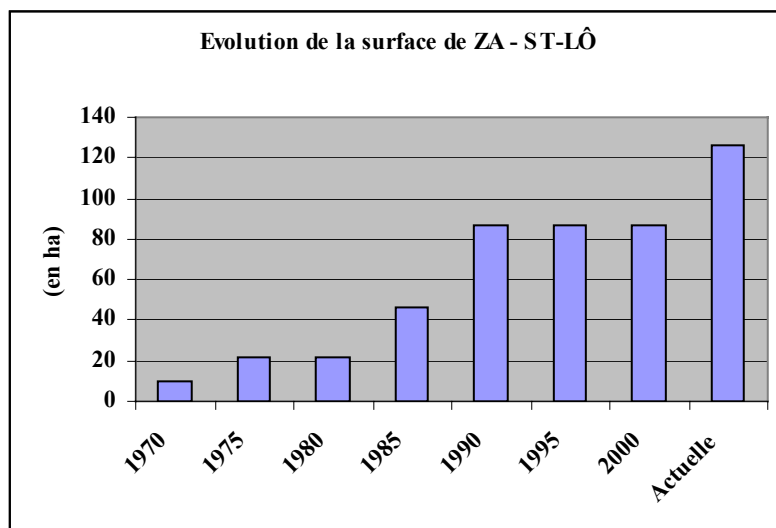
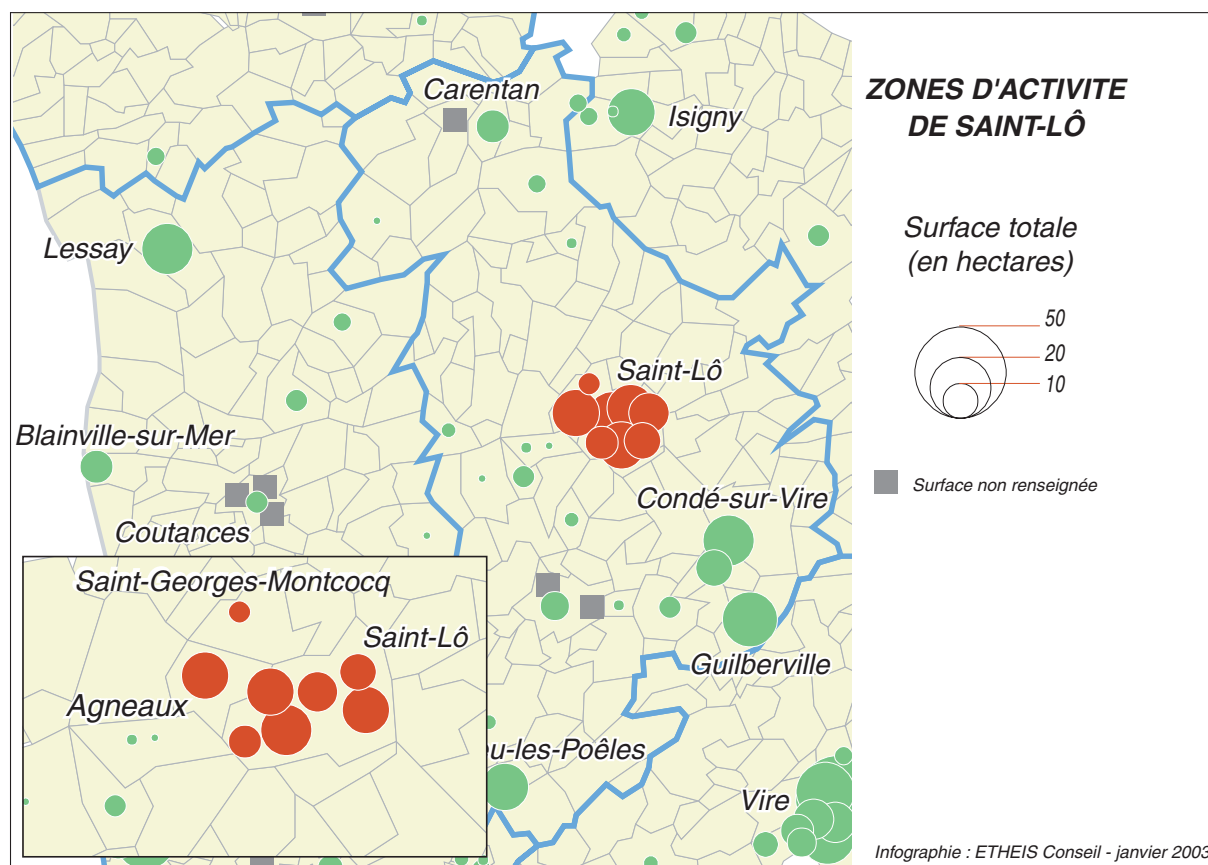
Les taux de taxe professionnelle du secteur sont fortement différenciés puisqu'ils vont de 5,6% à Val-Saint-Père à 14,66% pour Avranches même.

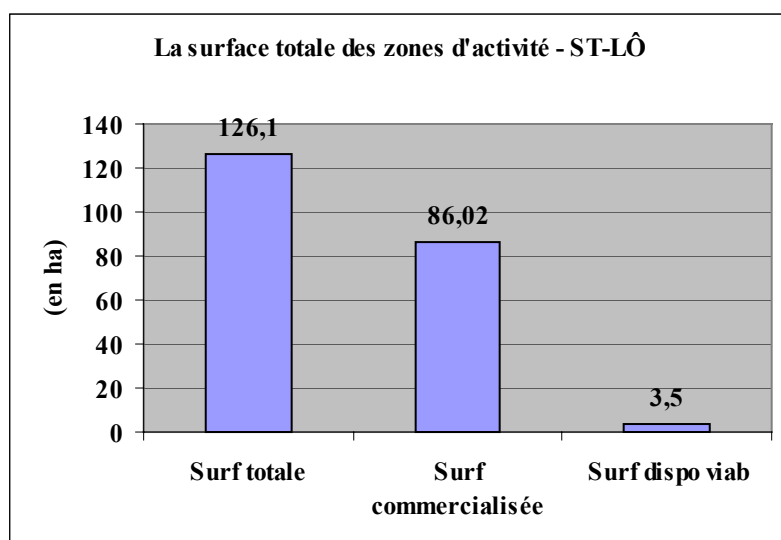


2.7. Saint-Lô, Manche⁸

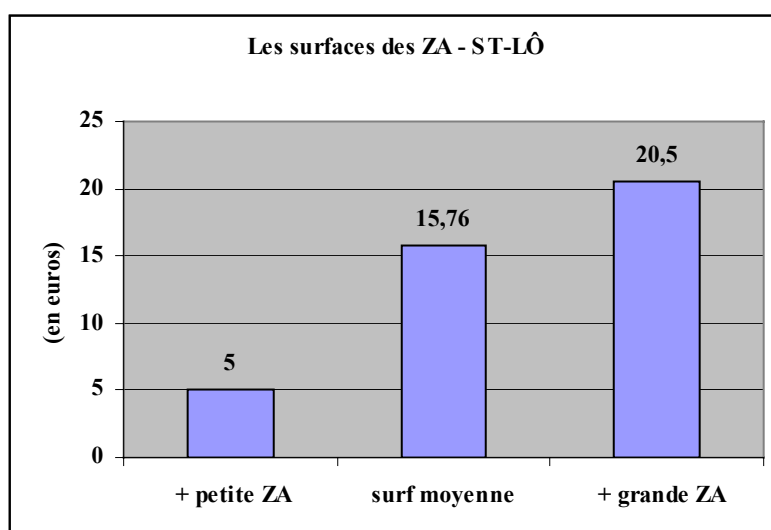
Comme il est fréquent dans le département de la Manche, la création de zones d'activité dans le secteur de Saint-Lô est un phénomène assez récent. La majorité des 8 ZA existantes qui sont toutes intercommunales, ont été créées dans les années quatre-vingt ; entre 1980 et 1990, la surface d'activité y a donc quadruplé. Ensuite, il n'y a eu aucune ouverture de nouvelle zone pendant une décennie. En revanche, très récemment, depuis 2000, 40 ha supplémentaires de surface d'activité ont été implantés, ces ouvertures sont largement liées au développement des infrastructures routières.

⁸ Le périmètre d'étude comprend les 3 communes de l'unité urbaine de Saint-Lô.



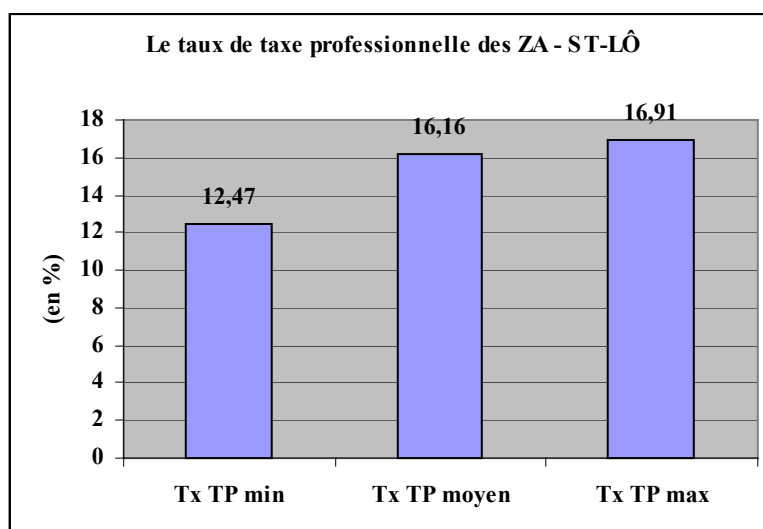


L'importance de ces implantations très récentes explique un taux de commercialisation moyen pondéré relativement faible de 68,22%. Cependant, la quasi-totalité de la surface disponible est constituée de surfaces qui n'ont pas encore pu être viabilisées, puisqu'on ne trouve que 3,5 ha de surface disponible viabilisée. Le prix de ces surfaces dépend de la nature des activités qui cherchent à s'installer : 9,14 euros au m² pour l'industrie contre 38,11 euros pour les activités commerciales.



On remarque que la surface moyenne des ZA, égale à 15,76 ha, est assez élevée pour le département de la Manche. Mais il est aussi important de noter qu'il n'y a sur ce bassin ni très grandes, ni très petites zones, puisque leurs tailles sont toutes comprises entre 5 et 20 ha.

La fourchette des taux de taxe professionnelle est aussi relativement restreinte, puisqu'elle a pour bornes 12,47%, taux appliqué à Agneaux, et 16,91%, taux appliqué à Saint-Lô. Le taux de taxe professionnelle moyen pondéré par la surface est significativement plus élevé que la moyenne départementale.

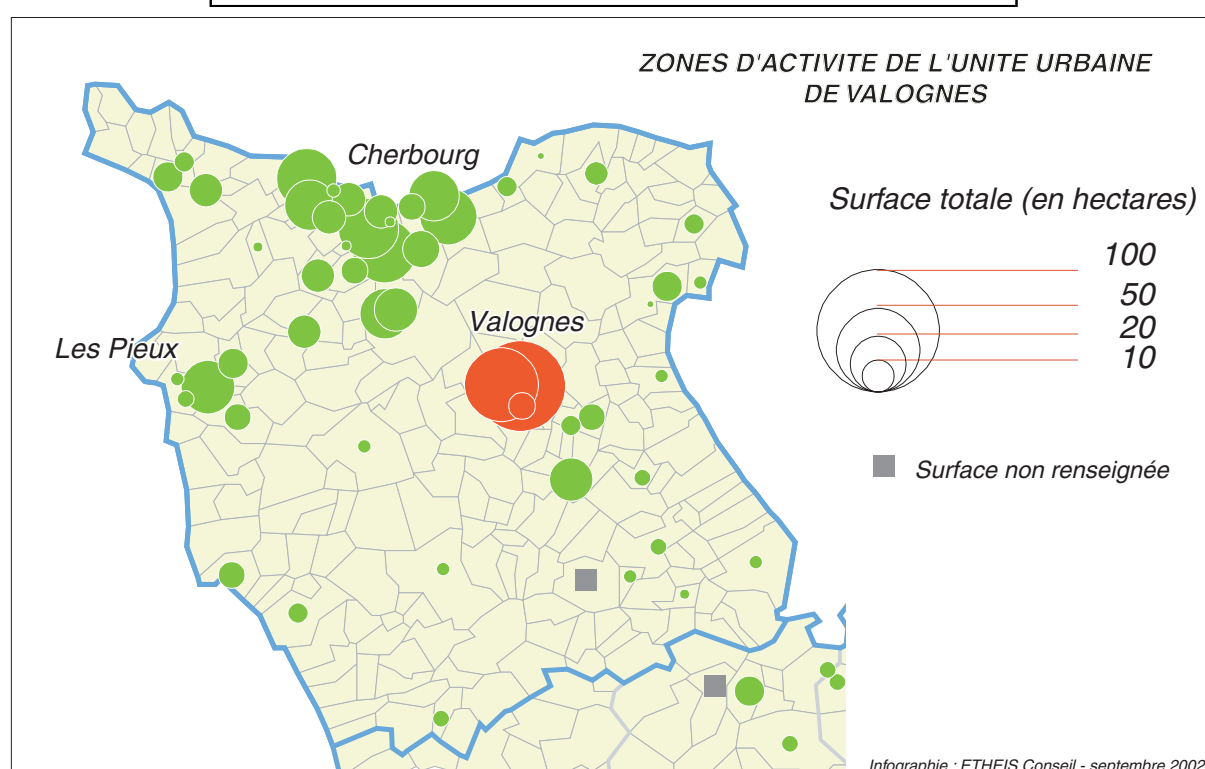
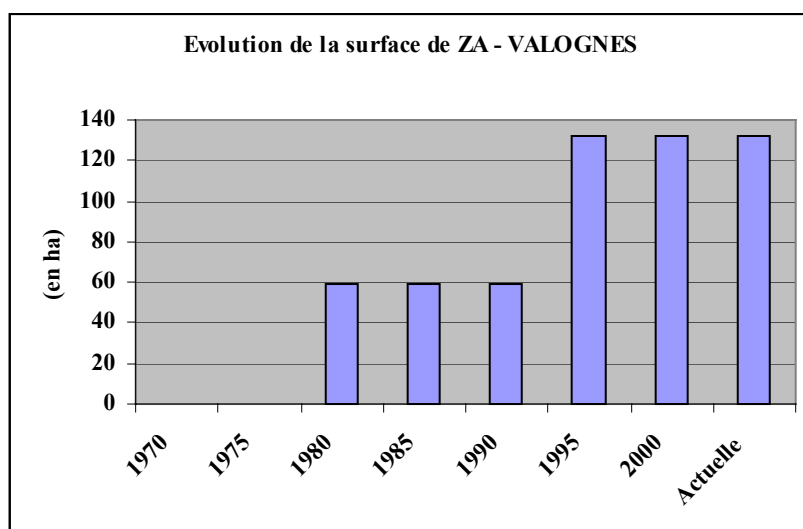


2.8. Valognes, Manche⁹

Comme il est fréquent dans la Manche, la création de ZA à Valognes a été un phénomène assez tardif par rapport au reste de la Basse-Normandie. En effet, la première zone d'activité n'y a été implantée qu'en 1978. Cependant, passé ce constat le schéma du développement des ZA à Valognes diffère de ce qu'il a été dans le reste du département et même dans le reste de la région. En effet, on est loin de la multiplication de petites zones constatée un peu partout, au contraire, les 132 ha de zones d'activité répertoriés à Valognes ne sont répartis qu'entre 3 ZA (3 lotissements). La population du secteur de Valognes est de loin la plus faible de tous les bassins localisés que nous avons envisagé. L'indice du nombre de m² par habitant de surface d'activité y est donc beaucoup plus élevé que dans les autres bassins localisés, puisque sa valeur est plus du double de ce qui a été calculé dans les autres zones les mieux dotées. La part de l'activité de ces ZA liée à l'usine de retraitement de la Hague explique au moins partiellement la valeur de cet indice.

L'existence de trois zones seulement donne l'impression que les décisions d'ouvertures des ZA ont été prises de façon plus structurée qu'ailleurs. Cette observation s'explique sans doute par le fait que les trois ZA ont été ouvertes dans la même commune, celle de Valognes, et qu'aucune commune limitrophe n'a implanté de ZA « concurrente ».

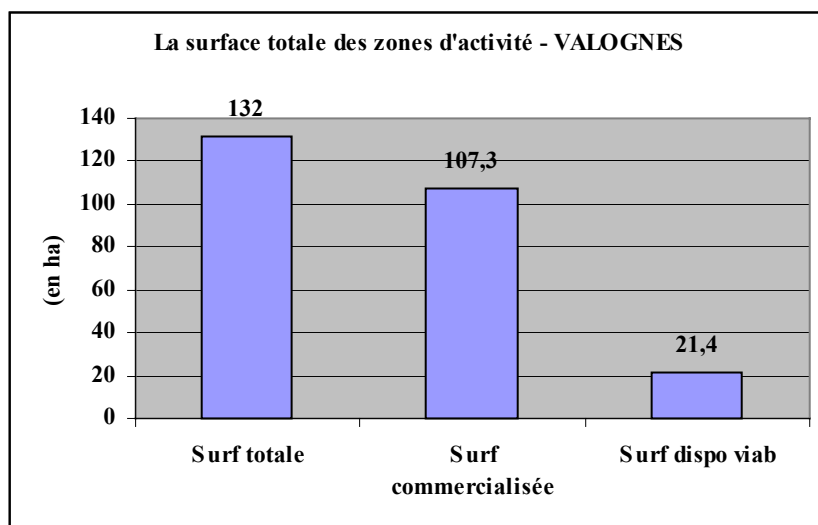
⁹ Le périmètre d'étude ne comprend que la commune de Valognes.



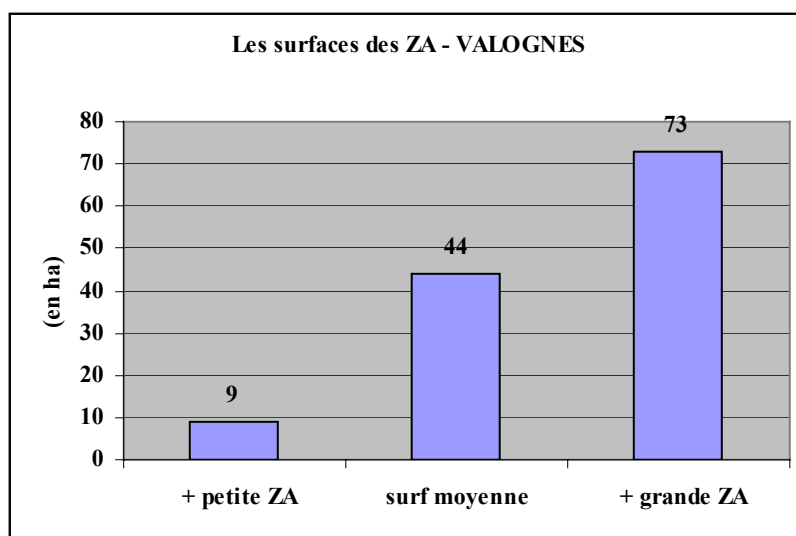
Le taux de commercialisation moyen pondéré par la surface, égal à 81,29%, paraît à première vue très élevé. Cependant, lorsque l'on regarde les dates de création des zones d'activité, il semble que la commercialisation ait été assez longue, puisque la zone la plus récente date de 1994. Mais peut-être s'agissait-il d'une politique délibérée à cette date, en ouvrant une très grande zone, d'avoir de la surface d'activité disponible pendant une longue période, sans avoir besoin de procéder à de nouvelles créations. A cet égard, il faut remarquer que les zones implantées à Valognes ont été conçues comme de plus en plus vastes, puisque la première ouverte en 1978 mesure 9 ha, la deuxième, créée en 1980, 50 ha, et la dernière, celle de 1994, en fait 73. C'est donc dans la période où les petites ZA ont été implantées un peu partout dans la région que la commune de Valognes a choisi d'en ouvrir de très grandes.

La première et la troisième zones étaient supposées être des ZA industrielles, alors que la deuxième était conçue comme une ZA à caractère artisanal. En fait, tous les types d'activités sont implantés dans les trois.

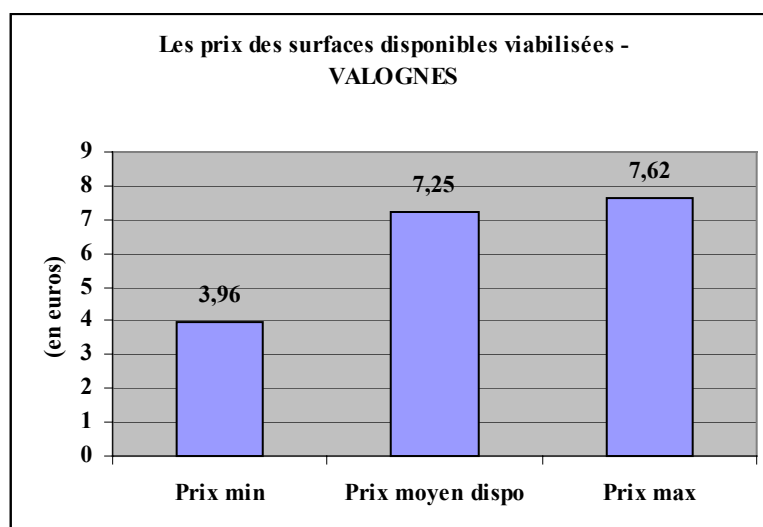
La totalité de la surface non encore vendue est viabilisée, prête à être commercialisée.



La politique de création des ZA mise en œuvre à Valognes donne une surface moyenne de loin la plus élevée de tous les bassins localisés étudiés avec 44 ha.



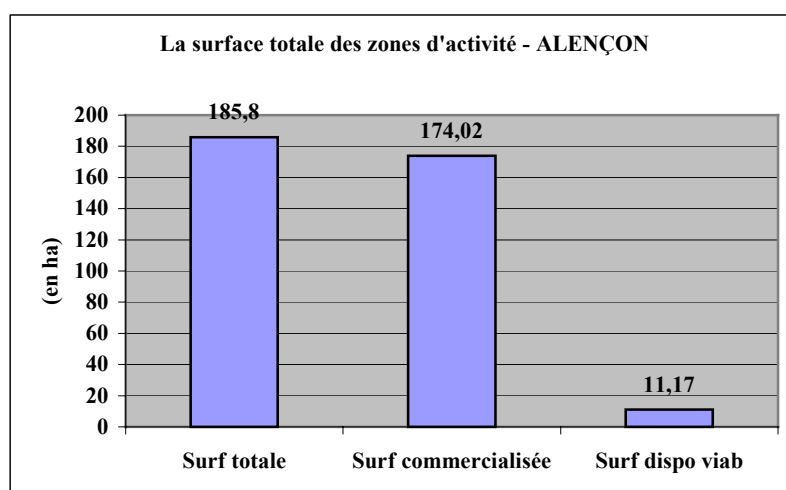
Un taux de taxe professionnelle unique, égal à 14,47%, s'applique dans les 3 ZA de ce secteur, puisqu'elles dépendent de la même commune. En revanche, le prix du m² diffère d'une ZA à l'autre. Ils vont presque du simple au double de 3,96 euros dans la ZA la plus ancienne à 7,62 euros pour la plus récente. La plus grande partie des surfaces disponibles étant concentrées dans cette dernière zone, le prix moyen des surfaces disponibles viabilisées atteint 7,25 euros. Il s'agit d'un prix assez faible pour la Manche ; en revanche, le taux de taxe professionnelle est significativement supérieur à la moyenne départementale.



2.9. Alençon, Orne¹⁰

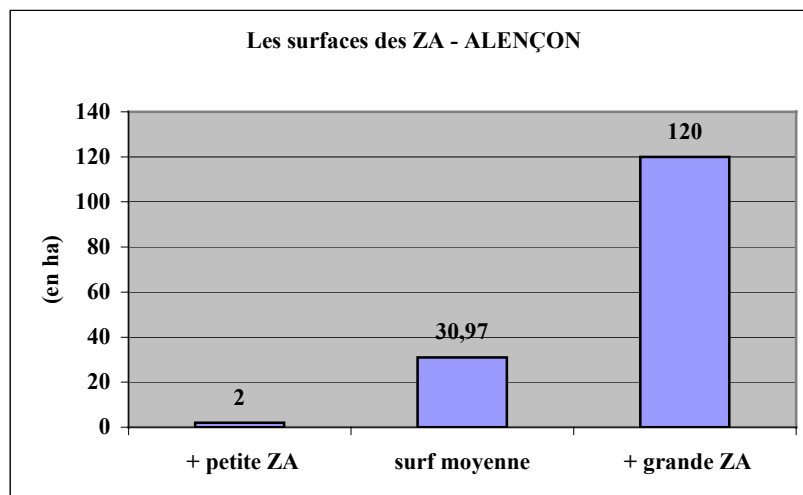
Le bassin d'Alençon regroupe 6 ZA dont deux sont en fait localisées dans la Sarthe. Toutes les ZA du bassin sont gérées par l'intercommunalité, presque toutes accueillent des activités à caractère mixte (activités industrielles, artisanales et commerciales), à l'exclusion de l'une des plus récentes qui est consacrée aux activités tertiaires et commerciales.

Il ne reste presque aucune surface disponible dans ces ZA et le taux de commercialisation moyen pondéré atteint 93,66%, malgré la création récente d'une zone (en 2000). Il s'agit du taux de commercialisation moyen le plus élevé de tous les bassins que nous avons étudié. Cependant, ce chiffre ne prend pas en compte deux nouvelles zones de 20 ha chacune qui sont en cours de viabilisation respectivement au nord et au sud d'Alençon. Le niveau du taux de commercialisation moyen précédemment calculé et la valeur de l'indice de m² par habitant expriment tous deux la rareté actuelle des terrains situés en zone d'activité et justifie ces créations. La totalité des surfaces encore disponibles sont viabilisées.

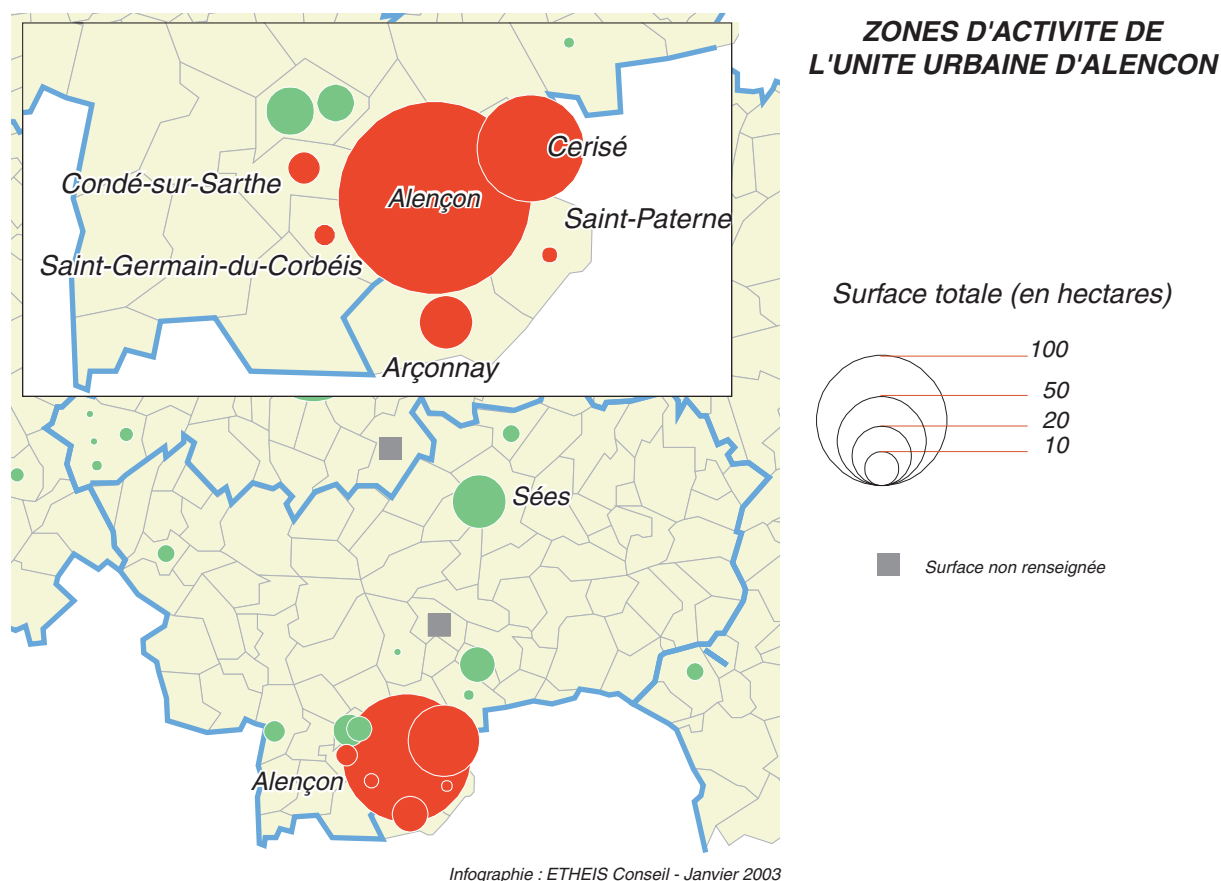


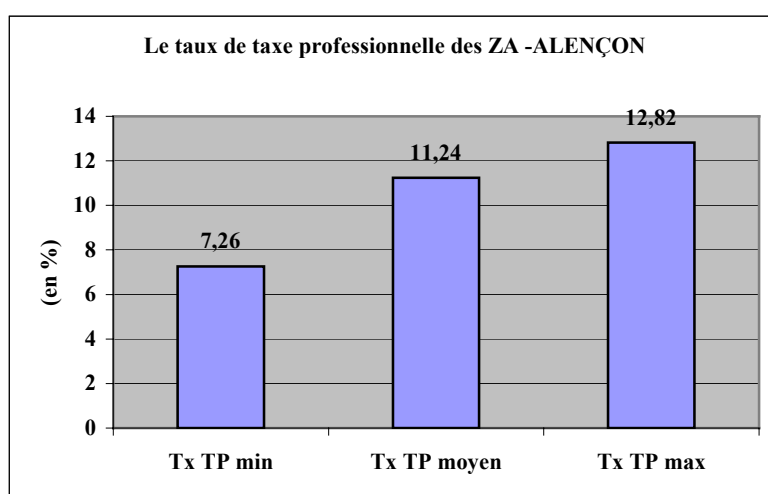
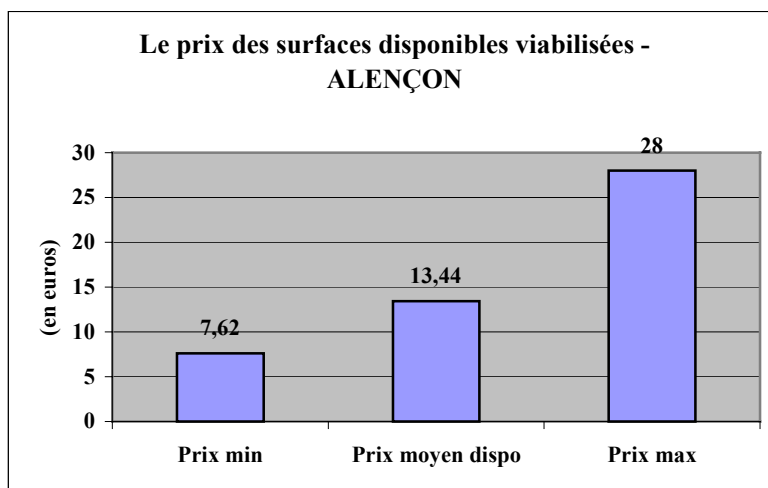
¹⁰ Le périmètre d'étude comprend les 9 communes de l'unité urbaine d'Alençon y compris les communes sarthoises d'Arçonnay et de Saint-Paterne.

La surface moyenne des zones d'activité du bassin d'Alençon est très élevée pour le département de l'Orne avec 30,97 ha. Cependant, des zones de taille très différentes coexistent dans ce secteur comme le montre le graphique suivant :



Les ZA implantées dans ce secteur ont été assez rapidement vendues malgré des prix plutôt élevés par rapport à la moyenne départementale. De même, le taux de taxe professionnelle dépasse quelque peu ce qui est pratiqué habituellement dans l'Orne. Il semble que l'existence de l'autoroute A28 qui relie Alençon au Mans ait plus agité comme un facteur dynamisant que comme un frein au développement de ce bassin.

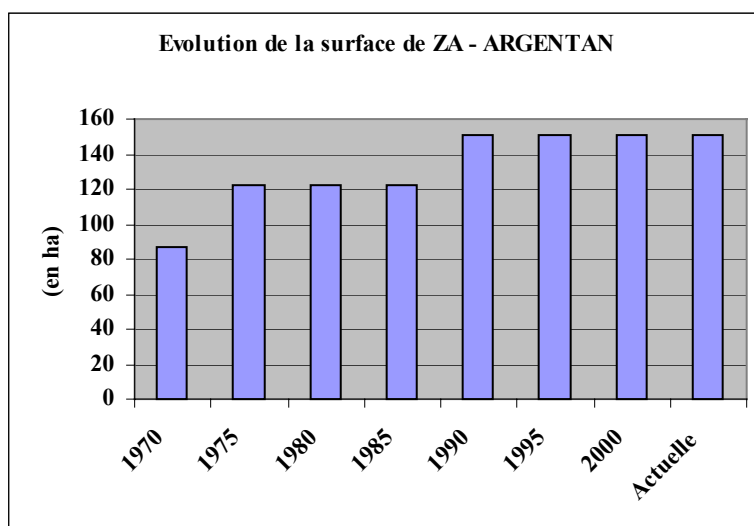
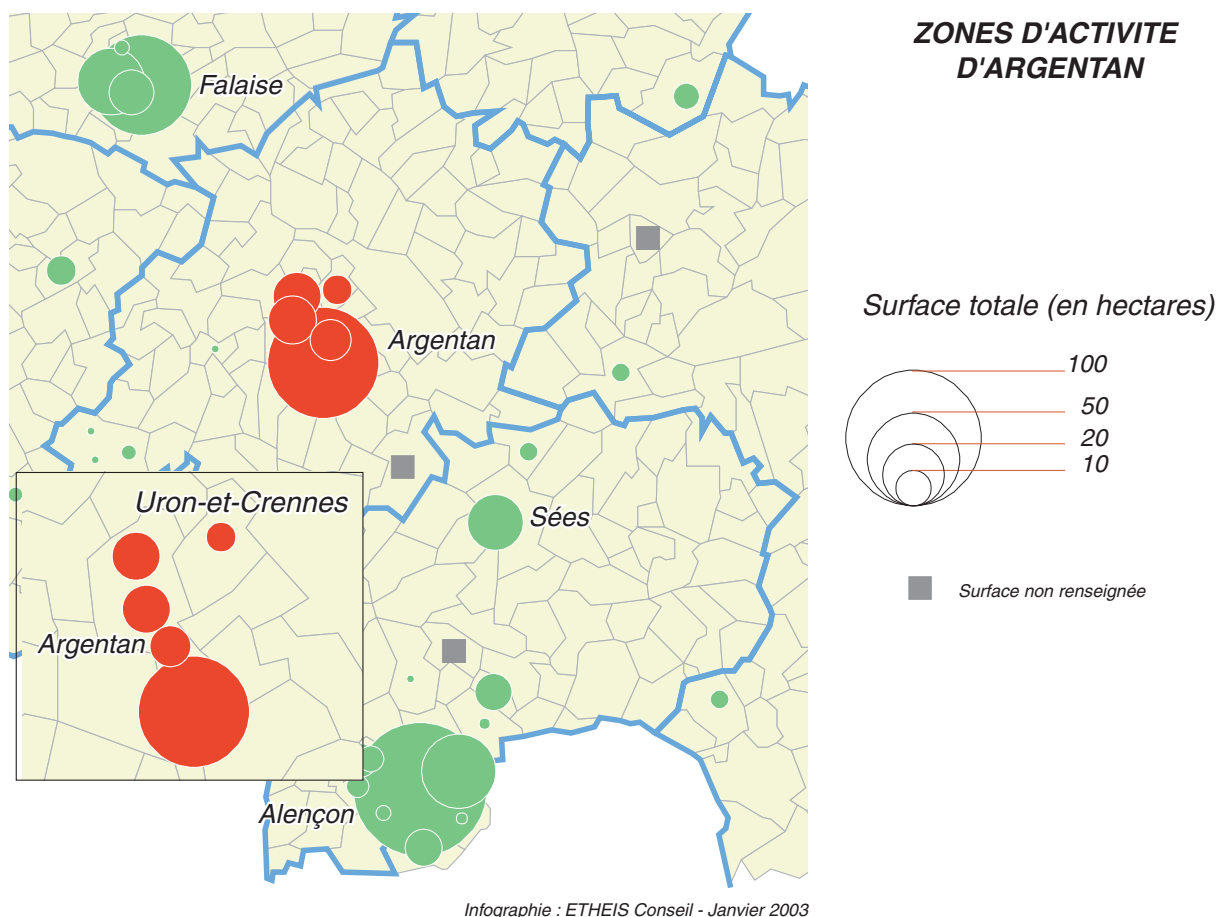




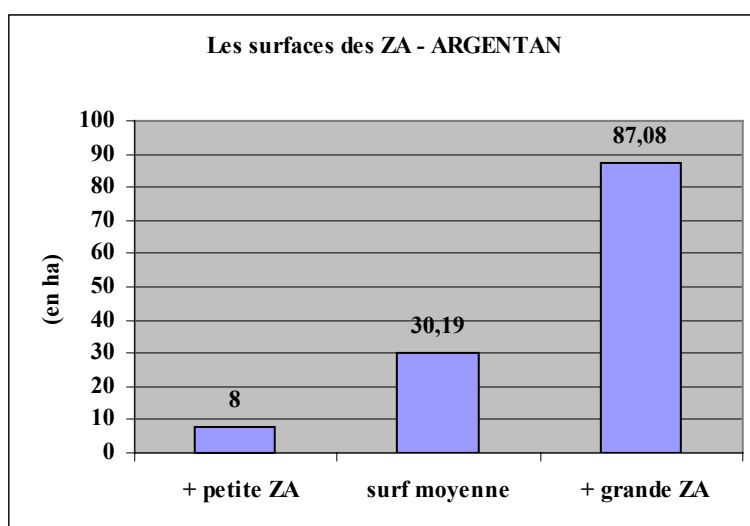
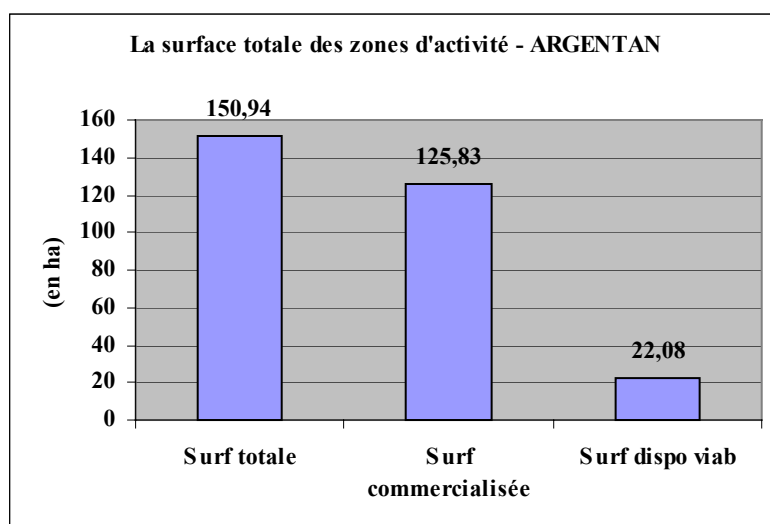
2.10. Argentan, Orne¹¹

Le bassin d'Argentan est une zone anciennement industrialisée, puisque la première et la plus grande des 5 ZA actuellement existantes qui a été créée en 1965, est effectivement consacrée aux activités industrielles. Dès cette date, Argentan compte plus de 80 ha de surface d'activité, et se situe ainsi parmi les bassins les plus développés de la région après Caen. Ce développement se poursuit dans la première moitié des années soixante-dix pour atteindre 120 ha dès 1975, grâce à la création de deux nouvelles ZA dont l'une est occupée majoritairement par des activités à caractère artisanal, alors que l'autre est plutôt une zone commerciale. Les deux dernières zones, ouvertes respectivement en 1989 et 1990, sont actuellement consacrées l'une aux activités artisanales et l'autre aux services. Ces deux dernières zones permettent d'atteindre une surface d'activité totale de 150,94 ha, ce qui en fait le deuxième bassin localisé le mieux doté en termes de m² par habitant.

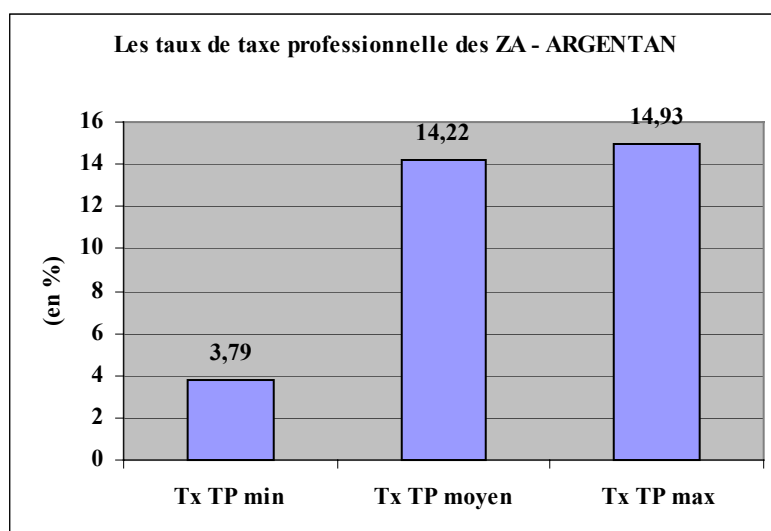
¹¹ Le périmètre d'étude comprend les 2 communes de l'unité urbaine d'Argentan et celle d'Urou-et-Crennes.



Ces 150,94 ha sont répartis en 5 ZA. Il s'agit principalement de grandes zones, puisque la surface moyenne, égale à 30,19 ha, est bien supérieure à la moyenne du département. Le taux de commercialisation moyen pondéré est égal à 83,37%. Cela pourrait paraître satisfaisant, mais il faut relativiser ce chiffre. D'une part, la dernière création de zone date de 1990 et il est clair que les surfaces disponibles qui sont entièrement viabilisées peinent à être commercialisées. D'autre part et surtout, on sait que le taux d'occupation réel est largement inférieur étant donné les problèmes rencontrés par certaines industries locales.



Les prix qui sont pratiqués, 3,05 euros au m² pour les activités industrielles et 7,62 pour les activités commerciales, illustrent par leur faiblesse les difficultés de ce bassin. En revanche, le taux de taxe professionnelle moyen pondéré par la surface reste très élevé pour le département à 14,22%. On note l'existence en parallèle de deux taux de taxe professionnelle très différents sur le bassin d'Argentan, celui pratiqué dans les zones situées à Argentan même (14,93%), et celui dans la ZA d'Urou-et-Crennes qui est au contraire très bas (3,79%).



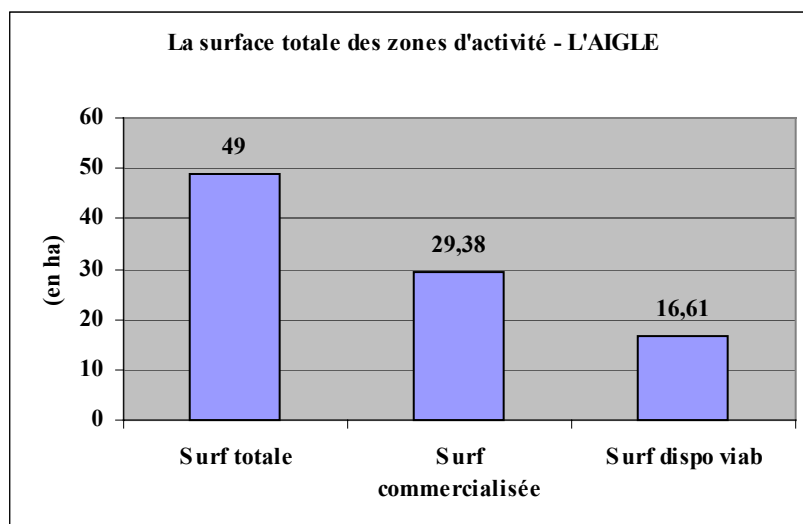
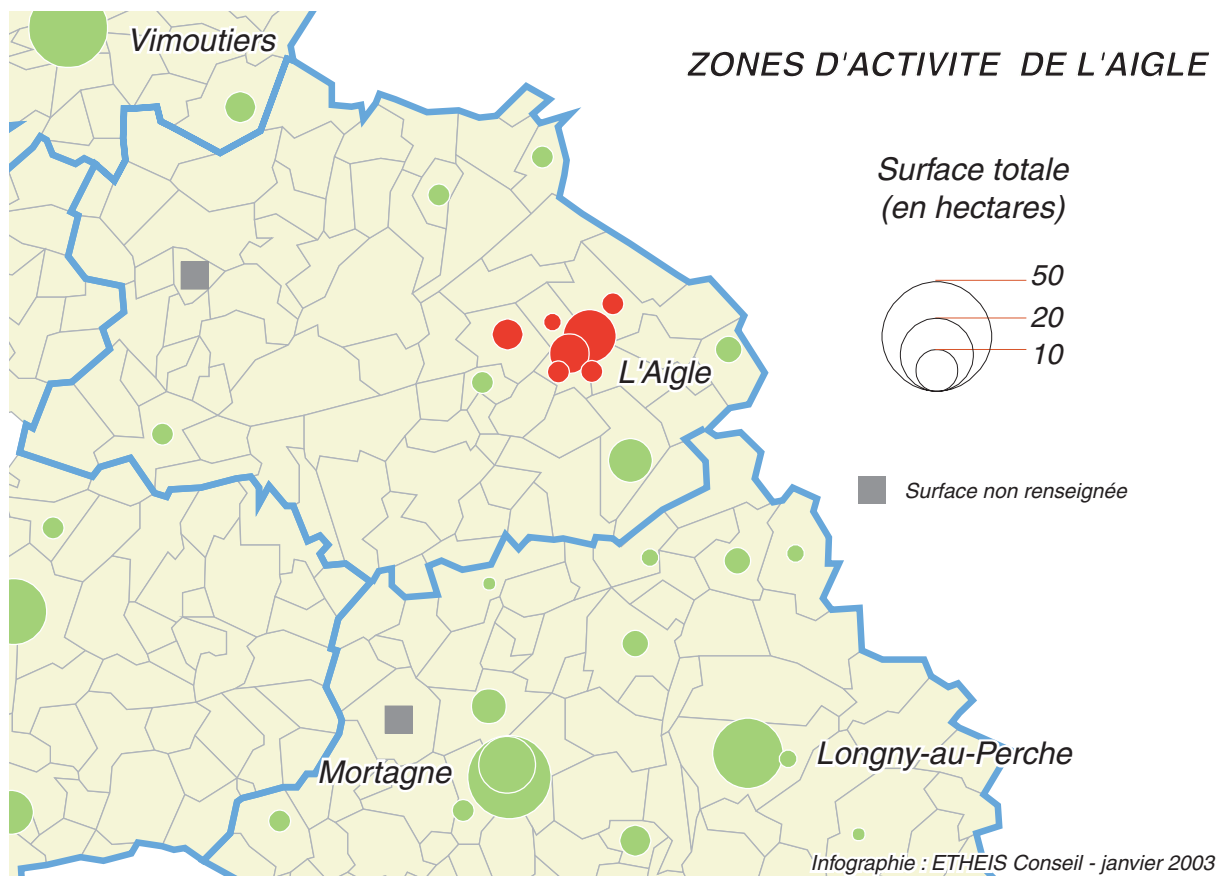
2.11. L'Aigle, Orne¹²

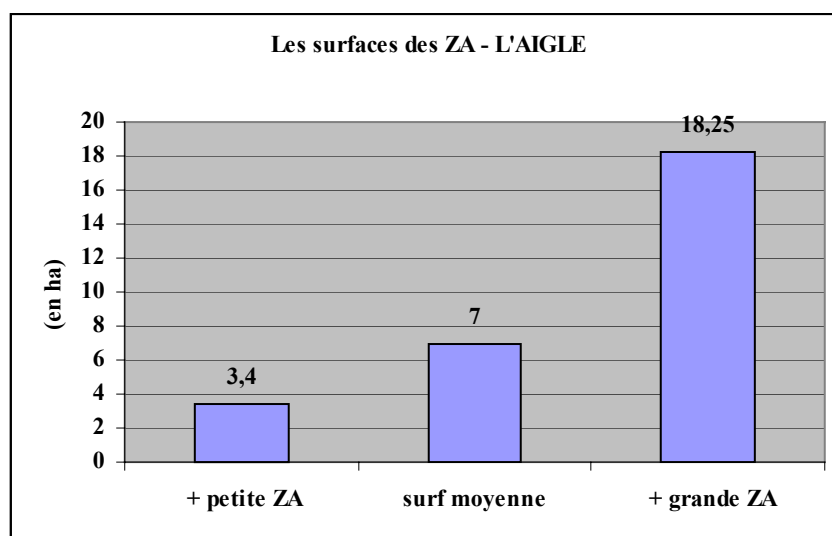
Parmi tous les secteurs que nous avons étudiés, c'est le bassin localisé de L'Aigle qui compte la plus faible surface totale d'activité, puisque les 7 zones d'activités répertoriées (dont 4 sont intercommunales) ne regroupent que 49 ha. Il en résulte une surface moyenne de 7 ha, chiffre assez bas même pour l'Orne.

Malgré une surface totale assez faible et un indice du nombre de m² par habitant plutôt bas pour la région, le taux de commercialisation moyen pondéré reste peu élevé, à 59,96%. Cependant, la création en 2002 d'une nouvelle zone de 10 ha contribue à expliquer ce résultat assez modeste.

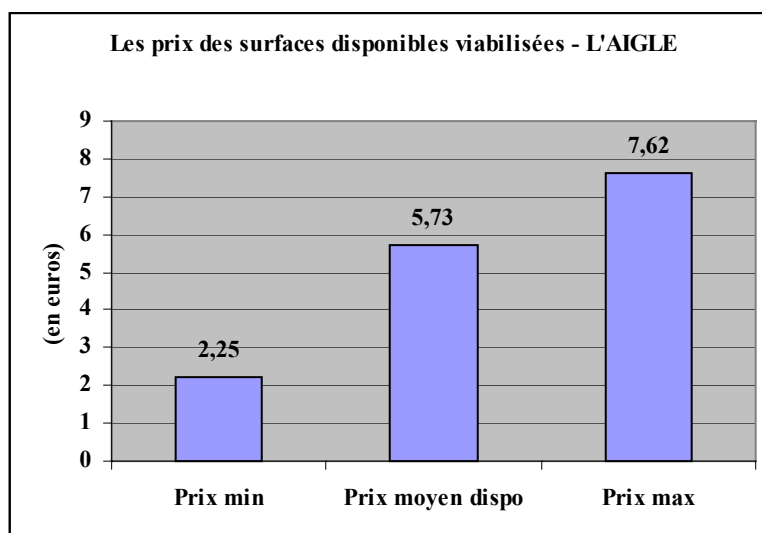
La quasi-totalité des terrains disponibles sont viabilisés, ce qui montre la volonté réelle de commercialisation de ces surfaces par l'aménageur.

¹² Le périmètre d'étude comprend les 3 communes de l'unité urbaine de l'Aigle.





Le taux de taxe professionnelle de 8,97% qui s'applique aux zones situées dans la commune de L'Aigle (soit 5 ZA sur les 7) est plutôt faible par rapport à la moyenne départementale. En outre, des exonérations de TP sont prévues dans toutes les ZA de ce bassin localisé. Mais c'est surtout le prix moyen des surfaces disponibles viabilisées qui est extrêmement faible par rapport aux autres bassins localisés étudiés (à part Argentan où se pratique le même type de tarifs). Le prix le plus bas, égal à 2,25 euros au m², s'applique pour la ZA implantée dans la commune de Rai, alors que le prix le plus élevé de 7,62 euros concerne des surfaces à vendre à L'Aigle.



Malgré des difficultés, la volonté des aménageurs de ce secteur de le développer en attirant de nouvelles entreprises apparaît clairement.

Pour conclure de quelques mots cette analyse des principaux bassins localisés de la Basse-Normandie, observons que, dans presque tous les cas, le prix du terrain dans les ZA appartenant à l'agglomération principale du bassin est plus élevé que la moyenne départementale, de même le taux de taxe professionnelle y est plutôt plus élevé qu'ailleurs. Cela signifie que les surfaces d'activité localisées dans la périphérie des grands centres urbains sont les plus recherchées par les entreprises qui y voient à la fois leur main-d'œuvre et

pour certaines leurs débouchés. On remarque aussi que dans tous les bassins localisés (à l'exclusion de Valognes), les communes limitrophes ont profité de la proximité de la grande agglomération pour ouvrir des ZA « concurrentes » en attirant les entreprises par des prix et des taux de taxe professionnelle plus favorables que dans cette grande agglomération. On peut imaginer qu'à terme la création des communautés de communes va mettre fin à cette concurrence de proximité. Cependant, à court terme, on constate plutôt que les communes conservent la gestion des anciennes zones et que les communautés des communes créent en parallèle de nouvelles ZA qui sont sous sa propre gestion.

3. La commercialisation des nouvelles ZA dans les différentes zones d'emploi : les effets de concurrence et de congestion

Peut-on considérer qu'il existe une concurrence entre les zones d'activité existant dans les différents territoires ?

Une réponse complète à cette question complexe dépasse les capacités de la base de données dont nous disposons. Il aurait notamment été nécessaire de connaître l'évolution de l'activité réelle et de l'emploi sur la période la plus longue possible. Les renseignements fournis par les aménageurs n'approchant pas ce niveau de précision, nous avons choisi d'aborder cette question d'une façon très différente, mais permettant d'ébaucher néanmoins une réponse.

C'est sur la base du taux de commercialisation que nous allons appréhender cet effet, car, parmi les variables pertinentes, c'est celle qui a été le mieux renseignée par notre enquête. Lorsque la commercialisation des ZA situées dans un territoire donné est freinée par l'importance des surfaces d'activité regroupées sur les territoires environnants, on peut en effet considérer qu'il y a concurrence entre les ZA des différents territoires.

A cet effet, nous nous sommes intéressés spécifiquement au taux de commercialisation des zones les plus récentes, définies comme les ZA créées depuis 1995. Il s'agit bien évidemment d'une date arbitraire, mais ce critère permet de ne prendre effectivement en considération que les ZA nouvelles, les ZA « marginales », sur chaque territoire, tout en garantissant qu'il en existe plusieurs sur chacun des territoires considérés. Les territoires en question ont été assimilés aux zones d'emploi qui sont au nombre de 10 dans la région. Cette subdivision définie des territoires géographiquement homogènes et cohérents.

Une fois déterminé le taux de commercialisation moyen pondéré de ces « nouvelles » ZA pour chacune des 10 zones d'emploi, nous avons étudié la corrélation de cette variable avec trois autres variables en vue de faire ressortir des effets de concurrence de différents types :

- la première variable construite correspond à la somme des surfaces d'activité regroupées dans les territoires limitrophes, ce qui nous permet d'apprécier la concurrence *entre les différents territoires*.
- la surface totale d'activité interne au territoire nous permet ensuite de juger d'une éventuelle concurrence *intra-territoriale*, on parle alors plutôt d'effet de congestion.
- l'accroissement de surface d'activité que représentent les nouvelles ZA dans chaque territoire nous montre finalement si un éventuel *engorgement transitoire du marché* est susceptible de modifier le taux de commercialisation des nouvelles ZA.

Tableau 7 : Les corrélations entre le taux de commercialisation des nouvelles ZA et différents critères de surface

Taux de corrélation (R ²)	Surface totale des ZA dans les zones d'emploi limitrophes	Surface totale des ZA de la zone d'emploi	Accroissement de la surface totale de ZA de la zone d'emploi
Tx de commercialisation des ZA créées depuis 1995	-0,4785 (0,2289)	-0,1384 (0,0191)	-0,2001 (0,04)

Les résultats présentés dans le tableau précédent confirment l'existence des différents effets de concurrence.

En effet, tous les taux de corrélation calculés ont un signe négatif. Cela signifie que la commercialisation des nouvelles zones d'activité est freinée à la fois par l'importance des surfaces existant dans les zones limitrophes (concurrence extra-territoriale) comme par celles des surfaces présentes dans la zone d'emploi elle-même (concurrence intra-territoriale). Au niveau du territoire, l'effet de congestion que nous venons de souligner, s'accompagne comme on pouvait le prévoir d'un effet d'engorgement transitoire du marché. Ces résultats ne peuvent que plaider en faveur d'une gestion plus concertée de la création de ZA tant au niveau intra qu'inter territorial.

Cependant, lorsque l'on s'intéresse au R² qui exprime la part des la variance de la variable étudiée (le taux de commercialisation des zones récentes) qui est susceptible d'être expliquée par les différentes variables envisagées, une seule se détache clairement : la surface d'activité dans les zones d'emploi limitrophes. En effet, cette variable semble capable d'expliquer à elle seule presque un quart de la variance du taux de commercialisation des nouvelles ZA. La concurrence extra-territorial apparaît donc comme un important facteur de gêne à la commercialisation des nouvelles ZA, elle va concerner principalement les territoires entourés par des zones abondamment pourvues en surface d'activité.

En revanche, la concurrence intra-territoriale et l'effet d'engorgement n'auraient qu'un impact beaucoup plus limité sur la commercialisation des zones nouvellement implantées. On peut penser que l'effet de congestion interne est partiellement compensé par un effet d'agglomération qui tend à faciliter l'implantation de nouvelles entreprises là où le tissu économique est plus dense.

En conclusion, on peut dire que cette approche de la question tend à accréditer l'idée d'un réel effet de concurrence entre les différents territoires de la région. Il est tout de même nécessaire de souligner une limite de cette analyse statistique : pour certaines zones d'emploi, nous aurions dû prendre également en compte la surface d'activité présente dans les départements hors région, mais limitrophes de la Basse-Normandie.

4. Les zones d'activité les mieux et les moins bien commercialisées

Pour essayer d'établir les facteurs d'une plus ou moins bonne commercialisation des zones d'activité, nous allons tout d'abord mener une investigation statique sur les zones les mieux et les moins bien commercialisées en 2002. Nous pourrions alors comparer les caractéristiques de ces deux échantillons entre elles et par rapport à celles de la base de données dans son ensemble.

Les zones dont le taux de commercialisation est supérieur ou égal à 80% en 2002 sont au nombre de 237 dans la région, dont 110 dans le Calvados, 82 dans la Manche et 45 dans l'Orne. Lors de notre étude des caractéristiques générales des zones d'activité, nous avons constaté que le temps est l'un des principaux facteurs de l'augmentation du taux de commercialisation. Donc, si nous souhaitons identifier des ZA que nous pourrions considérer comme particulièrement performantes afin d'étudier leurs caractéristiques, il faut nous efforcer d'éliminer le facteur temps de notre échantillon. A cette fin, on sélectionne les ZA les plus récentes. On élimine donc toutes les zones dont la date du début de la commercialisation est inconnue. Si l'on conservait toutes les zones commercialisées depuis 1980 et pleines à 80% et plus, il nous resterait 132 zones. Elles ne sont plus que 114 si on se limite à celles ouvertes depuis 1985 et 75 pour celles commercialisées en 1990 et depuis. On choisit de conserver ce dernier échantillon qui nous permet de nous abstraire au mieux de ce facteur temps, puisque les zones les plus anciennes ne datent que de 12 ans. Parmi ces 75 zones, 30 se situent dans le Calvados, 26 dans la Manche et 19 dans l'Orne.

Considérons à l'inverse les zones qui n'ont qu'un faible taux de commercialisation, et dont les caractéristiques doivent être les moins recherchées par les entreprises. Nous allons retenir dans notre échantillon les ZA qui n'ont qu'un taux de commercialisation inférieur ou égal à 20%. Il existe 67 zones dans cette situation dans la région. Cependant, pour éliminer au mieux la dimension temporelle, nous allons enlever les zones les plus récentes pour lesquelles le faible taux de commercialisation peut s'expliquer aisément. Il nous reste alors un échantillon de 50 ZA, dont 10 dans le Calvados, 22 dans la Manche et 18 dans l'Orne.

4.1. Les zones à fort taux de commercialisation

Etudions tout d'abord les caractéristiques des zones qui peuvent être considérées comme les plus performantes de la région.

La date de début de commercialisation de ces zones est comprise entre 1990 et 2002, et la date médiane est 1993. Comme il s'agit en générale de zones récentes, la proportion des zones intercommunales est sensiblement supérieure à la moyenne régionale de 38,43%, puisque cela concerne 43,24% des ZA.

Les zones récentes commercialisées à 80% et plus représentent une surface totale de 561,13 ha. Elles ont une surface moyenne de 11,14 ha dans le Calvados, 5,29 ha dans la Manche et 5,76 ha dans l'Orne. On remarque que, dans les trois cas, ces surfaces moyennes sont très inférieures à celles obtenues sur la totalité de la base.

Leur taux de commercialisation moyen est de 94,46%. La surface disponible viabilisée totale est de 36,13 ha, ce qui correspond à peu près à la totalité de la surface hors voirie encore non vendue. Le reste de ces zones est donc entièrement viabilisé et prêt à être commercialisé.

Pour étudier le niveau des prix pratiqués dans les zones de l'échantillon, nous allons calculer comme précédemment le prix moyen simple, le prix moyen pondéré par la surface totale, le prix moyen pondéré par la surface disponible. Ces résultats sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau 8 : Les prix moyens des zones commercialisées à 80% et plus

(en euros par m ²)	Calvados	Manche	Orne
Prix moyen	11,97	7,88	4,45
Prix moyen pondéré par la surface totale	10,85	13,85	5,26
Prix moyen pondéré par la surface disponible	8,16	15,99	2,76

Pour la première fois, on constate une inversion des prix entre la Manche et le Calvados. Dans la Manche se sont les zones les plus chères qui restent à vendre, mais c'est plutôt l'inverse dans le Calvados et dans l'Orne. Cependant, les surfaces qui restent disponibles sont tellement faibles qu'il est difficile de savoir si ce résultat n'est pas dû qu'à un hasard statistique.

Intéressons-nous aux taux de taxe professionnelle qui sont pratiqués dans ces zones. Nous calculons comme précédemment le taux de taxe professionnelle moyen simple, puis celui pondéré par la surface totale, puis celui pondéré par la surface disponible. Ces taux moyens sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau 9 : Les taux moyens de taxe professionnelle des zones commercialisées à 80% et plus

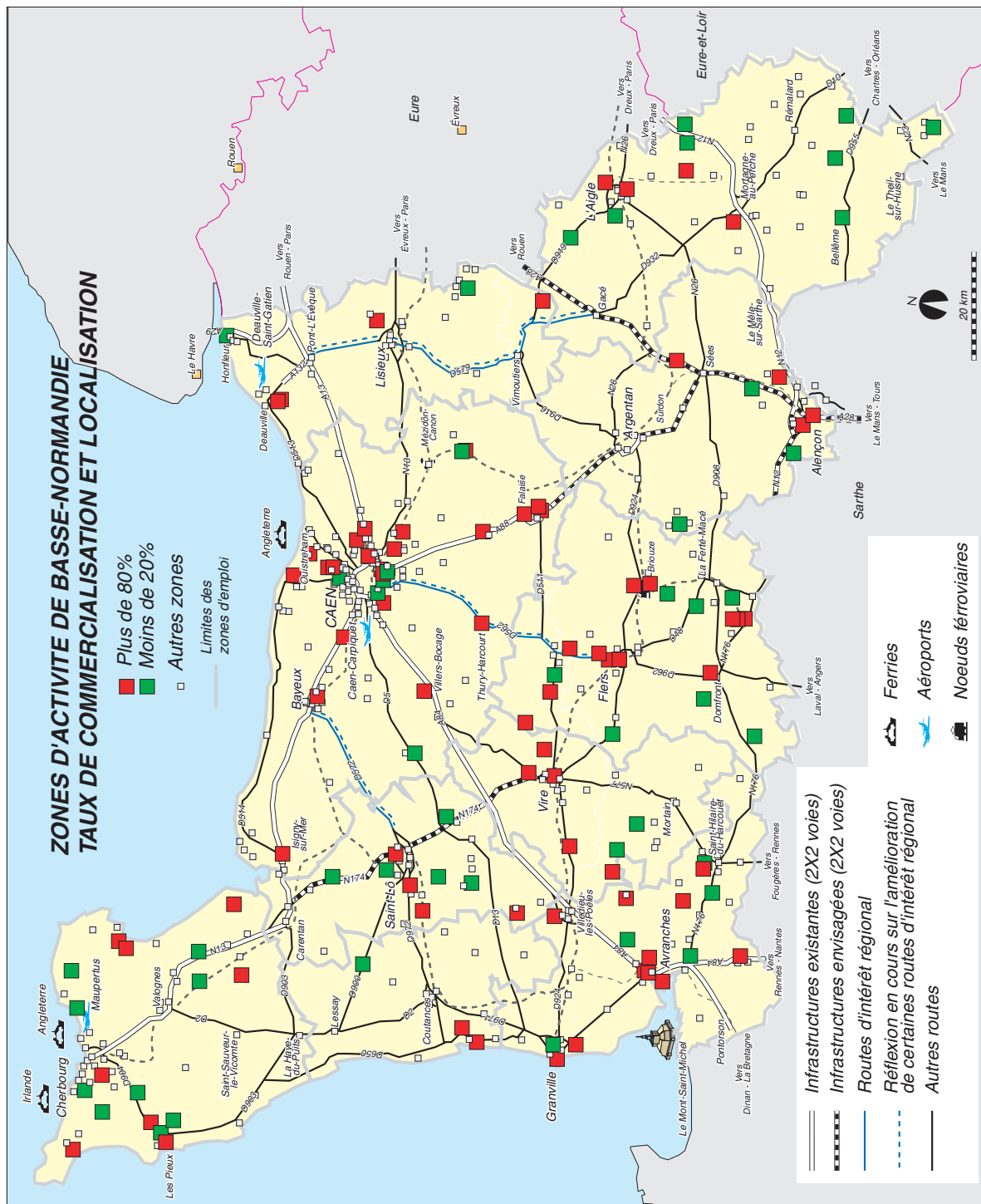
(en %)	Calvados	Manche	Orne
Taux de TP moyen	10,23	9,41	6,92
Taux de TP moyen pondéré par la surface	11,65	10,87	7,20
Taux de TP moyen pondéré par la surface disponible	12,01	12,33	5,45

La différence que l'on constate dans les trois départements entre le taux de taxe professionnelle moyen simple et le taux pondéré par la surface totale révèle le fait que la taxe professionnelle est plutôt plus forte dans les zones les plus vastes.

Les exonérations de taxe professionnelle sont possibles dans 73,02% des zones d'activité de l'échantillon en cas de création, dans 36,36% en cas de reprise et dans 45,61% en cas d'extension. La durée moyenne d'exonération est de 3 ans et demi.

Autres observations concernant les zones de l'échantillon :

- 69,84% des zones sont visibles d'un axe routier important.
- Des ateliers-relais sont présents dans 29,79% de ces zones.
- 6,67% des ZA ont une pépinière d'entreprises.
- 26,23% ont des parkings publics, 4,76% ont une possibilité de restauration collective et 3,12% ont une possibilité d'hébergement.



4.2. Les zones à faible taux de commercialisation

Les zones qui font partie de cet échantillon ont une date de début de commercialisation comprise entre 1970 pour la plus ancienne et 2001 pour la plus récente. La date médiane est 1991. Il s'agit donc de zones plutôt plus anciennes que celles qui appartiennent à l'échantillon des zones vendues à 80% et plus. Cependant, une proportion nettement supérieure des zones (60,47%) sont gérées par une intercommunalité. Peut-être ne s'agit-il là que d'un hasard statistique, à moins que les difficultés rencontrées dans la commercialisation de ces zones n'est déterminé le passage à la gestion intercommunale.

Ces zones représentent une surface totale de 696,11 ha (ou, si on exclut la ZIPEC de Honfleur (Calvados), 556,11 ha). Leur surface moyenne est de 41,36 ha (ou de 27,36 ha en excluant la ZIPEC) dans le Calvados, de 9,43 ha dans la Manche et de 4,16 ha dans l'Orne. On remarque que dans les cas du Calvados et de la Manche, il s'agit de ZA sensiblement plus grandes que celles qui sont les mieux commercialisées.

Il est intéressant de noter que sur les 50 zones qui font partie de l'échantillon, seules 32 ont des terrains disponibles viabilisés. Ainsi, dans plus d'un tiers des zones, la volonté de commercialisation de l'aménageur ne se traduit pas concrètement. Dans ces ZA, l'aménageur déclare en général viabiliser à la demande, cependant, il est clair que le retard entraîné par la durée nécessaire à la viabilisation dans les projets des entreprises doit en décourager beaucoup.

De fait, dans ces zones, seuls 200 ha sont déclarés disponibles viabilisés, ce qui représente moins de la moitié de leur potentiel. Il faut toutefois noter que la situation n'est pas identique dans tous les départements. C'est dans les zones de l'échantillon situées dans le Calvados que la différence entre la surface disponible viabilisée et la surface potentiellement disponible est la plus forte, puisque seuls 17,18% de cette surface potentielle sont effectivement viabilisés (et ce en excluant la ZIPEC). La proportion est plus élevée dans la Manche et dans l'Orne, puisqu'elle est de respectivement 55,85% et 68,97%.

Nous en arrivons à l'étude des prix de vente dont nous serons obligés de relativiser la portée étant donnée le faible nombre de zones pour lesquelles cette information est connue :

Tableau 10 : Les prix moyens des zones commercialisées à 20% au plus

(en euros par m ²)	Calvados	Manche	Orne
Prix moyen	7,53	5,75	3,84
Prix moyen pondéré par la surface totale	15,89	10,28	3,58
Prix moyen pondéré par la surface disponible	17,11	10,07	3,59

De même, nous allons établir les taux de taxe professionnelle moyens :

Tableau 11 : Les taux moyens de taxe professionnelle des zones commercialisées à 20% au plus

(en %)	Calvados	Manche	Orne
Taux de TP moyen	12,92	8,44	7,18
Taux de TP moyen pondéré par la surface	15,5	9,65	6,81
Taux de TP moyen pondéré par la surface disponible	15,42	11,23	7,82

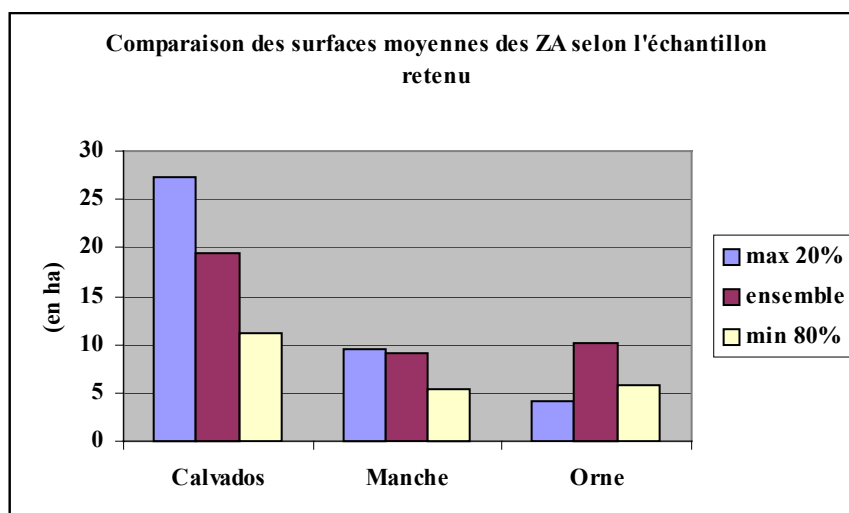
Les exonérations sont possibles dans 71,43% des zones en cas de création, dans 48% des cas en cas de reprise et dans 50% des cas en cas d'extension. La durée moyenne d'exonération est égale à 3 ans et 9 mois.

Autres observations concernant les zones de l'échantillon :

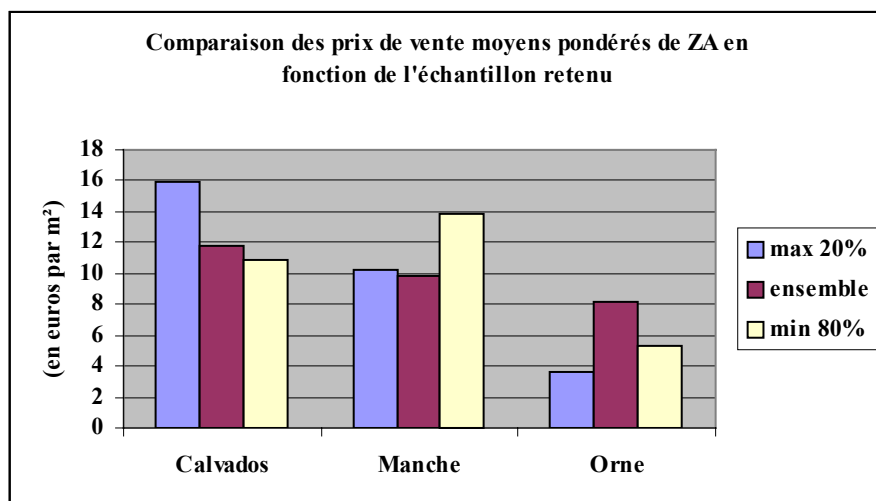
- 59,37% des zones se déclarent visibles d'un axe routier important. Cependant, lorsqu'on regarde de plus près les réponses, il s'agit dans presque tous les cas d'axes secondaires.
- Des ateliers-relais sont présents dans 16,67% de ces zones.
- 3,45% des ZA ont une pépinière d'entreprises.
- 17,24% ont des parkings publics, 6,9% ont une possibilité de restauration collective et 3,45% ont une possibilité d'hébergement.

4.3. Que conclure de cette comparaison statique ?

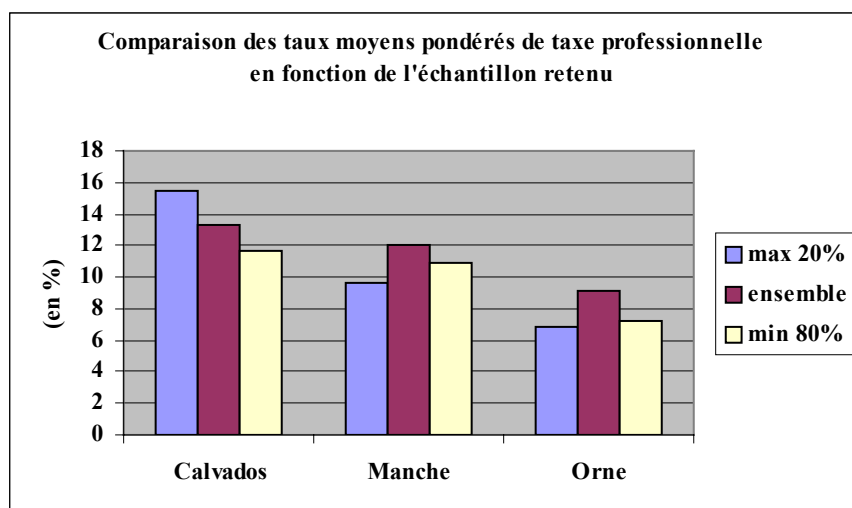
Pour comparer les caractéristiques des zones de ces échantillons entre elles et par rapport à celles de la base de données dans son ensemble, nous allons réaliser quelques graphiques illustrant les effets de ce qui pourrait être les principaux facteurs du niveau de commercialisation, à savoir : la surface des zones, le prix de vente du terrain et le taux de taxe professionnelle (en l'occurrence, nous retenons des prix et des taux moyens pondérés par les surfaces totales qui nous semblent les statistiques les plus représentatives) :



Force est de constater qu'il est difficile de faire ressortir clairement un effet quelconque sur l'ensemble des trois départements. Si l'on se réfère au Calvados, et dans une moindre mesure à la Manche, les zones apparaissent d'autant plus performantes qu'elles sont petites, mais la situation de l'Orne dément cette observation. Cependant, il faut se souvenir que, dans le Calvados, les résultats obtenus pour l'ensemble des zones montraient une meilleure commercialisation des petites zones alors que le contraire apparaissait dans l'Orne. C'est cette observation qui se confirme partiellement ici. Partiellement seulement, car les zones les mieux commercialisées dans l'Orne étaient aussi les plus grandes, phénomène que l'on ne retrouve pas ici.



Si les zones les mieux vendues sont celles qui pratiquent les prix les plus faibles dans le Calvados, le résultat exactement inverse apparaît dans la Manche. Le constat est à peu près identique en ce qui concerne le taux de taxe professionnelle :



Cependant, une partie de ces résultats peuvent n'être dus qu'à des hasards statistiques. On peut aussi remettre en cause la qualité et le nombre de réponses dans certains domaines tels que le prix, et ceci principalement pour l'échantillon des zones les moins bien commercialisées. De fait, c'est pour ces zones que le problème des informations manquantes se pose avec le plus d'acuité. Ce constat n'a rien d'étonnant. En effet, dans certaines de ces

zones, en particulier celles qui n'ont pas de surface disponible viabilisée, les caractéristiques de la zone sont très mal connues de l'aménageur lui-même, étant donnée l'absence d'une réelle volonté de commercialisation.

On note qu'une très grande partie des zones les mieux commercialisées sont visibles d'un grand axe routier ; elles disposent plus fréquemment d'un atelier relais et d'un parking que les zones les moins performantes.

En conclusion, à cette étude statique, nous pouvons dire que les zones les mieux et les moins bien commercialisées ne se différencient pas par des caractéristiques particulières transversales sur l'ensemble de la région sur les aspects qui pourraient être fondamentaux à savoir le prix du terrain et le taux de taxe professionnelle. Cela nous conduit à envisager l'idée que certains effets sont spécifiques à chaque département. Cependant, on remarque le rôle d'un certain nombre d'éléments non numériques et en conséquence difficiles à mesurer bien que probablement très importants, à savoir la fréquente absence d'une réelle volonté de commercialisation dans les zones les moins performantes, la moindre visibilité de ces zones et, parfois, si on se réfère à la carte ci-dessus, un relatif isolement de ces zones par rapport aux centres urbains et aux infrastructures.

Afin d'améliorer notre connaissance de l'attractivité des zones, nous allons maintenant réaliser une étude dynamique portant sur la vitesse de commercialisation des zones d'activité. Cette étude sera précédée de l'analyse de l'enquête réalisée auprès des entreprises sur les raisons de leur choix d'implantation.

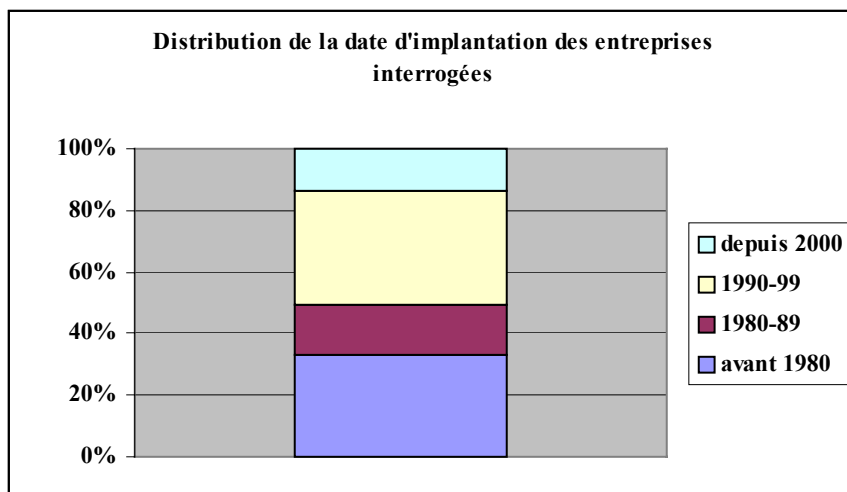
5. La mesure de l'attractivité des zones d'activité entre les souhaits des entreprises et l'étude de la vitesse de commercialisation

Afin de définir les critères d'attractivité des zones d'activité de la région, nous allons nous pencher conjointement sur les réponses des entrepreneurs et sur l'analyse dynamique des facteurs d'une commercialisation plus ou moins rapide. En croisant les résultats de ces deux études, nous serons en mesure de dégager les caractéristiques majeures que doivent remplir les zones pour être performantes.

5.1. Les critères d'implantation des entreprises

5.1.1. Les spécificités des entreprises interrogées

Sur les 78 entreprises qui ont accepté de répondre à nos enquêteurs, soit environ un tiers des entreprises contactées, 53 (68%) sont localisées dans des zones d'activité (les autres étant implantées sur des terrains privés hors ZA). 38 de ces 78 entreprises sont situées dans le Calvados, 21 dans la Manche et 19 dans l'Orne. Elles appartiennent à des secteurs aussi variés que le secteur agroalimentaire, le secteur de l'équipement automobile et aéronautique, les NTIC, l'industrie métallique, l'électronique, la plasturgie, la mécanique, la tôlerie, les transports, l'industrie de luxe, les travaux publics, le tourisme ou l'habillement. Comme le montre le graphique suivant, la majorité des entreprises sont d'implantation récente :



L'entreprise qui a le niveau d'emploi le plus élevé compte 2 548 salariés en CDI et 3 000 au maximum en ajoutant les employés intérimaires et en CDD. La plus petite entreprise de l'échantillon n'a qu'un seul salarié. L'emploi moyen dans les entreprises interrogées est de 193 personnes en CDI et de 228 personnes en incluant le personnel en CDD et en intérim. De fait, près de la moitié des entreprises interrogées déclarent recourir régulièrement au travail précaire. A part pour l'encadrement, leur recrutement est très localisé même pour les CDI, dépassant rarement le niveau départemental ou régional. Plus de la moitié d'entre elles ont d'ailleurs rencontré des difficultés de recrutement au cours des deux dernières années. De plus, la proportion moyenne de travail qualifié utilisé par ces entreprises est de plus de 65%.

Contrairement à leur périmètre de recrutement, ces entreprises opèrent sur des marchés très étendus, puisqu'elles vendent en moyenne moins de 20% de leur production à une échelle régionale ou infra-régionale. Elles sont au contraire massivement tournées vers le marché nationale (environ 58% au niveau national et supra-régional) et même vers le marché international. La quasi-totalité de leur production est expédiée par la route, bien que certaines utilisent également des systèmes combinés de transport routier et maritime. De même, leurs matières premières arrivent exclusivement par la route.

5.1.2. Les critères d'implantation des entreprises hier et aujourd'hui

Nous avons procédé en trois étapes pour connaître les critères d'implantation de ces entreprises (voir Annexe 3). Tout d'abord, le problème de leurs motivations leur a été posé sous une forme ouverte. Ensuite, on leur a demandé d'attribuer à différents critères potentiels d'implantation un caractère « Très important », « Assez important », « Peu important » ou « Pas important ». Finalement, fermant davantage encore le questionnaire, nous avons demandé aux personnes interrogées de retenir et de classer par ordre d'importance les six éléments principaux qui ont déterminé leur choix au moment de leur installation et ceux qui le détermineraient si ce choix devait être renouvelé aujourd'hui.

Nous allons résumer les recueillis sur ces trois types de questions, puis nous verrons quels enseignements il est possible d'en tirer.

A la question ouverte « *quelles sont les raisons qui ont déterminé votre choix d'implantation ?* », les entreprises ont apporté les réponses suivantes (sachant que certaines d'entre elles ont donné plusieurs raisons :

- Plus de 19% des personnes interrogées ont avancé des raisons personnelles ou familiales du créateur d'entreprise comme ayant déterminé son choix d'installation. En outre, 14% parlent de raisons historiques qui signifient en général que l'implantation initiale de l'entreprise se trouvait à proximité du site actuel. Encore faudrait-il probablement ajouter à ces 14%, les quelques 11% d'entreprises qui déclarent avoir bénéficié de l'opportunité de l'ouverture de la ZA, ce qui implique qu'elles se trouvaient à proximité de celle-ci avant leur installation.
- 11% des entreprises parlent de la disponibilité d'une main-d'œuvre locale comme critère d'implantation et 10% mettent en avant la présence sur place de la matière première (lait ou minerai de fer).
- Il n'y a que 10% des entreprises pour expliquer leur choix à partir du prix du terrain ou des aides financières, un peu plus de 6% évoquent également la qualité de l'accueil et de la bonne capacité de réaction de l'aménageur (en l'occurrence la commune).
- 5% des entreprises ont tenu compte des infrastructures routières.
- 4% sont venues, car elles ont eu l'opportunité de reprendre un bâtiment existant.
- Parmi les réponses plus anecdotiques (avancées par une à deux entreprises), on trouve :
 - L'absence de concurrence au niveau local
 - La proximité du client principal

- Les possibilités d'extension
- Le niveau de la taxe professionnelle

Il faut noter que seules deux entreprises dans tout l'échantillon déclarent que leur choix d'implantation a été dicté par les banques et les investisseurs.

Pour compléter cette première question ouverte, nous avons demandé aux entreprises si elles ont eu des raisons de mécontentement par rapport à leurs attentes initiales. Dans l'immense majorité des cas, les personnes interrogées répondent par la négative. Cependant, quelques critiques sont émises par une vingtaine d'entreprises. Ces critiques concernent tout d'abord les capacités régionales de transport (par exemple, le développement insuffisant des liaisons aériennes). Certains ont été déçus par les caractéristiques techniques du terrain qu'ils ont acheté, d'autres critiquent la zone elle-même : son entretien, sa signalétique, son paysagement, sa voirie ou l'absence de câblage. D'autres enfin ont eu des déceptions financières par rapport aux aides promises, des difficultés de recrutement de main-d'œuvre ou des problèmes d'extension.

Pour améliorer également, notre connaissance des critères des entreprises, nous avons demandé aux personnes interrogées si d'autres sites d'implantation avaient été envisagés et ce qui avait déterminé le choix final. Près de 39% des entreprises déclarent avoir effectivement envisagé un autre site, ce qui signifie aussi que 61% ne l'ont pas fait, ce qui relativise la portée de leurs réponses dans la suite du questionnaire quant aux raisons de leur « choix ». Pour les entreprises qui ont effectivement envisagé plusieurs lieux d'installation les critères de décision avancés sont les suivants : en premier lieu la volonté de l'aménageur local et les aspects financiers. Plus ponctuellement, certaines entreprises font allusion aux possibilités de revente, à l'existence d'un bâtiment, à l'espace disponible dans la zone, à l'accessibilité routière et à la présence d'une main-d'œuvre suffisante.

Nous avons ensuite choisi de faire déterminer par les entreprises l'importance de certaines raisons dans leur choix d'implantation. Nous allons étudier celles de ces raisons qui ont été classées comme « Très importante » ou « Assez importante » par au moins la moitié des personnes interrogées. Ces réponses sont présentées ci-dessous, nous avons classé les critères par ordre décroissant d'importance :

- (1) le prix de vente du terrain
- (2) L'accessibilité routière
- (3) la possibilité d'extension sur la zone
- (4) la facilité de recrutement
- (5) l'exonération de la taxe professionnelle
- (6) le niveau de qualification de la main-d'œuvre
- (7) le taux de taxe professionnelle
- (8) l'aide apportée au dossier de subventions
- (9) le niveau des subventions
- (10) l'accès aisé aux informations concernant l'implantation

Nous voyons ainsi apparaître comme primordiales aux yeux des entreprises des raisons de choix d'implantation que nous pouvons résumer ainsi : tous les aspects financiers (le prix et les subventions, le taux de taxe professionnelle et les possibilités d'exonération), les questions

liées à la main-d'œuvre, l'accessibilité routière et finalement l'aide apportée dans la collecte de l'information et à la constitution des dossiers.

A ce niveau, trois remarques s'imposent.

Premièrement, nous identifions comme critères très importants des raisons qui n'ont pas ou quasiment pas été avancées de façon spontanée par les entreprises lors de la réponse à la question ouverte, soit parce que les questions personnelles ou historiques ont dominé ces aspects plus rationnels, soit parce que ces critères principaux n'étaient pas discriminants entre les différents sites envisagés.

Deuxièmement, aucun des critères liés à la qualité de la zone n'apparaît dans cette liste. Cependant, l'aménagement de la zone est quand même défini comme important par près de 49% des entreprises. Les réponses obtenues permettent quand même de déterminer les aspects les plus importants de l'aménagement des zones pour les entreprises. En premier lieu, c'est le « voisinage » qui apparaît, suivi du « paysagement » et de la « présence de parkings ».

Finalement, les entreprises ne s'intéressent que très peu à la présence ou à l'absence d'entreprises du même secteur. Elles sont presque aussi indifférentes par la proximité de leur client, la proximité des fournisseurs étant considérée comme un peu plus importante, notamment dans le secteur agroalimentaire. Deux raisons à cela. Premièrement, les entreprises desservent pour la plupart le marché national et ne peuvent donc pas être à proximité de leur clientèle. Deuxièmement, le réseau routier est suffisamment performant pour que l'accessibilité ne pose pas de réel problème à partir de la plupart des sites.

Nous avons terminé notre enquête par une question encore plus fermée en demandant aux entreprises de sélectionner et de classer les six principaux critères qui ont déterminé leur choix d'implantation à l'époque où celui-ci a été réalisé. Ensuite, nous leur avons posé la même question en leur demandant de se placer dans l'éventualité d'un nouveau choix d'installation. Les résultats qui sont présentés dans le tableau suivant ont été obtenus en pondérant les réponses des entreprises par le rang de classement des critères:

Tableau 12 : Les six principaux critères de choix d'implantation des entreprises au moment de leur implantation et en cas de nouvelle implantation aujourd'hui

Critères de choix au moment de l'implantation	Critères de choix en cas de nouvelle implantation aujourd'hui
(1) Prix d'achat du terrain	(1) Disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée
(2) Attaches personnelles dans la région	(2) Accessibilité routière
(3) Disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée	(3) Prix d'achat du terrain
(4) Montant des subventions	(4) Montant des subventions
(5) Accessibilité routière	(5) Exonération de la taxe professionnelle
(6) Aménagement de la ZA	(6) Attaches personnelles dans la région

On constate qu'à peu de chose près la liste des principaux critères n'a guère varié entre ce qu'ils ont été et ce qu'ils seraient si l'entreprise devait se réinstaller aujourd'hui. Cependant, l'ordre de ces critères s'est lui modifié. Beaucoup d'interlocuteurs pensent que les attaches personnelles ont vu leur importance surestimée au moment de l'implantation, on voit ce critère encore apparaître cependant dans la seconde liste mais en dernière position. Le prix d'achat du terrain semble avoir perdu une partie de son importance face aux difficultés de

recrutement que rencontrent la plupart des entreprises. L'accessibilité routière et le montant des subventions apparaissent toujours. En revanche, l'aménagement de la ZA a cédé la place à un autre critère financier celui de la possibilité d'une exonération de la taxe professionnelle.

Finalement, cette dernière partie du questionnaire permet réconcilier en quelque sorte les deux approches précédentes. Les raisons personnelles et historiques qui ont été le plus souvent énoncées spontanément, masquent des critères financiers plus rationnels qui n'ont été mis en avant par les entreprises que dans la seconde partie du questionnaire. Il est probable qu'il s'agisse bien souvent d'une rationalisation *a posteriori* des critères de choix, alors que la décision réelle a été dictée par des éléments plus subjectifs, on se souvient à cet égard que pour 61% des entreprises interrogées aucun autre site d'implantation n'a été envisagé.

5.2. Etude dynamique : quels sont les facteurs de la vitesse de commercialisation des zones d'activités ?

Pour compléter les résultats de l'analyse statique menée dans la deuxième partie, il convient maintenant de réaliser une étude dynamique à partir d'un échantillon constitué d'une partie des zones pour lesquelles nous connaissons l'évolution du taux de commercialisation dans les cinq dernières années. Notre échantillon comprend les zones dont le taux de commercialisation a progressé durant cette période et les zones qui sont restées « en panne », alors qu'elles ne sont pas totalement vendues. Nous avons exclu de l'échantillon les zones « en panne » pour lesquelles le taux de commercialisation initial (en 1998) est supérieur à 95%, car le frein à la commercialisation peut alors être technique et lié aux caractéristiques du terrain qui reste disponible (peu accessible, en pente, ...).

Dans la construction de cette base de données partielle, il n'a donc été possible de retenir que les zones pour lesquelles l'aménageur a conservé une mémoire à peu près précise des ventes de parcelles qui ont été réalisées dans la période récente, ainsi que celles pour lesquelles la commercialisation n'a pas démarré, alors qu'elles datent de plus de cinq ans. Un échantillon de 124 zones dont 44 sont situées dans le Calvados, 40 dans la Manche et 40 dans l'Orne a ainsi été constitué.

Nous avons ensuite construit une variable qui représente la vitesse de commercialisation en calculant la différence entre le taux de commercialisation en 2002 et celui de 1998. Cette variable sur laquelle nous allons travailler représente la progression du taux de commercialisation au cours des cinq dernières années, c'est une bonne variable proxy de la vitesse de commercialisation. Selon ce critère, le graphique ci-dessus montre que la plus part des zones retenues dans l'échantillon sont relativement « en panne », puisque leur taux de commercialisation a progressé de moins de 10%. Mais un certain nombre d'autres ont au contraire connu un développement très rapide avec une vente de plus de la moitié de la zone au cours des cinq dernières années.

Nous avons ensuite calculé la corrélation entre cette vitesse de commercialisation et différentes grandeurs qui sont apparues comme pouvant influencer les performances des zones lors l'analyse statique et à partir de l'enquête réalisée auprès des entreprises. L'effet réel de ces différentes grandeurs sur la vitesse de commercialisation a ainsi été déterminé. Et nous allons analyser ces résultats en retenant celles parmi les variables qui permettent

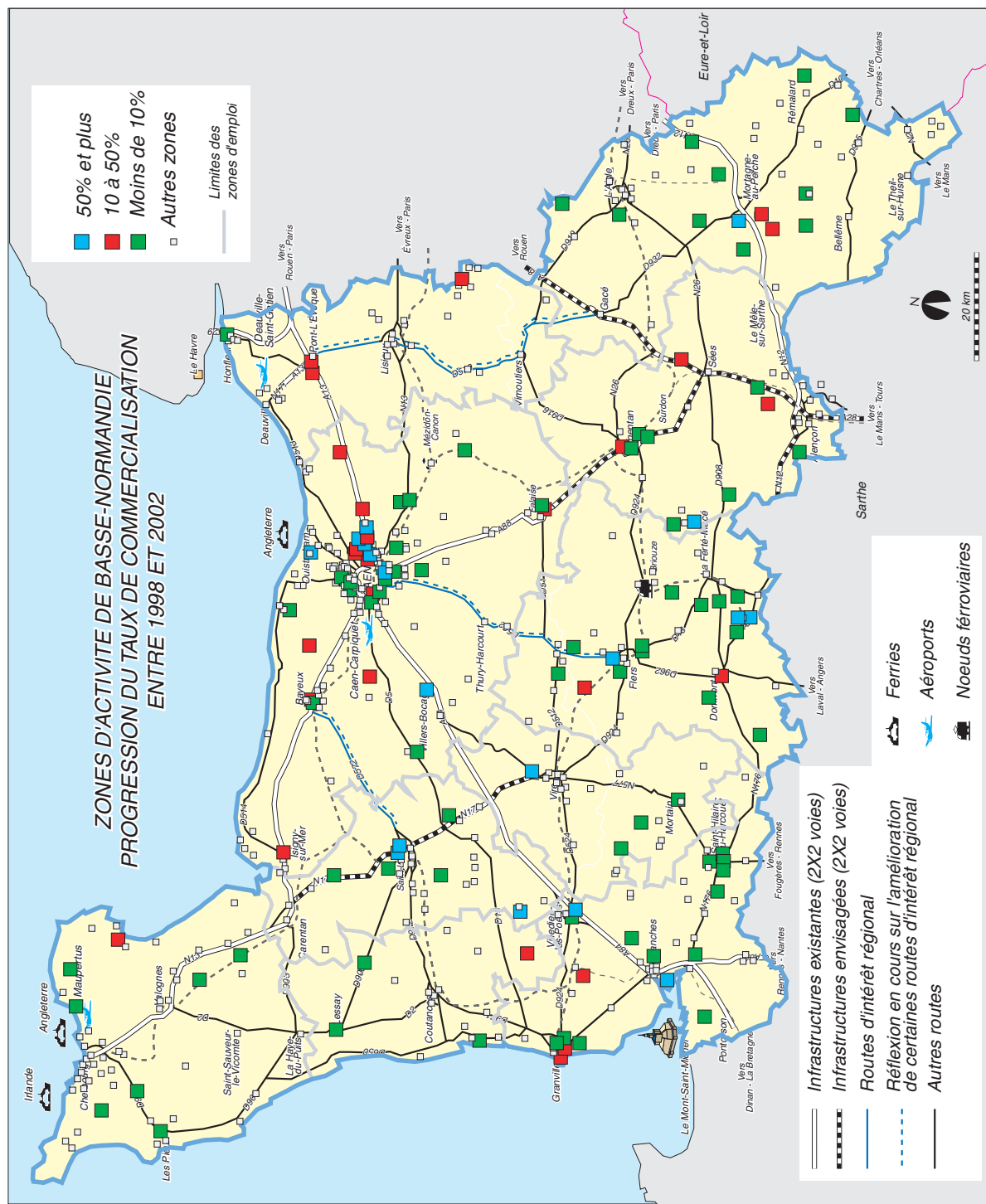
d'expliquer une grande partie de la variance de la vitesse de commercialisation. Le tableau suivant présente les taux de corrélation obtenus :

Tableau 13 : Les corrélations entre la vitesse de commercialisation et différents critères en fonction du département

Taux de corrélation (R ²)	Basse-Normandie	Calvados	Manche	Orne
Surface totale	-0,094 (0,008)	-0,281 (0,079)	0,166 (0,027)	-0,025 (0,001)
Prix de vente	0,087 (0,008)	0,205 (0,042)	0,484 (0,234)	-0,156 (0,024)
Taux de taxe professionnelle	0,179 (0,032)	0,171 (0,029)	0,355 (0,126)	-0,107 (0,011)
Visibilité	0,307 (0,089)	0,402 (0,172)	0,358 (0,111)	0,214 (0,045)
Taux de commercialisation en 1998	-0,144 (0,02)	-0,386 (0,141)	0,008 (0,00)	-0,236 (0,056)
Intercommunalité	0,164 (0,027)	0,164 (0,027)	0,199 (0,04)	0,269 (0,07)
Coefficient d'emprise au sol	0,337 (0,113)			
Existence d'un système de commercialisation	-0,036 (0,001)			
Présence d'un atelier relais	0,03 (0,00)			
Exonération de la taxe professionnelle	0,045 (0,00)			

Etudions les coefficients de corrélation qui lient la vitesse de commercialisation et les différentes grandeurs avec lesquelles nous l'avons confronté. L'analyse de nos résultats nous confirme dans l'idée que ce n'est pas forcément la même logique qui prévaut dans les trois départements

La surface des zones n'explique qu'une faible part de la variance de leur vitesse de remplissage au niveau de la région dans son ensemble. Il n'y a que pour le Calvados que la surface semble quelque peu explicative. Pour ce département, la surface a clairement une influence négative sur le rythme de commercialisation des zones. Ce résultat ne doit pas être fortuit, car on peut le rapprocher d'observations précédentes. Lorsque nous avons comparé les zones les mieux et les moins bien commercialisées, nous avons déjà constaté pour le Calvados que la surface moyenne des zones les plus performantes était très inférieure à celle des zones d'activité dans leur ensemble, elle-même très inférieure à celle des zones les moins bien commercialisées. Ces observations tendraient à accréditer l'hypothèse de zones « trop grandes » dans ce département où elles sont les plus étendues de la région.



Infographie complémentaire : ETHEIS Conseil - octobre 2002

Pourquoi les zones pourraient-elles être trop grandes ? Parce qu'elles sont plus grandes que ce qui est nécessaire pour répondre aux besoins locaux immédiats de terrain dévolu aux activités. Cela implique également que la présence d'entreprises précédemment installées n'est pas facteur d'attrait particulier pour de nouvelles unités, en d'autres termes la présence d'un important tissu d'entreprises ne crée pas d'externalité positive susceptible d'entraîner l'implantation rapide d'autres entreprises. Deux autres résultats viennent corroborer cette hypothèse. Tout d'abord, le taux de commercialisation initial (en 1998) de la zone agit négativement sur la vitesse de commercialisation (surtout dans le Calvados), ensuite les entreprises interrogées dans notre enquête ne sont que très peu nombreuses à juger l'activité économique ou la présence d'entreprises du même secteur comme des critères d'implantation importants.

Faut-il pour autant réduire la taille des ZA dans le Calvados ? Pas forcément. La vitesse de commercialisation n'est pas le seul critère de l'efficacité économique. Il n'est pas certain qu'il soit préférable en termes d'aménagement du territoire de saupoudrer des petites zones partout sous prétexte qu'elles se vendent plus rapidement.

Contrairement, à ce que pourraient indiquer les réponses des entreprises pas plus le prix de vente des zones que les taux de taxe professionnelle ne semblent en mesure d'expliquer une grande partie des vitesses de commercialisation. Leurs effets les plus significatifs sont déterminés dans le département de la Manche, mais le sens de la corrélation y est inattendu, puisqu'elle est positive et non négative pour les deux variables. Autrement dit, plus le prix de vente et le taux de taxe professionnelle sont élevés plus la zone se commercialise vite. Ces résultats sont effectivement étonnants par rapport aux réponses des entreprises, mais le sont moins par rapport à nos observations précédentes. Cela signifie surtout que ce ne sont pas ces critères qui font l'attrait de la zone, mais, au contraire, que ce sont les aménageurs qui adaptent leurs tarifs à l'attrait de leur produit.

Malgré la faible explicativité de ces variables, notamment dans l'Orne, on peut faire une observation intéressante en comparant les taux de corrélation pour les différents départements. Dans le Calvados, comme dans la Manche, les taux de corrélation de la vitesse de commercialisation par rapport au prix de vente et au taux de taxe professionnelle sont positifs, alors que dans l'Orne ils sont négatifs. On se souvient alors que dans la première partie de notre étude, nous avons remarqué que dans l'Orne les surfaces non commercialisées sont plus largement viabilisées que dans les deux autres départements. Donc, proportionnellement à la taille du marché, la surface viabilisée y est grande, alors qu'elle est plutôt restreinte dans le Calvados et dans la Manche. On peut en conclure que, dans l'Orne, on est en présence d'un marché dominé par les demandeurs et que pour faire face à la concurrence les aménageurs sont amenés à « casser les prix » des terrains comme à limiter les taux de taxe professionnelle. En revanche, dans les deux autres départements, la relativement faible surface disponible viabilisée en fait un marché d'offres dans lequel les zones les plus attractives peuvent être vendues à des prix élevés.

Bien entendu, toute cette analyse tarifaire repose sur l'hypothèse selon laquelle les terrains sont vendus non pas nécessairement aux prix annoncés, mais au moins à des prix proportionnels à ces prix catalogue.

Il est une autre variable qui paraît en mesure d'expliquer la vitesse de commercialisation. Il s'agit de la visibilité de la zone depuis un axe routier.

Il nous faut tout d'abord dire un mot sur la manière dont la visibilité a été transposée en variable numérique. Lorsque la zone n'était visible d'aucun axe, nous avons attribué à cette variable la valeur 0. Pour les zones visibles, nous lui avons affecté une valeur croissante en fonction de l'importance de l'axe : 1 pour une route départementale, 2 pour une route

nationale et 3 pour une autoroute. Ainsi, construite, la variable « visibilité » est corrélée positivement dans tous les départements avec la vitesse de commercialisation des zones . De plus, elle explique une bonne partie de la variance de cette vitesse dans le Calvados et dans la Manche.

Ce résultat pourrait paraître une fois encore surprenant. En effet, la visibilité de l'entreprise n'a pas été retenue par nos interlocuteurs parmi les critères importants dans leur choix d'implantation. Cependant, deux éléments permettent de l'expliquer. Tout d'abord, la « visibilité » sert ici de variable proxi de l'accessibilité routière. En effet, de façon générale (sauf parfois en ce qui concerne les autoroutes), lorsqu'une zone est visible d'un axe routier, cet axe routier la dessert. C'est donc en partie, l'effet de cette accessibilité sur la vitesse de commercialisation qui s'exprime ici, mais, en partie seulement. Sans doute, les personnes interrogées dans les entreprises rationalisent-elles à l'excès les critères effectifs de leur installation, et c'est pourquoi cet « effet-vitrine » n'apparaît pas. Pourtant, cet effet existe bel et bien, puisque les aménageurs peuvent vendre plus cher les parcelles qui sont situées le long des axes routiers (certains l'affichent clairement avec des gammes de prix), et malgré ces prix plus élevés, on s'aperçoit que ces terrains sont les premiers à être vendus.

Toutefois, encore une fois, ce n'est pas parce que la vitesse de commercialisation est meilleure lorsque les zones sont installées le long des axes qu'un aménagement du territoire rationnel doit être de répartir toute l'activité économique de part et d'autre des autoroutes et d'en construire de nouvelles pour créer des zones !

Les autres variables étudiées ne sont pas explicatives à part le coefficient d'emprise au sol qui semble avoir un impact positif sur la vitesse de commercialisation, cependant l'échantillon des zones sur lesquelles il est renseigné est très faible. L'existence d'un système de commercialisation des zones ne semble avoir aucun effet positif sur leur vitesse de commercialisation. De même, ni la possibilité d'exonération de la taxe professionnelle, ni sa durée ne peuvent expliquer la vente ou la non vente des zones.

Nous avons voulu confirmer les résultats obtenus en réalisant une analyse économétrique. Etant donné le faible nombre de zones pour lesquelles le niveau du prix de vente est connu, nous avons dû effectuer la régression sur la région dans son ensemble, et non pas département par département, afin de conserver suffisamment de points. Dans une première régression (voir annexe 4), nous avons retenu toutes les variables explicatives logiques de la vitesse de commercialisation, à savoir la surface des zones, le prix de vente du terrain, le taux de taxe professionnelle et notre variable « visibilité ». Cependant, conformément à nos observations précédentes, le prix comme le taux de taxe professionnelle apparaissent clairement comme non explicatifs de la vitesse de commercialisation, et nous avons été obligés de les exclure de l'analyse. La seconde régression qui ne s'appuie plus que sur les variables significatives, donne des résultats satisfaisants. Elle nous permet d'établir une équation déterminant la vitesse de commercialisation qui pourrait prendre la forme suivante (notons que c'est les logarithmes des différentes variables qui ont été régressées) :

$$\text{Vitesse de commercialisation} = - 0,56 \text{ Surface totale} + 1,16 \text{ visibilité} + 3,58$$

Les mêmes résultats que précédemment ressortent dans cette régression. La surface influence négativement la vitesse de commercialisation, alors que la visibilité a un effet positif très important. En ce qui concerne la surface totale, la régression peut s'interpréter de la façon suivante : en moyenne, chaque fois que la surface d'une ZA augmente de 1% sa vitesse de commercialisation se réduit d'environ 1/2 %. L'interprétation de la visibilité ne peut pas se faire dans les mêmes termes, puisqu'il s'agit d'une variable qualitative et non quantitative. Si

l'on en croît nos résultats (mais à cause des données manquantes nous nous appuyons ici sur un échantillon limité), ces deux variables expliqueraient à elle seules la plus grande partie de la variance de la vitesse de commercialisation.

Conclusion

Commençons par dresser un bilan des principales informations recueillies :

- Il y a un décalage entre la taille moyenne des zones d'activité du Calvados (environ 20 ha) et celles des deux autres départements (environ 10 ha).
- Il y a une grande dispersion dans la taille des zones d'activité au sein même de chaque département. Un grand nombre de petites zones sont disséminées un peu partout dans la région, la plupart des ces petites zones ont été ouvertes après 1985. Les zones les plus étendues sont regroupées autour des principales agglomérations.
- Dans le Calvados et dans la Manche, le taux de commercialisation des zones anciennes est très élevé. Dans l'Orne, les zones ont plus de difficultés à se remplir totalement. Cependant, même dans la Manche et dans le Calvados, les plus grandes zones ont parfois du mal à achever leur commercialisation malgré l'attrait que constitue les grands centres urbains, et peut-être la gestion de ces zones, leur aménagement, ainsi que la concurrence de proximité peuvent-ils être mis en question.
- Parmi les facteurs susceptibles de freiner la commercialisation, l'absence de volonté ou de réactivité de l'aménageur est sans doute le plus difficile à mesurer, mais aussi l'un des plus problématiques. Le seul élément qui permette d'apprécier cette volonté est la présence ou l'absence de surface disponible viabilisée, encore que cet indicateur reste bien imparfait. C'est dans l'Orne que la surface disponible viabilisée est relativement la plus importante. Malgré la volonté des aménageurs de ce département, la commercialisation des terrains y pose plus de problème que dans le reste de la région. A cet égard, remarquons que l'Orne rentre en compétition avec des territoires limitrophes abondamment pourvus en zones d'activité et cette concurrence extra-territoriale peut contribuer à expliquer ses problèmes de commercialisation.
- Les aménageurs (en général communes ou communautés de communes) supportent des coûts de viabilisation importants. Après la vente des parcelles une grande part de ce coût reste à leur charge.
- Les prix moyens et les taux de taxe professionnelle sont plus élevés dans la Manche que dans l'Orne, et dans le Calvados que dans la Manche. Cet éventail de prix et de taux traduit principalement l'attrait relatif des surfaces, car il ne semble pas avoir l'effet négatif escompté sur la commercialisation des zones.
- La « visibilité » des zones qui se confond aussi avec l'accessibilité routière, semble avoir un impact majeur sur leur rythme de vente.

Que peut-on en conclure concernant l'attractivité des zones d'activité ?

Tout d'abord, il est essentiel de ne pas confondre deux types de zones d'activité sachant qu'il n'est pas possible de parler d'attractivité dans l'absolu sans les différencier. Cette discrimination repose d'ailleurs à notre sens sur les deux fonctions principales des zones d'activité : « regrouper » et « créer ».

En effet, la première fonction des zones nous semble être de regrouper les activités économiques présentes sur un territoire. De tels regroupements permettent notamment de faciliter la gestion des ressources telles que l'espace ou l'eau. Et, en ce sens, les petites zones ont tout à fait leur utilité, même si elles ne font que localiser à un endroit précis des activités tournées vers le marché local et qui se seraient développées de toute façon sur ce territoire. De plus, elles permettent à ces activités, principalement commerciales et artisanales, de pouvoir évoluer dans un contexte favorable. A cet égard, on peut imaginer que le principal facteur de la bonne commercialisation d'une telle zone est d'avoir été conçue d'une taille compatible avec l'activité qui doit s'y installer. Compte tenu de l'écart constaté entre prix de vente et prix de revient des parcelles, on est en droit de se demander dans certains cas si les avantages collectifs retirés de la création de ces petites zones dépassent effectivement le coût.

Mais, il y a également des zones plus vastes, qui devraient être destinées à accueillir l'activité industrielle. Il s'agit alors plutôt de zones « de création ou de réallocation inter-régionale ». En effet, les grandes entreprises dont les débouchés sont supra-régionaux, auraient pu choisir de s'installer n'importe où ailleurs sur le territoire national. C'est ce type de zones qui doivent être compétitives en termes d'aménagement et d'accueil local des investisseurs potentiels. Les aménageurs locaux devraient donc éviter d'en faire des zones fourre-tout où les activités de toutes natures et de toutes dimensions s'installent à la demande. Il s'agit pourtant d'une pratique très courante dans la région, même si l'implantation de zones *effectivement* dédiées commence à se généraliser.

Ces éléments restent néanmoins assez théoriques, car même en ce qui concerne l'implantation des grandes entreprises, notre enquête a montré le poids de « l'histoire » et des réseaux relationnels est considérable. D'ailleurs, la plupart de ces établissements n'ont envisagé qu'un seul site d'implantation.

Dans une optique de développement régional, il apparaît aujourd'hui que sans contrarier la création de petites zones là où elles sont encore nécessaires, il convient surtout d'orienter les efforts publics vers une mise en valeur réelle des plus grandes zones. De ce point de vue, pour éviter que des installations inappropriées ne compromettre le futur, la définition de politiques de zones paraît indispensable.

Le développement des infrastructures routières est manifestement favorable à la commercialisation des zones qui se situent dans leur voisinage immédiat et si possible à portée de vue. Les aménageurs ont bien mesuré cet attrait et le traduisent d'ailleurs dans les prix pratiqués. Il est donc rationnel du point de vue des responsables locaux d'encourager l'extension de ces infrastructures sur leur territoire. Cependant, il ne s'agit que d'une rationalité « individuelle ». En effet, l'accessibilité routière étant déjà largement assurée, les infrastructures supplémentaires sont plutôt vecteur de relocalisation que de création d'activité. Il y a peut-être là l'illustration d'une divergence entre les motivations locales et l'intérêt collectif.

Annexe 1 : Glossaire

Atelier-relais : l'atelier-relais est un bâtiment susceptible d'héberger une ou plusieurs entreprises nouvellement créées à caractère artisanal ou industriel. Les locaux sont loués à ces entreprises.

Pépinière d'entreprise : la pépinière d'entreprise est une structure d'accueil, d'hébergement, d'accompagnement et d'appui aux créateurs d'entreprise. Elle leur permet d'accéder pour un coût réduit à différents services : accueil, secrétariat, accompagnement juridique, gestion, comptabilité, commercial,...

Taux de commercialisation d'une ZA : c'est la part de la surface de la zone d'activité qui a été vendue aux différentes entreprises implantées ou en cours d'implantation.

Taux d'occupation d'une ZA : le taux d'occupation doit se calculer comme le rapport entre la surface des bâtiments effectivement exploités installés sur la zone et la surface totale potentielle des bâtiments (surface totale hors voirie multipliée par le coefficient d'emprise au sol). L'absence d'information sur l'exploitation réelle des bâtiments comme sur les réserves foncières des entreprises nous a interdit une analyse en termes de taux d'occupation.

Zone d'activité : Terrain aménagé pour accueillir des activités à caractère industriel, artisanal, commercial ou tertiaire, puis cédé ou loué par le maître d'ouvrage aux différentes entreprises implantées.

Médiane : Pour calculer, la valeur médiane d'une variable donnée, on commence par ordonner les valeurs de cette variable en ordre croissant ou décroissant. La médiane correspond à la valeur de la variable située au milieu de l'échantillon ainsi ordonné. (Par exemple, le taux de commercialisation médian des ZA du Calvados correspond à un taux de commercialisation tel que la moitié des zones de ce département ont un taux de commercialisation inférieur ou égal à ce taux médian et l'autre moitié des zones un taux égal ou supérieur.)

Moyenne : La moyenne simple se calcule comme la somme des valeurs prises par une variable donnée divisée par le nombre d'observations. (Par exemple, le taux de commercialisation moyen simple des ZA de l'Orne est égal à la somme des taux de commercialisation connus dans ce département divisé par le nombre des observations).

Pour obtenir une moyenne pondérée, on multiplie chacune des valeurs prises par une variable donnée par un élément qui reflète son importance dans l'échantillon au regard d'un critère donné. On calcule alors la somme de la variable ainsi construite que l'on divise par la somme de l'élément de pondération afin de déterminer la moyenne recherchée. (Par exemple, le taux de commercialisation moyen pondéré par la surface des ZA de la Manche se calcule en multipliant le taux de commercialisation de chacune des ZA de ce département par sa surface. On détermine la somme des variables ainsi obtenues que l'on divise par la surface totale des ZA considérées.)

R² : Soit y_i avec $(i=1,...,n)$ les n observations de la variable que l'on cherche à expliquer. Soit $\bar{y}$ la valeur moyenne de cette variable. Soit $\hat{y}_i$ les n valeurs de la variables que l'on peut

estimer à partir de la (ou des) variable(s) explicative(s). Le R^2 ou coefficient de détermination se calcule de la façon suivante :

$$R^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}$$

Le R^2 permet d'estimer dans quelle mesure les variables explicatives sont susceptibles de reproduire les *vraies* valeurs de la variables à estimer, on dira donc qu'il mesure la part de la variance qui est expliquée par ces variables. Le R^2 est par définition compris entre 0 et 1.

Annexe 2 :
Le questionnaire aménageur

(1) Nom de la Z.A. :	
(2) Localisation de la Z.A : (Département, Commune)	
(3) Date de création Z.A : (début de la commercialisation)	

(en %)	2002	2001	2000	1999	1998
(4) Taux de commercialisation :					
(5) Taux d'occupation :					

(en ha)	2002	2001	2000	1999	1998
(6) Surface totale de la Z.A : (y compris voirie)					
(7) Surface totale de la Z.A : (hors voirie)					
(8) Surface totale viabilisée : (hors voirie)					
(9) Surface disponible viabilisée (hors friches): (hors voirie)					
(10) Surface disponible construite (friches): (hors voirie)					

	2002	2001	2000	1999	1998
(11) Coefficient d'emprise au sol :					
(12) SHON des entreprises présentes sur la Z.A (en m ²)					

(13) Y-avait-il eu une extension de la superficie avant 1997 : **OUI NON**

Si **OUI** :

Date de l'extension	
Surface de l'extension	

(14) Une extension de la Z.A est-elle envisagée: **OUI NON**

Si **OUI** :

Date de l'extension	
Surface de l'extension	

(15)Maîtrise d'ouvrage	
(16)Commercialisation de la ZA	
(17)Gestion et contrôle des implantations	
(18)Statut du terrain au POS (UX, UE, NA)	
(19)Nature juridique de la ZA (lotissement, ZAC, sinon préciser)	
(20)Signalétique de la ZA (ZI, Zone commerciale,...)	
(21)Maîtrise d'œuvre	

(22)Existe-t-il un système de commercialisation de la ZA pour faire connaître celle-ci aux entreprises ? (par ex- site internet)	OUI NON Si OUI lequel ?
(23) La ZA est-elle visible d'un grand axe routier ?	OUI NON Si OUI lequel ?
(24) Des travaux d'infrastructures spécifiques ont-ils été réalisés pour améliorer l'accessibilité de la zone ?	OUI NON Si OUI lesquels ?

(25) Prix de vente et/ou de location au m² (préciser HT ou TTC)	
---	--

FISCALITE ET AIDES AUX ENTREPRISES

(26) Taux de taxe professionnelle:	
(27) Taux de taxe foncière bâti :	
(28) Taux de taxe foncière non-bâti :	
(29) Taux de taxe d'habitation :	
(30) Taux de taxe locale d'équipement :	

(31) Exonération de la TP	Pour création	OUI	NON
	Pour reprise :	OUI	NON
	Pour extension :	OUI	NON
	Durée de l'exonération :		

(32) De quel(s) type(s) d'aides ou exonérations fiscales spécifiques, les entreprises placées sur votre zone peuvent-elles bénéficier ?

.....

SERVICES COMMUNS

(33)Organisme d'animation de la ZA (réseaux relationnels) (ex : rencontre des chefs d'entreprise) (ex : association syndicale)	NON	
	OUI	Lequel ?
(34) Système de commercialisation des produits de la ZA : (par ex : site internet)	NON	
	OUI	Lequel ?
(35) Pépinière d'entreprises	OUI NON	
(36)Autres services aux entreprises spécifiques à la ZA (préciser)		

(37) Atelier relais	OUI	NON
(38) Parking	OUI	NON
(39) Restaurant (non dédié à une entreprise spécifique)	OUI	NON
(40)Possibilité d'hébergement (hôtel dédié à la zone)	OUI	NON

(41)Gestion des parties publiques de la ZA (entretien paysager)	
--	--

COMPOSANTES DE L'AMENAGEMENT :

(42) EDF	HT	BT
(43) GDF	OUI	NON
(44) Eau potable	OUI	NON
(45) Eaux usées	OUI	NON
(46) Eaux pluviales	OUI	NON
(47) Téléphone	OUI	NON
(48) Ordures ménagères	OUI	NON
(49) Eclairage public	OUI	NON
(50) Câblage haut débit (Si prévu préciser date)	OUI	NON
(51)Autres (préciser)		

(52) Système de contrôle et de gestion des rejets	NON	
	OUI	Lequel ?
(53) Equipements spécifiques pour le traitement de rejets polluants (rejets chimiques ou bactériologiques)	NON	
	OUI	Lequel ?

AIDES ET PRIMES

(54) Détaillez les aides et les primes dont la ZA a bénéficiées (nature(s), montant(s), date(s))

(55) Prix d'achat initial du terrain au m ² (préciser HT ou TTC)	
--	--

(56) Prix de revient au m²	
--	--

LORSQUE LA CREATION DE LA ZONE A ETE ENVISAGEE, QUELLES ETUDES ONT-ELLES ETE MENEES ?

(57) Etude de faisabilité <u>technique</u> initiale :		OUI	NON
si oui	Prestataire de l'étude		
	Contenu de l'étude		

(58) Etude <u>paysagère</u> :		OUI	NON
si oui	Prestataire de l'étude		
	Contenu de l'étude		

(59) Etude d'opportunité économique initiale :		OUI	NON
si oui	Prestataire de l'étude		
	Contenu de l'étude		

SECTEURS SOUHAITES OU NON SOUHAITES

(60) Vocation initiale de la zone

Activités dont l'implantation était souhaitée dans la ZA	
Activités dont l'implantation n'était pas souhaitée ou exclue dans la ZA	

(61) Vocation réelle de la zone

Types d'activités effectivement implantées sur la ZA	
--	--

(62) NOTES ET REMARQUES

- sources de renseignements (nom et coordonnées) :

- structure intercommunale (communes regroupées, les ZA existantes vont-elles tomber dans la gestion intercommunale ou garder leurs caractéristiques précédentes ?) :

(63) **LES ENTREPRISES :**

Nom de l'entreprise	Date de l'implantation	Activité	Nombre d'emplois	Superficie occupée

Préciser les extensions éventuelles dans la superficie occupée par les entreprises ci-dessus au cours des 5 dernières années (indiquer **E** en marge et préciser ci-dessous la surface de départ et la date de l'extension):

Pour les entreprises installées dans les 5 dernières années, préciser s'il s'agit ou non de la reprise d'une friche industrielle (d'un bâtiment préexistant) (indiquer **F** en marge):

Pour les entreprises installées dans les 5 dernières années, préciser s'il s'agit d'une délocalisation ou d'une création nouvelle (dans le cas d'une délocalisation indiquer **D** en marge et préciser ci-dessous où l'entreprise était précédemment installée).

Annexe au questionnaire aménageur

(3) Il est souhaitable que la date de création de la ZA soit la date du début de la commercialisation, dans le cas où votre interlocuteur ne la connaîtrait pas et vous donnerait à sa place la date de la première implantation sur la zone ou la date de sa création juridique, vous l'indiquerez sur le questionnaire à côté de la date.

(4) Le taux de commercialisation est le pourcentage de la zone qui a été vendue par l'aménageur.

(5) Le taux d'occupation est le pourcentage de la zone qui est effectivement occupée à la date indiquée par des entreprises productives.

Les parcelles qui sont libres à la suite d'une fermeture ou d'une délocalisation d'entreprise et qui font l'objet d'une revente privée sont donc exclues de la part de la zone occupée, alors qu'elles appartiennent à la part de la zone commercialisée.

(10) Il s'agit de la surface cumulée des parcelles sur lesquelles s'élève au moins un bâtiment qui n'est plus actuellement exploité, il s'agit donc de parcelles qui ont déjà été commercialisées.

(11) C'est le rapport entre la surface maximale du bâtiment et la taille de la parcelle.

(12) SHON : Surface Hors Œuvre Nette.

Dans les deux cas, il s'agit d'estimer la surface effectivement consacrée aux activités économiques dans une zone. Il faudrait qu'au moins une de ces deux questions soit renseignée correctement.

(15) C'est celui qui a commandé les travaux qui ont été réalisés pour la zone. Le plus souvent, il s'agit de la commune, peut-être pour certaines de la communauté de commune (CDC) (sauf dans le cas plus rare d'une zone privée).

(16) L'organisme qui se charge de la commercialisation de la zone, il peut s'agir également de la commune ou d'un syndicat intercommunal ou de la CDC.

(18) Cette question concerne les zones qui sont implantées sur un territoire couvert par le Plan d'Occupation des Sols, si ce n'est pas le cas le préciser dans la case de réponse. Les ZA seront probablement le plus souvent implantées sur des zones UX ou UE selon que l'interlocuteur utilise la nouvelle ou l'ancienne terminologie. Il peut s'agir également de zones NA et surtout 1NA.

(19) Les ZA peuvent être des ZAC (zones d'aménagement concerté) ou des lotissements ; s'il ne s'agit d'aucun de ces deux cas, vous devrez faire préciser à l'interlocuteur ce qu'il en est.

(20) Les différentes signalétiques possibles pour une zone sont les suivantes : zone industrielle (ZI), zone portuaire, zone industrialo-portuaire (ZIP), zone artisanale, zone commerciale, zone artisanale et commerciale, zone tertiaire.

Il est intéressant de le faire préciser à l'interlocuteur car la signalétique reflète souvent la destination initiale de la zone. Mais, dans certain cas, il n'y en a pas et on vous répondra uniquement zone d'activités ou pôle d'activités.

(21) Le maître d'œuvre est celui qui a été chargé des travaux d'aménagement de la zone. Souvent, il s'agit de la DDE. Dans certains cas, la commune garde elle-même la maîtrise d'œuvre ou s'adresse à un maître d'œuvre privé (par exemple, un géomètre expert). Parfois, plusieurs tranches de travaux ont été réalisées pour la zone, et il faut faire préciser si le maître d'œuvre a été le même pour les différentes tranches.

(32) En fonction du territoire sur lequel la ZA est située, les entreprises peuvent par exemple bénéficier d'aides ou d'exonérations au titre de la PAT (Prime d'Aménagement du territoire), de la ZRR (Zone de Revitalisation Rurale), des TRDP (Territoires Ruraux de Développement Prioritaire), ou de la ZUS (Zone Urbaine Sensible).

(35) La pépinière d'entreprises permet aux entreprises naissantes de bénéficier pendant quelques mois de bureaux et de services qui y sont liés comme le secrétariat, en attendant qu'elles soient capables de monter leur propre structure.

(37) L'atelier relais est un atelier qui peut être mis, pendant quelques mois, à la disposition de nouvelles entreprises ayant besoin de locaux techniques.

(53) Par exemple, des bassins de décantations spécifiques destinés à des rejets chimiques.

(54) Les ZA peuvent bénéficier de différents types d'aides, par exemple la DDR (Dotation pour le Développement Rural), les FEDER, les FFDE (Fond Départemental pour le Développement Économique).

(57) La réponse devrait être toujours positive et dans la plupart des cas l'étude de faisabilité technique a été réalisée par la DDE qui est maître d'œuvre.

(58) La réponse devrait être positive sauf pour quelques zones très anciennes.

(59) la réponse devrait être presque toujours négative sauf pour quelques zones très récentes.

(62) Pour ce qui est de la source de renseignements, vous indiquerez le nom de votre interlocuteur, son numéro de téléphone et l'organisme auquel il appartient (le plus souvent la mairie).

Annexe 3 :
Le questionnaire entreprise

(1) Raison sociale de l'entreprise		
(2) N° SIRENE		
(3) Localisation de l'entreprise (Nom de la ZA, commune, département)		
(4) Date d'implantation de l'entreprise dans la ZA		
(5) Cette implantation correspondait-elle à une :	Création	Reprise
	Extension, pourquoi ?	
	Délocalisation, d'où ? Pourquoi ?	
(6) Cet établissement est-il un établissement ? (1) principal (2) secondaire Si (2) nom et adresse de la société-mère :		

(7) Quelles ont été les raisons qui ont déterminé votre choix d'implantation ?

.....

(8) Avez-vous eu des raisons de mécontentement par rapport à vos attentes au moment de votre choix d'implantation ?

.....

(9) Avez-vous envisagé différentes implantations pour votre établissement avant de vous décider pour le site actuel ? Si oui, quels ont été vos critères de choix ?

.....

(10) Votre choix d'implantation a-t-il été lié à des exigences particulières des investisseurs et des banques : OUI NON

Si OUI lesquelles ?

(11) Quelles sont les activités principales et secondaires de l'entreprise ? Avec quelles entreprises est-elle liée à titre de sous-traitant ou de donneur d'ordre (le cas échéant préciser la localisation de ces entreprises) ?

.....

(12) Nombres d'employés en CDI (équivalent plein temps)		
(13) Taux d'encadrement		
(14) Proportion de main-d'œuvre qualifiée		
(15) Le recours à l'intérim et aux CDD est-il fréquent ?	Intérim	OUI NON
	CDD	OUI NON
(16) Nombre d'employés maximal dans l'entreprise y compris intérim et CDD au cours des 24 derniers mois (en équivalent plein temps)		
(17) Le recrutement se fait-il sur le	L'encadrement	L D R N

marché du travail Local, Départemental, Régional ou National pour	Les CDI	L	D	R	N
	L'intérim	L	D	R	N
	Les CDD	L	D	R	N
(18) Avez-vous eu des <u>problèmes de recrutement</u> dans les 24 derniers mois pour	L'encadrement	OUI	NON		
	Les CDI	OUI	NON		
	L'intérim	OUI	NON		
	Les CDD	OUI	NON		

(19) Au cours des 24 derniers mois quelle <u>proportion de votre chiffre d'affaire</u> avez-vous réalisé sur le marché :	local	
	départemental	
	régional	
	national	
	européen	

(20) Pour les entreprises réalisant une part importante de leur chiffre d'affaire à l'exportation : avec quels pays avez-vous réalisé les ventes les plus importantes dans les 24 derniers mois ?
.....

(21) Quel est le <u>mode de conditionnement</u> de votre <u>produit fini</u> ?	En conteneur	OUI	NON
	En palette	OUI	NON
	En vrac	OUI	NON
	Autre (préciser)		
(22) Quel(s) est(sont) le(s) <u>mode(s) de transport</u> le(s) plus fréquent(s) pour votre produit fini ? (s'il existe plusieurs modes de transports, classés les dans l'ordre décroissant de leur importance)	Route		
	Rail		
	Route + rail		
	Route + maritime		
	Route + fluvial		
	Autre :		

(23) Quel est le <u>mode de conditionnement</u> de votre <u>matière première</u> ou de vos <u>consommations intermédiaires</u> ?	En conteneur	OUI	NON
	En palette	OUI	NON
	En vrac	OUI	NON
	Autre (préciser)		
(24) Quel(s) est(sont) le(s) <u>mode(s) de transport</u> le(s) plus fréquent(s) pour vos matières premières et consommations intermédiaires ? (s'il existe plusieurs modes de transports, classés les dans l'ordre décroissant de leur importance)	Route		
	Rail		
	Route + rail		
	Route + maritime		
	Route + fluvial		
	Autre :		

(25) Le système de commercialisation de votre production se fait-il au niveau de l'établissement ? OUI NON

Si non qui gère ce système ?.....

(26) Vos produits sont-ils commercialisés directement par internet ? OUI NON
Si oui, quelle est la part des ventes réalisée par cette voie ?.....

(27) Ce site internet est-il spécifique à votre entreprise ? OUI NON
Si non, s'agit-il d'un système de commercialisation en commun ?
avec qui ?.....

(28) Un câblage à haut débit pourrait-il améliorer la production dans votre entreprise ? OUI NON

Les raisons suivantes ont-elles été importantes dans votre choix d'implantation ?

(29) La <u>facilité de recrutement</u> du personnel sur le marché local	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(30) L'offre locale de <u>formations d'enseignement supérieur</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(31) La <u>qualification</u> de la main-d'œuvre sur le marché local	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(32) Une offre locale de <u>formations spécialisées</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(33) Le <u>taux de syndicalisation</u> des salariés au niveau local	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important

(34) La <u>concentration de population</u> dans la commune ou dans le canton	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(35) La réputation de la commune en termes d' <u>ordre</u> et de <u>sécurité</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(36) Le développement des <u>transports collectifs</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(37) <u>L'accessibilité des zones d'habitat</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(38) L'existence de <u>crèches</u> et de <u>garderies</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(39) La <u>réputation de la ville</u> dans votre secteur d' <u>activité</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(40) L' <u>image du territoire</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(41) Le <u>niveau local du chômage</u>	4-Très important	3-Assez important

	2-Peu important	1-Pas important
--	------------------------	------------------------

(42) L' <u>accessibilité</u> locale à l' <u>information</u> sur les possibilités d'implantation et de subventions	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(43) L' <u>aide</u> apportée pour monter le dossier de demande de subventions	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(44) Le <u>niveau des subventions</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(45) De <u>quelles subventions</u> avez-vous bénéficié lors de votre installation ?		
(46) Le <u>prix d'achat</u> (ou de location) du terrain et le cas échéant du bâtiment	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(47) L' <u>existence</u> , le cas échéant, du <u>bâtiment</u> dans lequel vous avez pu installer	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(48) Le <u>taux de taxe professionnel</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(49) La possibilité <u>d'exonération de la taxe professionnelle</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(50) Avez-vous bénéficié d'une exonération de la taxe professionnelle ?	OUI NON Si oui, de quelle durée ?.....	
(51) Les <u>possibilités d'extensions futures</u> de votre entreprise sur la zone d'activité	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(52) Le <u>nom</u> de la ZA	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(53) Les <u>caractéristiques physiques du terrain</u> (terrain plat, résistant, sec,...)	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(54) <u>L'aménagement de la ZA</u> dont :	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(55) - l'existence de parking	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(56) - la signalétique	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(57) - les qualités paysagères	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(58) - le voisinage	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(59) - l'existence d'un cahier des charges strict garantissant le maintien	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important

des normes environnementales		
(60) - le cas échéant l'existence d'une pépinière d'entreprises	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(61) - le cas échéant le câblage de la zone	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(62) - Les possibilités de restauration pour les salariés sur place	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important

(63) La <u>proximité</u> d'un <u>donneur d'ordre</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(64) La <u>proximité</u> d' <u>entreprises du même secteur</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(65) L' <u>absence d'entreprises concurrentes</u> localement	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(66) La <u>proximité</u> d' <u>entreprises clientes</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(67) La <u>proximité</u> des <u>fournisseurs</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(68) La <u>diversité des activités économiques</u> (la densité du tissu industriel)	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(69) La <u>proximité</u> des <u>services financiers</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(70) La <u>proximité</u> d' <u>autres services</u> (à préciser) (conseil, publicité, informatique, maintenance, ...)		

(71) <u>L'accessibilité routière</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(72) Si 3 ou 4, quelle infrastructure en particulier		
(73) La <u>visibilité</u> de l' <u>entreprise</u> depuis la route (effet vitrine de l'emplacement)	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(74) <u>L'accessibilité ferroviaire</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(75) Si 3 ou 4, quelle infrastructure en particulier		
(76) <u>L'accessibilité maritime ou fluviale</u>	4-Très important 2-Peu important	3-Assez important 1-Pas important
(77) Si 3 ou 4, quelle infrastructure en particulier		

Parmi les éléments suivants, classer les six (notés 1, 2, 3, 4, 5, 6) qui ont eu le plus d'importance au moment du choix de votre implantation, ainsi que ceux qui auraient le plus d'importance si vous deviez décider d'une nouvelle installation aujourd'hui :

	Au moment de l'implantation	Implantation aujourd'hui
(78) Des attaches personnelles dans la région		
(79) La disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée		
(80) Existence et importance des services collectifs		
(81) La sécurité		
(82) La densité et la diversité des activités économiques locales		
(83) Le prix d'achat du terrain (et du bâtiment)		
(84) Le montant des subventions		
(85) Disponibilité de l'information et aide obtenue pour réaliser les demandes de subventions		
(86) Le taux de taxe professionnel		
(87) L'exonération de la taxe professionnelle		
(88) L'importance des débouchés locaux		
(89) La proximité du donneur d'ordre		
(90) L'existence d'entreprises du même secteur		
(91) La disponibilité des services aux entreprises		
(92) L'aménagement de la zone d'activités		
(93) L'accessibilité routière		
(94) L'accessibilité ferroviaire		
(95) L'accessibilité maritime ou fluviale		
(96) La visibilité de l'entreprise		

Annexe 4 :
Analyse économétrique

Régressions linéaire et logarithmique (réalisées sous RATS)

1) Régression linéaire sur toutes les variables

Dependent Variable EVOLUTION - Estimation by Least Squares

Usable Observations 38 Degrees of Freedom 33

Total Observations 42 Skipped/Missing

Centered R**2 0.116774 R Bar **2 0.009716

Uncentered R**2 0.646725 T x R**2 24.576

Mean of Dependent Variable 31.013157895

Std Error of Dependent Variable 25.661119723

Standard Error of Estimate 25.536153288

Sum of Squared Residuals 21519.139116

Regression F(4,33) 1.0908

Significance Level of F 0.37720336

Durbin-Watson Statistic 1.557295

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	37.71688605	11.86212963	3.17960	0.00320056
2. SURFTOT2002	-0.39284684	0.28546910	-1.37614	0.17804437
3. PRIXVENTE	0.78862223	0.83963967	0.93924	0.35443246
4. VITRINEON	2.68553792	4.29639029	0.62507	0.53622483
5. TTP2002	-1.15395960	1.20388869	-0.95853	0.34476761

Cette régression linéaire ne donne pas de résultats satisfaisants.

2) Régression en logarithme

2-1) Régression sur toutes les variables (en logarithme)

Dependent Variable LOGEVOLUTION - Estimation by Least Squares

Usable Observations 29 Degrees of Freedom 24

Total Observations 41 Skipped/Missing 12

Centered R**2 0.329469 R Bar **2 0.217714

Uncentered R**2 0.910039 T x R**2 26.391

Mean of Dependent Variable 2.9059537035

Std Error of Dependent Variable 1.1641492635

Standard Error of Estimate 1.0296545373

Sum of Squared Residuals 25.444523188

Regression F(4,24) 2.9481

Significance Level of F 0.04092142

Durbin-Watson Statistic 1.975888

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	3.325034829	0.776250372	4.28346	0.00025687
2. LOGSURFTOT2002	-0.675621609	0.256999991	-2.62888	0.01470997
3. LOGPRIXVENTE	0.107448252	0.154756951	0.69430	0.49415874
4. LOGVITRINEON	1.199872223	0.476705067	2.51701	0.01892284

5. LOGTTP2002 0.151794231 0.365999954 0.41474 0.68201732

- a) Le modèle est globalement explicatif et les erreurs ne sont pas autocorrélées
b) Il y a des variables qui sont significativement (statistiquement) non contributives à l'explication de LOGEVOLUTION : ce sont les variables LOGPRIXVENTE et LOGTTP2002

2-2) Estimation ne tenant pas compte des variables non significativement explicatives LOGPRIXVENTE et LOGTTP2002

Dependent Variable LOGEVOLUTION - Estimation by Least Squares

Usable Observations 29 Degrees of Freedom 26

Total Observations 41 Skipped/Missing 12

Centered R**2 0.307201 R Bar **2 0.253908

Uncentered R**2 0.907051 T x R**2 26.304

Mean of Dependent Variable 2.9059537035

Std Error of Dependent Variable 1.1641492635

Standard Error of Estimate 1.0055525856

Sum of Squared Residuals 26.289536064

Regression F(2,26) 5.7644

Significance Level of F 0.00847029

Durbin-Watson Statistic 1.943418

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	3.577942333	0.548212980	6.52656	0.00000064
2. LOGSURFTOT2002	-0.563915561	0.215531986	-2.61639	0.01460729
3. LOGVITRINEON	1.162526226	0.463623608	2.50748	0.01873746

Annexe 5

Les entreprises interrogées

SA SIREC Recyclage
ZI Canal Caen - Blainville sur Orne

L2S Europe
ZI du Loup Pendu - Saint-martin des Entrées

SARL Les Ateliers Aubert-Labansat
Periers

SARL Les Jardins de Créances
Route de Coutances - Créances

SA Nestlé
Chef du Pont

SAS SIMOP
Saint-Sauveur le Vicomte, 50

SA MECAGEST - les ateliers la joie
Route de Portbail - Saint-Sauveur le Vicomte

sarl sartilly industries
la fieffe mariette - 50520 Juvigny le tertre

LOUIS VUITTON
4 ROUTE DE LA BAIE

ATOLL ELECTRONIQUE
BOULEVARD DES MERISIERS - BRECEY

SOTRAMET
Troarn

SNC Société fromagère de St MACLOU
LE MESNIL MAUGER

ATOS / ATG Toolkit/ OSL Systèmes
route de Courtonne - GLOS

O'DIXION
route de Brecey - Avranches

Patrelle sas
ZA de Houlgate - HOULGATE

MODLING SAS
ZI de Moulton - MOULT

PROMECA
ZA Sud Calvados - rue Michel D'Ornano - FALAISE

ACROBA SA

ZA La queue devée - REUX

polymetron SAS (ex zellweger)

zone artisanale de Troarn - TROARN

Gastronomie des Fjords

Zone commerciale de Ouistreham - Route de Caen

SAS SOVICO les Viandes du Cotentin

ZI de la Gare - Coutances

ADN

ZA d'Armanville - Valognes

SA Serrurerie Mécanique

Route de Coutances - Agneaux

LES SALAISONS DE BROCELIANDE

LES HAUTS VENTS - VILLERS BOCAGE

MTM

parc d'activités du v

electropoli production

ZA ISIGNY LE BUAT

PHILIPS

ZI de Mont Coco - Caen

SA PSA

ZI de Cormelles le Royal (ESPERANCE)

Techni'Baie SARL

ZA de la DRONNIERE rue de Rocquancourt à IFS

OXFORD AUTOMOTIVE FRANCE INDUSTRIES

Chemin de Chambrais - La Vespière

HOWMET SA

ZAC des Grands Près - Dives-sur-Mer

SOTRALE

ZI BVD de l'Europe - BP 9 - Bourguebus

VEGA CONSTRUCTIONS SARL

ZI BEAUVOIR - ORBEC

MJM Production

ZA de la Vignerie - Dives-sur-Mer

RTMO SARL (ex IMPA)

n° 35 : Pôle d'activité de l'Espérance - Lisieux

ELDIM SA

1185 rue d'Epron - CITIS Hérouville St-Clair

Modelisation GEM sarl

La Vallée - Montreuil-en-Auge

NESTLE PDTS Frais SA

165 rue d'Orival - Lisieux

BSI

ZI RTE DE Courvaudon - Aunay sur Odon

SFO SA

ZI SD EST RUE Denis Papin - Mondeville

ACTUGROUPE

CITIS - Hérouville st Clair

PARTHUS TECHNOLOGIES

CITIS - Hérouville st clair

EDEN WEB

ZA DE LA SIENNE - VILLEDIEU

DITEK

ZI rue du cornillot - Granville

PLastique Normandie Sud

ZA de l'aumondais - St Hilaire du Harcouet

SA B'PLAST

ZA le Maupas (anciennement ZA rue de l'Arisanat, jusqu'en 1996)

Rue de l'Allière - 14 500 VIRE

ARIES INDUSTRIE STRUCTURE

Rue de l'Industrie - VIRE

SE PROLEC

1, Les Alouettes - GER

ACOME

Romagny

MAITRES LAITIERS DU COTENTIN
BP 102 - SOTTEVAST

SOCIETE NORMANDE DE VOLAILLES (SNV)
ZA DES FOURMIS - LA CHAPELLE D'ANDAINÉ

SASIC
ZI - PUTANGES-PONT-ECREPIN

SOCIETE FROMAGERE DE DOMFRONT
ZI DU GUE THIBOUT - DOMFRONT

LETARD DEGASNE
LE BOURG - SAINT-PIERRE-D'ENTREMONT

LES FROMAGERIES RICHES MONTS - USINE DE PACE
LES ESSARTS - BP 142 - ALENCON CEDEX

AUGROS SA
PARC D'ACTIVITES LONDEAU - CERISE

MAXIMO
POLE D'ACTIVITES D'ECOUVES - 36 RUE NICOLAS APPERT - ALENCON

ALENCON PLASTIC
POLES D'ACTIVITES D'ECOUVES - 62 RUE LAZARD CARNOT - ALENCON

NEPCO SA
PARC D'ACTIVITES DE LAUNAY - PONT L'EVEQUE

GESNOIN SAS
ZA DE LA CROIX BRISEE - PONT LEVEQUE

ACROBA
ZA DE REUX - REUX

SA LEBRUN
ZI DE HONFLEUR - HONFLEUR

ARVIN MERITOR
ZA communautaire - 14 220 ESSON

ETDE NORMANDIE
ZA la Croix Brisée - Pont l'Evêque

Sation automobile normande
Transports Mertz SA
ZA de la Croix Brisée - 14130 Pont l' Evêque

NET CENTREX

Parc d'Activité technologique la Folie Couvrechef - (Unicité) - Caen

R2I SANTE

POLE D'ACTIVITES D'ECOUVES

FAURECIA

BOIS DE FLERS - SAINT-GEORGES-DES-GROSEILLERS

SOFIVO SAS

Condé sur Vire

SN EDC

ZI LA GRIPPE

DANRICK Industrie

ZA Les Terriers - 61470 Le Sap

Echelles RIFFAUD

TOUROUVRE

PAMCO Industrie

Pontcharcon

BOHIN Industrie

Saint-Sulpice sur Risle

THEPENIER, Aujourd'hui racheter par NIPPON SHIKIZAI

Saint Langis les Mortagne

DETRAPLAST 61

8, rue de l'Eglise - TRUN

MIC (Mécanique Industrie Chimie)

ZA de l'expansion et de la Saponite - Argentan

SOLAIPA (Société laitière du Pays d'Auge)

VIMOUTIERS