

+	<h1>Géostratégie</h1>	Master CIL	
		Géopolitique & Géostratégie	

Bilal BOURKHA
encgo_bourkha@gmail.com

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

2

L'explication des choix stratégiques des entreprises paraît limitative, en s'étayant sur les trois concepts clés suivants :

- Les économies d'échelle ou rendement croissant,
- Les externalités qui rendent compte des agglomérations,
- Le coût de transport.

Géostratégie d'entreprise ENC GO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

3

La NEG étudie le caractère « a posteriori » des comportements stratégiques.

Cette analyse opérée par l'économie géographique s'oppose à la caractéristique prospective ou anticipative des choix stratégiques

Géostratégie d'entreprise ENC GO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

4

Dimension spatiale de l'économie

La NEG prend en compte la dimension spatiale de l'économie sous cinq aspects essentiels, qui donnent naissance à des modèles adaptés.

Géostratégie d'entreprise ENC GO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

5

Dimension spatiale de l'économie

L'espace comme le support matériel des activités économiques.

- « Biens localisés »
- Le coût de production = le coût de transport
- Cet aspect est illustré par les modèles de commerce international entre pays traités comme des blocs homogènes.

Géostratégie d'entreprise ENC GO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

6

Dimension spatiale de l'économie

L'espace comme variable décisionnelle d'un agent économique

- On en vient à étudier des choix de localisation pour une activité liée à un bien (point de vente d'un produit, implantation d'une usine).
- Si le décideur est rationnel, il obtient un choix optimal de localisation.


Géostratégie d'entreprise ENC GO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie
 Dimension spatiale de l'économie
L'espace est vu comme un équilibre entre agents

- Pour un bien de qualité donnée, il existe des offres et des demandes conditionnelles à un lieu de disponibilité.
- Si offre = demande => « équilibre spatial » (biens localisés)


Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie
 Dimension spatiale de l'économie
L'espace est vu comme un équilibre entre agents
 Le modèle de Hotelling décrit le positionnement de deux marchands de glaces A et B.




Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie
 Dimension spatiale de l'économie
L'espace est vu comme un équilibre entre agents
 Le modèle de Hotelling décrit le positionnement de deux marchands de glaces A et B.



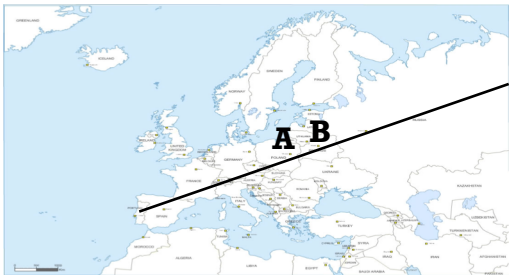
Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie
 Dimension spatiale de l'économie
L'espace est vu comme un équilibre entre agents
 Le modèle de Hotelling décrit le positionnement de deux marchands de glaces A et B.

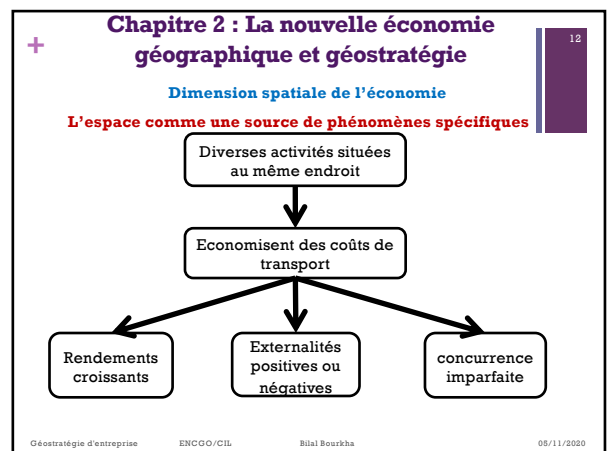


Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie
 Dimension spatiale de l'économie
L'espace est vu comme un équilibre entre agents
 Le modèle de Hotelling décrit le positionnement de deux marchands de glaces A et B.



Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 05/11/2020



Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

Dimension spatiale de l'économie

L'espace est vu comme une ressource rare agissant comme un bien pur

Dis-moi où tu habites... et je te dirai qui tu es ! » proverbe

« Dis-moi où se situe ton entreprise... et je te dirai ce qu'elle produit ».

Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 08/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

La NEG et le comportement stratégique des entreprises

L'une des hypothèses principales du modèle KRUGMAN suppose que les firmes ne sont pas stratégiques.

Cette hypothèse permet d'affirmer que la quantité produite par chaque entreprise sera constante.

Le prix fixé par les entreprises ne dépend ni de la taille de la demande, ni de sa localisation, ni du nombre de concurrents

Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 08/11/2020

Chapitre 2 : La nouvelle économie géographique et géostratégie

La NEG et le comportement stratégique des entreprises

Les coûts de transport

« Centre-périphérie »

Mégalopole européenne Principales métropoles européennes
Autres villes européennes importantes

Géostratégie d'entreprise ENCGO/CIL Bilal Bourkha 08/11/2020