

IMPACT DU GRAND PARIS EXPRESS SUR L'ATTRACTIVITÉ INTERNATIONALE DE PARIS

Le but de cette étude est d'évaluer l'efficacité des politiques publiques de création et d'extension des réseaux de métro en termes d'attractivité des entreprises multinationales. Ces dernières sont fréquemment perçues comme fortes contributrices au dynamisme des villes. Au-delà de l'activité économique qu'elles créent directement, elles tendent en effet à avoir un effet catalyseur sur la croissance du tissu industriel local et la création d'emplois.

Le Grand Paris Express à l'horizon 2030 :

- 205 km de lignes de métro automatique,
- 68 nouvelles gares,
- 22,625 milliard d'euros,
- Un objectif de 70 000 logements chaque années pendant 25 ans, contre 42 000 actuellement.



Le Grand Paris Express

Membres du projet:

Pierre-Henri BONO



est chercheur au LIEPP et directeur des projets du LIEPP portant sur le Grand Paris. Il est en charge de la création de la base de données.

Quentin DAVID



est maître de conférences à l'université de Lille. Il est spécialiste de l'économie du transport.

Rodolphe DESBORDES



est maître de conférences au département d'économie de l'université de Strathclyde en Ecosse. Il est responsable de l'équipe de recherche

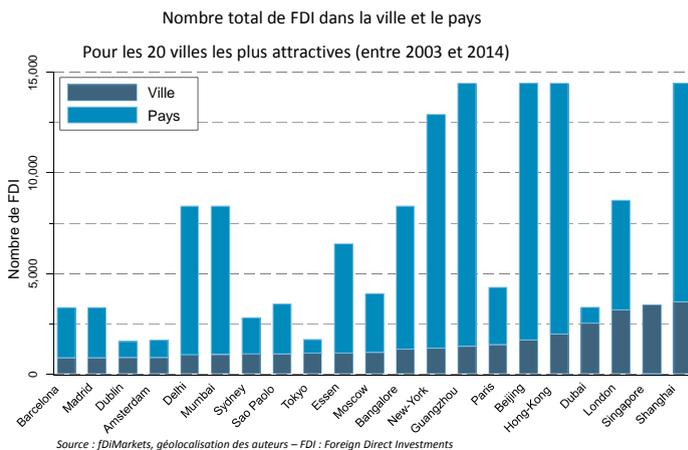
Loriane PY



est analyste à la division de recherche en politique structurelle de la direction générale de la Banque de France.

La littérature théorique sur les choix de localisation repose sur l'hypothèse que les entreprises choisissent la localisation qui maximise leurs profits escomptés. Cette littérature, qui s'est jusqu'à présent concentrée sur l'analyse des décisions de localisation des entreprises au niveau des pays ou des régions, a identifié quatre grands groupes de déterminants : la demande, les bénéfices tirés de l'agglomération des entreprises, les coûts de production et de transaction, et enfin la fiscalité (Crozet *et al.*, 2004 ; Head and Mayer, 2004, Basile *et al.*, 2008). Plusieurs études montrent néanmoins que l'influence de chacun de ces déterminants varie fortement selon le secteur d'activité (Nefussi and Schweltnus, 2010) ou la fonction de l'investissement considéré (Defever, 2006 ; Davis and Henderson, 2008 ; Strauss-Kahn and Vives, 2009).

Notre contribution est multiple : notre unité géographique d'analyse pour les choix de localisation est la ville, pour lesquelles nous recueillerons des données détaillées. Au-delà de la prise en compte de déterminants plus traditionnels, notre analyse se concentrera sur l'impact du développement du métro sur les choix de localisation des entreprises. L'effet de cet élément important des politiques d'aménagement et de développement n'a, à notre connaissance, pas encore été étudié. Enfin, nous serons en mesure d'identifier les spécificités sectorielles et fonctionnelles des investissements.



Phase 1 : Construction de la base de données

La base des villes : Notre choix pour construire notre base des villes s'est porté sur l'extraction des données satellite MODIS 500. Notre base s'appuie sur des critères géographique et non administratif. Deux milliards de personnes vivaient dans ces aires urbaines en 2000, notre année de référence.

La base des FDI : elle s'appuie sur *fDiMarkets* développée et entretenue par le Financial Times. La base recense tous les investissements directs étrangers dits « *greenfield* ». Un lourd travail d'intégration a permis de géolocaliser 112 326 projets entre les années 2003 et 2014. Le graphique ci-dessus présente le nombre de projets FDI pour les 20 villes les plus importantes ainsi que le nombre pour l'ensemble du pays.

La base des métros : En utilisant principalement les ressources disponibles sur Internet nous avons identifié 187 systèmes de métro dans le monde et environ une trentaine en construction. Pour chaque système nous avons la taille du réseau chaque année depuis la mise en service.

Phase 2 : Estimations économétriques et résultats préliminaires

Nous employons des modèles de Poisson basés sur un compte du nombre de projets.

Les résultats préliminaires suggèrent l'existence d'une relation positive entre le développement des réseaux de métro et la localisation des multinationales. Néanmoins, ces résultats ne peuvent être interprétés en termes de causalité. L'introduction de variables explicatives relatives aux caractéristiques socioéconomiques et géographiques des villes nous permet de limiter un biais potentiel de variables omises qui pourrait affecter notre estimation de l'effet propre aux réseaux de métro. En revanche, dans la mesure où il est probable que dans les villes attirant déjà de nombreuses entreprises multinationales les acteurs locaux aient une incitation à développer les réseaux de transport, nous avons eu recours aux techniques d'identification par variable instrumentale afin d'isoler l'impact unidirectionnel du développement du métro sur la localisation des entreprises multinationales