

Création de PME et dynamique territoriale - enquête dans la wilaya de Bejaia (Algérie) -

Creation Of SMES And Territorial Dynamics - Investigation In The Wilaya Of Bejaia (Algeria) -

Naima AYAD-MALEK (*)

Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion
Université A. Mira, Bejaia; Algérie

Abdelmadjid DJENANE (**)

Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion
Université Setif 1, Setif, Algérie

Résumé : L'objet de ce papier est d'étudier la dialectique création d'entreprises-dynamiques territoriales, avec le présupposé que l'émergence de nouvelles entreprises ne peut être qu'un signe de dynamisme et de développement territorial. L'objectif est d'appréhender ce qui peut expliquer le dynamisme que connaît la wilaya de Bejaia en matière de création d'entreprises. Il s'agira notamment d'examiner les facteurs territoriaux qui sont à la base de cette dynamique propre. Pour cela une enquête de terrain a été initiée auprès d'un échantillon d'entreprises de la wilaya de Bejaia, région située au nord-est de l'Algérie.

Mots clés : Création d'entreprises, Territoire, Dynamiques Territoriales, Attractivité Territoriale.

Jel Classification Codes : L29, L22, R11, R58.

Abstract: This paper seeks to study the double dimension of the firms creation and the territorial dynamics in order to appraising the determinants of entrepreneurship dynamism and territorial development. What can explain the entrepreneurship dynamism in the department of Bejaia. It is also an occasion for us to make an analysis about the territory factors that influence the firms creation in Bejaia. In this aim, we present the results of case study undertaken in Bejaia, a locality which is situated in the North-Est of Algeria, which constitute the territory that we will explore.

Keywords: Firms creation, territory, territorial dynamics, territorial attractivity.

Jel Classification Codes : L29, L22, R11, R58.

I- Introduction:

L'analyse par le développement local et territorial a introduit des éléments novateurs à la définition classique du concept « territoire ». Ce dernier n'est plus¹ uniquement considéré comme un simple échelon spatial ou un niveau administratif neutre correspondant au champ d'application des politiques publiques. Il s'agit d'un construit social, d'un système dynamique complexe. C'est la résultante directe des relations tissées par une pluralité d'acteurs en interaction permanente. Nous assistons, dans un même temps, à un renouvellement des approches spatiales du développement qui sont davantage axées sur de nouvelles configurations territoriales et par là même sur des dynamiques singulières « par le bas ». Dans cette conception novatrice, l'espace est composé de plusieurs parties distinctes, caractérisées par des dynamiques territoriales spécifiques qui font intervenir la variable spatiale. Il est ici question de « territoires ». Contrairement à la conception classique (Weber 1909, Marshall 1920, Predhol 1928, Hotteling 1929, Perroux, Liptetz, Lefebvre, harvey...) qui considère l'espace comme homogène, il est actuellement², considéré comme « hétérogène ». Dans cette conception, les territoires les plus favorables,

eMail : (*) : Malek_naima@yahoo.fr & (**): Madjidjenane@univ-setif.dz

les plus attractifs sont ceux qui offrent les conditions les plus avantageuses aux entreprises sur le plan économique, social, culturel et institutionnel. Ces facteurs d'attractivité territoriale sont soit la résultante d'un contexte historique donné, soit un construit récent du volontarisme des acteurs locaux ou une combinaison des deux. Cette attractivité fait qu'une concentration d'activités se crée autour d'un espace géographique donnant naissance à des « clusters ». Dans ce type de configurations territoriales, l'appartenance à un système de valeurs semble avoir un impact favorable sur la dynamique de créations d'activités et sur l'esprit d'entreprise. Ceci renvoie à un « *système de valeur et de pensée relativement homogène, expression d'une certaine éthique du travail et de l'activité, de la famille, de la réciprocité, du changement, qui conditionne en quelque sorte les principaux aspects de la vie* »³ et qui représente un des traits caractéristiques d'une communauté locale d'un district industriel.

Plusieurs auteurs insistent, par ailleurs, sur la présence dans les pays en développement d'une main d'œuvre jeune, abondante, détenant un savoir-faire et dotée de beaucoup d'ingéniosité, ce qui leur confère un avantage concurrentiel. Il s'agirait, selon eux, d'un trait majeur de distinction entre les Systèmes Productifs Locaux du sud et du nord⁴. Un système productif local (SPL), notion issue de celle de district industriel, est un ensemble d'entreprises interdépendantes (de dimension aussi bien petite, moyenne que grande), situées autour d'un même espace de proximité (local ou sous régional). Le système de régulation dans un système productif local fait appel aussi bien aux règles du marché qu'à celles d'un code social bien déterminé (règles et valeurs). Les relations de coopération, quant à elle, dans ce genre de système sont dictées, dans ce genre de système, par leur ancrage régional et local⁵.

Notre contribution portera, de ce fait, sur la dialectique création d'entreprises-dynamiques territoriales ; avec pour première hypothèse que l'émergence de nouvelles entreprises ne peut être qu'un signe de dynamisme et de développement territorial, d'une part. D'autre part, la seconde hypothèse tient au fait que même s'il est clair que le dynamisme d'un territoire tient à la création d'entreprises, celle-ci est d'abord corrélée à la personnalité de l'entrepreneur. Qu'est ce qui peut expliquer le dynamisme que connaît la wilaya de Béjaia en matière de création d'entreprises ? Il s'agira notamment d'examiner les facteurs territoriaux qui sont à la base de cette dynamique propre. Pour répondre à ces interrogations, nous allons nous appuyer sur les résultats d'une enquête de terrain réalisée auprès de quelques entreprises de la wilaya de Bejaia.

II. Le territoire : repères historiques:

La composante territoriale, bien qu'évoquée assez tôt dans la littérature économique (notamment à travers les travaux de Marshall (1890)), n'a pas été introduite dans les calculs économiques du fait qu'on considérait qu'elle n'apportait aucune contribution en matière de compréhension des phénomènes économiques. Le territoire a été, en fait, victime de rejet systématique. Un renversement du cours des choses s'est opéré pendant les années cinquante, période qui fut marquée par la naissance de deux courants de recherche : la réflexion de PERROUX sur l'espace et la croissance polarisée, d'une part, et les travaux de PONSARD qui reviennent sur les travaux de VON THÜNEN, LÖSCH, WEBER et CHRISTALLER, d'autre part⁶. La recherche en économie spatiale s'enrichit davantage à partir des années soixante grâce aux travaux de Walter ISARD qui va fonder en 1961, en collaboration avec François PERROUX « *l'Association des Sciences Régionales de Langue*

Française ». La composante territoriale a été intégrée plus récemment dans l'analyse économique de l'évolution de la firme grâce aux travaux de KRUGMAN et ARTHUR (1995).

On assiste, par ailleurs, à l'émergence d'une nouvelle société entrepreneuriale qui s'inscrit, d'après Boutillier « *dans la stratégie de l'entreprise-réseau, soit dans celle de l'Etat dans le cadre de politiques publiques visant à favoriser la création d'entreprises* »⁷. Dans cette nouvelle logique économique, l'espace local s'affirme de plus en plus comme cadre de référence des politiques de développement. Une approche territorialisée du développement voit le jour, dans le sens où le développement est la résultante « *d'une multiplicité d'acteurs organisés en réseaux, formels et informels, et entretenant entre eux des relations intenses et économiquement fécondes* ». Les petites et moyennes entreprises se trouvent au cœur de cette nouvelle approche, du fait de leur enracinement territorial et des relations qu'elles entretiennent avec le territoire dans lequel elles sont implantées.

III. La dialectique création d'entreprises-territoire:

La problématique de la création d'entreprises et ses rapports au territoire intéresse les spécialistes en économie régionale depuis plusieurs décennies. Leur intérêt porte plus particulièrement sur les disparités régionales en matière de créations d'entreprises. L'argumentaire théorique développé pour répondre à cette préoccupation a nécessité un recours inéluctable à trois disciplines : l'économie du travail, l'économie industrielle et l'économie spatiale. Par ailleurs, il semblerait que les jeunes entreprises innovantes soient sujettes à une croissance plus rapide dans certains pays que d'autres. D'autant plus que dans l'approche territorialisée du développement, basée sur les acteurs et les réseaux, le rôle de l'entreprise (particulièrement de la PME) est incontournable⁸. Ceci laisse clairement penser que la pérennité de ces entreprises n'est pas seulement le fruit des qualités et des compétences managériales de leurs dirigeants. Le milieu, le climat des affaires et l'environnement dans lesquels émergent et évoluent ces unités sont tout aussi importants du moment qu'ils permettent d'assurer, ou du moins de favoriser, une expansion rapide et une pérennité aux entreprises en général et aux plus jeunes en particulier. Il est, pour ainsi dire, clair que le créateur d'entreprise n'est que le produit du milieu auquel il appartient, milieu qui est le plus souvent local ou au plus régional⁹.

Le début des années 1980 est marqué par l'accélération du rythme d'internationalisation des économies et l'émergence de nouvelles technologies provoquant des changements sans précédents des structures économiques. Ceci a, par la suite, été à l'origine d'un renversement de tendance dans certains pays, où l'on assiste au déclin d'anciennes régions industrielles et au développement de nouvelles régions¹⁰. Il a été mis en évidence que le succès même de ces nouvelles régions est caractérisé par un développement de type endogène, basé sur l'exploitation de ressources locales. Dans cette optique, la création d'entreprises est le résultat de décisions privées. Néanmoins, la création d'une entreprise est non seulement étroitement et délibérément liée à un choix individuel, lui-même lié à une origine, une identité locale, mais aussi à une nécessité.

IV. Retour de l'entrepreneur sur la scène économique:

L'entrepreneur est souvent associé à l'acte de créer une entreprise. En effet, c'est de lui qu'émanent les décisions stratégiques. Se définissant dès lors comme l'initiateur de toute nouvelle organisation, comme à l'origine de l'idée même de projet, l'entrepreneur renvoie à cet individu obstiné par la concrétisation d'une idée de projet, dont il est le

porteur, sous forme d'une organisation. « *Entreprendre, c'est traduire la pensée en action et l'action en réflexion* »¹¹.

La conception de l'entrepreneur aspire un mode de pensée (esprit d'entreprise, culture entrepreneuriale...), des comportements individuels ou collectifs (prise de risque, sens de responsabilité, initiative, développement et exploitation d'opportunités...), des situations diversifiées (créations d'entreprises au sein d'entreprises qui existent au préalable, au sein d'une association...)¹². Boutillier et Uzunidis (2010) affirment que le retour de l'entrepreneur sur la scène économique mondiale s'est opéré selon deux voies : une première qui se base sur les politiques publiques d'aide à la création d'entreprises au même titre que par les procédures d'assouplissement et d'externalisation des grandes entreprises ; et par la médiatisation de quelques expériences réussies dans le monde des affaires (à l'instar des célèbres Bill GATES, Steve JOBS...)¹³. L'Etat peut être, dans ce sens, un acteur clé dans la stimulation de l'entrepreneurship moyennant la mise en place d'un environnement politique, social et culturel favorable. Comme il peut à travers la loi, la réglementation, le restreindre ou l'empêcher¹⁴. C'est dans cette optique qu'on assiste à la multiplication d'initiatives politiques et économiques axées sur la valorisation du territoire au moyen de la création, l'attraction et le développement des entreprises. La finalité de ces politiques étant d'instaurer un climat des affaires qui soit favorable à l'émergence, au développement et à l'épanouissement de l'esprit d'entreprise et des performances entrepreneuriales. L'implantation des entreprises dans un territoire contribuera alors à l'amélioration de la pertinence du contexte entrepreneurial tout en multipliant les opportunités d'investissement, au développement et au renforcement des tendances d'agglomération et au réseautage d'institutions publiques et privées¹⁵. Il est, par ailleurs, primordial de chercher à améliorer l'efficacité des politiques publiques particulièrement via des opérations qui tendent à combiner acteurs publics et opérateurs privés. Ces politiques se matérialisent par des tentatives destinées à améliorer la gouvernance et à adopter des stratégies du développement durable qui vont déboucher sur une conception de la ville dite « *entrepreneuriale* »¹⁷.

V. Présentation du territoire étudié:

D'une superficie totale qui avoisine les 3261 Km², la wilaya de Bejaia se situe au Nord-est de l'Algérie, placée entre les massifs de Djurdjura, des Babors et des Bibans. Son relief est dominé à 75% par des massifs montagneux. Elle compte actuellement¹⁸ 52 communes et 19 daïras. Sa population est estimée d'après le recensement général de la population de 2008 à 912 577 habitants [Office National des Statistiques, 2015], où plus de 90% de la population a moins de 65 ans. Le taux d'alphabétisation est de 75,4%. Son port pétrolier et commercial, classé troisième après ceux de la capitale Alger et de la wilaya d'Oran, est l'un des plus importants de la Méditerranée. La wilaya comprend trois zones industrielles : celle de la commune de Bejaia, celle d'El-kseur et celle d'Akbou. A cela s'ajoute près d'une trentaine de zones d'activités dispersées sur l'ensemble du territoire de Bejaia. Elle représente un important pôle industriel, où l'on dénote la concentration de nombreuses industries. Avec un taux d'évolution de la population de Pme en constante augmentation, la wilaya compte en 2012 quelques 19 374 unités, dont 4638 entreprises industrielles [Direction de la PME de la wilaya de Bejaia, 2012]. Elle est classée à la quatrième position du nombre de créations à l'échelle nationale et au premier rang des wilayas de l'est algérien. Le taux de concentration avancé à la fin de l'année 2012 par le

Ministère de la petite et moyenne entreprise et d'industrie est de 21,23 PME par personne, ce qui l'a place au premier rang du classement des wilayas de l'est algérien. Erigée en véritable pôle agroalimentaire, la wilaya est particulièrement active dans le secteur de la production des boissons, où un cluster est officiellement créé à la fin de l'année 2014.

VI. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête:

Les statistiques officielles fournies par la direction de la petite et moyenne entreprise de la wilaya de Bejaia ainsi que le fichier de la CNAS (Caisse Nationale des Assurances Sociales), nous ont permis d'identifier les secteurs d'activités présents et surtout ceux qui prédominent sur le territoire d'étude. Sous la contrainte de temps et celle du coût, nous avons réduit l'échantillon cible à 60 entreprises industrielles. Au terme de notre enquête, notre échantillon final s'est réduit à 35 entreprises¹⁹. Par conséquent, notre échantillon final est constitué à peu près de 28,6% de PME appartenant au secteur agroalimentaire, suivi des secteurs du Bâtiment et des Travaux Publics (BTP), de l'industrie chimique et des Industries Sidérurgiques et Métallurgiques (ISMME) (avec 17,1% pour chacun de ces secteurs), de l'industrie du bois et du papier et celle du textile qui représentent respectivement 11,43% et 8,57% des 35 entreprises ayant répondu.

La plus grande partie de notre échantillon est constituée d'entreprises appartenant à la catégorie des petites entreprises (employant de 10 à 49 salariés), soit 26 unités représentant une part de plus de 74% du total. Ces résultats représentent assez bien la réalité du terrain au sein du territoire étudié, puisque les statistiques officielles affirment la prédominance de cette catégorie dans la population totale d'entreprises de la wilaya. Nous ferons remarquer que les mesures adoptées par les pouvoirs publics en faveur de la création d'entreprises ont provoqué un renversement de tendance. L'adoption du code des investissements de 1993, mettant sur un même pied d'égalité l'investisseur privé et l'investisseur public, a conforté la prolifération de la PME. C'est ainsi que plus de 77% de l'échantillon étudié, est composé d'entreprises ayant été créées après l'an 2000.

VI.1. Les motivations à la création de PME dans la wilaya de Bejaia:

Il est important pour notre objet d'étude de chercher à déterminer le profil-type des entrepreneurs enquêtés. Il s'agit, de ce fait, de s'attarder sur les caractéristiques socioculturelles de cet acteur clé du dynamisme économique, notamment : l'origine géographique, le niveau d'instruction et les motifs de création.

La totalité des entrepreneurs de l'échantillon sont originaires de la wilaya de Béjaia. Etre natif de la région semble, à priori, être un facteur clé de choix de localisation. Ceci témoigne par ailleurs, du degré d'attachement de ces créateurs à la région, comme en témoignent les résultats de l'investigation dont les détails seront fournis plus loin. Une part importante des entrepreneurs enquêtés ont un niveau d'étude universitaire (soit 51,43% du total des réponses), ou sont issus de la formation professionnelle (soit 42,86% du total des réponses). Ces résultats témoignent de la corrélation positive entre le niveau d'instruction et la décision de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

Le tableau 1 (voir annexes) met en relief les combinaisons possibles de réponses des enquêtés relatives aux motivations à la création d'entreprise.

Le désir d'échapper au chômage constitue un facteur déterminant en matière de création d'entreprise. Les entretiens ont révélé que ce motif est d'autant plus présent chez les entrepreneurs issus de la formation professionnelle ou encore les entrepreneurs diplômés d'universités qui estiment que leurs spécialités ne sont pas demandées sur le marché du

travail. Le désir de participer au développement de la région est classé au second rang. Ce désir est d'autant accentué par le sentiment d'appartenance à une communauté. Vient en troisième position, le motif de l'existence d'une opportunité d'affaire. D'après les entretiens réalisés, il s'agit dans ce cas de saisir l'occasion d'une conjoncture favorable à l'investissement, d'un marché vierge ou encore d'un secteur à forte demande. Beaucoup d'entrepreneurs ont déclaré que l'expérience antérieure, que ce soit dans le domaine dans lequel ils ont investi ou dans d'autres domaines (gestion, technique...), a influencé leur décision lors du processus de création de leurs entreprises. Dans cinq cas, les entrepreneurs déclarent que le fait d'avoir un ou plusieurs entrepreneurs dans leur entourage (familial ou amical) les a fortement incités à en faire autant. Enfin, une part insignifiante des enquêtés, soit deux répondants (sur 35), ont déclaré vouloir exercer un métier ancestral.

La disponibilité des capitaux est, à notre sens, une composante basique de la décision de création d'entreprises. De sorte que le manque de moyens financiers constitue à coup sûr un frein à la création d'activités. C'est dans ce contexte que nous avons analysé l'origine des sources de financement des entreprises enquêtées. Il ressort clairement que le recours aux moyens familiaux est fréquent chez les entrepreneurs enquêtés (soit dans 16 cas), vient en seconde position le financement par le secteur bancaire. Ce dernier a contribué au financement de la création de 12 PME. Néanmoins, certains créateurs ont déclaré, lors des entretiens, que les conditions exigées par les banques sont souvent contraignantes, particulièrement en matière de garanties et de délais de traitement des dossiers. Cet état de fait a contraint certains d'entre eux à recourir à leur entourage (soit dans 7 cas) pour financer leurs projets.

VI.2. Logique de construction de territoire, facteurs de localisation et dynamique territoriale:

L'approche que nous nous proposons d'adopter s'articule autour de la recherche d'une dynamique de construction de ressources qui confère au territoire un avantage compétitif représentant, pour ainsi dire, une source d'attractivité territoriale. Mais bien avant cela, l'attachement à la région est un facteur qui a son poids dans la logique d'insertion des créateurs de PME dans le territoire en question. En vue d'analyser l'impact de la localisation sur le développement d'une dynamique territoriale, nous avons, de prime abord, tenté d'exposer le degré d'attachement des enquêtés au territoire puis examiné les logiques d'une construction territoriale. Dans ce sens, le tableau 2 (voir annexe) présente une grille de classement du degré d'attachement à la région.

Les réponses obtenues confirment qu'une majorité des créateurs sont très attachés (avec plus de 51% des réponses, soit 18 répondants) ou simplement attachés (avec 12 réponses, soit 34,3% de la totalité des réponses) à la région. Ceci laisse penser que le sentiment d'appartenance à une communauté a contribué dans l'enclenchement de la décision de création d'entreprises d'une part, ceci est également la conséquence du manque de mobilité professionnelle des entrepreneurs enquêtés. Pour consolider ce constat, nous avons entrepris d'interroger les entrepreneurs ciblés par l'enquête sur la perception qu'ils ont du territoire. Les réponses sont consignées dans le tableau 3 (voir annexes).

Les entrepreneurs enquêtés, dans leur majorité écrasante (soit 32 répondants), considèrent le territoire comme un espace à construire et à développer. Nos entretiens sur cet aspect, ont révélé que les enquêtés considèrent qu'ils contribuent efficacement au développement territorial dans le sens où leurs entreprises créent des emplois pour la

population locale, fournissent des ressources fiscales aux collectivités locales, répondent à la demande en biens et services de la population locale et génèrent de la valeur ajoutée. Même si l'on voit clairement que la perception qu'ont ces entrepreneurs du territoire se limite aux facteurs cités, il n'empêche qu'on puisse prétendre à une ébauche de logique territoriale. Néanmoins, en s'entretenant avec eux, nous nous sommes rendu compte qu'ils ne développent pas de stratégie collective et qu'ils manquent de mécanismes de coordination, ce qui peut avoir un effet négatif sur la dynamique de développement territorial. En effet, les mécanismes de coordination d'acteurs, comme le soutien Boschet et Rambonilaza (2010), tiennent une place de choix dans le processus de développement territorial, permettant « *l'alignement des actions individuelles isolées pour qu'elles s'inscrivent au sein d'un collectif qui partagerait la même vision de l'avenir* »²⁰. La dimension relationnelle, largement défendue par les approches en termes de capital social, est génératrice d'externalités positives pour les acteurs d'un territoire qui sont favorisées par la confiance, les normes et les valeurs partagées qui à leur tour agissent sur les anticipations et les comportements de ces acteurs. Il s'en suit, entre autres effets positifs, une amélioration du degré d'efficacité des actions individuelles et collectives, une meilleure circulation de l'information, un partage des ressources et une efficacité des prises de décisions²¹.

VI.3. La dialectique choix de la localisation/choix du secteur d'activité:

Il est important, à ce stade, de chercher à déterminer les facteurs qui sont à la base du choix de la localisation. Il s'agit, entre autres, d'expliquer ce qui pousse les entreprises créées à se concentrer sur un espace géographique donné, notamment le rôle des proximités, la qualité de la main d'œuvre.

La proximité du lieu de résidence semble être le facteur qui prédomine (voir tableau 4 en annexes), ce qui témoigne une fois de plus de l'attachement des enquêtés à la région mais également de leur immobilisme professionnel. Les entretiens avec les entrepreneurs ont révélé que ceux-ci n'ont pas tendance à prendre des risques en s'aventurant sur des terrains qui leurs sont inconnus. De plus, leurs responsabilités familiales est un élément à prendre en compte puisque celles-ci limitent leur mobilité. La disponibilité des ressources et des infrastructures de base est le second facteur qui prédomine au sein de l'échantillon étudié. En effet, la wilaya de Bejaia est bien dotée en ressources (électricité, gaz, eau, ressources naturelles, main d'œuvre). Elle dispose également d'un réseau routier relativement important, d'un aéroport, d'une infrastructure ferroviaire et d'un port classé troisième à l'échelle nationale en termes d'importance du trafic après ceux d'Alger et d'Oran. A cela s'ajoute l'existence de trois zones industrielles et de 25 zones d'activités. L'ensemble de ces éléments constitue selon les répondants, des facteurs attractifs pour les entreprises qui se créent. La proximité du marché est classée au troisième rang, avec 14 répondants. L'existence d'un marché en amont et en aval est un facteur déterminant dans le choix de la localisation. Ce qui consolide le constat selon lequel il existerait une corrélation entre la proximité géographique des marchés et le choix de la localisation. La connaissance de la région est un facteur qui a son poids lors du processus de choix de la localisation, ce facteur est classé au quatrième rang, avec 12 réponses. Investir et s'implanter dans une région qu'ils connaissent est, selon ces créateurs, un avantage à exploiter d'autant plus que ceci leur permet de faire appel à des personnes de leur entourage pour accélérer les formalités administratives, extrêmement longues, d'une part, et d'embaucher des personnes

de leur famille (caractère familial des PME algériennes), d'autre part. Enfin, les aides publiques ne représentent pas un facteur déterminant en matière de localisation des entreprises créées. Au final, les résultats attestent du fait que le choix de la localisation pour l'échantillon étudié, obéit non seulement à des facteurs classiques (disponibilité des ressources, d'infrastructures de base...), mais également à des considérations sociales (attachement à la région, sentiment d'appartenance).

La qualité des relations qu'entretiennent les entreprises, leur intensité, le choix de la nature des relations sont primordiales dans le processus de développement d'une logique de territoire. Par conséquent, nous chercherons à déterminer si le choix de la localisation est influencé par l'origine des inputs qui seront utilisés par les entreprises créées ? Les entrepreneurs enquêtés tiennent-ils compte de cet aspect et dans quelles proportions ? Une synthèse des résultats est fournie dans le tableau 5 (voir annexes).

Des relations liées à la proximité géographique, notamment de type clients-fournisseurs semblent exister entre les entreprises enquêtées, mais demeurent insuffisantes. De plus, l'approvisionnement en matières premières se fait fréquemment auprès d'entreprises sises dans le reste de la wilaya de Bejaia, dans d'autres wilayas, voire dans des pays étrangers. Une faible proportion d'entreprises entretient des relations avec des entreprises d'un même secteur d'activité. Le lien avec ces dernières se limite alors à de simples relations de voisinage, imposées par la proximité géographique. Ce constat témoigne du fait que les enquêtés considèrent les entreprises de même secteur d'activité comme des concurrents, effectifs ou potentiels, et rien de plus. Les entretiens ont même révélé que ceux-ci n'envisageaient même pas des relations de coopération avec leurs prétendus concurrents. Un autre constat est dégagé par les entretiens menés : l'implantation au sein des zones d'activités s'est faite non pas prioritairement pour tirer profit de la proximité (économies d'agglomération), mais bien avant tout parce que ces zones permettaient d'accueillir les entreprises industrielles et leurs besoins en termes de locaux, ateliers, etc. Le reste des enquêtés ont choisi l'option « autres raisons ». Ceci est justifié soit parce que le secteur investi est vierge, soit parce qu'il s'agit de secteurs dont la demande est en pleine expansion.

En réponse à la question relative à l'origine des salariés employés par les entreprises enquêtées, il ressort que la majorité des entreprises emploient des salariés originaires de la wilaya de Bejaia, à savoir près de 87% des entreprises ayant répondu à cette question (soit 20 répondants). Une part relativement insignifiante d'entreprises (soit 3 cas), emploient des salariés originaires d'autres régions. Dans 12 cas, (soit plus de 34% du total des enquêtés), aucune réponse à la question n'a été fournie. En cherchant à comprendre la raison de cette abstention, on découvre que certains des enquêtés affirment ignorer l'origine précise de leurs salariés.

La qualification des salariés constitue dans la théorie économique un facteur qui a son poids dans l'implantation de l'entreprise. C'est dans ce sens que le tableau 6 (voir annexes) a été construit.

La lecture du tableau nous apprend que dans 13 cas (soit 37,14% de l'échantillon total), les entrepreneurs estiment que leurs employés détiennent les qualifications requises pour exercer au sein de leurs unités respectives. Dans douze cas, les entrepreneurs ont déclaré que la main d'œuvre est bon marché. Dans le reste des cas, le recrutement s'est fait parce que les salariés détiennent un savoir-faire dans le domaine en question (soit 22,86% des réponses) ou encore présentent une diversité de compétences. Ces résultats permettent

de conclure que les enquêtés recrutent bien avant tout pour la qualification et pour les gains en matière de coûts de la main d'œuvre. La main d'œuvre procure, à notre sens, un certain avantage concurrentiel au territoire étudié. Nous pouvons, par conséquent, conclure que la wilaya de Bejaia contient un réservoir de main d'œuvre qui constitue un facteur déterminant dans le choix de la localisation de leurs entreprises.

VII. Conclusion:

L'enquête de terrain nous a permis de dégager une série de constats. D'abord, l'aventure entrepreneuriale confère à ces créateurs de créer leur propre emploi. Un autre constat tiré qui a son poids a trait à l'attachement manifesté par les entrepreneurs enquêtés à la région. A noter qu'une corrélation existe entre le fait d'être natif de celle-ci et la localisation. Ceci témoigne, par ailleurs, du manque d'immobilisme des enquêtés. Ces derniers ont témoigné ouvertement de leur désir de participer au développement de la région. Une grande part des entreprises enquêtées n'entretiennent pas de liens avec d'autres entreprises de mêmes secteurs d'activités. Cet état de fait, caractérisé par la quasi-absence de relations interentreprises au sein des zones industrielles limite les chances de déclenchement d'une proximité organisationnelle. Le réservoir de main d'œuvre dont est dotée la wilaya contribue, à juste titre, à favoriser la dynamique territoriale. En effet, Les entreprises enquêtées ont trouvé sur place la main d'œuvre dont elles ont besoin. Au final, la dynamique territoriale dont se caractérise la wilaya de Bejaia peut s'expliquer par le désir des enquêtés d'échapper au chômage, la volonté prononcée des entrepreneurs à développer la région et ce en participant à la résorption du chômage tout en générant des ressources, l'existence d'opportunités d'affaires, de ressources et d'infrastructures de base en particulier pour ce qui est de la disponibilité du foncier industriel.

- ANNEXES :

Tableau 1 : Quelles ont été vos motivations pour la création de votre entreprise ?

Motifs de création	Fréquence	Pourcentage
Opportunité d'affaire	11	31,43
Participer au développement de la région	12	34,29
Imitation d'une réussite familiale	5	14,29
Créer son propre emploi	17	48,57
Expérience professionnelle dans le domaine	10	28,57
Exercer un métier ancestral	2	5,71
Autre	5	14,29

Source: enquête de terrain, Bejaia, 2014.

Tableau 2: Degré d'attachement à la région

Degré d'attachement	Fréquences	Pourcentage
Très important	18	51,4
Important	12	34,3
Peu important	4	11,4
Total	34	97,1
Non réponse	1	2,9
Total général	35	100,0

Source: enquête de terrain, Bejaia, 2014.

Tableau 3: Quelle est votre conception du territoire ?

Conception du territoire	Fréquence	Pourcentage
Comme sources de facteurs de production	3	8,57
Comme espace à construire et à développer	32	91,43
Total	35	100,00

Source: enquête de terrain, Bejaia, 2014.

Tableau 4 : Quels sont les facteurs qui sont à l'origine de votre localisation ?

Facteurs de localisation	Oui	Non	Total
Disponibilité de ressources et d'infrastructures	16	19	35
Proximité du lieu de résidence	17	18	35
Proximité du marché	14	21	35
Connaissance de la région	12	23	35
Aides publiques	2	33	35

Source: enquête de terrain, Bejaia, 2014.

Tableau 5 : Existe-t-il un lien entre le choix du secteur d'activité et l'origine de vos matières premières ?

Facteurs sectoriels d'implantation	Origine matières premières				Total
	Même zone d'activité	De la wilaya de Béjaia	D'autres wilayas	De pays étrangers	
Proximité d'entreprises du même secteur	2	3	2	1	4
Proximité d'entreprises complémentaires	4	6	8	3	10
Proximité des fournisseurs	5	7	4	2	11
Proximité d'entreprises clientes	9	11	10	3	15
Autres	1	4	1	1	5
Total	13	23	19	8	34

Source: enquête de terrain, Bejaia, 2014.

Tableau 6: La présence de main d'œuvre (qualifiée, bon marché...) a-t-elle influencé la localisation de votre entreprise ?

Qualifications	Fréquence	Pourcentages
Qualifiée	13	37,14
Détient un savoir-faire	8	22,86
Bon marché	12	34,29
Détient une diversité de compétences	7	20
Total	35	100,00

Source: enquête de terrain, Bejaia, 2014.

- Références Bibliographiques:

- ¹ Leloup F., Moyart L., Pecqueur B, **La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale**, Géographie Economie Société. 2005/4. Vol 7. Lyon, 2005.
- ² Denieul P-N., **Introduction aux théories et à quelques pratiques du développement local et territorial**, Analyse et synthèse bibliographique en écho au séminaire de Tanger, le 25-27 novembre, 1999, P.58.
- ³ Beccatini G, **Le district marshallien : une notion socio-économique**. In Benko et Lipietz, Les régions qui gagnent. PUF. Paris, 1992.
- ⁴ Ferguene A, **PME, territoire et développement local : le cas des pays du Sud**, Deuxièmes rencontres des Suds sur « Développement local et coopération décentralisée entre régions de la Méditerranée ». MARRAKECH, 10 et 11 Octobre, 2002,
- ⁵ Lévesque B., Klein J.L., et Fontan J.L, **Les systèmes industriels localisés: état de la recherche**, UQAM, 1998.
- ⁶ Paelinck J.H.P., Sallez A, **Espace et localisation : la redécouverte de l'espace dans la pensée scientifique de langue française**, Economica, Paris, 1983.
- ⁷ Boutillier S, **Entrepreneuriat et développement territorial, évolution de la création d'entreprises dans le territoire dunkerquois (Nord-France) entre 1993 et 2005**, RCSR [en ligne], Vol. 33 (Numéro spécial). 39-58. France, 2005.
- ⁸ Ferguene A. (2002). Op. Cite.
- ⁹ Ait ziane K., Ait Ziane H, **Territoires et entrepreneurs innovateurs : cas de l'Algérie**, Communication au Colloque international « Création d'entreprises et territoires ». Décembre. Tamanrasset, 2006.
- ¹⁰ Deyrycke P-H, **Espace et dynamiques territoriales**, Economica. Paris, 1992.
- ¹¹ Calame P et al, **Territoires : penser localement pour agir globalement**, Ed. Charles Léopold Mayer. Paris, 2005.

- ¹² DEGEORGE J.M (dir.), HOUNOUNOU A, ROUSSET O., **100 fiches sur l'entrepreneuriat**, Bréal, Paris, 2010.
- ¹³ Boutillier S., Uzunidis D, **La fonction de l'entrepreneur aujourd'hui. La 'société entrepreneuriales' controversée**, Cahiers du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation. N° 233, Université du Littoral Côte d'Opale, 2010, P.P.9-11.
- ¹⁴ Fortin P-A., Saint-Pierre G, **La culture entrepreneuriale : un antidote à la pauvreté**, Rencontre destinée aux leaders et décideurs de la République Islamique de Maurétanie, Québec, 2004.
- ¹⁵ Fortin P-A., Saint-Pierre G, Op;Cit.
- ¹⁶ OCDE, **Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée**, 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME). Istanbul. 3-5 juin, 2004.
- ¹⁷ Levratto N., Torres O, **Le classement européen des villes entrepreneuriales. Méthodes, résultats et portée**, Revue Innovations, vol 3. N°33, 2010.
- ¹⁸ Le découpage administratif de 1974 avait organisé la wilaya en 28 communes et 5 daïras. Ce nombre a été revu à la hausse suite au découpage de 1984, pour atteindre 52 communes et 07 Daïras. Le nombre de Daïras a est passé à 19 suite à la réorganisation territoriale de 1991.
- ¹⁹ Ceci est justifié par l'importance du taux de non réponses suite au refus catégorique de certains chefs d'entreprises de coopérer qui peut être rendu à la non perception de l'intérêt de l'investigation et de la culture de replis sur soi, la non restitution des questionnaires par certains d'entre eux ou encore la restitution de questionnaires non remplis ou mal remplis sous prétexte de manque de temps ou du caractère confidentiel de certaines informations.
- ²⁰ Boschet C et Rambonilaza T, **Les mécanismes de coordination dans les réseaux sociaux : un cadre analytique de la dynamique territoriale**, Revue d'Economie Régionale et Urbaine RERU, n°3, 569- 593. Bordeaux, 2010.
- ²¹ Ibid, P.P.571-573.