

**Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique**  
**Université Abderrahmane Mira de Béjaia**  
**Faculté de Droit et des Sciences Economiques**

**Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de**  
**MAGISTER**  
**En Sciences de Gestion, Option : Management Économique des Territoires**  
**Et Entrepreneuriat**

***THEME***

***ESSAI D'ANALYSE DE LA CONTRIBUTION DES***  
***FACTEURS D'ATTRACTIVITE A LA CREATION***  
***D'ENTREPRISES :cas des entreprises agroalimentaires dans la***  
***wilaya de Béjaia***

**Présentée par : TRAKI Dalila**

**Sous la direction de : Pr. BELATAF Matouk, Université de Béjaia**

**Devant le jury composé de :**

- **Pr. H. KHERBACHI, président, Université A.Mira de Béjaia.**
- **Dr. K. ARABI, examinateur, Université A.Mira de Béjaia.**
- **Pr. BOUKRIF, examinateur, Université A.Mira de Béjaia.**
- **Pr. M.BELATAF rapporteur, Université A.Mira de Béjaia.**

**Juin 2011**

## **REMERCIEMENTS**

Nombreux sont ceux qui m'ont soutenue, aidée ou supportée. Je suis reconnaissante envers vous d'avoir été là quand il le fallait, d'avoir partagé, d'avoir contribué autant que possible, pour que ce travail se fasse. Je tiens tout d'abord, à remercier mon directeur de mémoire le professeur BELLATAF qui m'a soutenue, orientée, enrichie, dirigée... ma recherche, au long de la durée de la réalisation de ce mémoire et qui m'a fait part de beaucoup de remarques judicieuses, de conseils et de recommandations. Pour cela, je tiens à lui exprimer ma sincère gratitude et ma vive reconnaissance.

Un grand merci au professeur KHERBACHI (H), pour la documentation dont il m'a fait profiter. Je tiens également à remercier les membres du jury qui ont eu l'amabilité a'évaluer ce modeste travail.

Enfin, je remercie tous les chefs d'entreprises agroalimentaires qui ont accepté de me recevoir et de répondre à notre questionnaire.

**TRAKI Dalila**

## **TABLE DES MATIERES**

<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE ET PROBLÉMATIQUE.....</b>	<b>01</b>
<b>PARTIE I : ANALYSE DES FACTEURS D'ATTRACTIVITÉ DANS LE MONDE ET EN ALGERIE</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>05</b>
<b>CHAPITRE I : LE TERRITOIRE ET LA CRÉATION D'ENTREPRISES.....</b>	<b>06</b>
<b>1. CONCEPTS ET DEFINITIONS.....</b>	<b>07</b>
11. concepts liés au territoire.....	07
12. concepts liés à la création d'entreprises.....	22
<b>2. PLACE DU TERRITOIRE DANS LE DEVLOPEMENT DES ENTREPRISES.....</b>	<b>24</b>
<b>3. L'ENTREPRNEUR DANS LA THEORIE ECONOMIQUE.....</b>	<b>27</b>
<b>4. LA TYPOLOGIE DE L 'ATRACTIVITE DU TERRITOIRE.....</b>	<b>30</b>
41. Attraction des investisseurs étrangers.....	30
42. Attraction des entreprises.....	30
43. Attraction des compétences.....	31
<b>CHAPITRE II : LES FACTEURS D'ATRACTIVITÉ DES FIRMES MULTINATIONALES AGROALIMENTAIRES .....</b>	<b>34</b>
<b>1. LA TYPOLOGIE DES FACTEURS D'ATRACTIVITE.....</b>	<b>34</b>
11. Les facteurs infrastructurels.....	34
12. Les différents milieux d'accueil et les facteurs d'agglomération et d'accompagnement.....	36
13. La qualité des ressources humaines.....	39
14. La stabilité politique et macroéconomique.....	39
15. Le régime fiscal.....	40
16. Le coût de la main d'œuvre.....	40
17. Les services.....	41
18. La qualité de vie.....	41
19. La qualité de l'environnement.....	42
110. La taille du marché.....	42
111. Les nouvelles technologies de l'information et de communication.....	42

---

<b>2. LES FIRMES MULTINATIONALES AGROALIMENTAIRES.....</b>	<b>43</b>
21. Concepts et définitions.....	44
211. Les firmes multinationales.....	44
212.L'industrie agroalimentaire.....	47
213.Les firmes multinationales agroalimentaires.....	49
214.Les stratégies des firmes multinationales agroalimentaires.....	50
<b>3. LES DETERMINANTS DE LA DELOCALISATION DES FMNAA.....</b>	<b>51</b>
<b>4. LE POIDS DES FMNAA DANS L'ECONOMIE MONDIALE.....</b>	<b>53</b>
<b>CHAPITRE III : INFLUENCE DES FACTEURS D'ATTRACTIVITE SUR LA CREATION D'ENTREPRISES EN ALGERIE :.....</b>	<b>56</b>
<b>1. BREF APERÇU SUR L'ECONOMIE ALGERIENNE.....</b>	<b>56</b>
11. L'ère de l'économie planifiée.....	56
12. L'ère de l'économie de marché.....	58
<b>2. LES POTENTIALITES ATRACTIVES DU TERRITOIRE ALGERIEN.....</b>	<b>60</b>
<b>3. L'ATTRACTIVITE DE L'ALGERIE.....</b>	<b>68</b>
<b>4. LA CRÉATION D'ENTREPRISES EN ALGERIE.....</b>	<b>71</b>
41. Les décennies 60 à 80 : l'entreprise publique dominante ou l'Etat entrepreneur... ..	72
42. Les décennies 80 à nos jours : l'essor de l'entreprise privée.....	73
<b>5. LE SECTEUR INFORMEL EN ALGERIE.....</b>	<b>77</b>
<b>6. LES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES EN ALGERIE.....</b>	<b>78</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>80</b>

**PARTIE II**

**CONTRIBUTION DES FACTEURS D'ATTRACTIVITÉ SUR LA CRÉATION  
D'ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES DANS LA WILAYA DE BEJAIA**

<b>Introduction.....</b>	<b>81</b>
<b>CHAPITRE IV : LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE DE LA WILAYA DE BÉJAIA.....</b>	<b>82</b>
<b>1. PRESENTATION DE LA WILAYA DE BEJAIA.....</b>	<b>82</b>
11. La position géographique.....	82
12. Le climat.....	83
13. Les ressources hydrauliques.....	86

14. Les ressources agricoles.....	86
15. La population.....	89
<b>2. LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE ECONOMIQUE.....</b>	<b>94</b>
21. La taille du marché.....	94
22. La qualité du tissu industriel.....	94
<b>3. LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE INFRASTRUCTURELS.....</b>	<b>95</b>
31. Les infrastructures de bases.....	95
32. Les infrastructures sociales.....	99
<b>4. LES FACTEURS ENERGITIQUES ET TELECOMUNICATIONS.....</b>	<b>101</b>
<b>5. LES FACTEURS CULTURELS.....</b>	<b>102</b>
<b>CHAPITRE V : LA CRÉATION D'ENTREPRISES DANS LA WILAYA DE BEJAIA.....</b>	<b>104</b>
<b>1. LA CREATION D'ENTREPRISES DANS LA WILAYA DE BEJAIA.....</b>	<b>104</b>
11. Les dispositifs d'aides pour la création d'entreprises.....	105
12. La création d'entreprises dans les différents secteurs d'activités.....	112
13. Le profil des créateurs d'entreprises.....	117
<b>3. LA LOCALISATION SPATIALE DE LA CREATION D'ENTREPRISES.....</b>	<b>118</b>
<b>4. LE POID DES FACTEURS SUR LA CREATION D'ENTREPRISES.....</b>	<b>120</b>
<b>CHAPITRE VI : IMPACT DES FACTEURS D'ATTRACTIVITE SUR LA CREATION D'ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES DANS LA WILAYA DE BEJAIA.....</b>	<b>122</b>
<b>1. PRESENTATION DU SECTEUR INDUSTRIEL DE LA WILAYA DE BEJAIA.....</b>	<b>122</b>
<b>2. LA LOCALISATION DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES.....</b>	<b>125</b>
<b>3. L'EMPLOI OCCUPE ET LA GAMME DES PRODUITS.....</b>	<b>127</b>
<b>4. L'ENQUETE DE TERRAIN.....</b>	<b>128</b>
41. Le déroulement de l'enquête.....	128
42. La confection du questionnaire.....	129
43. La taille de l'échantillon étudié.....	131
<b>5. ANALYSE DES RÉSULTATS.....</b>	<b>133</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>159</b>
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>160</b>

<b>Bibliographie.....</b>	<b>164</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>171</b>
<b>Listes des tableaux et figures.....</b>	<b>189</b>

## INTRODUCTION GENERALE

Ce dernier quart du siècle est porteur de changements structurels importants de l'économie mondiale ainsi que de mutations sociales et culturelles considérables. L'internationalisation et/ou multinationalisation des entreprises et leur présence sur la scène concurrentielle mondiale constituent à la fois l'une des manifestations les plus visibles de ce changement et de la globalisation de l'économie et un facteur de développement pour un bon nombre de pays. Elles ont connu une évolution spectaculaire et un essor remarquable durant ces dernières années. La baisse des coûts de transports internationaux, la suppression des barrières tarifaires et non tarifaires, et la diffusion des technologies et de l'information ont contribué à cette évolution de multinationalisation des entreprises.

La globalisation a introduit de nouvelles règles du jeu, à la fois dans les stratégies d'investissement des firmes multinationales (FMN) et dans la concurrence aigüe s'exerçant entre les territoires potentiellement attracteurs des implantations des entreprises dans un monde soumis à la logique des avantages comparatifs.

Dès lors, face au phénomène généralisé de mondialisation et l'accentuation des mouvements d'investissement et face au rôle des territoires et grandes villes comme pôles d'attraction de ces investissements directs. En effet, le territoire qui va accueillir les entreprises candidates, qu'il soit dans le tissu urbain, à la périphérie, en zone industrielle ou simplement un site isolé, l'important est d'y présenter un ensemble de facteurs attractives indispensable au bon fonctionnement de l'efficacité économique et sociale de l'entreprise industrielle .

L'ensemble des facteurs de nature économique, géographique, culturelle, démographique, institutionnelle, interagissant pour rendre un territoire attractif : dotation en infrastructure de base, niveau élevé de la qualité de vie et de l'environnement, qualité des ressources humaines, services, stabilité politique et macroéconomique, régime fiscal, taille du marché,...etc.

Les facteurs d'attractivité varient dans le temps et dans l'espace et selon les pays, voire dans le même pays ou il y a une variation des facteurs d'attractivités selon la spécificité des régions. Ces facteurs sont notamment pris en compte par les entreprises lors de l'implantation géographique de leurs activités pour bénéficier des externalités positives. L'attractivité constitue avec l'accessibilité l'un des points importants des politiques d'aménagement du territoire qui essayent de développer l'attractivité existante d'une région, ou de compenser son

manque d'attractivité par des primes, des investissements, des aides et autres actions visant à améliorer l'image de son territoire.

Encore, pratiquement absente du vocabulaire des économistes à la fin des années quatre vingt, la notion d'attractivité a connu au cours des 15 dernières années un intérêt croissant. Elle est souvent évoquée comme condition du développement économique dans un monde totalement ouvert, l'attractivité du territoire est une notion qui souffre de l'imprécision de sa définition. Compte tenu de l'importance de ses implications, y compris pour la formulation des politiques économiques, il apparaît utile de tenter de préciser les contours de ce concept, et de parvenir à des définitions permettant d'effectuer des comparaisons d'un pays à l'autre.

L'attractivité du territoire indique généralement la capacité de celui-ci à attirer et retenir les entreprises tant nationales qu'étrangères. Elle impose à tout pays afin d'attirer et de retenir des entreprises et des capitaux sur leur territoire de trouver un meilleur accord avec leur environnement et tirer profit de leur potentialités territoriales. Dans ce contexte, une préoccupation des acteurs réside dans l'identification des atouts et des faiblesses de leurs territoires et dans le renforcement de sa capacité à attirer les activités nouvelles et à retenir les activités existantes. L'attractivité du territoire constitue un des axes majeurs des politiques économiques de tous les pays qui adoptent de plus en plus, de nouvelles stratégies industrielles. Donc, l'attractivité du territoire a deux faces : une face offensive pour développer des nouvelles activités sur des marchés en expansion, et une face défensive qui vise à sauvegarder les productions locales par rapport à des produits étrangers. La localisation des entreprises, est donc un enjeu de la politique économique locale.

La décision de localisation d'une entreprise multinationale peut être décrite comme une séquence de choix géographique dans laquelle l'entreprise choisit d'abord un pays puis une région à l'intérieur de ce pays. Une fois, la localisation générale déterminée, les industries doivent s'intéresser aux spécificités caractérisant le territoire qui accueillera les activités industrielles. Les investissements satisfaisants à ces critères sont réalisés dans les pays et les régions offrant un ensemble de conditions préalables et des avantages spécifiques. La présence des firmes multinationales dans les pays d'accueil est un révélateur de l'attractivité des territoires

L'objectif que nous poursuivons est d'identifier et d'analyser les facteurs qui assoient l'attractivité des pays, et leur contribution sur la décision de localisation et la création d'entreprise agroalimentaire. Le sujet est vaste et peu exploré, c'est pour cette raison nous intéresserons à un champ d'étude maîtrisable et un secteur important. La wilaya de Béjaïa fait partie du premier lot en matière de création de PME, à l'instar des autres wilayas du pays,

elle connaît une dynamique entrepreneuriale dans l'agroalimentaire, qui nous semble jouir d'un certain pouvoir d'attractivité.

Dans ce cadre, nous s'interrogerons alors sur les ressorts de cette dynamique entrepreneuriale et territoriale qui méritent toute l'attention :

- Existe-t-il une contribution des facteurs d'attractivité sur la décision de localisation et de création d'entreprises ?
- Quels sont ces facteurs ?
- Est ce que il y'a une concentration ou bien une disparité de la création d'entreprises au niveau de la wilaya ?
- Est ce que il y'a une influence de ces facteurs d'attractivité sur la dynamique économique du secteur agroalimentaire qu'elle connaît la wilaya ?

Avant décrire la méthodologie choisie pour élaborer ce travail, nous sommes parties à la base de quatre hypothèses de travail que nous chercherons à vérifier par l'analyse d'enquête du terrain. Nous sommes parties du fait que, les entreprises agroalimentaires s'implantent en générale, dans les zones d'activités ou zones industrielles dont le degré de concentration est élevé, dans le but de tirer des profits en matière d'externalités positives. Il dépend aussi, que les chefs d'entreprises ont choisi ce type d'industrie par le fait que la wilaya de Béjaïa recèle des atouts favorables à l'épanouissement de cette industrie. De ce fait, nous avons supposé que :

- 1) Le choix d'implantation des entreprises agroalimentaires autour des zones d'activités ou zones industrielles.
- 2) Le degré de concentration des entreprises agroalimentaires est élevé dans les zones d'activités ou zones industrielles pour bénéficier d'externalités positives.
- 3) L'influence des facteurs d'attractivité que recèle la wilaya de Béjaïa sur la décision de création une entreprise agroalimentaire.
- 4) La dynamique entrepreneuriale et territoriale que connaît la wilaya s'explique par l'existence des facteurs d'attractivité.

La méthodologie de ce travail est hypothétique et déductive, elle reposera sur un questionnaire exhaustif. Il sera réalisé sur un échantillon composé de 22 entreprises agroalimentaires regroupant presque l'ensemble des filières agroalimentaires.

Pour réaliser ce travail, nous envisagerons de suivre la démarche suivante, qu'elle sera procédée en deux temps principaux : dans un premier temps, nous essayerons de cerner la problématique à travers une recherche bibliographique et des travaux empiriques concernant les facteurs d'attractivité et l'attractivité d'un territoire, et la création des entreprises. Dans le

deuxième temps, nous recueillerons des données auprès des organismes (DPAT, CNAS, ANSEJ,...), et des informations à travers une enquête de terrain par un questionnaire

Notre travail sera organisé en de deux parties complémentaires, chaque une sera scindée en trois chapitres : la première est une revue de la littérature économique sur les facteurs d'attractivité du territoire à l'échelle mondial et national. Dans le premier, nous rappellerons les notions concernant le territoire, l'attractivité du territoire et la création d'entreprises. Le deuxième chapitre nous aborderons une série des facteurs d'attractivité des firmes multinationales. Le troisième chapitre sera consacré à l'influence des facteurs d'attractivités sur la création d'entreprises en Algérie.

Nous consacrerons la deuxième partie à l'étude des facteurs d'attractivité sur la création des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia. Nous aborderons, dans le quatrième chapitre, le potentiel attractif dans la wilaya (les facteurs économiques, infrastructurels et culturels). Le cinquième sera consacré à la création d'entreprises dans wilaya où nous donnerons quelques chiffres concernant les entreprises créées dans les différents secteurs d'activités ainsi que leur localisation spatiale. Le sixième chapitre c'est la présentation des résultats de l'enquête où nous essayerons d'expliquer et d'analyser l'impact de ces facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires, pour cela une enquête de terrain auprès des entreprises agroalimentaires est indispensable pour répondre à la problématique.

Ainsi, le travail s'achève par une conclusion générale qui va permettre de donner quelques constats sur les facteurs réels qui contribuent à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaia.

***PARTIE I***  
***ANALYSE LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE***  
***DANS LE MONDE ET EN ALGERIE***

## INTRODUCTION

Si la fin du XX<sup>ème</sup> siècle est présentée comme le mariage de l'économie et de la géographie, il est intéressant de rappeler que la prise en compte de l'espace dans l'analyse des activités économiques est bien plus ancienne. Ainsi, Von Thünen (1826) et sa théorie de l'utilisation des sols est souvent présentée comme la première contribution à la question de la localisation des activités économiques. Sur la base de ces premiers travaux s'est développée l'école allemande de la localisation (Weber, 1909, Christaller, 1933, Hoover, 1937, Lösch, 1940) qui introduit des variables spatiales à l'analyse des équilibres économiques.

Les firmes multinationales agroalimentaires qui représentent l'une des industries les plus prépondérantes au niveau mondial en général et dans les pays développés en particulier. En effet, elles sont certainement les acteurs les plus puissants et les plus actifs de la scène alimentaire internationale. La connaissance de l'évolution des structures de ces firmes permet de mieux comprendre le fonctionnement du système agro-alimentaire mondial.

Quels sont les facteurs d'attractivité ? La création d'entreprises ? Une firme multinationale agroalimentaire ? Quels sont leurs stratégies et leur poids dans l'économie mondiale ? C'est à ces interrogations que nous tenterons de répondre dans cette partie intitulée analyse comparative des facteurs d'attractivité dans le monde et en Algérie, nous donnerons un aperçu théorique qui retrace la contribution des facteurs d'attractivité sur l'attraction des firmes multinationales agroalimentaires. Nous l'avons scindé en trois chapitres : le premier, donnera un cadre théorique dans lequel s'insèrent le territoire, l'attractivité du territoire, et la création d'entreprises. Dans le deuxième, nous effectuerons un recensement des facteurs d'attractivité ainsi que le choix de localisation des firmes multinationales agroalimentaires. Dans le troisième chapitre, nous présenterons les facteurs d'attractivité spécifique à l'Algérie et leur influence sur la création d'entreprises.

## **LE TERRITOIRE ET LA CREATION D'ENTREPRISES**

Le contexte de globalisation des relations économiques à l'échelle de la planète relance les interrogations sur le rôle de l'espace dans l'analyse économique. Le traitement de l'espace a toujours été difficile à aborder comme un développement secondaire de la théorie économique, contrairement au temps qui est devenu une variable clé dans tous les domaines d'investigation de l'économie.

Les économistes mercantilistes accordaient une place importante à l'espace, l'économie mathématisée qui s'est développée depuis L. Walras a été ignoré jusqu'aux premières tentatives de K. Arrow et G. Debreu dans les années cinquante. Pour ces auteurs, l'intégration de l'espace reste malgré tout un simple élargissement de la théorie des marchés généralisés : deux biens localisés en deux endroits où considérés à deux moments distincts constitueraient ainsi deux biens différents.

Les approches économiques ont longtemps ignoré la dimension spatiale et la problématique territoriale. Depuis, la fin des illusions de croissance de la période des trente glorieuses, la science régionale a pris, la mesure de l'apparition d'une catégorie nouvelle d'organisation spatialisée d'acteurs : le « territoire ». L'émergence du phénomène est assez largement reconnue au niveau international avec des mots spécifiques et des analyses particulières à chaque pays et à chaque contexte. Toutes n'acceptent pas toujours le vocabulaire de territoire, mais en admettant les conséquences (voir la notion de « place » dans le monde anglo-saxon). Quoi qu'il en soit, l'apparition des dynamiques territoriales et la réussite de la Silicon Valley, les recompositions des mégalo-pôles (notamment Los -Angeles), et la place des clusters dans les performances globales de certains Etats. De ce fait, les entreprises sont invitées au développement d'une économie géographique et d'enrichir les analyses territoriales.

Et ainsi, petit à petit tout devient territoire, l'adjectif se généralise, à en devenir polysémique, il recouvre une complexité qui demeure difficile à saisir et à cerner. Notre objectif dans cette section consiste à ouvrir la boîte noire, et à clarifier la notion selon les auteurs.

Dans ce chapitre introductif, nous donnerons un aperçu théorique qui retrace l'évolution et l'histoire du concept territoire et ses formes d'organisation et la place de l'attractivité de territoire dans le développement économique. Nous essayerons aussi de cerner le phénomène de la création d'entreprises et la place de l'entrepreneur dans la théorie économique.

## **1. CONCEPTS ET DEFINITIONS**

Nous allons présenter dans ce qui suit quelques définitions et concepts élémentaires liés au territoire, à l'attractivité et ses facteurs, ainsi que le phénomène de création d'entreprises. Nous nous sommes limitées à une présentation sommaire des principaux concepts utiles dans notre travail.

### **11. Concepts liés au territoire**

Le long de cette section, nous essayerons de définir quelques concepts clés liés au territoire, facteurs d'attractivité du territoire, facteurs de la localisation, compétitivité du territoire et l'aménagement du territoire dans le but de mieux cerner ces concepts. Mais au départ nous commencerons par le concept territoire.

#### **111. Le territoire**

Le XX<sup>ème</sup> siècle a été le temps de la recomposition accélérée des territoires, mondialisation d'une part, l'ancrage local d'autre part, des faits comme l'émergence des SPL, districts, et cluster, sont l'un des aspects de cette reconfiguration. Le territoire est une spécialisation économique semblant être la formule gagnante. Mais, le territoire reste encore une notion intuitive qui supporte de nombreuses définitions et beaucoup d'interrogations.

Le terme territoire n'est apparu dans la littérature économique qu'avec Marshall (1890) et de façon plus récente, avec Perroux (1950). Il considère que le territoire est passif, qu'il ne contribue en rien à la compréhension des phénomènes économiques et l'explication des équilibres<sup>1</sup>. À partir des années quatre-vingt, les mouvements concomitants de mondialisation d'une part, et de décentralisation administrative d'autre part, conduisent à une nouvelle perception du territoire comme espace de localisation des firmes. Les études se sont multipliées sous différentes formes autour de l'économie territoriale. La prise en compte de l'espace physique dans l'analyse économique de l'évolution de la firme, tels que Becattini (1979 et 1987) et Garofoli (1981 et 1991) sur les districts italiens, Porter (1995) sur les clusters. Parallèlement, quelques chercheurs tels que B.Pecqueur, Y.Lung, J.-B. Ziemmerman orientent leurs études sur le rôle de la proximité géographique. En distinguant, une proximité physique et une proximité organisée, considèrent que la dernière traite de la séparation économique dans l'espace et les liens en termes d'organisation de la production, alors que la première traite de la séparation dans l'espace et des liens en termes de distance. Nous pouvons déduire que la définition précise de la notion territoire correspond à la conjonction d'une proximité physique et d'une proximité organisée<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> PECQUEUR Bernard et ZIMERMANN Jean-Benoît, *Economie de proximités*, Hermes science, Paris, 2004.

<sup>2</sup> Idem.

Le territoire est à la fois un espace - lieu (géographique) doté de ressources (matières premières, actifs productifs, main d'œuvre qualifiées et compétentes) et un espace vécu et une histoire dans le temps. Le territoire est un lieu où se construit la ressource matérielle (richesse réelle, matière première, et infrastructure), et spécifique qui est difficilement transférable et imitable ce qui donne une spécificité à un territoire et constitue un atout tels que les compétences, le savoir-faire, et les qualifications<sup>3</sup>. Le territoire n'est pas un lieu où se passent seulement des transactions marchandes. C'est un lieu dans lequel il y a aussi des échanges, des confrontations, des négociations, des collaborations, des synergies, des externalités, et des projets collectifs partagés, bref des transactions hors marché (Camagni, 1991)<sup>4</sup>. Ces interactions non marchandes jouent un rôle non négligeable dans la dynamique territoriale.

Depuis le début des années 70, il est incontestable que l'on assiste à une distribution des activités dans l'espace. Nous retiendrons quatre formes d'organisations territoriales :

### **1) Le système productif local (SPL)**

Les systèmes de production localisés ne sont pas une catégorie économique nouvelle. En effet, au 19<sup>ème</sup> siècle, en Angleterre, le célèbre économiste Alfred Marshall avait identifié des concentrations industrielles en Europe qu'il nomma "districts industriels" (Lyon pour la soie, Roubaix pour la laine, Sheffield et Birmingham en Angleterre et Solingen en Allemagne pour l'acier). Ces concentrations en un même lieu, de nombreuses entreprises engendrent des économies externes. C'est-à-dire que l'ensemble de la zone bénéficie d'avantages en termes de coûts de production par le seul fait de la concentration d'activités qui s'y exercent<sup>5</sup>.

L'ensemble des travaux de l'économiste anglais Alfred Marshall, a été remis à l'honneur lorsque des chercheurs d'Italie et d'autres pays se sont penchés sur le "miracle" des réseaux d'entreprises localisés de l'Italie du nord (Piore et Sabel, 1984).

Ce concept provient de la combinaison de différents apports de la littérature récente en la matière<sup>6</sup> :

- celle de F. Wilkinson (1983) qui introduit la notion de système productif ;

---

<sup>3</sup> SAMSON Ivan, Territoire et système économique, Communication aux 4<sup>èmes</sup> journées de la proximité, réseaux et coordination, Marseille les 17 et 18 Juin 2004.

<sup>4</sup>AIT ZIANE Kamel et AIT ZIANE Houria , Territoire et entrepreneur innovateurs: cas de l'Algérie, In colloque International sur « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, 2006.

<sup>5</sup>MUDARD-FRANSSSEN Nathalie, La question des "Systèmes de Production Localisés : local is Beautiful, n°37 Février 2001.

<sup>6</sup>COURLET Claude et FERGUENE Améziane, globalisation des territoires : le cas des SPL dans les pays en développement, n°3, 2003.

- celle de G. Garofoli (1983) avec l'idée de système productif local pour marquer la profonde relation entre les phénomènes économiques et socioculturels.
- surtout, celle de M. Piore et C. Sabel (1984) qui critiquent le modèle fordiste de la production de masse auquel ils s'opposent celui de la « spécialisation souple ». A travers le concept de « spécialisation souple », M. Piore et C. Sabel proposent une explication élaborée de la vitalité retrouvée par divers territoires (notamment dans la troisième Italie) alors que le contexte globales des années 70 et 80, est marqué par la crise due à l'essoufflement de la production de masse.

En 1995, Claude Courlet définit le système productif localisé « comme une configuration d'entreprises (grandes entreprises, PME et TPE), regroupé dans un espace de proximité autour d'un métier, voire de plusieurs métiers industriels définis en terme de compétences. »<sup>7</sup>. Quelques caractéristiques des systèmes de production localisés ressortent de cette définition :

- ✓ Une concentration spatiale de la production dans un espace restreint.
- ✓ Un tissu de petites et moyennes entreprises sur un territoire.
- ✓ Une forte spécialisation des productions autour d'un produit, d'un métier sur le territoire considéré (textile, mécanique, cuir et chaussure,... etc.).
- ✓ Des liens interentreprises denses grâce à une histoire et un destin commun : relations de voisinage, relations de confiance tissées dans la durée, valeurs professionnelles partagées (pratiques, savoir-faire, identité des origines et des parcours d'apprentissage).
- ✓ Une production de ces systèmes est suffisamment significative pour couvrir une part importante de la production et des exportations nationales.
- ✓ Une solidarité active entre les entreprises, au delà des relations marchandes.
- ✓ Les entreprises entretiennent le plus souvent des liens informels de solidarité et de réciprocité, par les relations entre directeurs, cadres et salariés de base.
- ✓ Des relations étroites avec les autres partenaires (État, collectivités,... etc.), afin de faciliter et d'accompagner les coopérations, en favorisant par exemple les actions partenariales de formation et de recherche.

Par rapport aux caractéristiques précédentes, Claude Courlet<sup>8</sup> distingue quatre type de SPL bâtis autour de configuration d'entreprises: le district industriel, le district technologique, les grappes de PME, et les clusters.

---

<sup>7</sup>COURLET Claude et al, Réseaux d'entreprises et territoire : regards sur les systèmes productifs locaux, la documentation française, Paris, 2001.

<sup>8</sup>COURLET Claude, Territoires et régions : les grands oubliés du développement économique, Edition l'Harmattan, Paris, 2001.

La notion de SPL renvoie tout d'abord à celle de système productif. Les parties constitutives d'un système productif sont la force de travail, les moyens de production, les moyens utilisés dans l'organisation de la production, la structure de la priorité, le contrôle de l'activité productive et le contexte sociopolitique dans lequel intervient le processus de production.

## **2) Le district industriel**

La découverte et le succès époustouflant de la troisième Italie, dans les années soixante dix, sont à l'origine de la réhabilitation du concept marshallien de district industriel. Dans un article significativement intitulé « Du secteur au district industriel », G.Bécatini (1979,1987) substitue le district au secteur, il le définit comme «une entité socio territoriale caractérisée par la présence d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises industrielles, dans un espace géographique et historique donné.»<sup>9</sup>. Il rappelle que ce type d'organisation territoriale, mélange la concurrence et la coopération au sein d'un système localisé de PME. Le district industriel se caractérise par une flexibilité basée sur la petite dimension des unités de production, sur la densité des relations entre celles-ci et sur la rapidité de réaction des entreprises aux conditions internes et externes.

## **3) Le milieu innovateur**

De nombreuses contributions empiriques récentes sont à l'origine de l'idée que la croissance est localisée et elle dépend des facteurs propres à certains sites. Face à cet axe théorique, un groupe des chercheurs orientent leur recherche, regroupée au sein du GREMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs, Association Philippe Aydalot).

Le milieu innovateur est défini comme « un ensemble territorialisé dans lequel des interactions entre agents économiques se développent par l'apprentissage qu'ils font des transactions multilatérales génératrices d'externalités spécifiques à l'innovation et par la convergence des apprentissages vers des formes de plus en plus performantes de gestion en commun des ressources. » (Maillat, Quévit, Senn, 1993)<sup>10</sup>.

La connaissance est créée hors de l'entreprise, dans les universités et les laboratoires de recherche, et intégrée directement dans l'entreprise par des chercheurs créant leur entreprise ou embauchés dans une entreprise existante (Silicon Valley est le modèle le plus frappant).

## **4) Le Cluster**

L'économiste américain Michael Porter a introduit au début des années quatre vingt dix le concept cluster, c'est un terme anglo-saxon qui signifie niche ou grappe industrielle. Il met en évidence, la présence de pôles (cluster) d'activités performantes au niveau

---

<sup>9</sup> COURLET Claude, Territoires et régions : les grands oubliés du développement économique, Edition l'Harmattan, Paris, 2001.

<sup>10</sup> MATTEACCIOLI André, Philippe Aydalot pionnier de l'économie territoriale, L'harmattan, Paris, 2006.

international. Il le définit comme « le réseau d'entreprises et d'institutions proches géographiquement et interdépendantes, liées par des métiers, des technologies et des savoir-faire en commun. Le cluster a une influence positive sur l'innovation et la compétitivité, les compétences des travailleurs, l'information et la dynamique entrepreneuriale sur le long terme. »<sup>11</sup>. Ces clusters reposent sur quatre déterminants, qui constituent « le diamant de Porter » :

- Les facteurs structurels de l'environnement (institutions, infrastructures, universités) ;
- Interaction entre les firmes ;
- Le tissu est riche de fournisseurs et d'industries connexes ;
- Une demande dont la spécificité permet la spécialisation et la croissance externe.

Ces déterminants dans « le diamant de Porter » réunis dans un même cluster ont un triple effet en accroissant à la fois la productivité, l'innovation, et l'entrepreneuriat.

Ces quatre concepts relatifs aux formes d'organisation des entreprises sur un territoire, permettent d'appréhender la relation entre l'entreprise et son territoire et d'identifier la nature d'externalité sous ses différentes formes (géographiques, organisationnelles, et informationnelles<sup>12</sup>).

## **112. L'attractivité du territoire**

La question de l'attractivité a donné lieu au cours des années récentes à une littérature à la fois très abondante et très hétérogène. Il paraît par contre, plus intéressant de tenter un recensement des différentes visions de l'attractivité. Nous retiendrons quelques définitions, Pierre Veltz définit l'attractivité comme une notion complexe qui s'applique aux territoires, nous devons tenir compte des interactions entre trois facteurs<sup>13</sup> :

- La mondialisation industrielle en parallèle de la globalisation financière, dans un univers d'échanges et de production de plus en plus transnationaux.
- La métropolisation (polarisation de l'économie).
- Le mode d'organisation des firmes.

Partant d'une définition simple, l'attractivité territoriale « c'est la capacité d'un territoire à attirer et retenir les activités, les entreprises et les populations, dans un contexte de mobilité

---

<sup>11</sup>PORTER Mickael, *Avantages concurrentiel*, 1999.

<sup>12</sup> SAMSON Ivan, *Territoire et système économique*, Communication aux 4<sup>èmes</sup> journées de la proximité, réseaux et coordination, Marseille les 17 et 18 Juin 2004.

<sup>13</sup> Idem.

croissante au plan international et national.»<sup>14</sup>. D'après cette définition, on peut retenir que l'attractivité c'est :

- Attirer de nouvelles activités : démarche offensive, attractivité exogène.
- Retenir des activités existantes : démarche défensive, développement endogène.
- Notion d'ancrage territorial.

Mais, cette définition est incomplète, cinq grandes catégories d'approches peuvent être distinguées pour expliquer mieux le terme attractivité, que l'on désignera, pour faire simple, par les termes suivants : « macro », « méso », « micro », « processus de décision », et « image de marque ». Nous décrivons le long de cette section chacune de ces approches<sup>15</sup>.

### 1) L'approche « macro » par les indicateurs globaux

Cette approche vise à identifier les déterminants globaux expliquant l'attractivité du territoire considéré (en général un pays ou une grande région) pour l'ensemble des investissements internationaux, c'est-à-dire sa capacité à attirer une part de ces investissements plus importante que d'autres territoires. Cette approche peut être considérée comme une descendante de la théorie du commerce international. Concrètement, cette approche a donné lieu à plusieurs catégories de travaux distincts<sup>16</sup> :

- **Une approche économétrique** : elle prend en compte les flux d'IDE et nombre de projets comme variable à expliquer les investissements étrangers et comme variable explicative les différents critères de localisation agrégés (taux de salaire, PIB, taux d'imposition, ...etc.). Ces travaux permettent à la fois de dégager les déterminants jugés significatifs de la localisation et d'expliquer les performances comparées des différents territoires d'accueil.
- **Une approche par enquête d'opinion auprès des investisseurs** : il s'agit d'effectuer un classement, d'une part leurs critères de localisation, et d'autre part, la position relative des différents territoires d'accueil potentiels par rapport à ces critères (par exemple : le baromètre de l'attractivité de Ernst et Young, publié chaque année et fondé sur une enquête auprès de 500 dirigeants de firmes multinationales durant l'année 2004).
- **Une approche par baromètre de l'attractivité ou de la compétitivité** : cette approche conduit à deux résultats intéressants : d'une part, la constitution d'un tableau de bord permettant d'identifier les « points forts » et les « points faibles » du territoire concerné, d'autre part, la réalisation d'indicateurs de synthèse sur l'attractivité ou la compétitivité globale de celui-ci. En plus des indicateurs définis par le forum économique mondial et l'IMD, le tableau (1.1) retrace d'autres indicateurs qui mesurent l'attractivité et la

---

<sup>14</sup> Définition de l'Observation Entreprises Territoires et Développement: « L'attractivité territoriale dans les projets d'agglomération et de pays », notes de l'observatoire, avril 2005.p.2.

<sup>15</sup> HATEM Fabrice, L'attractivité du territoire : de la théorie à la pratique, 2005.

<sup>16</sup> HATEM Fabrice, Rapport attractivité : de quoi parlons-nous par Fabrice Hatem, 2006.

compétitivité d'un territoire selon la capacité de ce dernier d'attirer les investissements étrangers.

**Tableau 1.1 : Les indicateurs synthétiques de compétitivité et d'attractivité**

<b>Publication (auteurs / organismes)</b>	<b>Indicateurs</b>	<b>Classement mondial *</b>	<b>Méthode</b>
<b>Forum économique mondial (2003)</b>	Business Competitiveness Index	Finlande	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant les conditions de compétitivité de la firme dans le pays (organisation de la firme, environnement d'affaires).
<b>AT Kearney (2003)</b>	Confidence Index	Chine	Résultats d'une enquête d'opinion auprès des décideurs privés sur l'image du pays concerné.
<b>CNUCED : Rapport mondial sur l'investissement (2003)</b>	FDI(Foreign Direct Investment) Potential Index	Etats – Unis	Indice composite basé sur une dizaine d'indicateurs d'attractivité du pays pour les flux d'investissements étrangers.
<b>AT Kearney (2004)</b>	Globalization Index	Irlande	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant le degré d'ouverture du pays aux flux de différentes natures (commerce, capital, idées, technologies,...).
<b>ONU (2003)</b>	Indice de développement humain	Norvège	Indice composite basé sur quelques indicateurs concernant la santé, l'éducation et le revenu par tête.
<b>Forum économique mondial (2003)</b>	Growth Competitiveness Index	Finlande	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant les facteurs globaux de croissance (environnement macroéconomique, politique, technologique).
<b>IMD: international Institute for Management Development (2004)</b>	Global Competitiveness Index	Etats – Unis	Indice composite basé sur environ 200 indicateurs quantitatifs de compétitivité (résultats économiques globaux, infrastructures, technologies, administration).
<b>Heritage Foundation (2004)</b>	Economic Freedom Index	Hong - Kong	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant l'intervention de l'Etat dans l'économie (fiscalité, dépenses publiques, interventions réglementaires,...).
<b>CNUCED : Rapport</b>	FDI(Foreign Direct	Belgiqueet Luxembourg	Moyenne sur trois ans (1999-2001) des flux d'investissements directs étrangers entrants

<b>mondial sur l'investissement (2003)</b>	Investment) Performance Index		rapportés au PIB.
--	-------------------------------	--	-------------------

Source : HATEM Fabrice, Les indicateurs comparatifs de compétitivité et d'attractivité : une rapide revue de littérature, In Agences Française pour les Investissements Internationaux (AFII) ,2005.

\* : Les premiers pays.

**2) L'approche « méso » par les effets d'agglomération ou clusters**

Elle se base sur l'analyse des dynamiques locales permettant l'émergence endogène d'un pôle de production et de compétitivité. Il a donné lieu au cours des quinze dernières années à des développements dans deux domaines distincts, les travaux de l'école de la nouvelle économie géographique qui cherchent à réintégrer la dimension spatiale dans les modèles d'équilibre économique, et les approches en termes de clusters dont ils regroupent de nombreux auteurs, le plus célèbre est Michael Porter. Leurs analyses insistent notamment sur l'importance des synergies potentiellement existantes entre des activités complémentaires réunies en un même lieu (laboratoires de recherche-développement et centres de formation). Donc, le renforcement de ces « pôles de compétences locaux » passe donc par une intensification de la coopération entre ces différents acteurs : réseaux d'entreprise, partenariat public-privé.

**3) L'approche en termes d'image**

L'approche en termes d'image vise à créer un effet d'image dans l'esprit du décideur, lors de la prise de décision d'implantation spatiale et la création d'entreprises, cela peut accroître l'attractivité d'un territoire. Un peu comme l'existence d'une « image de marque » peut stimuler la vente d'un produit (par exemple le cas de l'Alsace qui cultive l'image de la « Bio-Valley » Rhénane)<sup>17</sup>.

Cette approche est liée fortement à la précédente, car les effets d'image se créent uniquement dans une réalité industrielle et technologique de type « clusters » ou « districts industriels ».

**4) L'approche « micro » par les comparaisons de rentabilité selon les sites**

Dans cette approche, il s'agit de déterminer le meilleur site de localisation possible en termes de coût pour un projet particulier. Pour réaliser cette approche, il faut reconstituer de la manière la plus fine les conditions concrètes de fonctionnement du projet

---

<sup>17</sup> HATEM Fabrice, L'attractivité du territoire : de la théorie à la pratique, 2005.

## 5) L'approche par les processus de décision

Cette approche a fait l'objet d'une littérature abondante, que l'on peut regrouper dans les catégories suivantes <sup>18</sup>:

- **Travaux académiques à caractère théorique**, mettant en évidence l'impact de l'incertitude, des imperfections dans l'information, et des jeux de négociation entre groupes d'intérêts sur les processus de décision des créateurs.
- **Travaux académiques à caractère empirique**, menés par des chercheurs tel que Jayet, (1993) ; Kogut (1983). Dans ces travaux, ils retracent les séquences du processus de décision de localisation de l'entreprise multinationale.

Après avoir fait un tour sur ces différentes approches théoriques sur l'attractivité du territoire, nous constatons que l'approche macro mesure l'attractivité d'un territoire d'une manière globale, et elle s'applique à un pays ou bien une région. Par contre, l'approche méso s'applique au niveau locale, et elle fournit des analyses sectorielles, se basant sur l'existence des clusters ou des pôles de compétitivité, ainsi que, l'importance des synergies dégagées entre les activités complémentaires réunies en même lieu. À son côté, l'approche en terme d'image liée à cette dernière d'où l'exigence d'exister un cluster ou pôle de compétitivité, dans le but de créer l'effet d'image de marque. L'approche micro fournit des analyses détaillées pour la compétitivité d'un territoire pour un projet, de ce fait, elle est coûteuse. Quant, à la dernière approche, elle décrit le processus de la décision de localisation de l'entreprise, elle est incertaine car il est évident d'exister des jeux de négociation entre les groupes d'intérêts lors de la prise de décision et l'imperfection de l'information.

Donc, dans ce cas, nous opterons l'approche méso, car elle est la plus pertinente pour expliquer l'attractivité du territoire de la wilaya de Béjaïa (c'est le cadre de notre étude), en analysant la dynamique du secteur agroalimentaire (champs d'étude).

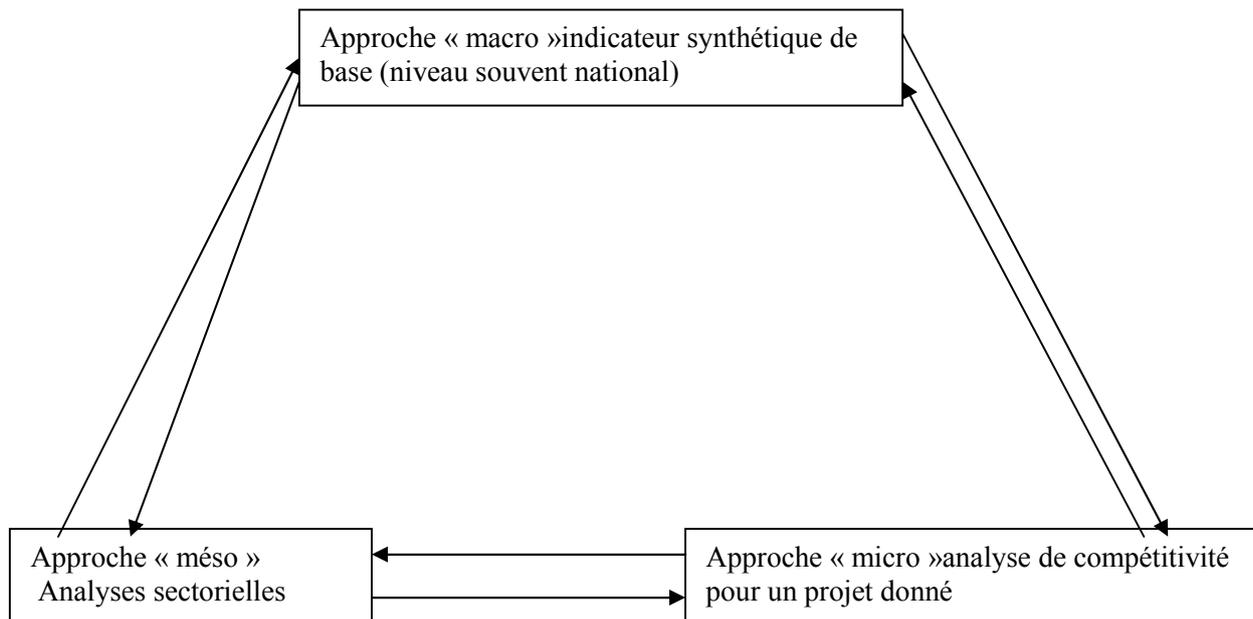
## 6) Complémentarité entre approches macro, méso et micro

Les trois approches de l'attractivité qui viennent d'être présentées (macro, micro, méso) doivent être utilisées de manière complémentaire pour évaluer l'attractivité territoriale dans ses différentes dimensions (Figure 1.1).

---

<sup>18</sup> HATEM Fabrice, L'attractivité du territoire : de la théorie à la pratique, 2005.

Figure 1.1 : Complémentarité entre approches macro, méso et micro



Source : HATEM Fabrice, Rapport attractivité : de quoi parlons nous par Fabrice Hatem, 2005.

D'après ce schéma, la complémentarité entre ces trois approches se fait de la manière suivante :

- L'approche macro fournit grâce à ses indicateurs synthétiques de base des analyses globales pour les deux autres approches.
- Dans son côté, l'approche méso fournit des éléments d'analyses sectorielles pour les études micro de comparaisons des sites, et d'autre côté, des illustrations des analyses macro.
- L'approche micro fournit des analyses partielles et détaillées sur les avantages et les contraintes, mais précises concernant la compétitivité du territoire pour un projet donné.

Les résultats rassemblés pour un ensemble représentatif de projets peuvent fournir des éléments utilisables pour l'élaboration d'un diagnostic d'ensemble de l'attractivité du territoire, globalement ou pour un secteur donné.

Donc, l'attractivité du territoire ne peut se définir que d'une manière relative, comme la capacité du territoire considéré à répondre de manière plus efficace que ses concurrents à la demande de projets internationalement mobiles à l'étude à un moment donné au sein des entreprises « clientes »<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> HATEM Fabrice L'attractivité du territoire : de la théorie à la pratique, 2005.

### **113. Les facteurs d'attractivité des territoires**

Dans les problématiques du développement local fondées sur l'attractivité, la décision d'implantation des entreprises, réponds à des facteurs spécifiques à chaque territoire. Les facteurs d'attractivité des territoires se sont tous les atouts relatifs aux caractéristiques matérielles et immatérielles d'un territoire qui ont la capacité d'attirer les individus et les activités à s'installer sur ce dernier tels que : les facteurs infrastructurels, les milieux d'accueil la qualité des ressources humaines, la stabilité politique et macroéconomique, le régime fiscal, le coût de la main d'œuvre, les services, la qualité de vie ,la qualité de l'environnement ,le marché et les TIC. Ces facteurs seront détaillés dans le prochain chapitre.

### **114. Les déterminants et indicateurs de l'attractivité des territoires**

Déterminer qu'un territoire est attractif renvoie à utiliser quelques paramètres ou indicateurs qui nous donnent une idée sur le degré d'attractivité de ce dernier .Certains organismes sont également lancés dans le calcul d'indicateurs plus spécifiquement destinés à mesurer l'attractivité comparée des pays du monde pour l'accueil des investissements étrangers<sup>20</sup>. Ils reposent pratiquement tous sur l'idée que l'attractivité n'existe pas en soi, mais apparaît comme la combinaison de deux types d'éléments : d'une part, la qualité intrinsèque de l'offre territoriale; d'autre part, la hiérarchie des critères de choix de localisation retenus par les investisseurs, qui peut évidemment varier en fonction du type de projet ou des caractéristiques propres de l'investisseur (taille, origine géographique, degré d'internationalisation,...etc.). Pour obtenir des indicateurs pertinents d'attractivité, il faut donc affecter à chaque indice élémentaire une pondération reflétant son importance pour l'investisseur potentiel<sup>21</sup>:

- ❖ **Les flux des IDE** : ils constituent un bon paramètre, pour mesurer l'entrée des capitaux étrangers, ainsi que l'entrée des capitaux dans un territoire signifie sa position d'atouts incitatifs et attractifs.
- ❖ **La création d'entreprises** : les entreprises peuvent être créées par les acteurs locaux comme par des agents externes, et croissance élevée en matière de création d'entreprises signifie l'attraction d'investisseurs étrangers.
- ❖ **Les données démographiques** : sont les seuls indicateurs utilisés pour savoir, la capacité d'un territoire à attirer (ou à maintenir durablement) de nouveaux habitants. En effet, certains espaces à forte vocation économique peuvent se révéler attractifs pour les investisseurs tout en perdant des habitants. En effet, le solde migratoire est un bon critère de mesure de l'attractivité résidentielle, comme on peut prendre d'autres critères aussi

---

<sup>20</sup> HATEM Fabrice, Les indicateurs comparatifs de compétitivité et d'attractivité : une rapide revue de littérature, In Agences Françaises pour les Investissements Internationaux (AFII), 2005.

<sup>21</sup> HATEM Fabrice, Investissement international et politiques d'attractivité, Economica, Paris.

significatifs tels que la croissance de la population et la densité populaire (évolution sociodémographique).

- ❖ **Les effets d'agglomération** : l'agglomération des établissements dans une aire géographique particulière est citée comme un déterminant de l'attractivité. En effet, la concentration spatiale des activités génère des externalités positives : constitution d'un réservoir local de main-d'œuvre qualifiée et spécialisée, liens privilégiés entre les entreprises et leurs fournisseurs, échange d'informations et de connaissances.

### **115. La compétitivité des territoires**

Comment définir la compétitivité au niveau des territoires ? Cette notion est parfois confondue, car au sens large, elle se rapporte à la performance économique. Au niveau macroéconomique, on peut définir la compétitivité d'une région ou d'une nation. Elle est basée sur leur performance commerciale. Mais, cette définition a été critiquée par certains économistes, notamment par Krugman. L'idée est que les pays ne se font pas la concurrence de la même manière que les entreprises. Lorsqu'une nation a recours à une dépréciation de sa monnaie pour vendre moins cher à l'étranger, cela conduit à deux conséquences. D'un côté, les entreprises nationales deviennent plus compétitives. Mais de l'autre côté, le revenu national exprimé en monnaie internationale vaut moins, ce qui revient à diminuer le pouvoir d'achat des ménages. Pour Krugman, seule une augmentation de la productivité permet d'accroître la richesse d'une nation<sup>22</sup>. C'est donc, la seule mesure pertinente de la performance économique d'un pays.

Un territoire devient compétitif s'il peut affronter la concurrence du marché tout en assurant une durabilité environnementale, économique, sociale et culturelle fondée sur des logiques de réseau et d'articulation interterritoriale. En d'autres termes, la compétitivité territoriale suppose<sup>23</sup>:

- La prise en compte des ressources du territoire dans la recherche d'une cohérence d'ensemble;
- L'implication des acteurs et des institutions;
- L'intégration des secteurs d'activité dans une logique d'innovation.

On peut mesurer la compétitivité par les mesures directes de la compétitivité qui sont liées directement à la compétitivité-prix d'un pays, en comparant les coûts de production unitaire dans différents pays où les prix relatifs du pays par rapport à ses concurrents

---

<sup>22</sup>MULKAY Benoît, La compétitivité d'un territoire, 2006.

<sup>23</sup>Idem.

étrangers. Cette première mesure reste partielle parce qu'elle ne porte souvent que sur le coût du travail et qu'elle ignore les autres facteurs de production : matières premières, énergies, services,... etc. <sup>24</sup>.

Une deuxième manière de mesurer la compétitivité est un classement des pays suivant différents critères et les indices globaux de compétitivité, les plus connus ceux développés par l'IMD de Lausanne (International Institute for Management Development) et « Global Competitiveness Index » du World Economic Forum. Ce dernier est basé sur des données observables pour chaque pays, il y a 9 domaines : les institutions, les infrastructures, les données macroéconomiques, la santé et l'éducation primaire, l'éducation supérieure et la formation, l'efficacité des marchés, la technologie, la sophistication des entreprises, et finalement l'innovation. Ce qui représente 89 variables, dont 22 sont des statistiques et 67 des opinions de décideurs. Mais ces mesures sont souvent arbitraires<sup>25</sup>.

### **116. L'aménagement du territoire**

Dans une économie industrialisée, la concentration géographique des activités est un processus courant : l'industrie appelle en effet à l'industrie. Afin de réduire les coûts de transport, les entreprises s'implantent souvent près des zones de matières premières, sur les grands axes de communications ou près des grands centres urbains. Sur un plan social, cette concentration des activités crée une inégalité géographique devant l'accès à l'emploi, entraînant des migrations qui dépeuplent certaines régions et conduisent d'autres au surpeuplement. Sur un plan politique, elle remet en question la cohésion nationale. Pour éviter tels risques, il est nécessaire de mettre en place les conditions du développement économique, démarche impliquant un rééquilibrage géographique des activités et le désenclavement des régions les plus isolées et les moins favorisées. Grâce à une politique dénommée « Aménagement du territoire ».

Parmi les nombreuses définitions qui ont été présentées, celle proposée en 1950 par Claudius Petit mérite une attention. L'aménagement du territoire, « c'est la recherche d'une meilleure répartition des hommes en fonction des ressources naturelles et les activités économiques. » <sup>26</sup>. Cette définition, fondée sur l'objectif de l'aménagement du territoire, est suffisamment large. Selon cette définition on peut retenir :

- Cette définition est restreinte pour la France ;
- L'emboîtement de territoire relevant de collectivités différentes ;
- La recherche d'une meilleure répartition est difficile et délicate à mener, à cause de la multiplicité des acteurs qui interviennent et les facteurs à prendre en compte.

---

<sup>24</sup>HATEM Fabrice, Les indicateurs comparatifs de compétitivité et d'attractivité : une rapide revue de littérature, In Agences Françaises pour les Investissements Internationaux (AFII), 2005.

<sup>25</sup> MULKAY Benoît, La compétitivité d'un territoire, 2006.

<sup>26</sup> MADIOT Yves, « Aménagement du territoire », Armond Colin, 3<sup>ème</sup> édition, Paris, 1995.

La notion d'aménagement du territoire peut se définir par l'ensemble des conceptions politiques et idéologiques des formations sociales, des outils et moyens mis en œuvre en vue de produire, développer, organiser un territoire, une région ou un espace homogène, plus au moins de consommation, de production et d'accumulation des populations qui l'occupent (modèle endogène), des intérêts privés ou publics (modèle exogène) ou encore des deux à la fois (modèle mixte) »<sup>27</sup>

L'aménagement du territoire consiste alors, à modifier et optimiser cette répartition des individus et de leurs activités dans un souci d'équilibre géographique et d'efficacité économique, donc le rôle de l'Etat y est prépondérant grâce à sa politique interventionniste et ses initiatives. De ce fait, on peut définir l'aménagement du territoire comme une politique publique incitative et sélective de traitements territoriaux différenciés en fonction d'une certaine image prospective développement souhaité du territoire<sup>28</sup>.

### **117. Les facteurs de localisation**

Les travaux théoriques regroupés sous le terme de la nouvelle économie géographique ont contribué à un renouvellement de l'analyse théorique de la localisation des activités productives (Paul Krugman, Fujita *et al*, 1999 ; et Neary, 2001). Ces études s'intéressent aux forces qui favorisent l'agglomération des entreprises en un même lieu. Dans ces modèles, les entreprises privilégient les lieux de production où la demande est considérée comme potentiellement élevée, où les coûts de production sont bas et / ou le degré de concurrence (évalué par le nombre d'entreprises présentes) est faible. Différentes externalités peuvent cependant influencer sur les choix de localisation. Selon Mérenne Schoumaker (1996)<sup>29</sup>, on entend par facteur de localisation tout phénomène susceptible d'influencer d'une manière ou d'une autre sur le choix d'une localisation. Selon elle, dans la plupart des travaux consacrés aux localisations, quatre grands principes se dégagent :

- Un facteur ne peut à lui seul expliquer une localisation.
- Un même facteur peut exercer des influences diverses. Ainsi, la présence d'une main d'œuvre qualifiée peut attirer certaines entreprises et en repousser d'autres.
- Le choix d'une localisation est la résultante d'un nombre plus ou moins grand de facteurs dont le poids et la diversité varient fortement d'une situation à l'autre
- La sélection finale d'une localisation est toujours une question de compromis et d'options.

---

<sup>27</sup> DAHMANI Mohamed , Planification et aménagement de territoire : quelques éléments théoriques et pratiques , Office des Publications Universitaires (OPU), Ben Aknoun (Alger), 1984.

<sup>28</sup> YVES Madiot, Aménagement du territoire , Armond Colin, 3<sup>ème</sup> édition, Paris, 1995.

<sup>29</sup> SCHOUMAKER Mérenne, La localisation des industries, collection "Géographie d'aujourd'hui", Nathan université, Paris, 1996.

Plusieurs facteurs peuvent exercer une influence sur la localisation des entreprises. Nous distinguons <sup>30</sup>:

### **1) Les avantages de première nature**

Chaque pays, chaque région dispose de dotations en facteurs immobiliers ou d'aménités naturelles et immuables influençant positivement ou négativement sur la productivité et le profit des entreprises locales, donc elles influencent sur la décision d'implantation des entreprises. La présence de terres fertiles, de ressources minières, et matières premières ou tout autre avantage relatif permet donc d'expliquer certains choix de localisation, en particulier pour les entreprises utilisant intensément ces facteurs de production.

### **2) L'accès aux marchés**

Les entreprises préfèrent d'être proches de la demande finale. Elles s'implanteront donc dans les territoires les plus denses, regroupant le plus de consommateurs. Le choix de l'implantation d'une entreprise tient compte schématiquement de la taille du marché et l'accessibilité des marchés, la formation et les coûts de la main-d'œuvre, la présence de sous-traitants, de donneurs d'ordre et de fournisseurs de services<sup>31</sup>. Les études empiriques récentes portant sur l'analyse des choix de localisation des entreprises, elles montrent que la proximité des grands marchés est un déterminant important influençant sur les décisions des entreprises.

### **3) Les coûts des facteurs de production**

La recherche des coûts de production les plus faibles est le déterminant de la localisation qui guide l'essentiel des décisions de délocalisation des activités à forte intensité en main d'œuvre peu qualifiée vers des marchés périphériques à faible taux de salaire<sup>32</sup>. Cependant, au-delà de ces délocalisations, la constitution d'un vaste bassin d'emploi, issu des demandes indépendantes de chaque firme, va profiter à l'ensemble des entreprises qui pourront y trouver la quantité et la qualité de travail nécessaire à leurs besoins. Par ailleurs, la rémunération des salariés ne constitue pas les seuls coûts auxquels font face les entreprises. Il y a aussi les consommations intermédiaires : dans ce cas, l'entreprise doit choisir les localisations leur donnant le meilleur accès à ces marchés.

### **4) Les effets d'agglomération**

La volonté de bénéficier d'économies d'agglomération (prise en compte des externalités intra sectorielles et interindustrielles dans la décision d'implantation des entreprises) guide les

---

<sup>30</sup> ANDY Victor, Les décisions de localisation des entreprises dans les provinces canadiennes, 2005.

<sup>31</sup> SCHOUMAKER Mérenne, La localisation des industries, collection "Géographie d'aujourd'hui", Nathan Université, Paris, 1996.

<sup>32</sup> BENARD Raymond et JAYET Hubert, Les préférences de localisation des entreprises, In INSEE, n°9, Nord pas de Calais, 1998.

choix de localisation.<sup>33</sup> Selon la théorie de l'agglomération spatiale, la proximité avec d'autres firmes implantées sur le même site permet de bénéficier d'externalités positives dans la production : les entreprises souhaitent s'implanter à proximité d'autres entreprises du même secteur, car le choix de fournisseurs ou de sous traitants est susceptible d'être plus large, et les services spécialisés plus développés que dans d'autres régions. Un autre aspect des économies d'agglomération est constitué par les externalités technologiques dont la Silicon Valley est l'exemple le plus évident.

### **5) Les politiques publiques**

Les politiques d'attractivité sont de deux sortes : des mesures d'aménagement du territoire, visant à améliorer le pouvoir attractif de la région ou du pays, et l'utilisation de la taxation (impôts, subventions) visant à forcer le choix de localisation des entreprises. Ainsi, une subvention directe lors de l'implantation des entreprises peut faire la différence lorsque deux localisations sont en concurrence<sup>34</sup>.

L'analyse des facteurs de la localisation des entreprises montre que les plus importants sont : la demande du marché des biens que l'entreprise espère trouver sur la localisation où elle veut s'installer, les coûts des facteurs de production auxquels elle devra faire face, le nombre d'entreprises déjà installées et les politiques publiques mises en œuvre par le gouvernement pour attirer les entreprises. Les trois premiers facteurs ne posent aucun problème, car il semble évident que les entreprises s'installeront là où la demande est importante et les coûts de production faibles. Par contre, les deux derniers sont moins clairs: selon Mayer et Mucchielli (1998), le nombre de firmes peut augmenter le degré de concurrence locale et réduit l'attractivité du territoire; tandis que pour d'autres, la création d'externalités positives qu'engendre cette situation pousseront plutôt les entreprises à s'agglomérer. Quant aux politiques publiques, elles revêtent, comme nous l'avons déjà vu, des formes nombreuses et les entreprises devraient y être sensibles.

## **12. Concepts liés à la création d'entreprises**

Trois éléments permettent de caractériser le concept d'entrepreneuriat : l'esprit d'entreprise, la création d'entreprises et l'esprit d'entreprendre. Nous allons les présenter le long de cette section. Au premier lieu, nous commençons par la définition du concept création d'entreprise, au deuxième lieu, nous essayerons de bien cerner le concept esprit d'entreprise et esprit d'entreprendre.

---

<sup>33</sup> MUCCIPELLI (M), Multinationales et mondialisation, Édition du seuil, 1998.

<sup>34</sup> ANDY Victor, Les décisions de localisation des entreprises dans les provinces canadiennes, 2004.

## 121. La création d'entreprises

Une création d'entreprises correspond à l'apparition d'une unité légale exploitante n'ayant pas de prédécesseur. Il n'y a création d'une entreprise que si elle s'accompagne de la mise en œuvre de nouveaux moyens de production. Cette nouvelle notion de création d'entreprises est plus large que celle de création pure puisqu'elle inclut notamment les réactivations d'entreprises dont la dernière cessation remonte à plus d'un an et les reprises d'entreprises s'il n'y a pas continuité de l'entreprise. Cette continuité est évaluée à la lumière de la localisation de l'entreprise et de l'activité qui y est exercée (définition de l'union européenne)<sup>35</sup>. Cette définition retenait trois types de créations, les créations nouvelles, les reprises et les réactivations, on distingue trois événements de nature sensiblement différente :

- **Création nouvelle** : elle correspond à la création d'un établissement économiquement actif jusqu'alors inexistant, et donc à l'exploitation de nouveaux moyens de production. On parle aussi de création "pure" ou de création "ex-nihilo". D'un point de vue économique, elle correspond à une réelle augmentation des capacités de production.
- **Création par reprise** : c'est une création d'une unité nouvelle ou n'ayant jamais exercé d'activité économique lorsqu'elle reprend totalement ou partiellement des moyens de production déjà exploités par une autre unité. Une reprise peut s'effectuer par achat, prise en location-gérance d'un fonds de commerce, donation, et héritage.
- **Création par réactivation** : c'est une reprise d'activité d'une entreprise qui avait cessé son activité. Ce mouvement concerne principalement des personnes physiques : artisans, commerçants, et professions libérales. Il correspond notamment aux activités saisonnières.

## 122. L'esprit d'entreprise

L'esprit d'entreprise est l'aptitude créative de l'individu isolé au sein d'une organisation, à identifier une opportunité et à la saisir pour produire une nouvelle valeur ou le succès économique. L'esprit d'entreprise est non seulement une force motrice pour la création d'emploi, la compétitivité et la croissance, mais peut également être un moyen d'épanouissement personnel et contribuer à résoudre des questions sociales. L'esprit d'entreprise combine prise de risque, créativité ou innovation et gestion saine, dans une organisation nouvelle ou existante, et peut se révéler dans tout secteur ou type d'affaires<sup>36</sup>.

La décision personnelle de démarrer une entreprise ou de s'engager, en tant qu'entrepreneur, dans la prise de risque où l'expansion dépend d'une multitude de facteurs, parmi lesquels l'existence d'opportunités, les obstacles à l'entrée, les compétences et les choix personnels. En dirigeant une entreprise, l'entrepreneur fait face à de nombreux obstacles qui

---

<sup>35</sup> <http://www.indices.insee.fr/bsweb/html/F/CreationsEntreprises.pdf>

<sup>36</sup> VERSTRAETE Thierry, *Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'harmattan, Paris, 1999.

freinent son développement et sa croissance, tels que les charges administratives et le manque de financement et de main-d'œuvre qualifiée. Pour saisir les nouvelles opportunités des marchés en mutation, les entreprises devraient être encouragées à innover et de pénétrer d'autres marchés.

### **123. L'esprit d'entreprendre**

L'esprit d'entreprendre est plus général. Il s'adresse autant au mode marchand dans le rôle économique, social et culturel du tissu de petite structure (approche schumpétérienne) qu'au monde non marchand. L'esprit d'entreprendre se trouve à l'intersection : lancer une activité marchande de façon innovante parfois grâce à des subventions publiques ou des financements privés<sup>37</sup>.

L'acte d'entreprendre est envisagé à travers trois grandes logiques d'action, inspirées du modèle théorique de l'action sociale de F. Dubet<sup>38</sup>. La première fait référence à la notion de socialisation : l'individu conçu une entreprise dans une logique de reproduction d'un modèle familial. La seconde fait référence à la notion de rationalité économique : l'individu conçu une entreprise dans une logique de conduite rationnelle visant à saisir une opportunité. La troisième fait référence à la notion d'éthique personnelle : l'individu conçu une entreprise dans une logique de construction de soi en réalisant un projet personnel qui donne du sens à son travail et à son existence.

## **2. PLACE DU TERRITOIRE DANS LE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES**

Les rapports firmes territoires ont fait l'objet d'une importante littérature théorique, ainsi que d'un certain nombre de travaux empiriques. Depuis le début des années quatre-vingt-dix, Car jusqu' aux années quatre-vingt, leurs travaux mettaient en avant le nomadisme des entreprises et le faible rôle joué par les territoires des grandes groupes industrielles. Leurs relations sont souvent traitées de manières traditionnelles dans une optique de choix de localisation et d'économie industrielle<sup>39</sup>.

Les approches par le territoire s'appuyant sur des analyses empiriques mettant en avant les ressources territoriales. Le territoire joue un rôle essentiel dans l'émergence de nouvelles ressources telles que les externalités géographiques, et les proximités. Les travaux sur les pôles de croissance, et les effets d'entraînements économiques et spatiaux sur les districts

---

<sup>37</sup> BOUTILLIER Sophie, *L'entrepreneur*, Economica, Paris, 1995.

<sup>38</sup> VERSTRAETE Thierry, *Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'harmattan, Paris, 1999..

<sup>39</sup> PECQUEUR Bernard et ZIMERMANN Jean-Benoît, *Economie de proximités*, Hermes science, Paris, 2004

industriels et sur les milieux innovateurs, insistent sur l'appréhension des dynamiques induite par l'organisation territoriale des firmes, des activités et des hommes.

Le territoire est aussi une composante de développement de la proto- industrialisation à l'industrie moderne, la petite production manufacturière localisée fut le ressort essentiel de la croissance française durant la moitié du 19<sup>ème</sup> siècle<sup>40</sup>. Avant ceux, de la troisième Italie, de nombreux districts industriels furent à l'époque de la révolution industrielle. Le territoire joue un rôle essentiel dans l'émergence de nouvelles activités et technologies, (comme ils témoignent les exemples de Silicon – Valley et la route 128 aux Etats-Unis), il est alors un élément important de renouveaux industriels.

La relation de l'entreprise avec son territoire peu être vu comme un investissement spécifique. Cet investissement spécifique se conçoit par la recherche de sources de profit, mais doit aussi se comprendre dans un cadre d'analyse plus large où l'espace n'est plus simplement un facteur de production, mais résulte d'un processus de construction entre les différents agents économiques<sup>41</sup>.

Dans cette perspective, l'entreprise tisse des relations avec son territoire grâce à ses stratégies de localisation, et plus particulièrement sa stratégie d'ancrage. Traditionnellement, les relations qui régissaient les rapports entre les firmes et les territoires étaient dominées par une logique de minimisation des coûts de transport entre le lieu de production et les lieux d'échange et d'approvisionnement. Or, les mutations du système économique et la transformation des formes de concurrence sur les marchés ont conduit à une redéfinition progressive des logiques de localisation des entreprises et de leurs attentes à l'égard des territoires. Or aujourd'hui nombre de grandes entreprises apparaissent comme essentiellement nomades<sup>42</sup>:

- Car elles s'inscrivent dans des perspectives de globalisation, elles mettent en place des stratégies globales, par opposition à une division spatiale du travail fondée sur des processus individualisés de localisations successives.
- Car le contexte d'incertitude, dans lequel elles développent leurs stratégies, nécessite une flexibilité organisationnelle qui doit se dégager des contraintes territoriales étroites.
- Car elles développent au contraire des comportements d'aversion au risque.

---

<sup>40</sup> COURLET Claude et (al), Réseaux d'entreprises et territoire : regards sur les systèmes productifs locaux, La documentation Française, Paris, 2001.

<sup>41</sup> FOUJITA Masahisa et THISSE Jean François, Economie des villes et de la localisation, Edition de Boeck université, Bruxelles, 2003.

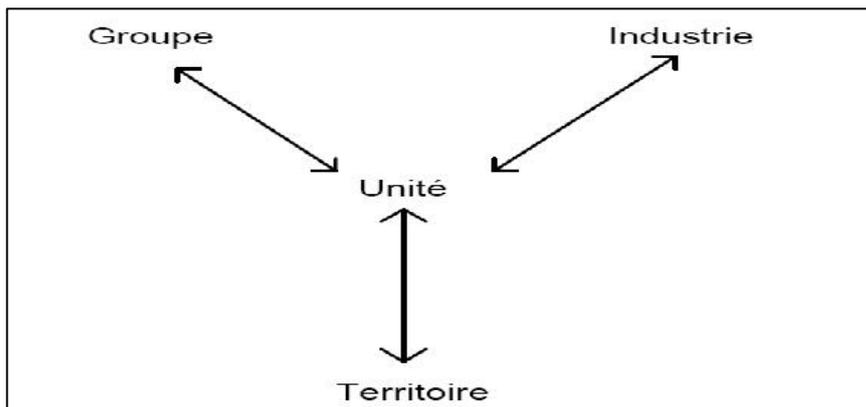
<sup>42</sup> ZIMERMANN Jean-Benoît, Entreprises et territoire : entre nomadisme et ancrage territorial, In revue de l'institut de recherche économiques et sociales IRES, n 47, 1<sup>er</sup> trimestre 2005.

L'ancrage territorial des activités industrielles et technologiques, résulte de la conjonction entre les aspects de proximité organisationnelle, révélateurs de la dimension industrielle intra comme inter-firmes, et les aspects de proximité géographique, sur lesquels se fonde la dimension territoriale. Dans ce sens, une dialectique firme-territoire, dans laquelle se construit une interaction, une endogénéisation réciproque, qui va fonder ou non une dynamique commune de la firme et du territoire<sup>43</sup>.

L'approche des couples firme-territoire renvoie à la triple appartenance et à des degrés divers de l'unité<sup>44</sup>:

- À une firme: positionnement fonctionnel, relations de complémentarités technologiques et productives, autonomie, et intégration de l'unité dans le groupe.
- À une industrie: implication ou non dans une organisation industrielle et de marché à un niveau : régional, national, et international.
- À un territoire: de la simple logique de la localisation-nomadisme à celle de l'ancrage.

Figure 1. 2 : Triple insertion de l'unité localisée



Source : ZIMERMANN Jean-Benoît, Entreprises et territoire : entre nomadisme et ancrage territorial, In revue de l'institut de recherche économiques et sociales IRES, n 47, 1<sup>ER</sup> trimestre 2005.

L'unité industrielle se situe au carrefour de formes d'organisation de nature industrielle (groupe, industrie), d'une part, et de formes d'organisation de nature territoriale, d'autre part.

La partie haute du triptyque correspond plutôt à des effets de proximité organisationnelle, tandis que la partie basse correspond plutôt à des effets de proximité géographique. Haut et bas du triptyque participent à des proximités de nature institutionnelle,

<sup>43</sup> ZIMERMANN Jean-Benoît, Entreprises et territoire : entre nomadisme et ancrage territorial, In revue de l'institut de recherche économiques et sociales IRES, n 47, 1<sup>ER</sup> trimestre 2005.

<sup>44</sup> Idem.

globales pour le haut et locales pour le bas; et c'est sous le double aspect des liens organisationnels, d'une part, et institutionnels, d'autre part, que les différents niveaux d'insertions de l'unité, dans le groupe, dans l'industrie et dans le territoire, doivent être considérés. Elles rentrent au contraire dans des jeux d'interactions, d'oppositions, de décalages ou de contradictions qui fondent la dialectique firme↔territoire et sont à l'origine des sources de dynamique.

### **3. L'ENTREPRENEUR DANS LA THEORIE ECONOMIQUE**

Le terme entrepreneur semble avoir été introduit par Cantillon qui le définissait comme un spécialiste dans la prise de risque. Depuis, la plupart des grands auteurs ont traité le rôle de l'entrepreneur et l'entrepreneuriat. Citons à titre d'illustration les apports de Say, Hayek, Keynes. Dans cette section, il ne s'agit pas d'établir un panorama complet de la conception économique de l'entrepreneur, mais l'objectif est de dresser un tableau explicatif des grandes conceptions de l'entrepreneur en théorie économique à travers l'apport de quatre auteurs : Weber, Shumpeter, Knight, et Kirzner.

#### **31. L'entrepreneur selon l'analyse de Weber**

Max Weber fournit une analyse indirecte de l'entrepreneur. Il a voulu montrer que l'entrepreneuriat est une spécificité occidentale. Autrement dit que, l'entrepreneuriat est liée à une éthique protestante. L'adoption de cette éthique conduit à l'instauration d'un système économique fondé sur le capitalisme industriel. Weber définit le capitalisme par l'organisation rationnelle de l'activité par un entrepreneur<sup>45</sup>. Le profit atteste que les entrepreneurs sont élus par Dieu pour réaliser son œuvre. Lorsqu'un individu devient entrepreneur, il ne pense pas seulement accomplir une fonction mais une mission aux sens religieux du terme. Le profit atteste de la réussite de cette mission. Weber révèle la dimension culturelle, il s'agit alors d'identifier les éléments culturels caractérisant une société favorable à l'entrepreneur.

#### **32. L'entrepreneur schumpetérien**

Dans son célèbre ouvrage publié en 1942, « capitalisme, socialisme et démocratie », Joseph Schumpeter, le théoricien de l'innovation et de l'esprit d'entreprise écrivait dans un sous chapitre intitulé « le crépuscule de la fonction de l'entrepreneur » : « le rôle de l'entrepreneur consiste à reformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention, plus généralement, une possibilité technique inédite... »<sup>46</sup>. Mais, aussi dans la théorie de développement économique (1934), la théorie de l'entrepreneur est développée en

---

<sup>45</sup> BOUABDALLAH (K) et ZOUACHE (A), Entrepreneuriat et développement économique, In « cahiers du Cread » n°73, 2005.

<sup>46</sup> TAQUES Marseille, créateurs et création d'entreprises : de la révolution industrielle à nos jours, ADHE, Paris, 2000.

deux étapes correspondant en deux états distingués par Schumpeter : l'état routinier ou circuit et l'état du changement ou dynamique<sup>47</sup>.

L'état routinier correspond à un état stationnaire, c'est-à-dire un état privé du changement et les mouvements liés aux perturbations endogènes. Il correspond à la représentation basique de l'activité économique. Les deux facteurs de la production sont le travail et les facteurs naturels, sont soumis à une combinaison traditionnelle donnée, effectué par l'exploitant (non pas l'entrepreneur) en s'adaptant aux besoins sans les modifications. Il n'y a pas de création de valeur, la monnaie est un simple intermédiaire des échanges. Dans ce système l'entrepreneur n'exerce pas de fonction particulière. Schumpeter énonce que le passage du circuit à l'évolution ne peut se produire que par une combinaison nouvelle des facteurs de productions.

Dans l'état du changement, l'entrepreneur joue un rôle d'acteur fondamental du développement économique. Il a pour fonction de mettre en œuvre de nouvelles combinaisons. La fonction d'entrepreneur n'est pas la fonction de manager qui dirige une firme sur une ligne établie, ni la fonction de capitaliste où plus précisément du bailleur de crédit qui supporte le risque ; il n'est pas non plus, en général, l'inventeur du bien ou du processus introduit. L'entrepreneur peut d'ailleurs accomplir plusieurs fonctions, mais seule l'innovation fait de lui un entrepreneur. La fonction d'invention et la fonction d'innovation sont séparées, avec la prééminence de cette dernière comme socle du dynamisme économique. Plus généralement, agir conformément à la routine, à des habitudes, selon le canon de l'expérience constitue une norme, un comportement rationnel. Entreprendre, c'est rompre avec tout cela, c'est être capable de remettre en cause le poids du passé, c'est finalement être irrationnel.

Enfin Schumpeter refuse la conception du Weber car, pour lui, l'entrepreneur n'a pas une vision religieuse du monde. Schumpeter présente une vision héroïque de l'entrepreneur, une personne motivé par le rêve, un individu leader dirigé par la volonté de se battre, de prouver qu'il est supérieur aux autres, il a des capacités intuitives. Dans capitalisme, socialisme et démocratie (1942), l'entrepreneur ne se limite plus à choisir dans les différentes possibilités d'inventions celles qui peut lui assurer le meilleur profit mais bien à tenter d'influencer lui-même sur la direction du progrès technique.

### **33. L'entrepreneur selon les travaux de Knight**

Les travaux de Knight (1921) ne proposent pas une description complète des caractéristiques générales de l'entrepreneur, comme le fait Schumpeter (1934). Chez Knight, l'entrepreneur naît de l'incertitude. Knight insiste sur une incertitude qui n'est pas mesurable

---

<sup>47</sup> BOUABDALLAH (K) et ZOUACHE (A), *Entrepreneuriat et développement économique*, In « cahiers du CREAD » n°73,2005.

par probabilité qui est la source de revenu de l'entrepreneur, le profit. Il doit donc postuler un risque mathématiquement irréductible par la loi des grands nombres (ainsi c'est impossible à prévoir et provisionner pour l'entrepreneur)<sup>48</sup>. Donc les profits découlent des imperfections de la connaissance.

Si tous les individus disposaient d'une information parfaite, les opportunités de profit seraient exploitées d'une façon instantanée de sorte que l'entrepreneuriat n'aurait aucune raison d'être. Car l'équilibre parfait est un ensemble de prix qui n'offre aucune opportunité de profit. Lorsque l'environnement est incertain, il est indispensable d'établir des prévisions, de contrôler la production et de prendre les décisions. Donc, c'est à l'entrepreneur d'exercer ces fonctions. Enfin, l'entrepreneur se différencie de manager car ce dernier il n'est pas responsable au sens où il doit assumer ses erreurs de jugement.

### **34. L'entrepreneur selon les travaux de Kirzner**

Kirzner (1973) justifie l'existence des opportunités de marché par une remise en cause radicale de l'hypothèse de transparence de l'information qui est au cœur du modèle classique de la concurrence parfaite<sup>49</sup>. En effet dans la réalité, les acteurs du marché sont loin d'être omniscients, autrement dit leur connaissance des conditions de marché n'est pas parfaite. C'est cette situation qui explique qu'à un moment donné il existe une multitude d'opportunités. Ces opportunités sont de deux types : il s'agit d'une part « des vendeurs qui risquent de vendre à des prix plus faibles que ce qu'ils auraient pu obtenir notamment en raison du fait qu'ils proposent des produits moins demandés par les consommateurs, alors que des produits mieux valorisés par le marché auraient pu être obtenus avec des ressources identiques ». Il s'agit d'autre part « des acheteurs qui risquent d'acheter à des prix plus élevés que nécessaire notamment parce que les produits achetés ont consommé des ressources plus coûteuses que d'autres ressources qui auraient permis d'obtenir les mêmes produits »<sup>50</sup>.

La reconnaissance de ces opportunités de marché constitue donc la raison d'être de celui que Kirzner appelle « l'entrepreneur pur ». Il décrit l'entrepreneur par une qualité psychologique particulière à savoir « l'alertness », que l'on pourrait traduire par la vigilance. La vigilance est cette compétence développée au plus haut point chez l'entrepreneur et qui, plus que les autres, lui permet de savoir où se trouve l'information pertinente pour découvrir des opportunités de marché, définies comme des différences entre prix de l'input et prix de l'output. En fait, l'entrepreneur se définit principalement comme celui qui sait identifier les occasions de profit : « C'est l'identification réussie des finalités et des moyens, plutôt que l'utilisation efficiente des ressources, qui conduit aux bonnes décisions concernant la qualité

---

<sup>48</sup> BOUABDALLAH (K) et ZOUACHE (A), *Entrepreneuriat et développement économique*, In « cahiers du CrREAD » n°73, 2005.

<sup>49</sup> BOUTILLIER Sophie, *L'entrepreneur*, Economica, Paris, 1995.

<sup>50</sup> KIRZNER (M.), *Concurrence et esprit d'entreprises*, Economica, Paris, 2005, p 41.

des produits. »<sup>51</sup>. Kirzner insiste également sur la différence entre l'entrepreneuriat et le management, car cette dernière cherche à rendre le processus de production aussi efficace en maximisant la quantité d'output produite par un niveau donné d'input, par contre l'entrepreneuriat se produit lorsque l'individu exploite les opportunités de profit non exploitées. Donc, le profit est la rémunération, de la vigilance de l'entrepreneur aux opportunités.

Ces quatre conceptions de l'entrepreneur ne s'opposent pas, elles proposent chacune une approche particulière qui souligne dans un cas du facteur culturel et institutionnel, et dans les autres celui du facteur personnel et psychologique.

#### **4. LA TYPOLOGIE DE L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE**

L'ouverture internationale est une composante clé de la mondialisation. Un territoire peut attirer des investisseurs étrangers, des entreprises et des compétences. Ces trois éléments cités auparavant seront détaillés le long de cette section.

##### **41. Attraction des investisseurs étrangers**

La présence des investissements directs à l'étranger (IDE) dans l'économie nationale c'est un révélateur de l'attractivité du territoire du pays d'accueil. Au cours de ces dernières années, les flux et les stocks d'investissements internationaux ont connu une progression sans précédent, les flux d'IDE sortants ont cru de 41 % en 1998, et ce mouvement se poursuit en 1999 soit 25%. Aujourd'hui dix pays reçoivent près de 70% des flux annuels mondiaux d'IDE<sup>52</sup>. Le vif intérêt que l'on porte aujourd'hui aux investissements directs étrangers (IDE) provient de ce qu'ils suscitent de nombreuses polémiques autour des conséquences dans les pays de la maison mère et des pays hôtes. Ces pays hôtes multiplient les politiques incitatives d'investissements. L'IDE n'est pas seulement une source complémentaire de capital à l'aide aux pays en développement qui se tarit, mais également le moyen de transfert de technologies nouvelles, d'actifs incorporels tels que des compétences en matière d'organisation et de gestion et de réseaux de commercialisation.

##### **42. Attraction des entreprises**

La décision d'implantation à l'étranger et la forme qu'elle prend, répond donc principalement à une logique microéconomique propre à chaque entreprise. De ce point de vue, un territoire peut se montrer attractif pour certaines et pas pour d'autres, au sein d'une même activité ou selon les types d'activités. Le choix de l'implantation sera en fonction de la

---

<sup>51</sup> KIRZNER (M.), *Concurrence et esprit d'entreprises*, Economica, Paris, 2005, p 139.

<sup>52</sup> VAN HUFFEL Christophe, *Investissements directs étrangers: problèmes et enjeux pour les pays de sud et de l'est de la méditerranée*, 2001.

combinaison des avantages de la firme et de la zone d'accueil. L'espace international se structure autour de différentes caractéristiques (taux de change, coûts salariaux, degré de protection, langue,...etc.), celui qui offre plus d'avantages attire plus d'entreprises internationales (les firmes multinationales) et de retenir les entreprises existantes locales.

### **43. Attraction des compétences**

Attraction des compétences est au cœur des préoccupations des entreprises. En quête d'un emploi, d'une formation, de liberté ou de toute autre chose dont elles sont privées dans leur pays. En effet, les enjeux liés aux attractions des compétences sont aujourd'hui considérables, pour les pays d'accueil ou les pays d'origine. En général, les chercheurs englobent dans la catégorie des personnes qualifiés, les personnes possédant une formation supérieur, les travailleurs qualifiés et compétents dans le domaine de la haute technologie. Attirer un « réservoir » de personnel scientifique et technique qualifiée nécessite un climat favorable <sup>53</sup>:

- Mettre en place un régime de visas favorisant la circulation des compétences ;
- Se conformer aux pratiques éthiques de recrutement et réglementer les sociétés de recrutement ;
- Canaliser l'assistance technique vers l'éducation et la formation.

Le phénomène de la mobilité internationale est un vecteur d'échange de connaissances et d'enrichissement des individus. Elle assure la compétitivité internationale des établissements d'enseignements et des laboratoires de recherche publics et privés (en 1999, 374600 chercheurs et ingénieurs œuvrant à des activités de R&D aux Etats unis, provenaient de pays du sud, qui représente 72 % des étrangers de cette catégorie et 18% du personnel R&D total opérant aux Etats unis.<sup>54</sup>). La part des produits considérés comme de haute technologie dans le commerce mondial est passée de 8 % en 1976 à 23 % en 2000, les exportations de produits liés aux technologies de l'information et de la communication connaissant la plus forte progression sur la période 1985-2000<sup>55</sup>.

L'avènement d'une économie de la connaissance s'est traduit par une croissance importante de la demande de personnels qualifiés, notamment de chercheurs et d'ingénieurs. Il a pu conduire à des pénuries de main-d'œuvre qualifiée dans plusieurs branches de haute technologie des pays industrialisés. De telles pénuries ont eu tendance à favoriser l'intégration internationale du marché du travail des personnels scientifiques et techniques. Face à

---

<sup>53</sup> DOS SANTOS Manon Domingues, Attraction des élites et exode des cerveaux : les enjeux économiques d'une concertation entre pays d'origine et pays d'accueil, In revue du centre d'analyse stratégique, n° 1, Juillet 2006.

<sup>54</sup> NEDELCOU Michel, La mobilité internationale des compétences : Situation récentes, approche nouvelles, L'Harmattan, Paris, 2004.

<sup>55</sup> CNUCED, 2002.

l'importance des enjeux, la mobilité internationale fait l'objet d'un intérêt croissant, voire d'une inquiétude de plus en plus forte sur l'ampleur du phénomène de «la fuite des cerveaux».

**Tableau 1.2 : Emigration et qualification en 2000**

	Taux d'immigration		Part des travailleurs qualifiés	
	Total	Qualifiés	résidents	Emigrants
<b>Afrique du nord et de l'est</b>	2,8	8,9	9,4	32,0
<b>Economie en transition</b>	2,7	4,8	17,1	30,3
<b>Union européenne</b>	4,8	8,1	18,6	32,5
<b>Afrique subsaharienne</b>	0,9	12,9	2,8	42,6
<b>Les pays moins développés</b>	1,0	13,2	2,3	34,0

Source: DOS SANTOS Manon Domingues, Attraction des élites et exode des cerveaux : les enjeux économiques d'une concertation entre pays d'origine et pays d'accueil, In revue du centre d'analyse stratégique, n° 1, Juillet 2006.

Ce tableau nous révèle que le taux d'émigration des travailleurs qualifiés est toujours beaucoup plus élevé que celui de la population totale, et ceci particulièrement pour les pays les moins développés. La mobilité internationale est devenue un élément important dans le processus d'accumulation du capital humain, processus qui permet d'améliorer le potentiel de recherche et d'innovation et d'assurer ainsi la compétitivité future des économies.

Pour conclure ce chapitre, nous pouvons dire que le concept de territoire et création d'entreprises sont difficile à cerner, et que la découverte du territoire dans les années quatre-vingt fut une révolution de la science économique. Les districts industriels, la troisième Italie, les systèmes productifs localisés (SPL) deviennent des figures omniprésentes dans la littérature économique occidentale et une nouvelle recomposition des territoires. Cela ne concerne pas seulement l'économie régionale, mais aussi l'économie internationale, l'économie du développement, et enfin la macroéconomie avec la notion de compétitivité. Le territoire, lui joue un rôle central et notamment dans les processus de construction des connaissances, de production des externalités positives et des ressources territoriales. L'attractivité des territoires est de plus en plus au cœur des politiques économiques de croissance, car la mobilité des capitaux et d'une partie des personnes qualifiées oblige à prendre en compte les déterminants de leur localisation. Elle est devenue au cours de ces dernières années, une question cruciale en matière de politique économique. On peut également prendre l'attractivité d'un territoire comme signe de sa compétitivité. Quant à la

création d'entreprises, cette dernière joue un rôle prépondérant dans le développement économique.

Les rapports entre entreprises et territoires peuvent être vus à partir de deux angles d'observation : celui des territoires, dont les décideurs tentent d'attirer et de maintenir les firmes par une politique de construction de ressources les plus performantes possibles., celui des firmes, qui tendent à mettre en concurrence à un niveau global les territoires, en fonction de leur capacité à apporter la compétitivité qu'elles cherchent, grâce à ses stratégies de localisation, nomadisme ou bien d'ancrage territoriale.

## **CHAPITRE II**

### **LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE DES FIRMES MULTINATIONALES AGROALIMENTAIRES**

Le phénomène de la multinationalisation n'est pas un phénomène récent, par contre, les pionniers de l'internationalisation ont été réalisés dans l'approvisionnement des matières premières au XIX<sup>ème</sup> siècle et le développement des firmes pétrolières, minières et agricoles en XX<sup>ème</sup> siècle. On assiste aujourd'hui à une généralisation des multinationales classiques (investissements directs à l'étranger) et à l'émergence de la globalisation des multinationales.

Dans la réalité, les choix de localisation des entreprises dépendent certainement des facteurs aussi diverses que la présence d'infrastructures, la qualité et le coût de la main d'œuvre locale, la proximité des débouchés et la taille du marché, la stabilité politique et macroéconomique, le régime fiscal, la qualité de vie et de l'environnement, les TIC, et les services,... etc.

Les facteurs d'attractivité d'un territoire sont toujours difficiles à identifier, puisqu'ils sont fortement liés du niveau de concurrence entre les différents territoires, qu'ils s'inscrivent dans des cycles de plus en plus courts et qu'ils sont extrêmement diversifiés dans leur contribution. La compétition interterritoriale implique que l'attractivité d'un espace géographique ne peut être conçue sans prendre en compte les finalités des implantations à l'étranger des entreprises.

Ce deuxième chapitre sera consacré à l'étude des facteurs d'attractivité, puis les firmes multinationales agroalimentaires, et enfin leurs poids dans l'économie mondiale.

#### **1. LA TYPOLOGIE DES FACTEURS D'ATTRACTIVITE**

Dans ce premier volet traitant les facteurs d'attractivité, nous nous donnerons un aperçu sur une série des facteurs d'attractivité. Nous estimerons leur influence sur l'attractivité d'un territoire et sur la décision d'implantation des entreprises.

##### **11. Les facteurs infrastructurels**

Les facteurs infrastructurels constituent un reflet du degré de développement d'un pays. Ils représentent un puissant vecteur de croissance économique et d'attractivité. Généralement,

parmi les facteurs infrastructurels, nous distingueront deux groupes, ils sont liés directement aux activités industrielles : l'infrastructure technique et l'infrastructure socioéconomique<sup>1</sup>.

### **111. Les infrastructures techniques**

Les infrastructures techniques c'est un ensemble d'éléments constituant l'infrastructure de base, l'infrastructure énergétique ainsi que la télécommunication, qui sont indispensables et liés à toutes les activités industrielles.

#### **✓ L'infrastructure de base**

L'infrastructure de base constitue l'armature du territoire. Elle est composée de tous les types de communication qui existe dans une agglomération ; appelées souvent les réseaux de transport (les réseaux routiers, ferroviaires, aériens, maritimes et fluviaux) nécessaires à tous les déplacements et le transport de personnes et de marchandises. Parfois, de nombreuses entreprises internalisent leurs propres bretelles et tronçons routiers et ferroviaires. La décision d'implantation des établissements industriels est focalisée sur les axes de communication où la desserte par les divers moyens de transport, ainsi la présence les moyens de transport collectifs (bus, trains, tramways, transport lourd...etc.) qui permet le transport des matières premières, des marchandises et l'accès facile à l'usine pour les travailleurs.

#### **✓ L'infrastructure énergétique**

L'énergie c'est le moteur à toute industrie, elle présente comme un facteur indispensable pour son fonctionnement et son développement. C'est ainsi que la présence des réseaux électriques et des canalisations de gaz naturel qui sont acheminées à toutes les agglomérations permet l'omniprésence des diverses énergies (électricité, gaz naturel, et pétrole), et en même temps elles constituent une attraction aux industries.

#### **✓ L'infrastructure de télécommunication**

L'infrastructure de télécommunication (téléfaxe, téléphone, et téléinformatique) sont exigées pour les industries pour leur organisation et leur gestion.

### **112. Les infrastructures socio-économiques**

La présence de l'infrastructure sociale et économique constitue l'élément indicateur du niveau et de la qualité de vie des populations. Indispensable, d'abord pour toute la force de travail, ensuite pour les entreprises. Elle exerce une grande influence sur les entreprises industrielles car elle permet d'éviter des investissements supplémentaires et improductifs, des dés économies d'échelles et des charges supplémentaires et improductives. Ce groupe

---

<sup>1</sup> BLATTAF Matouk, Localisation industrielle et aménagement des territoires: aspects théoriques et pratiques, OPU, 2009.

d'infrastructures est composé de quelques rubriques <sup>2</sup>jugées les plus importantes dont nous limiterons à leur énumération :

- Education et formation : elles concernent l'encadrement et les infrastructures scolaires, universitaires, centre de formation et d'apprentissage.
- Urbanisme et habitat : ils englobent le parc de logement, les zones industrielles et d'activités, de dépôts se trouvant dans le tissu urbain.
- Santé et protection sociale : elles regroupent l'infrastructure hospitalière, les équipements médicaux, et paramédicaux, l'hygiène publique et la protection de l'environnement, la protection et l'infrastructure sociale.
- Activité de transport : elle concerne notamment le parc automobiles des transports routiers et ferroviaires, portuaires et aéroportuaires des voyageurs et de marchandises.
- Activité de sport et de culture : elles sont constituées par des infrastructures sportives (stades, salles et aires de jeu) et culturelles (cinéma, musées, théâtres, bibliothèque, maison de jeune, et centres culturelles).
- Activité de commerce, de service et d'administration : cette rubrique englobe les services d'administration, d'assurances, de banques, les infrastructures et les activités liées de commerce, les aires commerciales, stations et dépôts de carburants, infrastructures de stockage et prestation de service, infrastructures touristiques qui sont liées aux loisirs, restauration, hôtelleries,...etc.

La concentration, le manque ou l'insuffisance de ces facteurs infrastructurels entraînera des conséquences sociales, spatiales et économiques : congestion urbaine, inefficacité des entreprises, absentéisme, investissements supplémentaires non productifs, prolifération de bidonvilles, mouvement des populations alterné ou définitif, occupation illicite et irrationnelle des terres agricoles.

## **12. Les milieux d'accueil et les facteurs d'agglomération et d'accompagnement**

La localisation des industries convoitent les différents milieux : industriel, urbain, scientifique et aménagé. Les entreprises visent à s'implanter dans un milieu favorable à son fonctionnement et leur développement. Donc, c'est un milieu qui possède des habitudes industrielles et qui dispose d'un tertiaire industriel et commercial, et des services disponibles qui leur offriront certaines économies et des avantages.

---

<sup>2</sup> BLATTAF Matouk, Localisation industrielle et aménagement des territoires: aspects théoriques et pratiques, OPU, 2009.

## **1. Les milieux industriels**

La concentration des milieux industriels a suscité des solidarités industrielles telles que la solidarité technique entre branches industrielles et solidarité entre industries et travailleurs. Elles peuvent être également d'ordre économique, sociologique et psychologique, constituant alors ce qu'on appelle milieu industriel. En effet, le nombre d'avantages peut être tiré de cette concentration, comme les économies externes. La création des solidarités industrielles est beaucoup plus grande dans les pays développés où le taux d'industrialisation est très significatif et favorable du dynamisme industriel.

## **2. Les milieux urbains**

Lorsque les entreprises atteignent un niveau considérable de développement industriel, dans ce cas, elles ne pourront pas s'éloigner de la ville. En cet effet, multiple facteurs disponibles et indispensables pour son développement. Les milieux urbains se constituent des grandes métropoles commerciales, la présence et l'organisation des marchés, de travail, de capitaux, de matières premiers, de biens et services et de consommation<sup>3</sup>.

### **• Les grandes métropoles commerciales**

Actuellement, une lecture abondante sur le rôle de la ville dans le développement de la l'industrie d'où les unités de production vont toujours être interdépendante et parfois subordonnées aux unités de reproduction urbaines. Cet avis rejoint celui de théoricien J.Remy « la ville comme un centre de production de connaissances, est le milieu nécessaire au développement de l'industrie moderne. En effet, de nombreuses agglomérations de type urbaine industrielle entretiennent leur propre développement, non seulement en terme de fonctionnement et de facteurs, mais également en tant que noyau d'échange d'informations et de possibilité de création, base réelle de l'industrie d'aujourd'hui.»<sup>4</sup>.

Certaines grandes villes s'avèrent très favorables à un développement continu des activités industrielles, en raison de l'importance des échanges qui s'y effectuent, surtout quand elles constituent en même temps des villes portuaires. Cela explique sans doute l'épanouissement perpétuel des grandes métropoles commerciales et financières : Amsterdam, Hong Kong, Francfort,...etc. Dans une autre perspective où s'imbrique développement et urbanisation, le processus d'urbanisation peut être considéré comme la dynamique et le moteur de la croissance. À cet égard il est souligné, à juste titre que : « les grandes agglomérations urbaines, par l'accumulation d'économie externes, technologiques et

---

<sup>3</sup> BLATTAF Matouk, Localisation industrielle et aménagement des territoires: aspects théoriques et pratiques, OPU, 2009.

<sup>4</sup> REMY. J, Utilisation de l'espace, innovation technologique et structure sociale, In Espaces&sociétés, Paris, 1971.

financières qu'elles offrent aux entreprises, sont des lieux d'implantations privilégiés d'unités motrices. »<sup>5</sup>

- **La présence et l'organisation des marchés**

L'existence, l'organisation et le fonctionnement des marchés deviennent de plus en plus important pour les entreprises. Celles-ci s'intéressent d'ailleurs beaucoup aux marchés de travail, de capitaux, de matières premières, de consommation des biens et des services.

### **3. Les milieux scientifiques et les équipements tertiaires -industriels**

La production de l'innovation dans le développement industriel est le fruit de la science et de la technique. Surtout, pour les industries de pointe et moderne, les milieux scientifiques représentent un facteur important dans leur localisation. Appelés parfois pôles de croissances tertiaires, les milieux scientifiques sont dotés d'une activité motrice constituée d'un tertiaire de haut niveau, focalisé essentiellement sur la recherche scientifique avec concentration prestigieuse et exceptionnelle de laboratoires et d'établissement de recherche scientifique et d'enseignement universitaire, et de haut technique (exemple le plus frappant est la route 128 de Boston).

Ce qui concerne, les équipements tertiaires à usage industriels peuvent se résumer en trois facteurs d'attraction importants<sup>6</sup>:

- Les sites de centre-ville sont recherchés par les cabinets d'ingénieurs, les centres d'études techniques, les cabinets de renseignement, de conseil, de consulting, les bureaux de expertise (en fiscal, financier, comptable,...etc.), et les bureaux de contentieux dont la fonction principale est de renseigner les entreprises avant les livraisons des marchandises sur la solvabilité des acteurs.
- Les sites périphériques qui sont souvent soit liés à une zone industrielle et/ ou d'activité, soit à un campus universitaire. Il existe ainsi des périmètres périphériques destinés à rassembler les services importants d'une compagnie pratiquant la construction, la recherche et le conseil en informatique.
- Les organismes de tertiaires – industriels qui ne conseillent pas directement la production industrielle. En effet, des laboratoires de calcul, de mesure et de contrôle peuvent s'installer en situation de proximité avec une ville universitaire ou un centre de construction qui induira d'autres centres de recherche et d'industrie.

Pour les industries de haut technologie qui accordent un intérêt aux comforts de leurs personnels, convoitent des milieux touristiques aux conditions naturelles très favorables sont

---

<sup>5</sup> LAJUGIE, DELFAUD et DELACOUR, Espace régionale et aménagement du territoire, Précis Dalloz, Paris, 1979, p157.

<sup>6</sup> BLATTAF Matouk, Localisation industrielle et aménagement des territoires: aspects théoriques et pratiques, OPU, 2009.

fortement recherchés : climat ensoleillé, paysages agréables, récréation et contact avec la nature.

### **13. La qualité des ressources humaines**

Les industriels sont sensibles à la structure de la main-d'œuvre locale et plus particulièrement à la présence des catégories extrêmes ( la main d'œuvre qualifiée et hautement qualifiée pour les industries de pointe), de techniciens aux différents niveaux de formation, d'institution pour l'éducation supérieure et universitaire, niveau de formation et de qualification de la population, qui prennent une importance sans cesse croissante pour le niveau d'attraction qu'exerce le territoire, en permettant à celle-ci de démontrer une capacité d'évolution par rapport aux secteurs de production. À l'opposée, la forte présence d'ouvriers non qualifiés a un effet nettement répulsif<sup>7</sup>. Le niveau d'instruction est un indicateur des compétences d'un individu dans ses activités quotidiennes et en situation professionnelle. Il occupe une place importante dans l'attractivité du territoire. Car c'est une source de main-d'œuvre qualifiée et immédiatement disponible. Un faible niveau d'instruction a tout d'abord des répercussions sur l'individu qui rencontrera plus de difficultés pour accéder au marché du travail, et rend le territoire vulnérable.

### **14. La stabilité politique et macroéconomique**

L'environnement économique, technique, politique et financier regroupe des éléments qui peuvent attirer ou répudier les investisseurs. Ce facteur renvoie à un ensemble d'éléments tel que : toute décision politique et économique (encadrement du crédit, politique fiscale, budgétaire, structurelle, monétaire, législation du travail, attitudes des partis politiques et les syndicats, la déclaration de guerre), et la qualité de l'environnement industriel, stabilité politique, flexibilité de système bancaire, l'existence d'un environnement de recherche et développement,...etc. Il peut avoir des effets positifs ou négatifs sur l'attractivité du territoire. Aussi, la nature du régime politique, sa stabilité et le développement économique, qui pousse les firmes multinationales à s'implanter ses unités.

Il convient de souligner que les politiques économiques visant à promouvoir l'attractivité des territoires reposent en premier lieu sur la mise en disposition l'infrastructure publique, susceptible de favoriser le développement d'investissements privés. Le décideur public ambitionne de créer les conditions permettant d'accroître la productivité des facteurs de production privés. L'attractivité des territoires dépend alors de la construction d'un effet externe susceptible de se créer en matière de localisation des firmes<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Conseils économiques et sociaux régionaux de l'Atlantique, Avis interrégional sur la prospective des facteurs d'attractivité des régions atlantiques, 2001.

<sup>8</sup> MARTY Frédéric, Politiques publiques d'attractivité des territoires et règles européennes de concurrence : le cas des aides versées par les aéroports aux compagnies aériennes ,2004.

## **15. Le régime fiscal**

Les systèmes fiscaux des Etats sont mis en concurrence et soulèvent la question de l'attractivité du territoire. L'enjeu de toute politique fiscale est alors double, comment faire pour attirer et éviter les fuites des investisseurs. L'effet de la fiscalité sur l'attractivité du territoire doit être relativisé, car l'impôt sur les sociétés est généralement considéré comme ayant un impact puissant sur les décisions de localisation des firmes, et la convergence des taux nominaux d'impôts sur les sociétés des pays témoignerait de la pression de la concurrence fiscale.

## **16. Le coût de la main d'œuvre**

Le coût du travail contribue sur l'allocation spatiale des activités en raison de ses variations dans l'espace. Les entreprises sont incitées à se localiser là où la rémunération du travail est la plus faible<sup>9</sup>. Pour certaines entreprises, notamment de grande taille, il est devenu nécessaire de s'implanter dans des zones de recrutement de main d'œuvre. Lorsqu'on fait intervenir la géographie salariale mondiale, de nombreuses industries ont tendance à localiser unités, filiales, dans des pays où il existe de main d'œuvre moins chère et qualifiée. Le coût salarial n'apparaît plus comme une variable décisive dans la localisation. Son poids dans le processus de localisation est devenu moins significatif dans la mesure où les différences de salaire entre les régions tendent à refléter les différences de productivité (Clark, 1987)<sup>10</sup>.

Le coût du travail se décompose en plusieurs éléments dont la part varie selon les pays. Les deux principaux sont les rémunérations perçues par le salarié (salaires bruts, primes, commissions, avantages en nature), les charges et les cotisations sociales assises sur cette rémunération et dues par l'employeur, et les différentes taxes (apprentissage, formation professionnelle, contributions pour le logement et la construction). On peut identifier, en complément, un ensemble d'éléments librement choisis par l'employeur comme éléments d'une politique d'incitation salariale en sus du salaire proprement dit : versements d'indemnités complémentaires non obligatoires diverses (famille, compléments maladie ou chômage, indemnités retraite), pour attirer et fidéliser la main-d'œuvre, primes selon les résultats, et distribution des bénéfices pour stimuler les salariés.

Les coûts associés à la main-d'œuvre ne se limitent pas aux différences de coûts salariaux unitaires. Les réglementations du marché du travail (conditions de recours aux heures supplémentaires, règles d'embauche et de licenciement), et le niveau de revendication syndicale (les relations avec les syndicats et les conditions contractuelles avec la main d'œuvre) jouent aussi un rôle important dans l'attraction des industries. Les différences de coût sont d'abord liées à des différences de rémunération qui peuvent provenir de trois

---

<sup>9</sup> AUBERT Francis et GAIGNE Carl, Histoire de la dynamique territoriale de l'industrie. : le rôle de la demande de travail, in Cahiers d'économie et sociologie rurales, n° 76, 2005.

<sup>10</sup> Idem.

effets : d'une différence dans la composition de la main-d'œuvre, d'une différence de rémunération à qualification donnée, et éventuellement d'une différence de productivité du travail.

## **17. Les services**

L'existence d'un réseau de services composé des services d'administration, d'assurance, de banque, d'infrastructures touristiques, de restauration, de hôtellerie, des aires commerciales, infrastructures et de stockage...etc. Il représente un facteur important dans l'attraction des firmes multinationales car les firmes multinationales s'implantent à proximité de ce réseau de services.

## **18. La qualité de vie**

Pour attirer et retenir une main d'œuvre qualifiée, l'entreprise mise sur le facteur relatif à la qualité de vie, dans son choix d'un site d'implantation. La qualité de vie est relative à la qualité de l'environnement urbaine et naturel, l'accès aux services collectifs et individuels, le volume de l'emploi et des services disponibles, l'équilibre du territoire, la sécurité des biens et des personnes<sup>11</sup>. Elle renvoie aussi aux fortes d'atouts liés notamment à la vitalité de leur tissu associatif et mutualiste, le réseau d'éducation et les services de santé, à l'assistance aux personnes âgées et handicapés (hôpitaux et maison de propos, etc...), au dynamisme du développement des services aux personnes, l'accès à des loisirs culturels, aux différents milieux d'accueil et attraction touristique (restaurants, hôtels,) à la présence d'un cadre rural dynamique, la qualité et la beauté de paysage, à la diversité et la richesse de l'espace naturels, et la proximité du lieu de travail.

Donc, elle exerce une influence sur le recrutement de la main-d'œuvre. Elle procure une image de marque pour un territoire dans le choix d'implantation des entreprises. Mais, la qualité de la vie relève aussi d'une armature urbaine équilibrée capable de faire obstacle aux phénomènes d'excessive concentration et à la dynamique d'attraction des grandes métropoles urbaines. A ce propos, Alain Lapointe a cité « en raison de l'élasticité – revenu de la demande pour la qualité de vie, les salariés à revenu élevé sont attirés par des endroits où la qualité de vie est élevée, et les entreprises qui les embauchent ont tendance à les suivre »<sup>12</sup>. Dans ce cas, l'augmentation du revenu accroît la qualité de vie, par conséquent les entreprises sont attirées vers les zones où elle est élevée.

En fin de compte, la qualité de la vie, les contacts personnels et l'accès aux centres de recherche ce que l'on peut appeler les nouveaux facteurs entrant en compétition dans la scène

---

<sup>11</sup> Conseils économiques et sociaux régionaux de l'Atlantique, Avis interrégional sur la prospective des facteurs d'attractivité des régions atlantiques, 2001.

<sup>12</sup> LAPOINTE Alain, Compétitivité et attractivité des villes canadiennes, In document d'information de HEC de Montréal, juin 2004.

des facteurs d'attractivités, et qui ont une importance de plus en plus accrue dans les pays développés

## **19. La qualité de l'environnement**

L'environnement n'est pas une variable passive vis-à-vis de l'économie. Tout au contraire, la dégradation de la qualité de l'environnement, résultant notamment des activités économiques, dispose d'un ensemble d'effets en retour sur ces activités économiques. En l'espèce, bien sûr, il n'y a pas proportionnalité entre les contributions des différentes activités aux dommages écologiques et les effets en retour respectifs<sup>13</sup>. La multiplicité des problèmes environnementaux (désorganisation du sous-sol, pollutions de sols...), la diversité des effets en retour (coûts de santé publique, coûts d'accès à de nouvelles ressources, déficits de productivité,...etc.) influence négativement sur un territoire. C'est à la fois, la perspective de coûts économiques objectifs (coûts de dépollution à supporter, déficits de productivité) et l'image négative du territoire qui explique cet effet répressur sur les possibilités de localisation. Donc, la présence de bonne qualité d'environnement contribue positivement sur l'attractivité du territoire.

## **110. La taille du marché**

Plusieurs études identifient la taille du marché associé au revenu par habitant ainsi que, le taux de croissance économique comme étant des critères traditionnels les plus importants de l'attractivité des IDE<sup>14</sup>. Les entreprises s'adressant aux consommateurs vont être sensibles à l'importance de la demande finale. Pour cela, elles organisent souvent leur nouvelle implantation en fonction de la taille du marché. Il peut avoir une influence positive sur l'attractivité du territoire.

## **111. Les nouvelles technologies de l'information et de communication**

L'information, le levé des contraintes de sa circulation, les apports des nouvelles technologies de l'information, les possibilités de débit des autoroutes de l'information et les réseaux de télécommunication, augmenteront l'efficacité de toutes activités du pays et influenceront son attractivité.

En générale, un territoire ne possède pas l'ensemble de ses facteurs d'attractivité. L'existence de ces facteurs d'une manière inégale rend certains territoires plus attractifs que les autres, et renforce la concurrence entre les territoires.

Attirer qui ? Une question primordiale à répondre. Le phénomène de multinationalisation ou l'internationalisation règne la scène mondiale. L'attractivité de ses

---

<sup>13</sup> BEDJUELEL Fatah, Essai d'analyse des déterminants de localisation des entreprises dans la wilaya de Béjaia, mémoire de magister, Béjaia, 2007.

<sup>14</sup> AYACH Fethi, BERTHOMIEU Claude, Les déterminants des investissements directs étrangers européens et la gouvernance dans la région MEDA: une estimation par la méthode des moments généralisés, avril 2006.

firmes multinationales est l'une des préoccupations des pays, grâce à leurs poids dans le développement économique et le dynamisme territoriale des pays d'accueil. Elle sera détaillée dans le volet suivant.

## **2. LES FIRMES MULTINATIONALES AGROALIMENTAIRES**

Dans ce deuxième volet, il s'agit de présenter les firmes multinationales agroalimentaires qui monopolisent le marché mondial d'approvisionnement de matières premières et de produits finis. Elle influence sur le système alimentaire mondial. Cernant quelques concepts liés aux firmes multinationales agroalimentaires, ses stratégies et leur poids dans l'économie mondiale. La recherche des avantages concurrentiels, en particulier des nouveaux marchés potentiels à leurs produits est l'une de ses préoccupations après la saturation de ses parts de marché dans leur pays d'origine. L'attraction de ces firmes, nécessite un territoire doté des facteurs d'attractivité (traité au paravent) et présence des avantages. Puisque, les firmes multinationales (FMN) sont le vecteur essentiel des IDE. Il serait, cependant, essentiel avant d'entamer les points traitant le phénomène de multinationalisation, de définir quelques concepts clés :

➤ **Investissements Directs Etrangers (IDE)** : Giffen écrivait en 1953 : « l'activité la plus recherchée était d'investir à l'étranger ». Ainsi, les hommes d'affaires des premiers pays industrialisés : l'Angleterre, la France, l'Allemagne, les Etats-Unis, et le Japon, se sont intéressés très tôt à la création de zones à l'étranger. Ces cinq pays fournissent à eux seuls plus de 50 % des multinationales, selon les statistiques de 2001 publiées par l'ONU<sup>15</sup>. En théorie, les flux (ou les stocks) d'investissements directs à l'étranger (IDE) sont un bon outil pour mesurer la pénétration croisée des économies. En pratique, leur utilisation peut se révéler délicate. D'une part, l'évaluation des IDE est basée avant tout sur la dimension financière. Ils correspondent à une prise de participation supérieure à 10% <sup>16</sup>du capital et intègrent notamment les prêts à long terme entre une maison mère et ses filiales. La définition des IDE selon les différents organismes est la suivante :

➤ Il y a investissement direct (ID) lorsqu'une entité non-résident prend un intérêt durable dans une entreprise résidente. Cela implique, l'existence d'une relation de long terme entre l'investisseur direct et l'entreprise investie ainsi qu'un degré significatif d'influence (ou la capacité de l'exercer) de l'investisseur dans la gestion de l'entreprise investie (FMI)<sup>17</sup>.

➤ L'IDE est une activité par laquelle un investisseur résidant dans un pays obtient un intérêt durable et une influence significative dans la gestion d'une entité résidente dans un autre pays. Cette opération peut consister à créer une entreprise entièrement nouvelle

---

<sup>15</sup> ONU, Rapport sur l'investissement dans le monde : vers une nouvelle relation interentreprises, New York et Genève, 2001.

<sup>16</sup> MEIER Olivier, SCHIER Guillaume, Entreprises multinationales, Dunodo, Paris, 2005.

<sup>17</sup> [www.imf.org](http://www.imf.org)

(investissement de création) ou, plus généralement, à modifier le statut de propriété des entreprises existantes (par le biais de fusions et d'acquisitions).

➤ **Stocks, flux et revenus d'IDE** : à travers les flux entrants d'IDE, les pays hôtes se constituent des engagements vis-à-vis des investisseurs étrangers (stocks d'IDE entrants). Parallèlement, les flux sortants d'IDE se constituent des avoirs à l'étranger (stocks d'IDE sortants). Cependant, les variations des stocks d'IDE diffèrent des flux d'IDE en raison de l'effet des réévaluations (variations des prix) et, pour les stocks d'IDE sortants (variations des taux de change). Les flux d'IDE sont enregistrés au compte financier de la balance des paiements. Enfin, les revenus d'IDE sont constitués des revenus versés à l'investisseur direct par ses entreprises affiliées à l'étranger. Les revenus versés aux détenteurs étrangers des stocks d'IDE entrants sont enregistrés comme «débits». Tandis que, les revenus tirés des IDE sortants sont enregistrés comme «crédits» dans la balance des paiements courants.

➤ **IDE Green Field** : c'est une forme d'IDE qui consiste à créer des entreprises ex nihilo. Ce type d'IDE s'oppose aux autres formes d'IDE : rachats, partenariats,...etc.

➤ **Investissement de portefeuille** : c'est l'acquisition d'actifs dans une entreprise hors du territoire national en vue d'effectuer un placement rentable sans volonté de contrôle durable. Il a constitué dans les années quatre vingt le principal mode de financement international avant l'endettement bancaire et les IDE.

## **21. Concepts et définitions**

Dans ce volet, nous nous développerons quelques concepts clés aux firmes multinationales et au processus de multinationalisation, ainsi à l'industrie agro-alimentaire.

### **211. Les firmes multinationales**

Le pionnier qui a utilisé le terme « entreprise multinationale » est le chercheur français Maurice Bye en 1953, d'où l'utilisation de l'expression « les grandes unités internationales » (GUI), les GUI ont été défini comme « un ensemble intégré des organisations de production contrôlées en divers territoires par un centre de décision »<sup>18</sup>. Le rapprochement de deux disciplines, l'économie industrielle et l'économie internationale a donné la naissance de la théorie des firmes multinationales (FMN). Le thème des multinationalisations a fait l'objet de recherche nombreuse durant les années 1960-1970, par les travaux de R.Vernon, Stephen Hymer et C.Kindleberger, et Williamson selon les approches théoriques suivantes :

#### **1. La recherche des avantages spécifiques**

Hymer (1960) considère que l'existence d'avantages spécifiques est une condition essentielle à l'internationalisation des entreprises. Le concept avantage spécifique recouvre des éléments intangibles (immatérielles) issu de la taille et les positions acquises de

---

<sup>18</sup> MEIER Olivier, SCHIER Guillaume, Entreprises multinationales, Dunodo, Paris, 2005.

l'entreprise (image de marque, capacité d'innovation, capacité de financement, maîtrise technologique, qualification du personnel, expérience managerielle,... etc.)<sup>19</sup>. La possession d'avantages spécifiques et transférables entraîne l'augmentation des bénéfices à long terme et surpasse les coûts exigés. Dans le cadre de sa thèse de doctorat, Stephen Hymer a expliqué deux points principaux concernant le désir d'un investisseur possédant d'une entreprise à l'étranger : la sécurisation de l'investissement réalisé et la minimisation du risque de compétition avec les firmes ou filiales étrangères. C.Kindleberger (1969) élargit la réflexion, en distinguant la condition nécessaire d'un investissement direct à l'étranger (motivation), et sa condition suffisante (avantage spécifique).

## **2. L'optimisation du cycle de vie des produits**

La théorie du cycle de vie des produits a été formulée par Vernon (1969), pour expliquer le commerce international et les investissements directs à l'étranger. Selon lui une firme innovatrice se délocalise, lorsque son produit se banalise. Cette théorie se base sur l'avantage comparatif technologique. Selon cette théorie, chaque pays se spécialise dans les secteurs où il possède des compétences technologiques (c'est un avantage comparatif non absolu.)<sup>20</sup>. Il distingue ainsi quatre phases dans la diffusion d'un produit (la phase d'émergence, la phase de croissance, la phase de maturité et la phase de déclin). L'existence de ce cycle s'applique à de nombreuses entreprises, selon leur position dans le cycle est liée aux performances économiques en terme de productivité et taux de croissance.

## **3. La théorie des coûts de transaction**

L'une des principales avancées théoriques récentes sur l'entreprise multinationale, grâce aux travaux des auteurs tels que : Buckley et Casson (1976), Teece (1986), et Hennart (1982 et 1986) fondés sur l'existence de coût de transaction (elle comprend les coûts de recherche et sélection de partenaire, le suivi de négociation, la gestion des contrats, et la conclusion de l'accord) qu'une firme multinationale (FMN) essaye de minimiser<sup>21</sup>. Une firme doit des lors effectuer un arbitrage entre deux pôles dénommés « marché » et « hiérarchie ». En comparant entre les coûts spécifiques pour chaque mode de transaction qui va alors déterminer s'il vaut mieux intégrer (hiérarchie) ou recourir au marché (relation contractuelle). La notion de réduction des coûts était généralement attribuée à Coase (1937), Williamson (1975) a élargie pour l'appliquer à l'entreprise multinationale. La théorie des coûts de transaction montre qu'un entrepreneur a le choix entre plusieurs formes d'organisation pour mener à bien son projet. En internalisant leurs activités internationales, pour éviter les coûts inhérents aux échanges sur marché (utilisation des filiales plutôt que l'exportation pour approvisionner les

---

<sup>19</sup> MUCCIPELLI (M), Multinationales et mondialisation, Edition du seuil, 1998.

<sup>20</sup> MEIER Olivier, SCHIER Guillaume, Entreprises multinationales, Dunodo, Paris, 2005.

<sup>21</sup> TORRES BLAY Olivier, Economie d'entreprise : organisation, stratégie et territoire à l'aube de la nouvelle économie, Economica, Paris, 2004.

marchés, elle réduit les coûts au niveau des droits de douane et de taux de change)<sup>22</sup>. L'efficacité globale de ce genre d'organisation ne peut être obtenu qu'au prix d'investissement lourds en procédé de gestion, et de contrôle de communication. L'internalisation est remise en cause de manière indirecte. Du fait que, ses avantages sont fonctionnés dans une situation de concurrence imparfaite.

#### **4. Le paradigme OLI de Dunning**

Le courant développé par Dunning (1977), il met l'accent sur les avantages provenant de la propriété, de la localisation à l'étranger et de l'internalisation. Il propose une approche de la multinationalisation, focalisée sur trois conditions nécessaires à la réalisation de l'internationalisation de la firme : « avantage spécifique, localisation, internalisation ». Il faut la présence des trois types d'avantages suivants<sup>23</sup> :

**1) L'avantage spécifique (O) :** les avantages spécifiques (Ownership advantage) prennent la forme d'actifs mobiles, intangibles tel que : les compétences en commercialisation et le savoir – faire technique, la différenciation des produits, l'image de marque, les droits de propriété (les brevets, les formules et les marques commerciales) et la technologie. Plus l'entreprise possède un avantage compétitif dans la production d'un bien (en particulier par rapport aux entreprises du marché de destination), plus elle va investir et le produire à l'étranger.

**2) Les avantages de localisation (L) :** ce sont les avantages qui permettent de mesurer le caractère attractif d'un pays. Ils concernent la stabilité politique et économique, le transport, l'accessibilité à certaines ressources (main d'œuvre, matière première, infrastructure), la taille du marché et les barrières réglementaires et culturelles. Plus les dotations/avantages du pays d'accueil sont grands plus l'entreprise va y produire pour tirer des avantages de propriété.

**3) L'internalisation (I) :** c'est les caractéristiques propres à la forme d'accès au marché étranger. L'entreprise s'implante à l'étranger si l'internalisation est préférable à d'autres formes d'accès au marché étranger telles que l'exportation, la franchise, le rachat d'une entreprise locale ou un partenariat stratégique. D'où la possibilité de réduire des coûts si les firmes multinationales ont recours à internaliser ses activités étrangères. L'internalisation permet de réaliser des économies d'échelle et de l'effet de synergie. L'exploitation effective de ces actifs oblige souvent la firme à internaliser ses opérations internationales en établissant des filiales à l'étranger (intégration verticale) au lieu de céder des licences aux firmes locales car cela augmenterait relativement ses coûts de transaction. La FMN gardera tout de même la maîtrise de la pénétration du marché étranger par l'exportation même lorsqu'elle ne possède

---

<sup>22</sup>MEIER Olivier, SCHIER Guillaume, Entreprises multinationales, Dunodo, Paris, 2005.

<sup>23</sup> TORRES -BLAY Olivier, Economie d'entreprise : organisation, stratégie et territoire a l'aube de la nouvelle économie, Economica, Paris ,2004.

pas d'avantage à la localisation. Dans le cas extrême, la FMN effectuera une vente de licence auprès d'entreprises locales s'il n'y a pas non plus d'avantage à internaliser sa production à l'étranger. Cette approche est séduisante mais demeure insuffisante pour expliquer les motivations de l'IDE dans un monde de plus en plus régionalisé. De plus l'analyse reste fondamentalement microéconomique.

Ces différentes théories contribuent à l'explication et la clarification du phénomène multinationalisation des firmes qui semblent devoir se poursuivre au cours des prochaines décennies. Fondées principalement sur la concurrence imparfaite et la mobilité internationale des facteurs de production. Ces théories permettent de mieux cerner les logiques économiques et les motifs stratégiques propres à faciliter les décisions d'internationalisation des firmes.

De point de vue stratégique, la firme multinationale se définit comme une organisation possédant ou contrôlant des entreprises ou des actifs physiques et financiers dans au moins deux pays de l'économie mondiale et ayant opté pour une stratégie multidomestique fondée sur les différences socio-économiques des pays.

Selon le rapport de 2004 sur l'investissement direct à l'étranger dans le monde publié par l'ONU, le nombre des firmes multinationales s'élèvent en 2004 à 900000 filiales étrangères. Les cent (100) principales firmes multinationales représentaient 14 % du chiffre d'affaires des 900000 filiales étrangères, et elles contribuent à 35 % des exportations mondiales<sup>24</sup>. Elles jouent un rôle déterminant dans l'affectation géographique du capital productif, à travers leurs décisions de localisation. Elles jouent un rôle déterminant dans la mondialisation<sup>25</sup>.

## **212. L'industrie agroalimentaire**

L'industrie agroalimentaire (IAA) regroupe les activités de transformation des matières premières issues de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche à des fins de production de biens alimentaires. Cette industrie dérive d'un artisanat très ancien qui remonte au néolithique et à l'invention de l'agriculture (fromages, semoules, bières)<sup>26</sup>. Sa longue histoire, son caractère très spécifique du fait des produits fabriqués et d'un lien toujours étroit avec la terre ou la mer, la nature des technologies utilisées (faible intensité capitaliste), font que l'IAA n'a pas subi au même rythme le puissant mouvement de concentration qui a touché les autres industries (automobile, aéronautique, matériel électrique, etc.). Cependant, comme tous les secteurs économiques, l'IAA subit de profondes mutations impulsées par les changements observés dans les comportements des consommateurs et par l'intensification de la concurrence avec l'ouverture croissante des marchés, et développement des innovations technologiques et biotechnologiques. On constate ainsi l'émergence d'un oligopole dont le

<sup>24</sup> MEIER Olivier et SCHIER Guillaume, *Entreprises multinationales*, Dunodo, Paris, 2005.

<sup>25</sup> Idem.

<sup>26</sup> AYADL Nassima, RASTOIN Jean-Louis et TOZANLL Selma, *Les opérations de restructuration des firmes multinationales agroalimentaires entre 1987 et 2003*, 2006.

Le poids économique et financier ne cesse de se renforcer dans le contexte de la globalisation des marchés. La filière agroalimentaire possède de nombreux atouts, s'appuyant en amont sur une agriculture productive et, en aval, sur une distribution puissante, elle est largement présente sur la scène internationale. Organisée autour de plusieurs grands groupes internationaux leaders mondiaux de leur spécialité (Danone, Lactalis, Bongrain, Pernod-Ricard et Terrena...etc.). Elle représente encore aujourd'hui la première des branches de l'industrie manufacturière, avec environ 15 % de la valeur ajoutée de ce secteur économique au niveau mondial<sup>27</sup>. À partir de la base de données Agrodata, si l'on ne retient que les entreprises de plus de 10 salariés, on peut estimer la population d'entreprises agroalimentaires à plus de 250 mille au niveau mondial, pour un chiffre d'affaires de 2700 milliards d'euros et près de 23 millions d'employés en 2002.

**Tableau 2.1 : Industrie agroalimentaire mondiale en 2002**

	<b>Production en milliards d'euros</b>	<b>Production en pourcentage</b>	<b>Effectif en milliers</b>
<b>Union européenne</b>	640	24%	2800
<b>Etat-Unis</b>	560	21%	1600
<b>Japon</b>	270	10%	1200
<b>France</b>	117	4%	415
<b>Allemagne</b>	110	4%	590
<b>Royaume Uni</b>	100	4%	500
<b>Italie</b>	94	3%	270
<b>Chine</b>	96	4%	5000
<b>Brésil</b>	50	2%	800
<b>Canada</b>	41	2%	200
<b>Australie</b>	37	1%	160
<b>Monde</b>	<b>2700</b>	<b>100%</b>	<b>22900</b>

Source : D'après les données de CIAA (Confédération des Industries Agroalimentaires), 2003.

Selon ce tableau, nous constatons qu'il y'a trois pays se disputent le leadership mondial depuis plusieurs décennies : l'Union européenne, les Etats-Unis, et le Japon. Grâce au développement remarquable de leur agriculture.

<sup>27</sup> MIHAI Nicolae, Méthodes d'organisation de la production industrielle, OPU, Alger, 1984.

**Tableau 2.2 : Grandes entreprises d'IAA dans le monde en 2003-2004**

Nom	Vente en billion d'euros	Nombre d'emploi en milliers	Principale production
Nestlé	54.5	253	Multi- produits
Kraft foods INC	27.7	109	Dairy, Snacks
Archer daniels	27.5	26	Produit de la filière
Midland	N.A*	N.A	Céréalière
Unilever	26.2	234	Multi- produits
Pepsico	24.1	61	Boissons
Cargrill	N.A	98	Multi- produits
Tyson foods	21.8	N.A	Viande
Coca Cola	17.9	38	Boissons
ConAgra Foods	17.7	63	Multi- produits
Anheuser Busch	14.6	23	Boissons

Source : D'après les données de CIAA (Confédération des Industries Agroalimentaires), 2005.

N.A\*: données manquantes.

Les données de ce tableau nous révèlent la dominance de leader agroalimentaire le groupe Nestlé en réalisant un chiffre d'affaires 54,5 billions d'euros en créant 253 000 emploi dans les différentes filières implantées dans le monde.

### **213. Les firmes multinationales agroalimentaires**

Dans le temps, presque toutes les entreprises multinationales était spécialisées dans un seul produit, mais actuellement beaucoup d'elles se diversifiaient ses gammes de produit .On entent par des firmes multinationales agroalimentaires (FMNAA), une entreprise qui réalisent plus de 50 % de leurs chiffre d'affaires hors taxes dans la transformation et/ou le conditionnement et la commercialisable des produits alimentaires<sup>28</sup>. Une autre définition a été formulé par l'Agrodata ( une base de donnée de l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier spécialisé dans les questions agricoles et agroalimentaires), nous qualifions les FMN par les FMNAA, si elles possèdent au moins une filiale de production agroalimentaire à l'étranger, réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 1 milliards de dollar à partir d'activités

<sup>28</sup> MEIER Olivier et SCHIER Guillaume, Entreprises multinationales, Dunodo, Paris, 2005.

agroalimentaires, et enfin, elles effectuent plus de la moitié de ses ventes totales dans les branches d'alimentation et boisson de la CITT<sup>29</sup>.

#### **214. Les stratégies des firmes multinationales agroalimentaires**

Les principales stratégies adoptées par les FMNAA sont dites «verticales », «horizontales » ou de «partenariat ». Les deux premières nécessitent une faible intégration entre la maison mère et ses filiales. La troisième stratégie où l'intégration est plus complexe, est aussi appelée stratégie « globale ». Ces stratégies ont fait l'objet de plusieurs études aussi bien théoriques [Porter Michael (1986), Brainard (1993) et Markusen (1995)] que pratique [Mucchielli (1992)]. La comparaison des différentes stratégies permet, comme l'a bien démontré [Mucchielli (1998)] à partir de son analyse synthétique, de prendre en compte l'arbitrage entre les avantages compétitifs et les avantages comparatifs pour le choix de localisation optimale.

##### **1) La stratégie « horizontale » ou « multi- domestique »**

Dans le cas d'une stratégie multidomestique, chaque filiale dispersée à travers le monde est autonome dans sa production et leur relation avec la société mère se limite seulement à la propriété et au transfert de la technologie et de capitaux dans le pays d'accueil<sup>30</sup>. L'option de la proximité des consommateurs à pousser les firmes d'adopter la stratégie «horizontale », celle qui consiste à produire pour le marché d'implantation en créant des « filiales-relais » dans plusieurs pays en vue de servir les demandes locales.

##### **2) La stratégie «verticale » ou la «délocalisation»**

La stratégie verticale des FMNAA traduit l'implantation (filiales- ateliers) spécialisée dans un segment particulier de processus allant de la production à la distribution<sup>31</sup>. Le but de cette stratégie est de minimiser les coûts de production. La production est destinée à l'exportation et non pas au marché d'implantation ou encore pour accéder à de nouveaux marchés. Le but de la firme est l'amélioration sans cesse de la position compétitive de l'entreprise dans le secteur d'activité qui lui est propre par rapport aux entreprises concurrentes, tant dans le pays d'origine qu'à l'étranger.

##### **3) La stratégie de partenariat**

L'internalisation constitue un moyen de réduction des coûts de transaction très appréciable, (réduction de l'incertitude et diminution des risques de comportements stratégiques). Face à la concurrence internationale acharnée, cette dernière préfère sous- traité

---

<sup>29</sup> C.I.T.I : la classification internationale type, par industrie, une classification établie par l'ONU pour distinguer les différents produits de l'agroalimentaire.

<sup>30</sup> Ayachi Fethi, Stratégies des firmes multinationales : déterminants des IDE et intégration euro-méditerranéenne, 2005.

<sup>31</sup> VAN HUFFEL Christophe, Investissements directs étrangers: problèmes et enjeux pour les pays de sud et de l'est de la méditerranée, 2001.

(faire - faire) l'essentiel de sa production avec des firmes compétentes en la matière.<sup>32</sup> La montée en puissance des très grandes firmes agroalimentaires se fait à travers de nombreuses opérations de restructurations (acquisitions, fusions, cessions, et partenariats) qui ont largement remodelé le profil du secteur au plan mondial dans les dernières années, tant au niveau des sociétés-mères qu'à celui de leurs implantations géographiques. Comme le montre le tableau (2.3), plus des cent FMNAA ont été largement recomposé dans les trente dernières années : des 100 firmes recensées en 1974, seules 29 entreprises demeurent en 2002, le reste ont été absorbées, démantelées ou ont disparu définitivement. Le nombre des opérations de restructuration réalisé par les cent firmes agroalimentaires multinationales est de 287 transactions en 2002 et 103 opérations pour les six premiers mois de 2003.

**Tableau 2.3 : Recomposition du leadership mondial dans l'agroalimentaire**

	<b>1974</b>	<b>1990</b>	<b>1996</b>	<b>2002</b>
<b>Groupe présents en 1974</b>		46	40	29
<b>Nouveaux groupes</b>	100	54	60	71
<b>Total</b>	100	100	100	100

Source : D'après la base de données d'Agrodata (1975-2003), CIHEAM/ENSA.M.MOISA, Montpellier.

### **3. LES DETERMINANTS DE LA DELOCALISATION DES FIRMES MULTINATIONALES AGROALIMENTAIRES**

La littérature économique sur les facteurs motivant les choix d'implantation à l'étranger et/ou de la délocalisation des firmes multinationales agroalimentaires est abondante. La localisation avantageuse sera celle qui permet à la firme de réaliser sa stratégie de globalisation et qui consiste à combiner à la fois plusieurs déterminants. Parmi les nombreux déterminants de délocalisation identifiés, nous avons retenu les suivants qui s'appliquent plus spécifiquement au secteur agroalimentaire<sup>33</sup> :

#### **1. Le niveau de revenu de la population de la région ciblée**

Les FMNAA réalisent leur investissement à l'étranger en priorité dans les pays à revenu élevé. En 2002, 62% (100 premières des FMNAA) de leurs filiales étrangères sont en effet localisées dans les pays riches, 33% dans les pays à revenu intermédiaire et un peu moins de 5% dans les pays à faible revenu. Cette répartition révèle l'importance du potentiel acheteur des clients pour les firmes.

<sup>32</sup> Ayachi Fethi , Stratégies des firmes multinationales : déterminants des IDE et Intégration Euro-Méditerranéenne, 2005.

<sup>33</sup> AYADL Nassima, RASTOIN Jean-Louis et TOZANLL Selma, Les opérations de restructuration des firmes multinationales agroalimentaires entre 1987 et 2003, 2006.

## **2. Le degré d'urbanisation**

Le rôle de l'agglomération urbaine en tant que facteur déterminant de la délocalisation des FMNAA. La taille du marché constitue un autre déterminant encourageant dans le secteur agroalimentaire. La recherche des marchés solvables va ainsi de couple avec la priorité accordée aux zones présentant des taux d'urbanisation importants et donc des concentrations suffisantes de population pour constituer un espace marchand attractif. Les pays présentant des taux d'urbanisation relativement faibles n'attirent que 10% des filiales à l'étranger (Agrodata). Ces pays sont situés dans une large majorité en Asie et en Afrique.

## **3. Intégration dans les accords régionaux**

La croissance potentielle de la demande est ainsi déterminée par le niveau d'ouverture du pays d'accueil, son degré d'intégration au commerce international exprimé par la signature d'accords régionaux d'investissement et de commerce et/ou son adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC). La multiplication des accords régionaux et la signature par un grand nombre de pays d'accords commerciaux visant la mise en place de zone de libre échange entraînant la suppression des droits de douane entre les signataires.

## **4. Avantages comparatifs des zones d'accueils**

Les localisations adoptées par les FMNAA sont sensées d'offrir des facteurs de production matériels et immatériels compétitifs. Aussi, ces localisations doivent-elles disposer d'actifs spécifiques, pour la distinguant des autres implantations géographiques potentielles. Outre la position géostratégique de la zone et son appartenance à une région élargie, elle doit se distinguer par la qualité supérieure de ses matières premières ou leur faible coût puis par le niveau des infrastructures, la qualification de la main-d'œuvre,...etc. Les firmes s'orientent simultanément vers des pays présentant des potentialités de croissance de la demande intéressants à moyen terme mais modestes à court terme. Ces pays doivent donc disposer à l'inverse de ressources locales rapidement attractives.

## **5. La tendance au rapprochement des modes de consommation**

Il est en effet indéniable que l'évolution de la consommation est actuellement marquée par une homogénéisation des modes de consommation alimentaire, et une exigence croissante d'information sur la qualité, et l'origine des produits. Cette tendance au rapprochement ne se fait pas d'une manière uniforme. Elle est accompagnée souvent d'éléments de différenciation et de revendication identitaires (religieuses, ethnique,...etc.).

## **6. Le développement de nouveaux relais de croissance**

La saturation des marchés dans lesquels l'entreprise évolue traditionnellement, la présence d'une forte concurrence dans le pays d'origine, la raréfaction des débouchés commerciaux constituent généralement des moteurs propices à la recherche de nouvelles

localisation des FMNAA, et l'accès à des marchés nouveaux ou plus étendus ou pour une raison de survie.

### **7. Une meilleure répartition des risques entre les pays**

Les FMNAA repartissent ses risques (conjoncturelles, catastrophiques naturelles, économiques, et politiques) entre les pays, si elles localisent dans plusieurs pays, pour tirer des avantages en matière de cycle de vie des produits (le produit est en phase de maturité dans le marché national mais en phase de croissance dans d'autres pays). La délocalisation ou/et la localisation est donc un moyen efficace pour mieux répartir les risques politique, économique et financiers.

### **8. L'amélioration de la compétitivité**

L'augmentation des ventes, la recherche de taille critique, le niveau élevé des dépenses en recherche et développement, l'exigence de l'innovation qui conduisent les FMNA à se délocaliser dans d'autres pays pour améliorer sa rentabilité grâce aux économies d'échelles (production en plus grande quantité), de développer ses compétences (techniques, commerciales, managériales, et organisationnelles) à travers notamment une collaboration étroite avec son partenaire étranger.

### **9. L'accès à des environnements réglementaires et institutionnels plus favorables**

L'accès à des environnements réglementaires et institutionnels plus favorables contribuent fortement à renforcer la décision de délocalisation, on peut à titre d'illustration citer comme facteur favorable la législation du travail moins contraignante, des incitations fiscales et financières importantes, une politique protectionniste modéré (barrière tarifaire et non tarifaire).

L'ensemble de ces déterminants conduit les firmes multinationales agroalimentaires à se délocaliser pour choisir une autre localisation plus avantageuse que la localisation initiale.

## **4. LE POIDS DES FIRMES MULTINATIONALES AGROALIMENTAIRES DANS L'ECONOMIE MONDIALE**

Les firmes multinationales agroalimentaires représentent une part croissante de la production et de l'emploi mondial, et elles jouent un rôle essentiel en ce qui concerne la diffusion de la technologie et l'alimentation des produits alimentaires. En termes de chiffre d'affaires, en 2002 l'Amérique du nord demeure la première puissance avec 48 %, suivi par l'union européenne réalisant 28 %, le Japon 14 % et le reste du monde 10 %. Les pays émergents ne sont encore présents que marginalement. Les cent FMNAA employaient 3,3 millions de salariés dans plus de 100 pays en 2002 et elles dégageaient près de 46 milliards

de dollars de résultats nets (selon le rapport d'Agrodata de 2002). Les FMN agroalimentaires s'implantent dans les pays où les régions qui consolident et renforcent leur compétitivité

**Tableau 2.4 : Origines des FMNA (en nombre de firmes)**

<b>Pays d'origine</b>	<b>1987</b>	<b>1988</b>	<b>1995</b>	<b>2002</b>
<b>Union européenne</b>	29	35	38	36
<b>Dont France</b>	4	8	7	5
<b>Pays - Bas</b>	2	4	6	8
<b>Royaume - uni</b>	21	19	16	10
<b>Etats - Unis</b>	50	31	29	32
<b>Japon</b>	4	17	21	20
<b>Autres pays</b>	12	17	12	12
<b>Total du monde</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

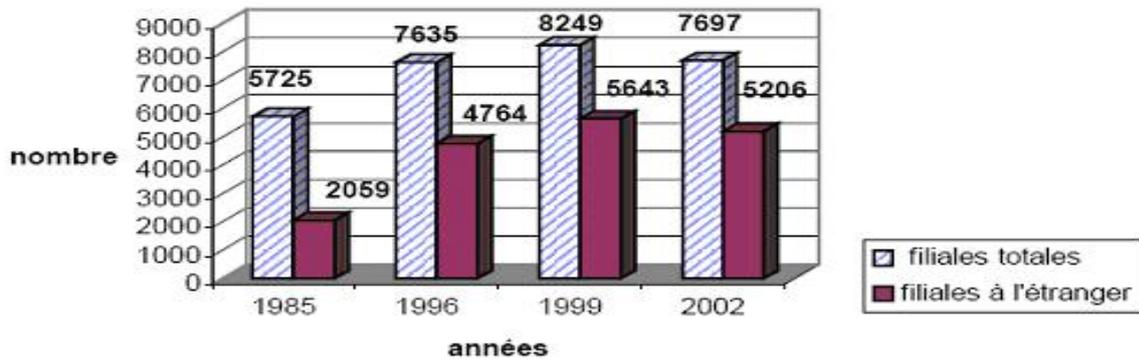
Source : D'après la base de données d'Agrodata (1980-2003).

Nous notons, que le poids des firmes est très inégal selon les pays. La Suisse n'est présente qu'à travers une seule firme, Nestlé, mais pour un chiffre d'affaires supérieur à 50 milliards de dollars, c'est-à-dire 7,1 % des cent FMNAA, alors que la France, avec 5 entreprises ne pèse que 4,2 %. Les Etats-Unis dominent largement avec 32 firmes et 44,5 % du chiffre d'affaires total.

Le nombre des filiales étrangères détenues par les 100 premières FMN agroalimentaires représentait 36% du total (toutes les filiales de d'autres secteurs) dès en 1985, 62% en 1996 puis se stabilise autour de 68% entre 1999 et 2002. Le nombre total de filiales des FMNAA est passé de 8 249 en 1999 à 7 697 en 2002, une légère baisse (-6,7 %)<sup>34</sup> qui correspond au fléchissement des IDE.

<sup>34</sup> AYADL Nassima, RASTOIN Jean-Louis et TOZANLL Selma, Les opérations de restructuration des firmes multinationales agroalimentaires entre 1987 et 2003, 2006.

**Figure 2.1 : Evolution du nombre de filiales entre 1985 à 2002**



Source : D'après la base de données d'Agrodata, 2003.

Enfin, en guise de conclusion de ce chapitre, Il y'a une concurrence aigue entre les territoires, la présence ou l'absence d'un facteur influence sur l'attractivité du territoire. Cela implique une politique attractive des acteurs locaux pour modifier l'image du territoire dans le but de combler ses faiblesses et renforcer ses atouts. Les firmes multinationales agroalimentaires ont totalement modifié l'économie mondiale et le système alimentaire, leur attraction entraîne une croissance pour les pays d'accueils. L'évolution spectaculaire les filiales sont à l'origine de nombreuses restructurations telles que les fusions acquisitions, les partenariats,....etc.

Aujourd'hui, les firmes multinationales agroalimentaires sont associées encore à des pays développés. Leurs stratégies témoignent de leur détermination à faire de la planète un seul et unique marché pour leurs produits. Ce qui permet à la firme de réaliser sa stratégie de globalisation et qui consiste à combiner à la fois un accès à des ressources locales à faible coût et une pénétration d'un marché dynamique. Produire à moindre coût et vendre à un plus grand nombre de consommateurs sont fondamentalement les objectifs que les firmes cherchent à atteindre par le biais de leurs investissements à l'étranger.

## CHAPITRE III

### INFLUENCE DES FACTEURS D'ATTRACTIVITE SUR LA CREATION D'ENTREPRISES EN ALGERIE

L'économie algérienne a vécu après l'indépendance, deux ères différentes, chaque phase se caractérise par une politique économique suivant les décisions politiques prises par l'Etat. La première suit une logique socialiste de type soviétique. Par contre, après les réformes économique associées à l'évolution de l'environnement politique, et les crises des années quatre-vingt (l'endettement auprès du FMI) et l'intensification concurrentielle, l'Algérie a modifié son système économique en faveur de l'économie de marché. Mais en générale, elle reste toujours mitigée et perturbée, vue de nombreuses stratégies de développement sans que ses dernières soit efficace, et l'application des expériences et les modèles de développement occidentaux sur le terrain algérien, sans la prise en compte la spécificité de l'économie algérienne.

L'économie algérienne s'est résolument engagée vers la mondialisation et l'économie de marché, les perspectives du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT) doivent donc contribuer à favoriser cette évolution tant pour l'organisation que pour le développement du territoire et valoriser les opportunités potentielles offertes par le territoire algérien. Les industries agroalimentaires font partie des industries en expansion durant ces dernières années, grâce au dynamisme du secteur privé, après la démonopolisation du secteur public.

Le dernier chapitre de cette première partie sera consacré à l'Algérie, après un bref aperçu de son économie selon le régime centralisé planifié et l'économie de marché, puis son potentiel attractif et son climat des affaires conjugué avec des politiques attractives envisager dans le SNAT dans le but de requalifier le territoire algérien, et la contribution de ces facteurs sur la création d'entreprises, enfin nous présenterons le secteur agroalimentaire de l'Algérie.

#### **1. BREF APERÇU SUR L'ECONOMIE ALGERIENNE**

Dans ce volet, nous donnerons un portrait de l'économie algérienne, nous essayerons de présenter les politiques de développement suivant deux orientations différentes selon l'environnement et les décisions politiques, et leur influence sur l'économie algérienne.

##### **1.1. L'ère de l'économie planifiée**

Après l'indépendance du pays en 1962, le départ massif des français, il fallait assurer la continuité de l'activité économique. L'Etat décide de confier la gestion des entreprises aux travailleurs en instituant l'autogestion qui est devenue officielle à partir des deux décrets sur l'autogestion (décret numéro 38-60 du 23 décembre 1962 et le décret du 08 juillet 1964) d'où le recrutement du président de l'unité par l'Etat. L'Algérie se penche vers un

### Chapitre III Influence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises en Algérie

développement et une organisation économique de type soviétique (choix d'orientation socialiste), basé sur des plans :

- **Le premier plan triennal (1967-1969)** : il se focalise sur l'industrie lourde, dans le but de mettre une base industrielle solide.
- **Le premier plan quadriennal (1970-1973)** : il vient pour compléter le reste à réaliser (RAR) par le premier plan triennal, il marque les prémices de la planification socialiste.
- **Le deuxième plan quadriennal (1974-1977)** : ce plan a pour mission d'achever le reste à réaliser par le premier plan quadriennal. Avec une modification dans le financement des investissements, surtout après le choc pétrolier (la multiplication des prix de pétrole).

Le but de ces différents plans de développement industriel est de réaliser le modèle industrie-industrialisante de G.D. Bernis. En se focalisant sur l'industrie lourde (19 sociétés nationales) telle que la sidérurgie avec la construction de complexe El Hadjar, la mécanique, la métallurgique et la métallique, et l'électronique (ISMME) et l'instauration en 11/11/1971 la gestion socialiste des entreprises (GSE) pour gérer ces sociétés nationales (SN) et renforcer d'avantage la participation des salariés dans l'activité économique. En 1978, le deuxième plan est bouleversé avec la mort de Boumediene, pour cela, l'instauration d'un RAR pour les deux années 1978-1980.

À la veille des années 1980, la difficulté de gérer ses grands complexes industriels (taille grande d'entreprise), a conduit l'Etat à la restructuration organique ou la filialisation décidé en 1980, et mis en œuvre en 1982. Cette réforme était l'un des axes principaux ayant guidé à l'élaboration les deux plans quinquennaux (1980-1984 et 1985-1989) pour achever les anciens plans et de corriger le déséquilibre observé dans l'industrie. Parmi les buts visés de cette restructuration :

- Mettre la fin à l'ancien régime jugé bureaucratique et autoritaire ;
- Spécialisation par lignes ou par filières ;
- Spécialisation par fonctions (production, commercialisation, importation,...etc.) ;
- Répartition des activités entre les entreprises à vocation nationale et celle à vocation locale. Sur les 150 sociétés nationales existantes avant la restructuration, ce chiffre est passé à 480 entreprises publiques composant 2079 unités ;
- Stimulation du secteur agricole ;
- Limitation des dépenses extérieures ;
- Intégration du secteur privé dans le développement économique après avoir été marginalisé depuis l'indépendance.

### **Chapitre III Influence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises en Algérie**

Nous pouvons résumer l'ère administrée de l'économie algérienne dans le tableau suivant selon les taux de croissance de la valeur ajoutés par secteur.

**Tableau 3.1 : Taux de croissance de la valeur ajoutée par secteurs (1969 - 1985)**

	1969-1974	1974-1979	1979-1985
<b>1. Agriculture</b>	5,3	8,6	4,3
<b>2. Industrie manufacturière</b>	6,9	13,5	8,2
	6,2	11,4	6,7
<b>3. (1+2)</b>	4,3	3,2	-1,3
<b>4. Hydrocarbures</b>	9,6	16,3	5,7
<b>5. Construction et services</b>	6,6	8,5	3,8
<b>6. (1+2+4+5)</b>			

Source : Construit à partir des données de la Banque Mondiale (1985).

Les données de ce tableau, nous révèlent que la croissance réelle réalisée durant la période 1974-1979 grâce aux recettes générées du boom pétrolier durant cette période.

Ce premier volet sur l'orientation socialiste de l'économie algérienne, était un échec, car l'économie dirigée a dysfonctionné l'économie algérienne, et l'a rendu péril. Malgré, la multiplication des plans de développements industriels et les réformes organiques et financières. Par contre, d'autres réformes structurelles du plan d'ajustement (PAS) et la mondialisation vont mettre fin au système planifié centralisé.

## **12. L'ère de l'économie de marché**

La crise économique et l'augmentation de chômage ont poussé l'Algérie à la fin des années quatre vingt de se lancer dans des grandes réformes afin de mettre en place les mécanismes d'une économie de marché

À l'hiver 1993, l'Algérie est au bord de la crise des paiements de ses dettes, obligeant les pouvoirs publics à recourir en avril 1994 à la conditionnalité de FMI ainsi qu'au rééchelonnement d'une partie de la dette extérieure. Un accord de « Stand By » ou stabilisation macroéconomique d'un an. En 1995 une évaluation a été faite et des négociations ont été engagées qui ont débouché sur une facilité de remboursement élargie jusqu'à 1998, ce qu'on appelle Facilité Economique Elargie (FEE). En contre partie, l'Algérie elle doit respecter les conditionnalités de la PAS. Ce programme oblige l'Algérie à s'engager dans un ensemble de réformes qui a totalement remodelée et modifiée son économie. De profondes modifications sont issues, notamment l'instauration de la liberté des prix, l'abolition du monopole du commerce extérieur, l'ouverture du capital de certaines entreprises d'Etat à des actionnaires privés, dévaluation de la parité du dinar, libération des prix et le marché,...etc. Après 1998, l'Algérie s'est libérée des programmes de FMI mais l'effondrement des prix de pétrole fragilise encore l'économie algérienne jusqu'à 2002. L'évolution du secteur privé est remarquable, après le processus de privatisation des entreprises publiques (en 2006, parmi les

### Chapitre III Influence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises en Algérie

1300 entreprises publiques à privatiser, on trouve 1055 déjà privatisées où 270 sont déjà productives<sup>1</sup>).

L'adoption des réformes de PAS oblige l'Algérie d'abandonner définitivement le système économique de type socialiste pour un nouveau mode basé sur le modèle capitaliste (économie de marché). Les réformes de PAS ont des effets négatives sur l'économie algérienne. La production manufacturière a connu un quasi - stagnation entre 1983 et 1993 avec un taux de croissance moyen annuel de 0,1%. Par contre, pour la période allant de 1993 à 2003 est de 1,1%<sup>2</sup>. Il y a eu aussi d'effets pervers surtout sur le plan social, car entre 1994 et 1998, plus de 4000000 travailleurs se retrouvent « hors circuit professionnelle<sup>3</sup> ».

Aucune économie ne peut rester à l'écart de la mondialisation, pour cela, l'Algérie adopte de nouvelles technologies d'informations et de communications (NTIC) pour renforcer sa compétitivité, et le développement de la petite moyenne entreprise (PME) qu'elle était marginalisée durant l'ère administré où la domination par le mythe de la grande entreprise perçue, dans le modèle des « industries industrialisantes » adopté au début des années soixante dix, comme seule porteuse de développement. Le ressort du secteur privé comme acteur important dans le développement économique, sa part ne cesse d'évoluer, il est passé de 45,9% en 1989 à 77,2% en 2004<sup>4</sup>.

**Tableau 3.2 : Evolution de la structure de la population des PME selon les secteurs d'activités**

Secteurs d'activités	Nombre d'entreprises			Structure %		
	1995	2000	2004	1995	2000	2004
<b>Agriculture</b>	542	754	2748	0,23	0,26	1,22
<b>Industrie (avec hydrocarbures)</b>	36285	43721	46991	15,36	15,21	20,84
<b>BTPH</b>	16010	18674	72869	6,78	6,49	32,32
<b>Services Dont :</b>	183461	224385	102841	77,64	78,04	45,62
<b>Commerce</b>	127234	157392	37954	53,84	54,74	16,83
<b>Transport et communication</b>	15010	16216	20294	6,35	5,64	9,00
<b>Hôtel, café et restaurant</b>	14443	17292	14103	6,11	6,01	6,26
<b>Services fournis aux entreprises</b>	2005	2416	10843	0,85	0,84	4,81
<b>Services fournis aux ménages</b>	24769	31069	16933	10,48	10,81	7,51
<b>Total</b>	<b>236298</b>	<b>287534</b>	<b>225449</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Source : ZIIDOUNI M.H, Évaluation et analyse de la place de l'économie informelle en Algérie, ONS, 2005.

<sup>1</sup> Les données de ministère PME-PMI.

<sup>2</sup> Revue d'Economie et Statistiques Appliquées, numéro 6, Mai 2006.

<sup>3</sup> IDEM.

<sup>4</sup> Selon l'Office National de la Statistique (ONS).

L'examen des données de ce tableau sur la répartition de la population des PME selon les secteurs d'activités avec leur évolution entre 1995 -2004 permet de montrer que ces entreprises se déploient sur des activités aussi diversifiées que le BTP, le commerce et la distribution, l'hôtellerie et la restauration. Une lecture plus nuancée des données montre que les PME se concentrent essentiellement sur les activités de services, à l'instar du commerce et de la distribution, témoignant d'un processus de tertiarisation avancé des PME algériennes. En effet, la distribution des PME, par secteur d'activité, classe pour la période 1995-2004, les services au premier rang ; leur part représente environ 45.62% de l'ensemble des entreprises durant l'année 2004, et le BTPH avec 32,32 %, suivies de loin par l'industrie avec 20 ,84% des effectifs d'entreprises recensées. Le processus de tertiarisation semble persister depuis 1995 même si l'on peut relever l'implication de plus en plus importante des PME dans les secteurs de l'agriculture, de l'industrie et du BTP au détriment des services, et plus particulièrement, du commerce et de la distribution dont la proportion a enregistré une déclin relatif et absolu en 2004.

## **2. LES POTENTIALITES ATRACTIVES DU TERRITOIRE ALGERIEN**

Le territoire algérien possède des potentialités attractives, grâce à sa position géographique et la présence d'un ensemble de facteurs d'attractivité qui contribue à la création d'entreprises (investisseurs nationaux) et l'attraction des investisseurs étrangers, que nous essayerons de présenter le long de ce volet. Nous retiendrons ses facteurs suivants :

### **21. La présence d'infrastructure de base**

L'Algérie s'est dotée d'importantes infrastructures de base et des moyens de communications et notamment de transports occupent une place prépondérante dans le développement économique et d'attractivité des territoires, on peut distinguer :

**1) Le transport** : le système de transport est très étendu en Algérie, utilisant l'ensemble des modes : routier, ferroviaire, maritime, aérien, et enfin le transport par canalisation des produits hydrocarbures.

- **Le réseau routier** : c'est le mode le plus utilisé pour le transport de voyageurs et celui des marchandises. Il a évolué graduellement en fonction de la distribution de la population et de ses activités et selon les contraintes de la topographie. Ainsi, le réseau et les services sont plus denses le long de la bande côtière ; ils diminuent graduellement vers les hauts plateaux et se réduisent à un nombre restreints d'axes dans le sud. Avec 107324 Km, ce qui présente la plus forte densité de route bitumée en Afrique dont 1350 Km d'autoroutes ou voix expresses.

- **Le transport ferroviaire** : il joue un rôle important pour la desserte des ports et des grands centres urbains de la bande côtière avec 4500 Km (200 gares commerciales opérationnelles).

### Chapitre III Influence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises en Algérie

Il a évolué en rapport avec les activités agricoles, minières et industrielles, la croissance et le déploiement des populations et en réponse également à des exigences de la défense nationale.

- **Le transport maritime** : il joue un rôle stratégique, qui assure la quasi-totalité du commerce extérieur (90% des échanges internationaux de marchandises se font par voie maritime<sup>5</sup>). Il a connu une remarquable croissance depuis l'indépendance. La côte algérienne est divisée en 14 wilayas maritimes, chaque wilaya referme un certain nombre de ports, d'abris de pêche et de plages d'échouages. Elle compte au total 40 ports spécialisés pour les hydrocarbures, 11 ports mixtes et 27 ports secondaires (commerce, pêche et plaisance). Le cabotage national se limite essentiellement à l'alimentation de certaines régions côtières déficitaire en produits pétroliers et en GPL (Alger, Skikda, et Béjaia), il s'effectue à partir de Skikda pour les produits pétroliers et d'Arzew pour les GPL. L'ensemble des ports régionaux a enregistré durant l'année 2003 un trafic global (toute marchandise confondue) de 115 millions de tonnes contre 108 millions de tonnes en 2002<sup>6</sup>. Le trafic maritime passager a augmenté de 14,5 % entre 2002 et 2003. Le taux de conteneurisation de l'économie maritime est passé de 18 % en 1997 à 21 % en 2003<sup>7</sup>.

- **Le transport aérien** : l'Algérie possède 52 aéroports toutes catégories confondues, dont 12 aux normes internationales joue un rôle important pour le désenclavement de certaines régions du pays, notamment dans le vaste sud où la densité de population est très faible. Les services internationaux réguliers sont quasiment assurés à partir des 4 principaux aéroports du nord : Alger, Oran, Constantine et Annaba, et couvrent les pays du maghreb, le moyen orient, l'Europe, et l'ouest d'Afrique.

Ce qui concerne l'infrastructure pétrolière et gazière, l'Algérie est dotée d'un réseau important d'oléoducs et de gazoducs qui sert à transporter les bruts gaz naturel du sud vers les terminaux d'exportations, les raffineries et les centres de traitements qui sont situés au nord, le long de la côte. Et deux gazoducs est et ouest vers l'Europe. Pour la consommation intérieure, elle est dotée d'un réseau d'oléoducs de transport de carburant et de GPL.<sup>8</sup>

- **La communication** : ce secteur est potentiellement très important et pas encore saturé. C'est actuellement le 3<sup>ème</sup> marché en Afrique. La totalité du réseau est numérisé de 15000 Km par fibre optique et plus de 1500.000 intrants réguliers. Ce qui concerne l'énergie, la production d'électricité a progressé de 40% en 10 ans. La quasi-totalité du territoire algérien est électrifié pour les besoins d'électrification (95 % du territoire est électrifié et 97 % des foyers raccordés au réseau.).

---

<sup>5</sup> Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

<sup>6</sup> IDEM.

<sup>7</sup> IDEM.

<sup>8</sup> Rapport du conseil national économique et social sur le chemin de fer en Algérie : pour une dynamique nouvelle, 10<sup>ème</sup> session plénière, avril 1998.

Pour le gaz naturel 35 % des ménages connectés au réseau de distribution de gaz naturel. Le programme 2002-2004 prévoyait l'alimentation de 358000 nouveaux foyers. Le potentiel de l'Algérie en matière d'énergies renouvelables est énorme et évalué à plus de 6000 mégawatts.

## **22. La disponibilité des ressources naturelles et matières premières**

La disponibilité des ressources naturelles représente un atout majeur pour l'économie nationale, il joue un rôle géostratégique dans la région. En effet, l'Algérie possède un réservoir des ressources naturelles en pétrole et en gaz naturel sont remarquables. Son domaine minier qui s'étend sur 1488717 km<sup>2</sup> demeure largement sous-exploité<sup>9</sup>. Ses réserves prouvées en hydrocarbure (plus de 200 gisements de pétrole et de gaz) de l'ordre de 45 milliards de barils en équivalent pétrole, et sa position géographique lui confère un rôle déterminant dans l'approvisionnement énergétique de l'union européenne, deux gazoducs relient déjà l'Algérie à l'Italie et à l'Espagne, un troisième est en cours de réalisation. Après le gaz, l'électricité produite en Algérie dans le cadre d'un méga projet de centrale électrique d'une puissance de 2000 MW. Le secteur énergétique représente un élément d'attraction pour les investisseurs étrangers : l'Algérie est en effet le troisième fournisseur de gaz naturel de l'union européenne (UE) et le quatrième fournisseur énergétique.

## **23. Un marché potentiel important**

L'Algérie constitue un marché potentiel et porteur d'investissement de la région, grâce à la taille de sa population 33,8 millions en 2007<sup>10</sup>. Avec un PIB de l'ordre de 60 milliards de dollars, en valeur nominale 171 milliards de dollars en parité de pouvoir d'achat durant l'année 2002.

## **24. Abondance des ressources humaines et flexibilité du marché du travail**

L'Algérie dispose une main d'œuvre jeune, sa qualité s'est significativement améliorée ces dernières années, mais elle reste encore inadaptée aux besoins actuels du marché du travail. Une réforme de la législation du travail, plus adaptée à une économie de marché, a été initiée en vue de rendre plus flexible le marché du travail. La flexibilité de la législation du travail (moyenne de la flexibilité en matière d'embauche, de conditions de travail et de licenciement) situe l'Algérie en position moyenne par rapport aux pays de la région (avant la Tunisie et l'Egypte et après le Maroc), ce qui le montre le tableau suivant:

---

<sup>9</sup>Examen de la politique d'investissement : Algérie, In CNUCED, 2004.

<sup>10</sup> Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

**Tableau 3.3 : Régulation de l'emploi (2002)**

	<b>Indice de flexibilité de l'embauche</b>	<b>Indice des conditions du travail</b>	<b>Indice de flexibilité du licenciement</b>	<b>Indice de la législation du travail</b>
<b>Algérie</b>	58	61	61	46
<b>Egypte</b>	33	82	82	54
<b>Maroc</b>	33	65	65	36
<b>Tunisie</b>	71	55	55	54

Source: Construit à partir des données de la Banque Mondiale (2002).

## **25. Les prix et les coûts**

L'extrême dévaluation du dinar a ramené les prix à la consommation et les coûts de la main d'œuvre, du foncier, de l'énergie, et des impôts locaux à des niveaux exprimés en devises parmi les plus bas de la région sud-méditerranéenne. En plus, la convertibilité courante du dinar contribue à promouvoir un environnement favorable aux investissements étrangers dans un climat de stabilité du taux de change effectif réel.

## **26. Libéralisation et réforme économique**

L'Algérie adopte une série de réformes structurelles à partir des années quatre vingt dix, tendant à assurer la stabilisation macroéconomique et la libéralisation du commerce extérieur et modification de son code d'investissement (1993). Parmi les réformes les plus importantes du code d'investissement, l'ordonnance de 2001, N° 01-03 qu'elle reconnaît le principe de la liberté d'investir élargit le champ d'intervention de l'investissement privé national et étranger à certains secteurs qui étaient exclusivement réservés à l'État et la création de l'ANDI (Agence Nationale de Développement d'Investissement) ont été des étapes décisives dans l'amélioration du cadre de l'investissement et la mise en valeur des potentialités dont dispose le pays. À l'exception du secteur des hydrocarbures, où l'investissement étranger est limité à des accords d'association avec l'entreprise publique Sonatrach.

## **27. La fiscalité des entreprises**

La fiscalité des entreprises est un facteur important dans l'attractivité des territoires. En Algérie, le taux normal de l'impôt sur bénéfice (IBS) est fixé par la loi à 30 %<sup>11</sup>. Cependant, un taux de 15 % s'applique sous condition de réinvestissement. De plus, le taux de 10 % s'applique aux revenus des créances, dépôts et cautionnement par voie de retenue à la source effectuée sur chaque paiement donnant droit à un crédit d'impôt. Quant aux sociétés pétrolières, elles restent soumises à un IBS de 38 %<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Examen de la politique d'investissement : Algérie, In CNUCED, 2004.

<sup>12</sup> Idem.

## **28. La position géographique et la proximité des marchés potentiels**

L'Algérie bénéficie d'une position géographique stratégique pour la mise en valeur de son potentiel d'investissement. Cette remarquable position devrait en effet favoriser les investissements étrangers orientés vers l'exportation et lui permettre de tirer avantage de l'accord de partenariat avec l'UE pour la création d'une zone de libre-échange. En effet, cela permettra à l'économie nationale de s'ouvrir beaucoup plus à la concurrence des produits et des services étrangers, et par conséquent une grande compétitivité du secteur privé.

## **29. Les mesures incitatives**

Pour attirer les investisseurs étrangers, l'Algérie offre des mesures d'incitation en matière de fiscalité, de réduction des droits de douanes, incitations financières et autres incitations.

**1) Les incitations fiscales :** elle accorde des avantages fiscaux pour les investisseurs, selon les trois régimes distincts suivants : un régime général, un régime dérogatoire non contractuel et un régime dérogatoire contractuel<sup>13</sup>.

- **Le régime général :** les principaux avantages octroyés aux investissements au titre de leur réalisation sont : application un taux réduit en matière de droits de douane pour les équipements importés et liés directement dans la réalisation de l'investissement, franchise de la TVA pour les biens et services entrant directement dans la réalisation de l'investissement et exonération du droit de mutation à titre onéreux pour toutes les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné.
- **Le régime dérogatoire non contractuel :** les investissements réalisés dans les zones dont le gouvernement a souhaité le développement ainsi que ceux qui présentent un intérêt particulier pour l'économie nationale et notamment ceux qui utilisent des technologies propres susceptibles de préserver l'environnement, de protéger les ressources naturelles, d'économiser de l'énergie et de conduire au développement durable bénéficient d'avantages particuliers. Plus de 90 % du territoire national est éligible à ce régime dérogatoire<sup>14</sup>.
- **Le régime dérogatoire contractuel :** ce régime porte sur les investissements qui présentent «un intérêt particulier pour l'économie nationale» et font l'objet d'une convention passée entre l'ANDI et l'investisseur, celui-ci pouvant négocier les avantages accordés.

---

<sup>13</sup> BOUTALEB Kouider, La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie, In colloque international de Tamanrasset : « Création d'entreprises et territoires », 03 et 04 Décembre 2006.

<sup>14</sup> Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

**2) Les incitations douanières :** elles focalisent sur la réduction de taux pour les droits de douanes sur les équipements importés et qu'ils sont liés directement dans l'investissement. Dans ce cas, un taux réduit qui est prévu par le droit commun (5 %) ou bien par l'administration qui dispose un pouvoir discrétionnaire de le fixer (en plus de ce taux réduit, deux autres taux sont prévus par le droit commun : 15% et 30 %).

**3) Les incitations financières :** elles englobent les diverses subventions étatiques (sous forme monétaire ou en nature, ou la prise en charge par l'État des contributions patronales au régime légal de sécurité sociale) ne sont pas prévues par l'ordonnance qui privilégie «les avantages supplémentaires» accordés par voie unilatérale ou contractuelle.

## **210. Le retour sur investissement**

Le retour sur investissement en Algérie tel que constaté par de nombreuses entreprises locales et étrangères est d'une rapidité exceptionnelle : 3 à 5 ans pour la majeure partie des industries manufacturières (PME, PMI), beaucoup moins pour les services.

## **211. Le taux de croissance et la progression du produit intérieur brut**

En termes courants, la valeur du PIB est passée de 51,5 milliards de dollar en 2001 à 55 milliards dollar en 2002, pour atteindre 113,6 milliards dollar en 2006<sup>15</sup>. Elle est la deuxième puissance économique en Afrique après l'Afrique du Sud (240,1 milliards dollar). Cette évolution s'explique à la fois par la croissance réel (4,1% en 2002, 6,8% en 2003 et 5,1% en 2006) et l'appréciation du dinar par rapport au dollar américain vers la fin 2003. Cette évolution du PIB a permis ainsi d'améliorer le niveau de vie des algériens qui ont vu leur revenu s'accroître en 2003 de 12%<sup>16</sup> et leur consommation de 2,5%.

Grâce à la présence de ses facteurs attractifs et les avantages comparatifs que le territoire algérien offre aux investisseurs tels que la qualité d'une main d'œuvre conjugué à des salaires très bas permettent de réduire considérablement les coûts de production, et son potentiel des ressources naturelles et énergétiques, donnent un très grand intérêt à l'attraction des investisseurs nationaux et étrangers. À cela, s'ajoute la proximité géographique de l'Europe dont les marchés sont importants et sa taille de marché, les mesures d'incitations, les réformes concernant la libéralisation de son commerce extérieure, et la modification de son code d'investissement en faveur d'investisseur d'étranger. L'Algérie a enregistré récemment des bons résultats ce qui concerne les flux entrants d'IDE confirment une sensible amélioration de l'environnement économique national.

---

<sup>15</sup> Examen de la politique d'investissement : Algérie, In CNUCED, 2004.

<sup>16</sup> Idem.

**Tableau 3.4 : Nombre de projets d'IDE vers l'Algérie par pays d'origines**

<b>Rang</b>	<b>Pays</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	<b>Etats Unis</b>	256891	89882	205664	354369	906806
<b>2</b>	<b>Egypte</b>	51	3	100	362992	363146
<b>3</b>	<b>France</b>	76656	137460	49472	80413	344001
<b>4</b>	<b>Espagne</b>	16209	16373	35596	152867	221045
<b>5</b>	<b>Italie</b>	92820	11800	9262	34383	148265
<b>6</b>	<b>Allemagne</b>	20062	7836	66509	37791	132198
<b>7</b>	<b>Pays bas</b>	2812	623	1308	71944	75476
<b>8</b>	<b>Royaume Uni</b>	36015	2001	14206	23254	49345
<b>9</b>	<b>Japon</b>	16648	2787	21092	8818	32047
<b>10</b>	<b>Belgique</b>	14648	571	4484	12384	32041

Source: La banque d'Algérie, 2003.

Comme le montre le tableau (3.4), les américains se sont les principaux investisseurs étrangers en Algérie, avec environ 906806 millions de dollar investis ces dernières années, essentiellement par le secteur des hydrocarbures, mais elle demeure mineure par rapport au potentiel des États-Unis en matière d'investissements, suivi par l'Égypte avec 363146 millions de dollar. L'Algérie a signé des accords de coopération au niveau politique et économique avec les trois principaux pays du sud de l'union européenne (Espagne, France et Italie), qui se situent d'ailleurs juste derrière l'Égypte en matière d'IDE et sont essentiellement présentes dans les hydrocarbures, l'agroalimentaire (Danone), la céramique, la chimie et la pharmacie, les industries manufacturières (Michelin) et la sidérurgie.

**Tableau 3.5: Comparaison des performances de l'Algérie avec les pays du Maghreb (1990-2002)**

Pays	Performance absolue			Performance relative					
	Flux d'IDE		Stock d'IDE	Flux d'IDE				Stock d'IDE	
	Millions de dollars par an		Millions de dollars	Par 1000 dollars de PIB		FBCF en %		Par habitant	Par 1000 dollars de PIB
	1990-1994	1995-2002	2002	1990-1994	1995-2002	1990-1994	1995-2002	2002	2002
<b>Algérie</b>	30	605,3	5702	0,6	11,7	0,2	4,2	181,6	105,3
<b>Egypte</b>	757,2	865,2	20746	16,4	16,8	8,5	5,2	295,2	242,5
<b>Maroc</b>	309,6	994,6	9994	13,8	26,4	6,7	17,4	322,5	269
<b>Tunisie</b>	407,8	538,2	14061	27,5	25,7	60,3	59,3	1454,1	661,6

Source: CNUCED, base de données de FDI/TNC, 2003.

Sur la période 1995-2002, l'Algérie se classe en quatrième position en terme d'accueil d'IDE, elle est moins performante par rapport à ses voisins. Cependant, ces dernières années, l'Algérie a enregistré des flux d'IDE importants, lui permettant de rejoindre les autres pays d'Afrique du Nord dès 1999. Cette performance remarquable est le résultat de la réalisation de certains investissements stratégiques (hydrocarbures et sidérurgie). Mais ces investissements restent en dessous des potentialités d'investissements en Algérie. Malgré les flux entrants d'IDE en Algérie et son accroissement durant ces dernières années, mais elle reste en dernière position par rapport à ses voisins, et la focalisation de ses investissements directs à l'étrangers dans le secteur pétrolier, l'agroalimentaire, la sidérurgie et la télécommunication, mais il reste d'autres secteurs potentiels.

Selon le rapport Doing Business 2010, l'Algérie occupe 73<sup>ème</sup> position pour la protection des investisseurs, la 160<sup>ème</sup> pour le transfert de propriété, la 135<sup>ème</sup> pour l'obtention des prêts, la 168<sup>ème</sup> pour le paiement des impôts, et enfin la 123<sup>ème</sup> pour l'exécution des contrats<sup>17</sup>. Donc, l'Algérie est vulnérable en matière d'attraction des investisseurs, cela est le résultat d'un ensemble de facteurs répulsifs qui menace sérieusement le potentiel d'investissement en Algérie, à savoir :

- Rigidité des procédures administratives, l'immatriculation d'une nouvelle entreprise (l'enregistrement de la propriété), prend plus de 51 jours et nécessite 14 procédures administratives.
- Difficultés d'accès au foncier industriel.
- Existence d'un important secteur informel.

<sup>17</sup> Le rapport Doing Business, source: [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org), 2010.

- Ralentissement dans la mise en place du programme de privatisation qui constitue un véritable frein pour la pénétration de tout nouvel opérateur privé locale et étranger.
- Ralentissement important dans les réformes financières et bancaires.
- Difficulté d'accès au financement pour les PME/PMI.
- Manque d'expertise en termes d'IDE et de ciblage des secteurs.
- Retard dans la mise à niveau des fonctionnaires de l'administration publique.
- Fonctionnement non concurrentiel de certains marchés.

### **3. L'ATTRACTIVITE DE L'ALGERIE**

La mondialisation et l'avènement d'économie de connaissance ont des impacts lourds sur le territoire de l'Algérie. Pour cela, l'Algérie envisage d'élaborer une stratégie, en vue de rendre son territoire attractif. Dans le cadre du SNAT (Schéma National d'Aménagement du Territoire 2025) quatre axes stratégiques sont définis:

- La mise en œuvre d'une politique régionale.
- Des métropoles attractives.
- L'émergence des pôles de développement et de compétitivité.
- Le développement des TIC (Technologie de l'Information et de la Communication).

#### **1) La mise en œuvre d'une politique régionale**

Le but de la politique de développement régional est de soutenir le développement économique sur la totalité du territoire de l'Algérie. Le développement local devient un instrument privilégié de l'aménagement du territoire puisqu'il vise à rendre mieux plus attractifs et plus vivables la où les équipements structurants et les budgets nationaux assurent leur désenclavement et égalisent leurs chances de développement. Ce développement va contribuer de manière déterminante à rééquilibrer le territoire. Compte tenu du faible niveau actuel de l'attractivité du territoire algérien, l'enjeu n'est pas de renforcer une attractivité jugée insuffisante, mais de la créer de toute pièce. Il s'agit de rendre les régions algériennes tant au niveau de leur territoire national qu'international. L'attractivité régionale repose sur quatre facteurs<sup>18</sup>:

- **La mise à niveau des infrastructures et des équipements** : la mise en place d'un plan directeur multimodal de transports et de logistiques articulant mer, rail, route, air ainsi que les réseaux filaires, optiques ou numériques, modernisation des ports maritimes et les plateformes aéroportuaires, et réalisation des grands axes et développement des activités logistiques sont des priorités pour la mise à niveau des infrastructures et des équipements.

---

<sup>18</sup> Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

- **Développement des formations supérieures et de recherche:** chaque région devra donc posséder des outils de formation supérieure et de recherche performante.
- **Des villes attractives :** la modernisation de tissu urbain, d'implantation d'équipement structurant de niveau international, d'amélioration de la qualité de services pour rendre les villes algériennes attractives et de donner aux villes les instruments d'une fonction nationale et pour certaines d'entre elles une fonction internationale.
- **Des incitations économiques:** il repose sur la création d'un dispositif d'incitation économique et financière tel que adaptation bancaires publics et privées aux contraintes de développement local, prise de participations, sociétés de développement, prime à l'emploi, prime d'implantation, subvention, prêts à taux bonifiés, exonération fiscales,... etc.

## **2) L'émergence des pôles de développement et de compétitivité**

La recherche-développement et l'innovation sont évidemment des facteurs clés de la compétitivité d'une économie .C'est la raison pour laquelle l'Algérie veut élaborer une nouvelle stratégie industrielle qui combine la recherche-développement et l'innovation, avec l'industrie et le territoire. Pour illustrer le fondement de la démarche, une désignation des villes candidates susceptibles d'être un pôle de compétitivité :

**Tableau 3.6 : Premiers pôles pré identifiés**

<b>Industrie</b>	<b>Wilayas</b>
<b>Pétrochimie</b>	Oran, Skikda, Annaba
<b>Industrie agroalimentaire (IAA)</b>	Alger, Bejaia, Blida, Annaba
<b>Pharmacie</b>	Médéa, Alger, Constantine
<b>Électronique</b>	Sidi Bel Abbès, Bordj Bou Arréridj
<b>Fabrication d'ordinateurs</b>	Alger, Boumerdès, Blida
<b>Fabrication mécanique</b>	Alger, Constantine
<b>Energie nouvelle</b>	Adrar, Ghardaïa, Djelfa, Boughzoul, Naama
<b>Biotechnologie et technologie avancée</b>	Sidi Abdellah, Bouinan
<b>Téléphonie</b>	Tlemcen
<b>Instruments de mesure</b>	Sidi Bel Abbès, Alger, Sétif
<b>Sidérurgie/ Métallurgie</b>	Annaba, Alger, Tiaret
<b>Fabrication métallique</b>	Oran, Alger, Annaba

Source : Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

### **3) Des métropoles attractives**

La métropole est une grande ville qui s'étale de plus en plus, qui concentre population et emploi, et rassemble des activités diversifiées comportant de nombreuses fonctions tertiaires supérieures, qui rayonne de plus en plus en réseau avec les autres grandes villes<sup>19</sup>.

**Tableau 3.7 : Fonctions des métropoles**

<b>Branche d'activité</b>	<b>Secteur d'activité</b>
<b>Art</b>	Artistes et emplois supérieurs artistiques. Activité cinématographiques et vidéo. Autres activités du spectacle. Artisanat d'art.
<b>Banque - assurances</b>	Intermédiation financière et assurances.
<b>Commerce</b>	Commerce de gros et intermédiaires de commerce.
<b>Commercial dans l'industrie</b>	Cadres et ingénieurs commerciaux et de la publicité.
<b>Gestion dans l'industrie</b>	Cadres de direction, d'administration et de finance des établissements industriels.
<b>Information</b>	Edition de journaux, de revues, de périodiques, impression de journaux, agence de presse, services aux entreprises, activité de radio et télévision.
<b>Information dans l'industrie</b>	Industrie -ingénieurs, cadres spécialistes en informatique.
<b>Recherche</b>	Ingénieurs et cadre technique de recherche, étude ou développement dans l'établissement industriel, chercheur de la recherche publique, emploi supérieurs des établissements de recherche et d'enseignement supérieurs.
<b>Services aux entreprises</b>	Cadres des services d'auxiliaires financiers et d'assurance, du crédit-bail, des activités immobilières, location, activités informatiques, services aux entreprises et organisation économiques.
<b>Télécommunications</b>	Ingénieurs et cadres des pôles et télécom.
<b>Transport</b>	Ingénieurs et cadres de transports, de la logistique, personnel navigant technique de l'aviation, officiers de la main marchande.

Source : Schéma National d'Aménagement du Territoire 2025.

<sup>19</sup> Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

L'objectif de cette stratégie de métropolisation pour quatre métropoles (Alger, Constantine, Annaba, et Oran) est en double : attractivité et rayonnement de la métropole tant au niveau national qu'international, diffusion de la croissance à l'intérieur des territoires algériens.

#### **4) Le développement des TIC**

L'information et les connaissances qui en résultent sont devenues des facteurs de production stratégiques. Encore, faut-il organiser l'économie et le territoire pour qu'ils puissent accueillir, traiter et diffuser les informations recherchées. La compétition dans l'économie globale dépend de la nouveauté des biens et des services offerts or l'économie de la connaissance est celle où le taux d'apparition de nouveaux produits et services s'élève le plus vite. L'économie de la connaissance sera certainement la principale force productive de XXI<sup>ème</sup> siècle, et la maîtrise de l'information et de sa circulation constitue un domaine stratégique majeur. La diffusion des nouvelles technologies de communication constitue un puissant vecteur de requalification des territoires.

L'Algérie bénéficie de nombreux atouts qui lui permettraient une transition rapide vers l'économie de connaissance. L'action du ministère des postes et de l'information s'appuyant sur l'élaboration et la réalisation du schéma directeur national des autoroutes de l'information et de la société mondiale de l'information, ainsi que, l'initiative du gouvernement de doter à 2010 chaque foyer d'un PC. Les principales recommandations du SNAT visent à multiplier les points d'accès à l'internet sur tout le territoire, et encourager les investissements dans les TIC et assurer une veille technologique afin de réduire et de résoudre la fracture numérique. L'ensemble de ses recommandations conduit au développement des TIC et la transition à l'économie de savoir et de connaissance et être attractive et compétitive qui constituent l'un des clés de développement économique d'un pays développé.

L'enjeu de l'attractivité territoriale de l'Algérie consisterait à inciter les acteurs locaux de jouer un rôle dans le développement de leur territoire, à mettre en place des ressources stratégiques, à leur permettre de jouer un rôle dans le développement de leurs territoires, et valoriser ses ressources stratégiques et ses potentialités.

#### **4. LA CREATION D'ENTREPRISES EN ALGERIE**

Après l'indépendance, les nationaux ont géré le nombre peu significatif d'entreprise laissée par les français, à cet effet, un véritable apprentissage pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui pour les mieux adapter à cette nouvelle situation.

Au long des quatre dernières décennies, l'Algérie acquise en matière de création d'entreprise une expérience particulièrement intéressante. Cette expérience se déroulera en deux phases assez bien délimitées dans le temps :

- La première phase (décennie 60 à 80), dans le cadre d'une politique de développement étatique de l'économie basée sur l'entreprise publique, l'entreprise privée est laissée à côté.
- La seconde phase (décennie 80 à nos jours), dans le cadre de la nouvelle politique économique mise en place pour instaurer les règles de l'économie de marché et axée sur la promotion de l'entreprise privée.

#### **41. Les décennies 60 à 80 : l'entreprise publique dominante ou l'Etat entrepreneur**

Au long de cette phase, l'entreprise publique va prendre des dimensions exceptionnelles dans l'économie nationale. Les autorités politiques affichent clairement leur option pour une gestion étatique de l'économie avec l'entreprise publique comme instrument de base.

De 1965 à 1970, l'Etat crée une vingtaine de sociétés nationales dans le secteur de l'industrie (ISMME : Industrie Sidérurgique, Mécanique, Métallique et Métallurgique, et Electronique divisée en trois groupes, lourdes, légères, énergies et industries pétrochimiques) pour servir de base à la politique industrie-industrialisante que le pays va connaître durant la décennie 70. Des entreprises de même statut juridique vont voir le jour dans les autres secteurs d'activités économiques : agriculture, commerce, transport, habitat, travaux publics...etc.

L'Etat a mis en œuvre des dispositifs multiples pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, dont on peut citer : l'agrément pour toute opération d'investissement, l'autorisation pour chaque importation, la domiciliation des comptes dans une seule banque, la fixation administrative des prix, le statut général du travailleur (SGT), la désignation des dirigeants par voie réglementaire et le contrôle général par un ministère de tutelle par secteur d'activité. Durant cette période, le trésor public prend en charge le déficit chronique.

La mission des entreprises publiques est de satisfaire le marché national. Pour ce faire, elles exercent le monopole dans la production et la commercialisation directe de ses produits (à titre d'exemple, l'entreprise ONALAIT dans le secteur agricole).

En 1982, toutes ces entreprises vont faire l'objet de l'opération dite de « restructuration organique » ou de « filialisation » qui a pour objectif de rendre la gestion de ces entreprises publiques plus souples, plus de transparence et de décentralisation. Il s'agit d'opérer un éclatement de « l'entreprise –mère » en entités plus petites et plus spécialisées par ligne ou par filière avec la fonction de commercialisation déconnectée de la production et la répartition des activités entre les entreprises à vocation nationale et celles à vocation locale.

Le nombre d'entreprises va se multiplier à partir des mêmes entités de base. Ces entreprises atteignent le nombre 150, avec 1000 unités de production de biens et services (avant la restructuration organique, il y'a 19 grande entreprises nationales)<sup>20</sup>. Elles disposaient

---

<sup>20</sup> ISLI Mohand Arezki, La création d'entreprise en Algérie, In Les cahiers du CREAD numéro 73, 2005.

d'importants effectifs dans différents secteurs. À la veille de la restructuration de 1982, 47000 effectifs à la DNC (bâtiment), 45000 effectifs à la SONITEX (industrie), 11000 effectifs à la SNTV (transport) et une moyenne de 10000 pour les 150 entreprises publiques concernées<sup>21</sup>. La restructuration de 1982 va diminuer l'effectif moyen des entreprises et une compression de personnel opérer au milieu des années 90 dans le cadre de préparation à leur privatisation.

Dans ce système, l'Etat détenteur des ressources financières, procède à l'allocation des ressources dans le cadre de plan de développement économique et social. Il s'impose ainsi comme Etat entrepreneur, propriétaire du patrimoine de ses entreprises et responsable de leur création mais aussi de leur gestion.

La décision d'implantation géographique des projets industriels et économiques est centralisée au niveau de l'Etat sous le contrôle de l'institution de planification et des administrations de tutelle. Cette politique d'implantation des activités et des services basée sur l'équilibre régional, à l'évidence de nombreux effets favorables au développement territorial en termes :

- ❖ **Le tissu industriel** : en vingt ans, 500 projets industriels de haut niveau technologique sont réalisés dans toutes les branches (hydrocarbures, industrie lourde,...etc.) dans tout le territoire. Ce tissu a également pour caractéristique une certaine spécialisation régionale : sidérurgie à Annaba, mécanique à Alger et Constantine, pétrochimie à Skikda, et Arzew.
- ❖ **L'aménagement du territoire** : avec l'intervention essentielle des entreprises publiques pour leur réalisation, de toutes les infrastructures de base (transport, hydraulique, et télécommunication), sociales (éducation, santé, et habitat) et administratives.
- ❖ **La création d'emploi** : le taux de chômage enregistra en effet une chute constante passant de 30 % en 1970 à 15 % en 1985. Car la création d'emploi est d'un caractère autant social qu'économique, du fait des surcoûts des investissements et des procédures favorables aux recrutements massifs dans toutes les entreprises.

Enfin, il convient de noter que toutes les entreprises publiques de la première génération n'ont jamais pu donner à leur fonction d'exportation une dimension significative. Mobilisées par leur mission de satisfaction le marché national, elles n'eurent en matière d'exportation que des livraisons ponctuelles de leurs produits. L'ouverture de l'économie nationale au début des années 90 va dès lors trouvé la gestion de ces entreprises inadaptées aux exigences la compétitivité et la concurrence internationale.

## **42. Les décennies 80 à nos jours : l'essor de l'entreprise privée**

Tout au long des années 80 et 90 et sous l'effet des nouvelles opérations de « restructuration » ou de « filialisation ». L'éclatement des grandes entreprises publiques nationales a conduit à multiplication de nombre d'entreprises. A titre d'exemple, On peut citer le cas de l'industrie textile publique qui voit sa gestion prise en charge successivement par une société nationale (à la création en 1965), puis par 7 entreprises nationales en 1982 (avec la

---

<sup>21</sup> ISLI Mohand Arezki, La création d'entreprise en Algérie, In Les cahiers du CREAD numéro 73, 2005.

restructuration organique) et aujourd'hui par 28 entreprises autonomes filiales du groupe TEXMACO<sup>22</sup>.

Plus tard, à partir des réformes de 1988 dites de « l'autonomie de l'entreprise », avec la suppression des monopoles et la libéralisation du commerce intérieur et extérieur. Ces réformes sont établies dans le but de préparer ces entreprises publiques à la privatisation. Il y a deux types de politiques de promotion de l'entreprise privée, l'un pour les investissements en général et l'autre pour l'emploi des jeunes.

#### **421. Les politiques de promotion de l'investissement privé**

La politique de promotion des investissements en Algérie est passée en trois périodes à distinguer. De 1962 à 1982, durant cette période fut celle de la limitation de l'entreprise privée. En 1963, la promulgation du premier code des investissements, dans le but d'attirer l'investisseur étranger. Mais il y a que peu d'effets dans l'attraction du secteur privé en raison de ses dispositions restrictives que du climat politique prévalent. Pour cela, l'adoption d'un nouveau code des investissements en 1966. L'autofinancement est l'une des caractéristiques dominante le long de cette période (crédits bancaires très sélectifs et aides de l'Etat inexistantes). De 1982 à 1993, l'arrivée de la nouvelle direction politique dans le pays en 1979 (la mort de Boumediène), l'entreprise privée va connaître une réhabilitation puis à la promotion de son développement. La loi 82-11 est instaurée un agrément préalable et obligatoire à tout projet d'investissement privé. Cette loi est accompagnée avec la création d'un « office national chargé de l'orientation, du suivi et de la coordination des investissements économiques privés nationaux (-OSCIP-). En 1982, une loi 82-13 est adoptée pour la constitution et le fonctionnement des sociétés d'économie mixte, permettant l'association des entreprises publiques algériennes à des investisseurs étrangers dont participation est toutefois limitée à 49 %<sup>23</sup>. En 1990, l'introduction pour la première fois le principe de la liberté de l'investissement étranger en Algérie grâce à loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit, et institution le conseil de la monnaie et du crédit en le chargeant de la mission d'agrée les projets d'investissement, publics ou privés. Cette période a vu l'entrée du secteur privé dans de nouvelles branches d'activités (sidérurgie, électronique, papier et liège...) et une implantation décentralisée des projets, surtout hors des grandes agglomérations urbaines. De 1993 à nos jours, l'adoption le décret législatif 93-12 relatif à la promotion de l'investissement. Ce nouveau code assure la liberté d'investir à tout promoteur privé national et étranger. Il prévoit également l'institution d'une « Agence de Promotion de soutien et de Suivi d'Investissements, (APSI) » sous forme de guichet unique mis au service des promoteurs. Ce nouveau code a introduit les garanties attendues de l'investisseur privé, en particulier étranger, sur la non discrimination, la sécurité juridique et le règlement des différends. En 2001, l'ordonnance N° 2001-282 est venue amender le décret exécutif portant attributions, organisation et fonctionnement de l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) appelée à s'implanter progressivement dans le territoire national. Depuis sa création,

---

<sup>22</sup>ISLI Mohand Arezki, La création d'entreprise en Algérie, In Les cahiers du CREAD numéro 73, 2005.

<sup>23</sup> Idem.

30000 projets d'investissement ont été déclarés pour un montant de 2500 milliards de dinar algérien et 1250000 emplois. Cependant, le taux de réalisation de ses projets se situe entre 10 et 15 %, cela signifie la lourdeur des contraintes continuant à peser sur l'investissement dans le pays (attribution de terrains, financement bancaire, procédure administrative, condition de gestion, et productivité du travail.)

#### **422. La politique de soutien à l'emploi des jeunes**

L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) a été créée en 1997, pour mission de promouvoir la micro entreprise par un soutien technique et financier apporter aux jeunes de 19 à 35 ans pour un investissement plafonné à 4 millions de DA. Le mode de financement conçu pour ce type de projets fait appel à une relation triangulaire entre les différents bailleurs de fonds : le promoteur, la banque, et l'ANSEJ. Au 31 Décembre 2003, 177429 projets, dans diverses activités, ont été traités et déclarés éligibles au dispositif sur un volume global de 199523 dossiers déposés au niveau du réseau de l'ANSEJ.

Sur ces 177429 projets éligibles 102495 dossiers, soit 58 % sont parvenus au réseau bancaire. 57575 dossiers ont reçu l'accord de financement des banques soit 57%<sup>24</sup>. En dehors des hydrocarbures qui représentent entre 25 % et 30% du PIB sur une longue période, la production du secteur privé devient prédominante dans la plus part des secteurs économiques. Cependant, hors hydrocarbures, le secteur privé représentaient 60 % des la richesse produite en 1989 et atteint 80% en 2000<sup>25</sup>. L'entreprise privée a ciblé des activités économiques tel que : importation, services, industrie, transport et communication, bâtiment et travaux publics (BTP), commerce, agriculture et pêche,...etc. Leurs nombres par secteur d'activité est comme suit :

---

<sup>24</sup> BOUTALEB Kouider, La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie, In colloque international de Tamanrasset : « Création d'entreprises et territoires », 03 et 04 Décembre 2006.

<sup>25</sup> ABEDOU Abderrahmane, BOUYAKOUB Ahmed, LALLEMENT Michel, Entrepreneurs et PME : approches algéro-françaises, L'harmattan, paris, 2004.

**Tableau 3.8 : Entreprises privées par secteur d'activité (1999)**

Secteur d'activité	Nombre d'entreprise	Pourcentage
Agriculture et pêche	4800	3
Industrie	39000	25
B T P	42700	27
Transport et communication	14000	9
Commerce	26100	16
Services divers	32900	20
<b>Total</b>	<b>159500</b>	<b>100</b>

Source : ISLI Mohand Arezki, La création d'entreprise en Algérie, In les cahiers du CREAD numéro 73, 2005

Le secteur bâtiment et travaux publics occupe une place importante dans le nombre d'entreprises privées, suivi par l'industrie et services divers. Le secteur agriculture et pêche enregistre un nombre d'entreprise insignifiant. Par contre, une concentration des entreprises privées dans le secteur industriel agroalimentaire, comme le montre le tableau suivant :

**Tableau 3.9: Entreprises privées dans l'industrie en 1999**

Branche d'activité	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Agroalimentaire	11650	30
Bois et liège	7500	19
Matériaux de construction	6050	15
ISMME	5050	13
Textile	3750	9.5
Industrie diverse	2000	5
Chimie, caoutchouc, plastique	1300	3.5
Cuir	1250	3
Mines et carrières	450	1
<b>Total</b>	<b>39000</b>	<b>100</b>

Source : Les cahiers du CREAD numéro 73 – 2005.

La localisation des entreprises privées est concentré au nord du pays, dans les grandes principales agglomérations du nord (Alger, Oran, Annaba, Béjaia, Sétif, Tizi -ouzou, Blida, Chelef, Constantine, Tipaza, et Boumerdes) accueillent près de 50 % des entreprises

recensées, et Alger compte pour elle seule 13,5 % des entreprises<sup>26</sup>. Elle constitue un pôle de concentration de l'activité économique puisqu'elle enregistre 840 entreprises pour 100000 habitants alors que 20 wilayas enregistrent une ration inférieure à 150 entreprises pour 100000 habitants<sup>27</sup>. Cependant, pour ces dernières années, une certaine diffusion de la capacité de création d'entreprises sur le territoire national, probablement sous l'effet des régimes fiscaux favorables adoptés au profit des régions des hauts plateaux, du sud et du grand sud ainsi que de certaines communes du nord.

Ce qui concerne la taille des entreprises se diffère d'une très petite entreprise (TPE) à la petite moyenne entreprise (PME) d'environ 159507 durant l'année 1999, créant 634375 emplois, mais, il y'a une dominance de très petites entreprises ou micro entreprises (artisanat, pâtisserie, transport,...etc.) est important avec 148725 entreprises<sup>28</sup>.

## **5. LE SECTEUR INFORMEL EN ALGERIE**

L'intérêt de cette section est d'évaluer le poids de secteur informel dans l'économie algérienne. Le passage de l'économie administrée à l'économie de marché a favorisé l'émergence d'un grand nombre d'activités économiques relevant de l'informel. L'entrepreneur algérien pratique la stratégie de l'informel par les actions suivantes<sup>29</sup>:

- Sous déclaration qui concerne les ressources utilisées comme la main d'œuvre, les équipements, les fonds propres, les dettes mais également de la production vendue ;
- La pratique des ventes et des achats sans factures de produits, services et capitaux ;
- La fraude fiscale qui découle de la sous-évaluation de l'activité et du non déclaration de certains éléments d'actifs et d'exploitations.

Le poids de l'informel dans le fonctionnement de l'économie nationale est important dans toutes les branches d'activités. On estime aujourd'hui à 1,5 millions, soit près de 20% de la population active, le nombre de personnes activant dans le secteur<sup>30</sup>. Donc, l'existence d'un important secteur informel signifie que le territoire algérien est vulnérable.

---

<sup>26</sup> ISLI Mohand Arezki, La création d'entreprise en Algérie, In les cahiers du CREAD numéro 73 – 2005.

<sup>27</sup> ABEDOU Abderrahmane, BOUYAKOUB Ahmed, LALLEMENT Michel, Entrepreneurs et PME : approches algéro-françaises, L'harmattan, paris, 2004.

<sup>28</sup> ISLI Mohand Arezki, La création d'entreprise en Algérie, In les cahiers du CREAD numéro 73 – 2005.

<sup>29</sup> ABEDOU Abderrahmane, BOUYAKOUB Ahmed, LALLEMENT Michel, Entrepreneurs et PME : approches algéro-françaises, L'harmattan, paris, 2004.

<sup>30</sup> ISLI Mohand Arezki, La création d'entreprise en Algérie, in Les cahiers du CREAD numéro 73 – 2005.

## **6. LES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES EN ALGERIE**

Durant ce volet, nous essayerons de donner un aperçu sur l'industrie agroalimentaire en Algérie. Pendant l'ère d'économie administrée, l'Algérie avait donné la priorité à son industrie lourde, en négligeant le rôle stratégique de l'agriculture. Les potentialités économiques du secteur agroalimentaire sont significatives. En 2004, en terme d'effectif, dans son bulletin d'information économique numéro 8, le ministère de la PME et de l'artisanat indique le nombre d'entreprises agroalimentaire est de 13673, et soit 6 % des petites moyennes d'entreprises (PMEA) recensés dans le pays. Le secteur privé d'industrie agroalimentaire est classé 7<sup>ème</sup> position sur les 22 secteurs d'activité.

**Tableau 3.10 : Performances du l'industrie agroalimentaire durant l'année 2006**  
(En Millions de DA)

	<b>Production brute</b>	<b>Consommation intermédiaire</b>	<b>Valeur ajoutée</b>	<b>Revenu intérieur</b>
<b>Public</b>	96769,3	72726,5	24042,8	19147,1
<b>Privé</b>	377716,5	266855	110861,5	104368,2
<b>Total</b>	474485,8	339581,5	134904,3	123515,3

Source : Les statistiques de l'ONS, 2006.

Les données de ce tableau nous révèlent que, les performances du secteur privé dans l'industrie agroalimentaire prédominent le secteur public en matière de la production brute, valeur ajoutée, consommation intermédiaire et le revenu intérieur, cela est le résultat du dynamisme du secteur privé qui est fortement développé au cours de ces dernières années, suite au désengagement de l'Etat et la fin de son monopole, et la privatisation des entreprises publiques.

Pour conclure ce troisième chapitre, nous déduisons que le processus de transition d'un système économique centralisé à une économie de marché a imposé à l'Etat algérienne l'adoption d'un vaste chantier de réformes économiques et structurelles dans le début des années quatre vingt dix, visant le rétablissement des équilibres macroéconomiques et la libéralisation de l'économie. Ces réformes ont permis d'améliorer certaines performances en termes de croissance du produit intérieur brut (PIB) et le développement d'un secteur privé plus dynamique ( grâce à la privatisation), l'essor d'un tissu de PME-PMI important qui constitue une configuration nouvelle du développement économique, et l'élaboration d'un nouveau code d'investissement, donc elle est dotée d'une législation beaucoup plus favorable aux investisseurs nationaux et étrangers, entraînant par conséquent une amélioration dans sa capacité de création de l'entreprise et l'accroissement des flux entrants d'investissements étrangers.

### **Chapitre III Influence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises en Algérie**

Mais dans la réalité, l'investissement reste en dessous des potentialités de l'Algérie. Le manque de coordination entre les différents acteurs de l'investissement, à une lenteur dans les procédures administratives, à un risque financier élevé (faillite des banques privées), à une économie informelle grandissante, à des difficultés d'accès au foncier industriel. Ces obstacles risquent d'empêcher la pérennisation des IDE en Algérie, et par conséquent de ralentir le processus de modernisation et de développement du pays. C'est ainsi que, la mise en place d'un environnement favorable et attractif de l'investissement ne s'arrête pas à l'octroi des avantages fiscaux. Mais, il faut s'intéresser à d'autres facteurs extra fiscaux et veiller à la bonne gestion administrative pour pouvoir concrétiser l'apport projeté par les divers textes législatifs

Une autre image d'épinal fait de l'Algérie un pays d'industrie lourde. Or, c'est sans doute le secteur qui a connu le plus de désinvestissements avec le plan d'ajustement structurel et les réformes. Cela ne doit pas cacher que certains secteurs et filières industrielles ont réalisé des progrès très intéressants : chimies, pharmacies, matériaux de construction, mines et carrières, et industries agroalimentaires sont des filières en expansion, où le rôle du secteur privé est considérable. Aujourd'hui près de la moitié de la valeur ajoutée du total national et le nombre de PME privées a doublé en espace de 10 ans<sup>31</sup>. Ce dernier, il joue un rôle important dans l'industrie agroalimentaire.

---

<sup>31</sup> Rapport de CNES, 2002.

## CONCLUSION

Tout au long de cette première partie, nous avons évoqué le rôle croissant qu'a pris le territoire dans l'économie régionale après sa découverte dans les années quatre vingt. Le territoire devient un processus de construction des ressources et d'externalités positives. Les mutations économiques et le phénomène de multinationalisation des entreprises qui optent aujourd'hui pour les échelons de plus en plus large et globale, entraînent de nouveaux défis pour les territoires.

Le rapport qui relie les firmes au territoire n'est plus majoritairement motivé par la logique de minimisation de coûts. La nécessité d'une appropriation rapide des nouvelles technologies, et le besoin de renforcer leurs capacités à innover conduisent de plus en plus les firmes à s'implanter en des lieux où elles sont susceptibles d'engager des partenariats. Donc, elles cherchent des avantages concurrentiels de plus en plus fondés sur la création des ressources spécifiques.

L'Algérie possède un potentiel attractif, grâce surtout à sa position géographique, et ses ressources énergétiques, mais elle reste comme même vulnérable. D'une part, dans l'attraction des investisseurs étrangers, par rapport à ses voisins, sauf dans le domaine pétrolier et communication. D'autre part, dans la création d'entreprises, vu sa capacité de création, ainsi la qualité du climat des affaires en Algérie, elle se classe 148<sup>ème</sup> rang sur 183 pays, selon le rapport de Doing Business<sup>1</sup>. L'industrie agroalimentaire a commencé de prendre une place importante dans l'économie algérienne, grâce à la restructuration économique durant ces dernières années (le PAS, la privatisation). Une fois que, le tour de cadre théorique de notre problématique est cerné, il faut revenir au cadre local de notre travail (wilaya de Béjaïa). Ce qui fera l'objet de la deuxième partie.

---

<sup>1</sup>Le rapport Doing Business, source: [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org), 2010.

***PARTIE II***  
***CONTRIBUTION DES LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE***  
***A LA CRÉATION D'ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES***  
***DANS LA WILYA DE BÉJAIA***

## **INTRODUCTION**

Cette deuxième partie sera consacrée aux facteurs d'attractivité susceptible d'influencer sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia. Cette partie est subdivisée en trois chapitres, le premier chapitre sera consacré à la présentation de la wilaya de Béjaia, sous ses différents facteurs naturels, économiques, démographiques, énergétiques et de télécommunications, et culturels, pouvant jouer un rôle dans l'attractivité de la région. Quant au deuxième chapitre, il sera réservé à la création d'entreprise dans la wilaya.

Pour vérifier l'importance des facteurs d'attractivité dans la localisation spatiale et la création d'entreprises agro-alimentaires, l'influence du territoire sur l'entreprise, dans ce cas, il est indispensable de faire une enquête de terrain. À cet effet, le dernier chapitre de cette partie, sera réservé à la présentation du secteur agroalimentaire de la wilaya de Béjaia et de l'enquête de terrain (population et échantillon à étudier, présentation du questionnaire, déroulement de l'enquête) et analyser les résultats de cette enquête.

## **CHAPITRE IV**

### **LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE DE LA WILAYA DE BEJAIA**

Dans ce chapitre, nous présenterons la wilaya de Béjaia qui servira de cadre à notre étude. Nous nous intéresserons essentiellement aux facteurs attractifs pouvant jouer un rôle important dans la création d'entreprises. Ainsi, nous avons organisé ce chapitre en trois sections, la première sera consacrée à la présentation des aspects géographiques, démographiques, climatologiques de la wilaya. La deuxième sera réservée aux facteurs d'attractivité économiques tels que: taille du marché, et qualité du tissu industriel. Par contre, la troisième sera réservée à la présentation de l'infrastructure de base, et de l'infrastructure sociale. Puis la quatrième sera réservée aux facteurs énergétiques et de télécommunications. Enfin, la dernière sera consacrée aux facteurs d'attractivité culturels.

#### **1. PRESENTATION DE LA WILAYA DE BEJAIA**

La wilaya de Béjaia fait parti de territoire algérien. Elle est promue au statut de la wilaya à partir de 1974 suite au nouveau découpage administratif. Elle dispose aujourd'hui 19 daïras et 52 communes. Elle est l'une des wilayas du territoire à avoir un ensemble de spécificités qui font d'elle une région attrayante. Cette section est réservée à la présentation de la wilaya de Béjaia que nous pouvons retirer des facteurs attractifs qui contribuent à la création d'entreprises.

##### **11. La position géographique**

La wilaya de Béjaia est située sur la partie orientale de l'Algérie, à environ 200 Km à l'Est de la capitale. Elle est délimitée géographiquement, au nord par la mer méditerranée (sur une longueur avoisinant les 100KM), à l'est et au sud-est par la chaîne des Babors auxquels viennent se souder avec la chaîne des Bibans au sud, à l'ouest par le massifs de Bouhatem et le massif du Djurdjura, enfin, au sud par le massif de Bouselam et des Babors, qui sont coupés par la vallée de la Soummam. Quant aux limites administratives, la wilaya de Bejaia à des frontières avec cinq autres wilayas (carte 4.1) :

- ✓ Sétif et Bordj Bou Arréridj au sud,
- ✓ Jijel à l'est,
- ✓ Tizi-Ouzou et Bouira à l'ouest.

Insérée entre les grands massifs du Djurdjura, des Bibans et des Babors, le territoire de la wilaya de Béjaia s'étend sur une superficie de 3223,49Km<sup>2</sup>, ses plus grandes agglomérations sont : El Kseur, Sidi Aich, Akbou, et Amizour. La superficie est répartie comme suit :

- Superficie agricole utile : 130.348 hectares ;
- Pacages et parcours : 30.859 hectares ;
- Terres improductives des exploitations : 3.587 hectares ;
- Superficie forestière : 122.500 hectares ;
- Terres non agricoles: 35.054 hectares.

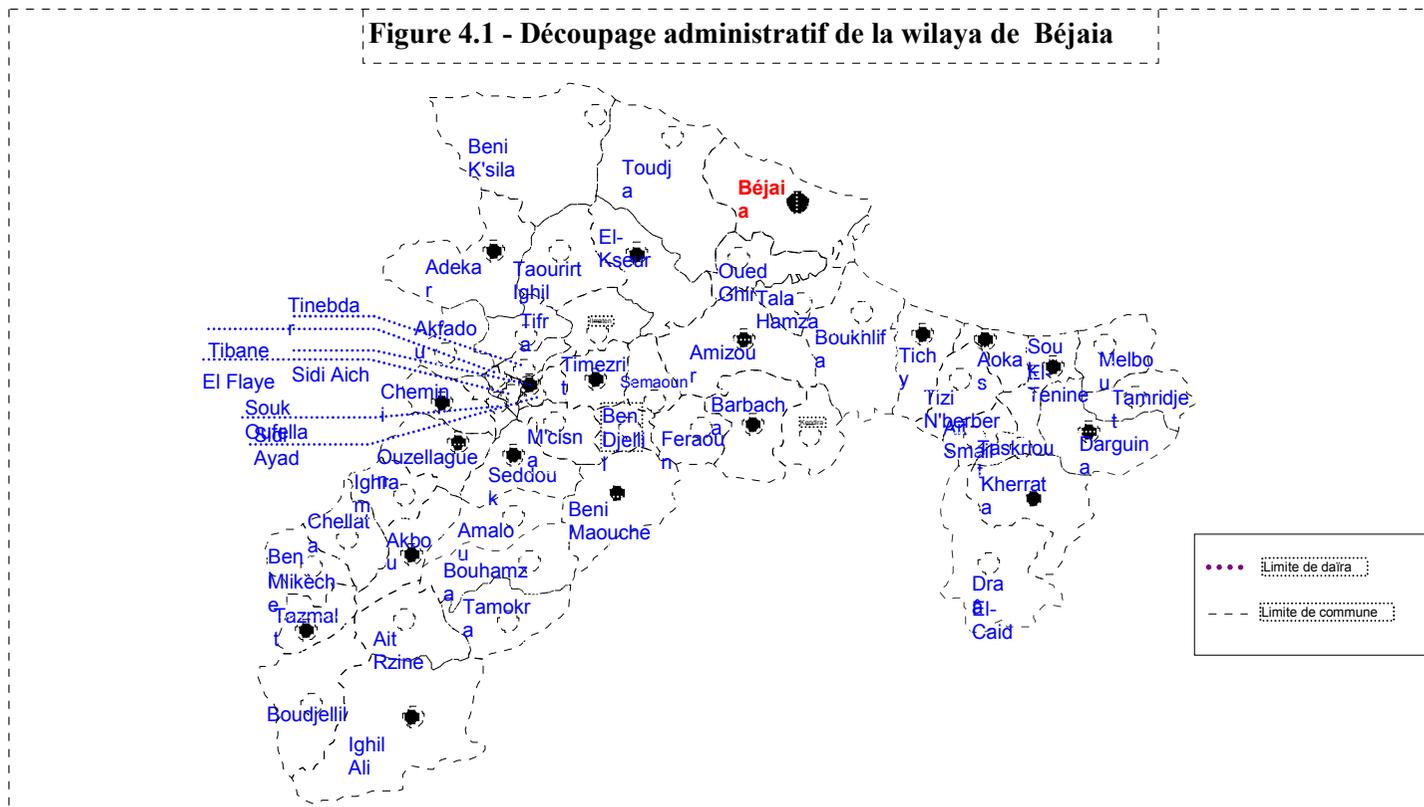
Du point de vue de relief, ce territoire est marqué par la prédominance des massifs montagneux qui occupent 65% de la superficie globale. Avec le massif du Bouhatem et le massif du Djurdjura (au nord), et le massif du Bousselam et les Babors (au sud), pour le quart qui reste il est occupé par la vallée de la Soummam et les plaines. Dans cette région, le relief s'individualise en trois zones distinctes: une plaine côtière d'une longueur de 30 Km, une zone montagneuse constitués des massifs de l'Akfadou, Gouraya au nord et des chaînes des Bibans-Babors au sud, la vallée de la Soummam qui est une dépression intra montagneuse de 80 Km de longueur et 4 Km de largeur au maximum.

## **12. Le climat**

À l'instar de tous les pays méditerranéens, le climat de la wilaya de Béjaia au type méditerranéen avec un hiver pluvieux et froid et un été sec et chaud où les précipitations sont pratiquement nulles. Le relief de la région offre une certaine diversité climatique, du l'étage bioclimatique subhumide doux en plaines côtières, à l'étage bioclimatique semi-aride en haute de la Soummam.

La région de Béjaia est l'une des régions les plus arrosées du pays avec une pluviométrie moyenne avoisinant les 900 MM/an. La répartition des pluies dans le cycle annuel est très inégale, le maximum est atteint en novembre et mars, et culmine 160 mm entre janvier et février. Le minimum annuel est enregistré entre mai et août de 6 mm, 100 jours de pluies par an, le maximum en hiver (38j/an), le minimum en été (7j/an). La région montagneuse reçoit environ 700 mm en moyenne annuellement. La région des hautes plaines reçoit 400 mm. Malgré une pluviométrie abondante, seulement les régions proches de littoral reçoivent des quantités conservables de pluies, alors que , les autres régions intérieures ne reçoivent qu'une faible quantité. Suite à un manque d'infrastructure de récupération des eaux (barrages, retenues collinaires,...etc.) presque toute la pluie finie en mer.

La température est la deuxième variable climatique intéressante dans la dynamique de l'activité économique. Les températures sont élevées au cours de la saison estivale, en particulier les mois de juillet et août et les vents sont variables avec manifestation du sirocco dont les effets limitent la mise en valeur des hautes plaines, par contre elles sont basses pendant l'hiver notamment au mois de décembre et janvier. Pendant la période hivernale, on note la prépondérance des vents « ouest » et « nord-ouest ».



Source : Établi à partir des données de la DPAT.

### **13. Les ressources hydrauliques**

La wilaya de Béjaia est dotée des ressources en eau, superficielles et souterraines. Selon les chiffres de l'annuaire statistiques pour l'année 2008 établis par la direction de la planification et de l'aménagement du territoire (DPAT), les ressources en eaux prouvées, s'élèvent à 426 HM<sup>3</sup> dont 106 HM<sup>3</sup> en eaux souterraines et 320 HM<sup>3</sup> en eaux superficielles. Les eaux souterraines sont mobilisées par le biais de 176 forages, 16200 puits et 850 sources. Ces dernières sont affectées en grande proportion pour l'alimentation en eau potable des populations (84,6 HM<sup>3</sup>) et 08 HM<sup>3</sup> pour l'irrigation et 3,5 HM<sup>3</sup> pour les besoins du secteur industriel.

Les ressources en eau souterraine pour les études effectuées, ont permis de dégager (04) grandes zones hydrologiques aux caractéristiques spécifiques. La première est celle de Kherrata, la deuxième zone qui s'étend de la plaine côtière jusqu'à Kendira et celle de Tichy. La troisième zone, est la zone côtière de Béjaia - Cap-Sigli, en fin la dernière zone c'est la vallée de la Soummam.

Sur le plan hydrographique, la wilaya de Béjaia compte plusieurs oueds dressant les eaux superficielles de ruissellement vers la mer. En raison des caractéristiques du relief et des fortes précipitations, la plupart de ces oueds sont secs pendant plusieurs mois de l'année et les précipitations automnales, hivernales, printanières sont irrégulières et faibles. Cette situation influe sur l'agriculture locale dont elle dépend dans l'irrigation. L'importance du réseau hydrographique (carte 4.2) est concrétisée par les principaux Oueds qui sont : Oued Soummam, Oued Agrioun, Oued Djemaa, Oued Zitoun, Oued Daas, Oued Bousselam, Oued Kerrou, Oued Saket...etc.

### **14. Les ressources agricoles**

La morphologie et la position géographique à cette région un aspect écologique diversifié représenté par l'existence de zone de plaine et zone de montagne donne une opportunité certaine pour le développement de l'agriculture. Disposant d'une surface agricole utile de près de 130 348 has dont 6500 hectares irrigués et des matériels agricoles (1793 tracteurs, 30 moissonneuses-batteuses, 2 522 motopompes et pompes et 3538 autres matériels agricoles). Ces superficies sont consacrées essentiellement à la céréaliculture à l'arboriculture et aux maraîchages. La fertilité des sols de la zone des plaines côtières et dans la vallée de la Soummam confère au secteur des aptitudes à une exploitation intensive (irrigation, mécanisation) dans le domaine du maraîchage, et les agrumes, ainsi qu'une exploitation des autres zones pour un développement dans les fourrages et les élevages bovins laitiers et avicoles. Plusieurs projets du développement agricole donnent accès à une aide financière supportée par le F.N.R.D.A.

Les résultats obtenus jusqu'à maintenant sont satisfaisants comme l'indique le tableau suivant concernant les principales productions de la wilaya pour la récolte 2007/2008.

**Tableau 4.1: Principale production agricole de la wilaya (en quintaux)**

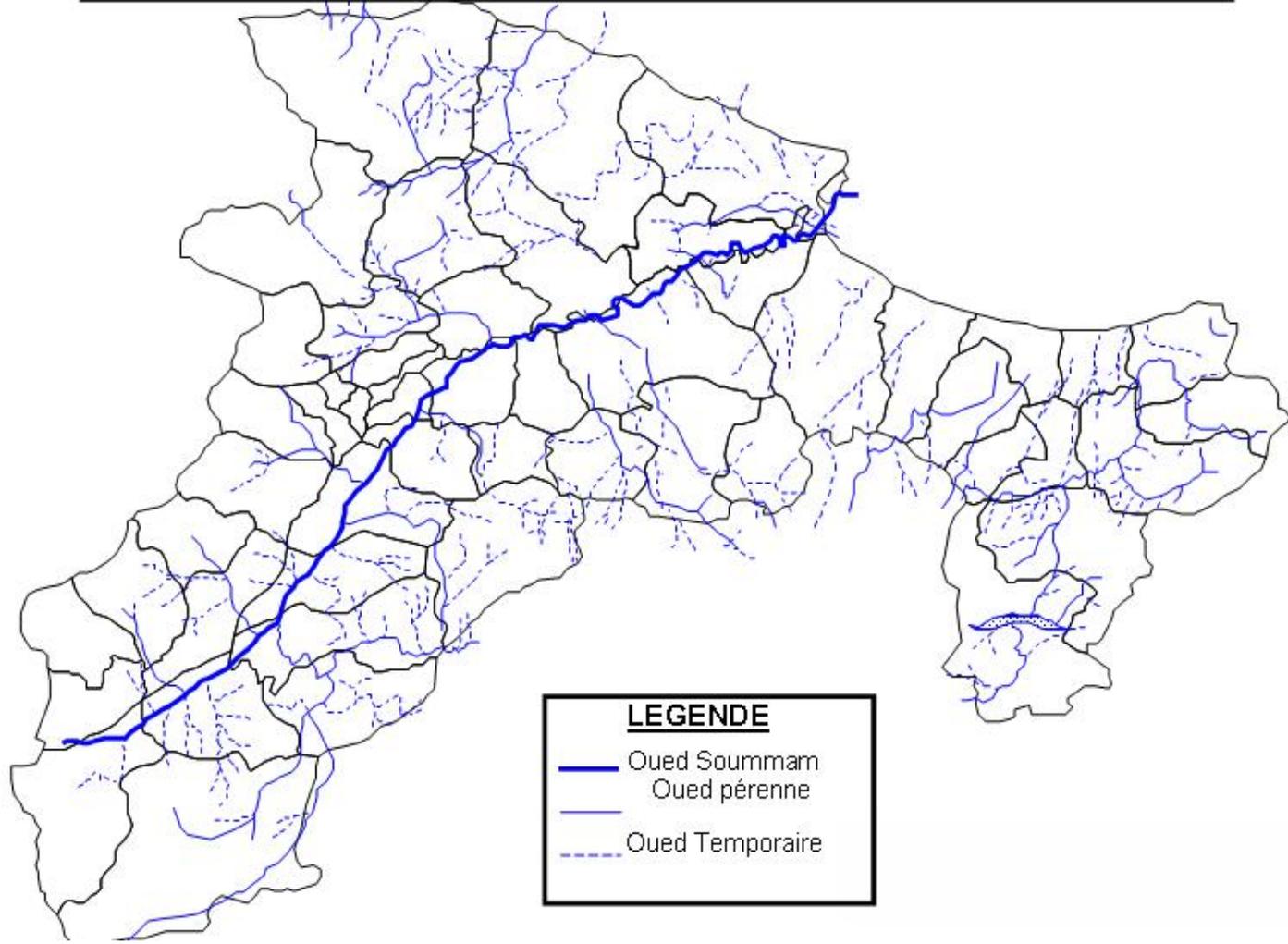
Céréales	Légumes secs	Cultures maraîchères	Fourrages	Agrumes	Oliviers	Figuiers	Vigne de table	Culture industrielle
84 000	9 000	381 201	60 600	155 972	414 309	160 934	23 671	21 900

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

La production de viande rouge a connue une légère augmentation en 2008, passant de 32 530 quintaux en 2007 à 35 017 quintaux en 2008. En revanche, la viande blanche connaît un recul de 2 182 quintaux par rapport à l'an dernier qui était de l'ordre de 78 500 quintaux, soit respectivement une moyenne annuelle par habitant de 3,82 kg et 8,34 kg.

Pour la pêche, les côtes de la wilaya sont l'un des rares endroits de la méditerranée où subsiste encore une grande richesse en poissons. Vu la position privilégié de la wilaya par sa proximité avec la mer méditerranée. La frange côtière est caractérisée par un plateau continental réduit et très accidentés, plus exploitable par l'activité des petits métiers. Le stockes des ressources halieutiques de la frange côtière est estimé à 3 120 tonnes/an. Le poisson pélagique bleu est la ressource la plus dominante avec 89,5 % et le reste représente le poisson blanc (squale/espadon, crustacé, et mollusque). Le stock non accessible au chalut est estimé à 1360 tonnes/an, ce qui donnerait une réserve d'environ 640 tonnes par le chalut de fond.

Figure4.2: Le réseau hydraulique du la wilaya



Source : Établi à partir des données de la DPAT, 2008.

## 15. La population

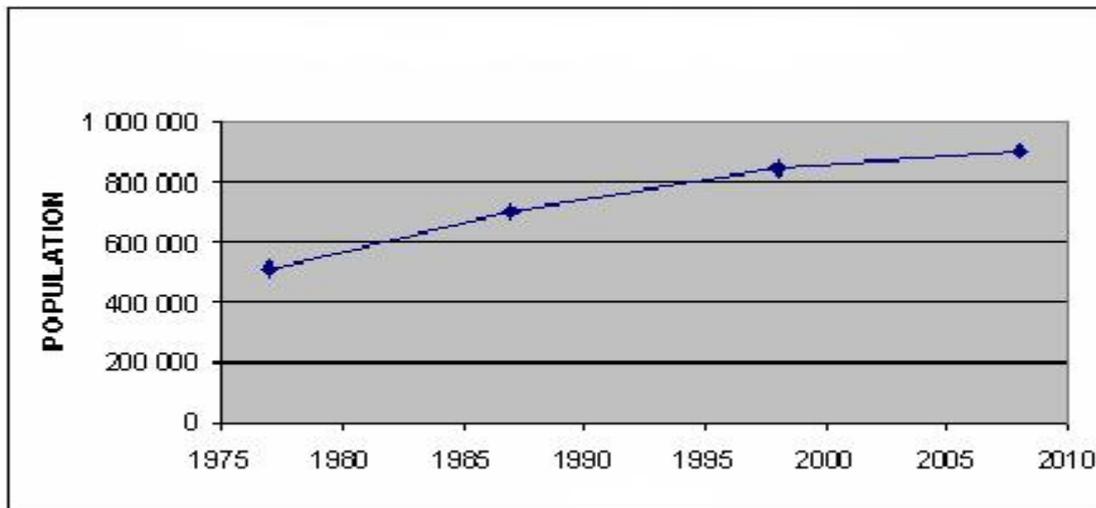
La population totale de la wilaya est estimée à la fin de l'année 2008 à 915000 habitants, contre 904 360 habitants en 2007 soit une évolution d'environ 10640 d'habitants. La population de la wilaya évolue d'année en année soit une évolution de 392620 habitants entre 1977 à 2008.

**Tableau 4.2: Evolution de la population de la wilaya de Béjaia de 1977 à 2008**

	1977	1987	1998	2008
<b>population</b>	<b>511 600</b>	<b>699148</b>	<b>843 566</b>	<b>915000</b>

Source: RGPH, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition2009.

**Figure 4.3: Evolution de la population de la wilaya de Béjaia de 1977 à 2008**



Source: RGPH, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition2009.

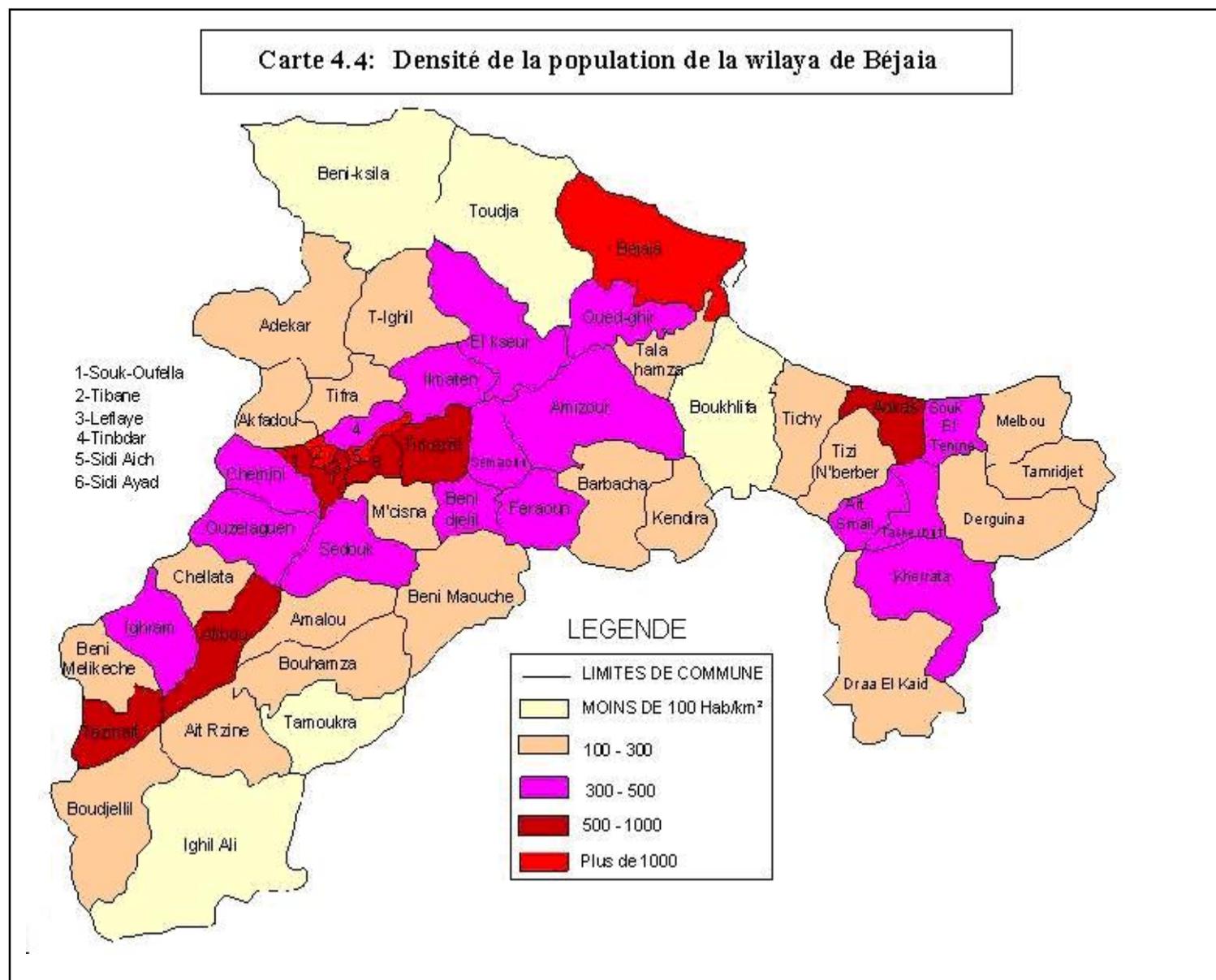
Quant à la densité (le tableau 4.3 et la carte 4.3), elle est hétérogène et variable, plus on s'éloigne des zones urbaines la densité baisse. La moyenne est de l'ordre de 283,5 habitants/km<sup>2</sup>, avec des pics de 1798,70 habitants/km<sup>2</sup> dans la commune de Sidi-Aich habitants/km<sup>2</sup>; suivi de 1476 habitants/km<sup>2</sup> à Béjaia. Par contre, la commune de Beni K'sila enregistre la plus faible densité avec 23,95 habitants/km<sup>2</sup> (voir annexe 3).

Tableau 4.3: Densité de la population par daïras (au 31/12/2008)

Daïras	Population 31/12/2008	Superficie (km <sup>2</sup> )	Densité Hab / km <sup>2</sup>
<b>Béjaïa</b>	196 650	166,54	1180,80
<b>Akbou</b>	78 860	212,29	371,47
<b>Amizour</b>	75 610	213,18	354,68
<b>Kherrata</b>	65 190	221,03	294,94
<b>El kseur</b>	51 030	306,4	166,55
<b>Sedouk</b>	46 240	228,54	202,33
<b>Tazmalt</b>	49 140	176,65	278,18
<b>Chemini</b>	36 740	100,27	366,41
<b>Darguina</b>	42 820	140,67	304,40
<b>Sid Aich</b>	39 770	81,69	486,84
<b>Tichy</b>	37 340	211,87	176,24
<b>Souk El Tenine</b>	33 460	127,02	263,42
<b>Barbacha</b>	22 550	129,33	174,36
<b>Aokas</b>	29 280	80,63	363,14
<b>Ighil Ali</b>	24 200	269,93	89,65
<b>Adekar</b>	24 190	363,1	66,62
<b>Timezrit</b>	25 950	38,09	681,28
<b>Ifri Ouzellaguen</b>	22 810	61,4	371,50
<b>Beni Maouche</b>	13 170	94,86	138,84
<b>Total Wilaya</b>	<b>915 000</b>	<b>3223,49</b>	<b>283,85</b>

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

La figure (4.4) nous permet d'estimer les communes les plus peuplées de la wilaya, cela signifié l'existence d'une disparité de la répartition de la population. La majorité de la population se concentre dans les localités actives, le long de l'oued Soummam, où elle trouve une occupation essentiellement dans les secteurs de l'agriculture et des industries légères (textiles, cuirs, corps gras, matériaux de construction,... etc.), et la côte, le cas de la ville de Béjaïa qui occupe la première place avec une densité de plus de 1000 hab/km<sup>2</sup>.



Source : Établi à partir des données de la DPAT, 2008.

Tableau 4.4 : Répartition de la population par daïras (au 31/12/2008)

Daïras	Population issue du RGP d'avril 2008	Population au 31/12/2008			
		Urbaine	Rurale	Total	Taux d'urbanisation
<b>Béjaia</b>	194 411	165426	31224	196 650	84,12
<b>Akbou</b>	77 969	35967	42893	78 860	45,61
<b>Amizour</b>	74 743	19139	56471	75 610	25,31
<b>Kherrata</b>	64 435	8202	56988	65 190	12,58
<b>El kseur</b>	50 423	20945	30085	51 030	41,04
<b>Sedouk</b>	45 730	7533	38707	46 240	16,29
<b>Tazmalt</b>	48 516	11850	37290	49 140	24,11
<b>Chemini</b>	36 294	9201	27539	36 740	25,04
<b>Darguina</b>	42 282	0	42820	42 820	0,00
<b>Sid Aich</b>	39 319	11132	28638	39 770	27,99
<b>Tichy</b>	36 912	3707	33633	37 340	9,93
<b>Souk El Tenine</b>	33 018	0	33460	33 460	0,00
<b>Barbacha</b>	22 269	0	22550	22 550	0,00
<b>Aokas</b>	28 906	5757	23523	29 280	19,66
<b>Ighil Ali</b>	23 896	0	24200	24 200	0,00
<b>Adekar</b>	23 923	0	24190	24 190	0,00
<b>Timezrit</b>	25 643	0	25950	25 950	0,00
<b>Ifri Ouzellaguen</b>	22 529	15368	7442	22 810	67,37
<b>Beni Maouche</b>	13 001	0	13170	13 170	0,00
<b>Total</b>	904 219	314227	600773	915 000	34,34

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

Les données du tableau (4.5) font ressortir que la majorité de la population de la wilaya est une population rurale avec 65,58% de la population totale. Le taux d'urbanisation de la wilaya est de l'ordre de 34,34% (annexe 4).

La majorité de la population de la wilaya de Béjaia se concentre dans les villes situées dans la vallée de la Soummam répartie comme suit : soit 61% des habitants vivent dans les chefs-lieux (villes principales); 26 % vivent dans les agglomérations secondaires et le reste (13%) reparti dans des zones éparses de la wilaya.

La population active de la wilaya est d'environ 347 700 personnes aptes pour travailler, ceci nous amène à un taux de 38% de la population totale de la wilaya. Quant à la population occupée, elle est de 305 980 personnes qui travaillent formellement dans les différents secteurs économiques, soit ainsi un taux d'emploi de 88% (nous tenons compte de secteur

informel). Le taux de chômage se situe entre 12% et 14 %. Mais, le taux réel ne dépasserait pas 12 %. Le taux d'inoccupation théorique de la wilaya demeure important est de l'ordre de 16 % notamment pour les catégories d'âges de moins de 40 ans et surtout celles des zones de montagne et les zones rurales en général.

**Tableau 4.5 : Répartition de la population par genre et tranches d'âges**

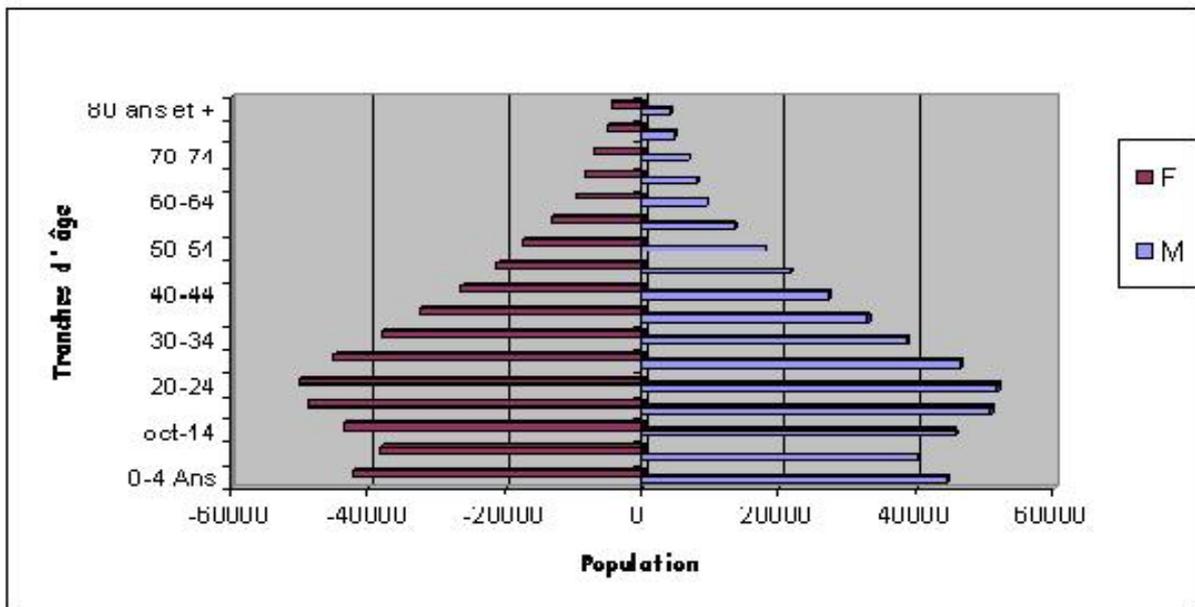
Groupes d'age	tranches d'âges		
	Masculin	Féminin	Total
<b>0-4 Ans</b>	44 400	42 350	<b>86 750</b>
<b>5-9</b>	39 960	38 300	<b>78 260</b>
<b>10-14</b>	45 500	43 600	<b>89 100</b>
<b>15-19</b>	50 700	48 850	<b>99 550</b>
<b>20-24</b>	51 700	50 000	<b>101 700</b>
<b>25-29</b>	46 400	45 100	<b>91 500</b>
<b>30-34</b>	38 500	38 150	<b>76 650</b>
<b>35-39</b>	32 700	32 500	<b>65 200</b>
<b>40-44</b>	27 000	26 700	<b>53 700</b>
<b>45-49</b>	21 500	21 400	<b>42 900</b>
<b>50-54</b>	17 850	17 500	<b>35 350</b>
<b>55-59</b>	13 300	13 200	<b>26 500</b>
<b>60-64</b>	9 400	9 900	<b>19 300</b>
<b>65-69</b>	7 950	8 500	<b>16 450</b>
<b>70-74</b>	6 670	7 300	<b>13 970</b>
<b>75-79</b>	4 570	5 000	<b>9 570</b>
<b>80 ans et +</b>	4 050	4 500	<b>8 550</b>
<b>Total</b>	<b>462 150</b>	<b>452 850</b>	<b>915 000</b>

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

La répartition de la population par tranches d'âges nous révèle la jeunesse de la population de la wilaya. En effet, la dominance de la tranche des jeunes âgés de moins de 30 ans avec un taux 59,76% (soit 60,42 % pour hommes et 59,22% pour femmes). À l'inverse, 7,41% de la population âgée d'au moins de 60 ans (soit 7,06 % pour hommes et 7,77% pour femmes). Ceci nous amène à un taux de 40,37 % pour la population dont l'âge est inclus entre 15 à 34 ans. Cette tranche d'âge est considérable dans la détermination de la population active.

Quant à la structure de la population par genre, il y'a une légère dominance des hommes (462 150 hommes, 452 850 femmes) qui se remarque presque toutes les tranches d'âges.

Figure 4.5 : Pyramide des âges au 31/12/2008



Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

La répartition spatiale de la population est inégale le long de territoire de la wilaya, cela est dû à la prédominance du relief montagneux qui a engendré la concentration de la population dans les plaines et la côte. En effet, l'indice d'agglomération de la wilaya (au 31/12/2008) indique que 87,63 % de l'ensemble de la population résident dans les agglomérations des chefs lieux et les agglomérations secondaires (annexe 4).

## 2. LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE ECONOMIQUE

Nous consacrerons cette section à quelques facteurs d'attractivité économiques qui peuvent influencer sur la décision de la création d'entreprises. Nous commencerons par la taille du marché, puis la qualité du tissu industriel.

### 21. La taille du marché

La taille du marché est mesurée par la population, comme nous nous avons déjà cité dans la partie théorique, la wilaya de Béjaia compte 915000 au 31 /12/2008. Vue sa taille, cette population représente un marché potentiel pour les investisseurs, ce qui concerne la consommation et aussi la présence une main d'œuvre importante (d'environ 360925 de la population active) qu'elle alimentera le marché de travail.

### 22. La qualité du tissu industriel

La wilaya de Béjaia dispose d'un tissu industriel significatif où presque toutes les branches sont présentes avec une prédominance des activités manufacturières et de

transformation qui compte plus de 220 unités en activité<sup>1</sup>. Ce tissu industriel est dense et concentré surtout dans les zones d'activités et les zones industrielles.

### **3. LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE INFRASTRUCTURELS**

L'existence d'une infrastructure joue un rôle prépondérant dans la dynamique économique d'un territoire, elle rend ce dernier attractif. Dans cette section, nous donnerons un aperçu sur l'infrastructure de base de la wilaya, et puis nous consacrons à l'infrastructure sociale.

#### **31. Les infrastructures de base**

La wilaya de Béjaia est l'une des wilayas du pays qui rassemble une infrastructure de base importante et diversifiée. Elle est desservie par les différents modes de transport. Allant d'un réseau routier dense jusqu'à un port et aéroport les plus dynamiques à l'échelle national. Ce qui rend la wilaya ouverte sur toutes les échelles (national, régional, et international).

##### **311. Le réseau routier**

Dans la région le réseau routier est très bien développé, aussi bien entre les différentes localités qu'avec l'extérieur. Le réseau routier de la wilaya est très dense et relativement en bon état, il se compose de:

- Routes nationales (R.N): qui relie la wilaya de Béjaia avec d'autres wilayas du pays, d'une longueur de 424,20 Km.
- Chemins de wilaya (C.W) : qui relie la wilaya avec les différentes communes sur une longueur totale de 647 Km.
- Chemins communaux (C.C) : qui relie la wilaya avec les différentes localités des communes, d'une longueur de 3 467,4 Km.

Pour valoriser le réseau routier et l'adapter aux ambitions locales de développement économique et social, ce dernier a fait l'objet de vastes travaux de modernisation, parmi les plus importants de ces travaux la route nationale RN26 qui reliera directement la wilaya de Béjaia avec la wilaya de Bouira. Le réseau des routes nationales relie la wilaya de Béjaia à l'ensemble des wilayas limitrophes. L'état de ce réseau, tel que le tableau (4.6) l'indique, est relativement convenable:

---

<sup>1</sup> Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

Tableau 4.6 : Etat du réseau des routes nationales par daïras (RN)

Daïras	État du réseau RN			Longueur totale en KM
	Bon état	Moyen état	Mauvais état	
Béjaia	19	17	1,5	37,5
Akbou	6,9	13,6	16,9	37,4
Amizour	12,50	0,00	2,50	15,00
Kherrata	21,65	3,00	3,00	21,30
El kseur	45,6	2,00	0,30	47,9
Sedouk	22,00	0,00	0,00	22,00
Tazmalt	6,50	0,50	2,50	9,5
Chemini	3,70	1,00	0,00	4,70
Darguina	6,75	8,8	0,2	18,80
Sid Aich	11,10	0,10	0,00	11,20
Tichy	11,5	14	3,5	28,5
Souk El Tenine	19	2,50	0,00	22,5
Barbacha	10,00	0,00	17,00	17,00
Aokas	5,00	0,00	2,00	7,00
Ighil Ali	0,00	27,00	0,00	27,00
Adekar	56,5	0,00	1,00	37,5
Timezrit	0,00	0,00	0,00	0,00
Ifri Ouzellaguen	6,60	0,00	3,00	9,30
Beni Maouche	17,00	0,00	0,00	17,00
<b>Total</b>	<b>281,30</b>	<b>89,50</b>	<b>53,40</b>	<b>424,20</b>

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

Selon ce tableau, nous remarquons que l'état du réseau des routes nationales est bon sur plus 66%, soit 281,30KM, et le reste se partage entre un état moyen (89,50) et un mauvais état (53,40). Cela est dû au fait qu'elles sont les mieux entretenues, car elles accueillent l'essentiel du trafic.

Le réseau des chemins de wilayas (CW) est relativement moins entretenu, comme le montre le tableau suivant:

Tableau 4.7 : Etat du réseau des chemins de wilaya par daïras (CW)

Daïras	État du réseau CW			Longueur totale
	Bon état	Moyen état	Mauvais état	
Béjaia	5,00	14,00	8,80	27,8
Akbou	6,00	8,30	24,55	38,85
Amizour	5,50	9,40	60,60	75,50
Kherrata	14,80	1,20	0,00	16,00
El kseur	19,30	6,50	46,70	72,50
Sedouk	15	12,60	24,80	52,40
Tazmalt	2,50	0,00	2,00	4,50
Chemini	22,80	1,00	5,90	29,70
Darguina	28,80	2,20	12,00	43,00
Sid Aich	19,70	10,00	20,90	50,60
Tichy	2,00	0,00	30,00	32,00
Souk El Tenine	1,50	8,00	6,50	16,00
Barbacha	9,00	3,00	29,5	41,25
Aokas	4,50	0,00	11,30	15,80
Ighil Ali	3,00	4,00	20,50	17,50
Adekar	5,00	24,00	22,50	51,50
Timezrit	6,80	5,50	7,90	20,20
Ifri Ouzellaguen	0,00	0,00	3,30	3,30
Beni Maouche	0,00	0,00	28,60	28,60
<b>Total</b>	<b>171,20</b>	<b>109,7</b>	<b>366,1</b>	<b>647,20</b>

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

Le réseau des chemins de wilaya se trouve dans un état convenable que sur presque un quart, soit 171,20 KM, le reste est, soit dans un état moyen (109,70 KM), soit dans une grande proportion (la moitié) dans un état mauvais (366,10 KM).

### 312. L'infrastructure ferroviaire

Quant aux chemins de fer, la wilaya de Béjaia dispose d'une seule voie ferrée d'une longueur de 90 Km, qui relie Béjaia - Beni- Mansour. Elle dispose de 09 gares dans les principaux centres urbains de la vallée de la Soummam (Beni-Mansour- Tazmalt – Akbou- Ighzer-Amokrane – Sidi-Aich – Il-Maten – El-kseur – Oued-Ghir – Béjaia) par lesquelles ont transités près de 26 817 voyageurs et 1 722 wagons mobilisés de transporter 79 110 tonnes de marchandises (dont 7,6 % d'arrivages) et près de 9 900 colis soit 137 000 kg (dont 83 % d'arrivages). Bien que, le transport des voyageurs ne cesse de baisser durant ces dernières

années suite au développement du transport privé depuis l'ouverture du secteur à l'opérateur privé. Cette année, cette infrastructure connaît une amélioration et renouvellement des rail dans le but de développement de l'infrastructure ferroviaire.

**Tableau 4.8 : Évolution du transport de voyageurs par rail (2004-2008)**

Année	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Nombre de voyageurs transportés</b>	134788	139478	140.628	108.065	74962	26 817

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia, DPAT, (résultats, 2003, 2004, 2005, 2006,2007, 2008).

Ce réseau pourrait jouer un rôle important dans la vie économique, de la région et insuffler une réelle relance de l'activité des zones industrielles et d'activités se situant sur sa trace.

### 313. L'infrastructure portuaire

Avec les infrastructures routières et ferroviaires, le port de Béjaia connaît un développement sans précédent, il constitue un atout stratégique pour toute la région. C'est un port mixte (plaisance et pêche), il est composé de 03 bassins qui s'étalent sur plus de 156 Ha, d'un terre-plein d'une superficie de 50 hectares et 2 730 mètres de quais cernés par deux jetés d'une longueur totale de 3 400 mètres. Les caractéristiques des bassins peuvent être résumées comme suit:

- Le bassin de l'avant-port, d'une superficie de 75 hectares, spécialisé dans le traitement des navires pétroliers.
- Le bassin du vieux- port, d'une superficie de 26 hectares, réservé au traitement de marchandises générales et transport des voyageurs.
- Le bassin de l'arrière – port, d'une superficie de 6 hectares, réservé au traitement de marchandises générales.

Les chiffres de 2008 indiquent que, les mouvements de la marchandise pour les quantités embarquées de l'ordre 8 693 845 tonnes et celles débarquées de 6 990 931 tonnes soit au total plus de 15 millions de tonnes. Aussi, le trafic des passagers est de 17 980 personnes débarquées et 16 681 embarquées soit au total 34 661 personnes.

### 314. L'infrastructure aéroportuaire

La wilaya de Béjaia dispose d'un aéroport qui relie Béjaia au sud algérien, à Alger et les principales villes de France avec des vols réguliers. Il est en voie d'extension et de modernisation joue un rôle stratégique dans le domaine économique. Il comprend les infrastructures suivantes:

- Une piste d'atterrissage d'une longueur de 2 400 mètres et de 45 mètres de largeurs.

- Une aérogare d'une capacité de 250 passagers/jour en moyenne.
- Une aire de stationnement d'une superficie de 24 576 M<sup>2</sup>.

L'aéroport de Béjaia, depuis son lancement, connaît une croissance permanente. Surtout pour les lignes internationales, ce qui n'est pas tout à fait le cas des lignes internes, comme il indique le tableau suivant:

**Tableau 4.9 : Evolution du nombre de voyageurs de transport aérien (2002-2008)**

Nombre de voyageurs	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Intérieur</b>	110257	63842	53927	26955	37435	26716	51757
<b>International</b>	122081	132146	144555	73377	126612	90169	153555

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia, DPAT, (résultats, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008).

Ce tableau, montre une croissance continue pour les personnes empruntant les vols internationaux entre 2002 et 2008. Une augmentation de 122081 passagers en 2002 à 144555 en 2004. Mais à partir de l'année 2005 le nombre de voyageurs connaît une chute, puis une augmentation considérable durant l'année 2008. Quant, aux personnes voyageant avec les lignes internes, nous enregistrons une diminution durant toute la période. Cela s'explique par la concurrence exercée par le transport terrestre, et la tarification du transport aérien. Ces chiffres ne reflètent qu'un très important dynamisme et un avenir prometteur. Cela constitue un facteur d'attractivité pour les investisseurs étrangers en quête de faciliter de tout genre pour pouvoir s'implanter dans n'importe quel pays.

## **32. Les infrastructures sociales**

La présence de l'infrastructure sociale constitue un indicateur du niveau et de la qualité de vie des populations en général. Indispensable pour les entreprises, elle influence sur la localisation. Nous s'intéresserons beaucoup plus à l'enseignement supérieur, et la formation professionnelle car ils jouent un rôle dans la fourniture de la main d'œuvre qualifiée.

### **321. Enseignement supérieur**

La wilaya de Béjaia dispose d'une université qui représente un atout gagnant et un fort potentiel de recherche. Elle offre de multiple choix de filières de formation grâce à sa pluridisciplinarité qui repose en particulier sur les sciences de l'ingénieur, le droit, les sciences économiques et de gestion, la biologie, les lettres et les sciences humaines, de taille humaine importante par des effectifs et elle est aussi ouverte sur le monde du savoir. Sa capacité d'accueil est 34 488 étudiants en graduation (algériens et étrangers) soit un accroissement de 16,66 % par rapport à l'année 2007 / 2008. Les filles représentent près de 60 % de l'effectif total. L'encadrement est assuré par 873 enseignants permanents dont : 374 femmes, reparti par

grades: 95 maîtres de conférence ,447 maîtres assistants, 291 chargés de cours et 35 professeurs.

**Tableau 4.10 : Nombre de diplômés délivrés par l'université de Béjaia (2004-2008)**

	Le nombre de diplômés				
	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Total</b>	2394	2979	3264	4540	5493

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia, DPAT, (résultats, 2004, 2005, 2006,2007, 2008).

Le nombre de diplômés délivrés par l'université de Béjaia en croissance permanente, toutes catégories confondues, surtout après l'application du nouveau système LMD. Globalement l'université alimente le marché du travail en main d'ouvre qualifiée, ce qui ramène à déduire que ce facteur joue un rôle d'attraction pour les entreprises au niveau de la wilaya de Béjaia.

### 322. Formation

Pour la formation de jeunes, le secteur est doté de différent établissement à caractère public ou privé. Les établissements publics sont constitués des CFPA implantées dans les communes les plus peuplées. Du fait de leur nombre (24) offrent la plus importante capacité (plus de 12017 stagiaires). En plus le secteur est orienté essentiellement vers la formation des filles dans le domaine de la couture dans les zones rurales.

- Stagiaires en formation résidentielle 5978 dont 3484filles.
- Stagiaires en formation d'apprentissage 5995 dont 1332filles.
- Stagiaires en formation de cours du soir 44 dont 19 filles.

Les établissements hors formation professionnelles, qui sont au nombre de 3, sont constitués de : l'école maritime, l'école de chambre de commerce et l'école paramédical. Leur capacité d'accueil est 1898 toutes écoles confondues. À cela, s'ajoute 24 établissements privés totalisant une capacité de 1523 postes de formation dans différents domaines (informatique, gestion, couture, coiffure,...etc.). Concernant le nombre de diplômés, selon les chiffres de la DPAT, le secteur public de la formation professionnelle occupe toujours la première place, comme on peut le constater à partir le tableau suivant:

**Tableau 4.11 : Nombre de diplômés des établissements de la formation professionnelle entre 2005- 2008**

Secteurs des établissements de la formation professionnelle	2005	2006	2007	2008
Établissements publics de la formation professionnelle	4421	5147	6852	6500
Etablissements privés de la formation professionnelle	231	200	332	481
<b>Total</b>	4652	5347	7184	6981

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, DPAT, (résultats, 2004, 2005, 2006,2007, 2008).

Le nombre des diplômés dans les différents secteurs de la formation professionnelle connaît une augmentation durant ces quatre dernières années. Le nombre de diplômés du secteur public de la formation professionnelle représente la plus grande part du total durant toute la période (95% durant l'année 2008), cela est dû à la capacité d'accueil. Tandis que, les établissements relevant du secteur privé représente une part marginale, mais ils connaissent une augmentation durant ces dernières années. En général, les diplômés de la formation professionnelle alimentent beaucoup plus le secteur artisanal que le secteur industriel, du fait des spécialités étudiées (menuiserie, maçonnerie, couture, etc.).

#### 4. LES FACTEURS ENERGITIQUES ET TELECOMUNICATIONS

Les potentialités locales (argile, gypse, agrégats, pierre de taille,...etc.), et en plus de l'existence de 10 carrières. Le territoire de la wilaya recèle des gisements de substances minérales, ferreux et non ferreux importantes, on peut citer :

- Les gisements d'argile de R'Mila (réserves 16 millions tonnes).
- Le gisement de gypse de Boudjellil.
- Le gisement de célestine (SrSO<sub>4</sub>) dans la région de Beni Mançour.
- Les indices d'argile kaolinisée de Boukhelifa.
- Les grès siliceux de T/Ighil.
- Le gisement de poly - métaux (Zn, Pb, Cd et Ag) dans le massif vulcano- sédimentaire d'Amizour.

En tenant compte de la diversité des ressources et des richesses minérales et de l'existence d'infrastructures d'appoint, le secteur local de l'industrie et des mines offre de nombreuses opportunités d'investissement dans le domaine de l'agroalimentaire, la sous-traitance, les

activités liées aux bâtiments et travaux publics , l'industrie de transformation en général et de l'exploitation minière.

Le secteur des postes et télécommunications constitue un appoint appréciable au développement des infrastructures économiques en général. Il joue un rôle dans le développement des infrastructures économiques en général et l'attractivité d'un territoire, la wilaya dispose de :

- 111 bureaux de plein exercice ;
- 66 recettes de distribution ;
- 05 guichets annexes ;
- capacité des centraux téléphoniques : 113 028 lignes ;
- Nombre d'abonnés : 90 499 ;

Ce sont donc, les 116 établissements postaux fonctionnels et les 113 028 équipements téléphoniques ainsi que les 90499 abonnés qui expliquent que la densité postale et téléphonique est presque normale : un (01) bureau de poste pour 7888 habitants et un (01) téléphone pour 10 habitants.

## **5. LES FACTEURS CULTURELS**

La culture de création d'entreprises dans la wilaya de Béjaia est beaucoup plus la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (relations familiales, amicales et professionnelles) que le résultat d'un processus encadré par les institutions publiques car ces dernières ne facilitent pas l'accès aux capitaux pour la petite et moyenne entreprise.

L'entrepreneur est généralement d'âge mûr, d'un niveau d'instruction moyen. Dans certains cas, il s'agit simplement d'une extension des affaires des parents. En général, ils sont issus du secteur public. Les relations avec les administrations publiques sont très nuancées<sup>2</sup>.

Au terme de ce quatrième chapitre, la diversité du paysage naturel, la nature du tissu économique et l'existence de potentialités diverses font que la wilaya de Béjaia offre de réelles potentialités d'investissement et elle constitue un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés, en raison des avantages économiques que dispose comparativement aux autres régions de la wilaya :

- Les infrastructures économiques de la région, surtout l'infrastructure de base (réseau routier, et port).
- Le tissu industriel important.

---

<sup>2</sup> AIT SIDHOUM Houria, La dynamique et les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Bejaia, In Colloque International : « Création d'entreprises et territoires »Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006

- un facteur naturel
- la qualité des ressources humaines

Riche de son potentiel industriel, la wilaya de Béjaia occupe une place importante dans le tissu industriel de l'Algérie. Nous allons essayer de cerner la création d'entreprises dans la wilaya de Béjaia dans le chapitre suivant, ainsi le profil des créateurs d'entreprises et la localisation spatiale de la création d'entreprises.

## CHAPITRE V

### LA CREATION D'ENTREPRISES DANS LA WILAYA DE BEJAIA

Au XIX<sup>ème</sup> siècle, on désigne les seuls économistes libéraux comme des pionniers qui militent pour la diffusion méthodique d'une autre culture économique fondée sur la création d'entreprises, tout en dessinant, de façon très novatrice pour l'époque, le rôle de cet acteur encore méconnu : l'entrepreneur. Metcalfe, il conçoit l'entrepreneur comme un individu agissant sur la base de connaissance inconnue des autres agents économiques de sorte que l'entrepreneuriat est au cœur d'un processus évolutionniste de transmission et de sélection des connaissances.

Les travaux de recherche sur l'entrepreneur se sont multipliés ces dernières années, de Joseph Schumpeter (version « capitalisme, socialisme et démocratie » de 1942) à Alfred Chandler, toute une littérature conduit à accréditer l'idée que les sources de la croissance résident de plus en plus dans la création d'entreprises. La création d'entreprises constitue donc, un des piliers de la croissance économique. C'est elle qui renouvelle en permanence le tissu industriel. La prise de risque du créateur d'entreprises est au cœur du processus de croissance économique.

Le long de ce cinquième chapitre nous nous présenterons un aperçu de la création d'entreprises dans la wilaya de Béjaia selon la structure, le profil des créateurs et la localisation spatiale de la création d'entreprises. Enfin nous analyserons le poids des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises.

#### 1. LA CREATION D'ENTREPRISES DANS LA WILAYA DE BEJAIA

La wilaya de Béjaia ne cesse de prospérer dans le secteur de la PME/ PMI, en créant et encourageant à la création des entreprises. La PME enregistre un taux de croissance de plus en plus significatif. Elle occupe la 4<sup>ème</sup> position au niveau national en termes de dynamique entrepreneuriale. Ainsi selon les données de la CNAS, aussi de celle de la direction de la PME, elle enregistre au 1<sup>er</sup> semestre 2008, un total de 13 231 PME/PMI<sup>1</sup> entre public et privée.

---

<sup>1</sup> Bulletin d'information économique N°13. Source [www.pmeart-dz.org](http://www.pmeart-dz.org)

## 11. Les dispositifs d'aides à création d'entreprises

Ces dernières années, le cadre de la création de l'entreprise en général et celui de la PME/PMI en particulier s'est enrichi d'un certain nombre de législations et institutions ayant pour objectif de soutenir et d'encadrer la PME-PMI, un fond de garantie auprès du ministère de la PME-PMI a été créé, qui sert de caution crédible pour ces dernières auprès des institutions de crédit, ainsi une collaboration avec celles-ci et le ministère a eu lieu pour des aides financières dans le cadre de la promotion des PME/PMI. Notamment par la création de structure d'appui appelée à jouer un rôle de premier rang dans l'encouragement de ce secteur qui contribue à hauteur 77% du PIB hors hydrocarbures.

Lorsque la sélection des projets réalisables est faite, et une comparaison entre les moyens financiers dont elles disposent et le coût total estimé de la mise en œuvre de ces objectifs. La variable coût de financement pour les grandes entreprises est moins contraignante du fait qu'elles peuvent toujours combler l'écart négatif entre moyens financiers et besoins de financement par le recours aux institutions de crédit, or ces dernières dans la majorité des cas rejettent les demandes de crédits, et ce pour la double raisons :

- ✓ Le niveau de risque est élevé.
- ✓ La rentabilité est faible.

À cet effet, le pouvoir public algérien afin de soutenir les activités de création et de développement des PME/PMI, a mis en place des mesures d'appui financières et une série de mesures fiscales et parafiscales pour la promotion de la création d'entreprises<sup>2</sup>.

### 1. Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)

La loi d'orientation sur la promotion de la PME, définissant et fixant les mesures de facilitation administrative en faveur des PME, prévoyait la création d'un fonds de garantie des prêts bancaires accordés aux PME (FGAR) par le décret N° 02-373 du 11/11/2002 en application de cette dernière sur les PME. Par ailleurs, pour mener à bien le rôle de ce fonds un ensemble de banques partenaires interviennent, à savoir : la BDL, la BNA, et la BADR, ainsi que d'autres banques privées. Les garanties offertes sont :

- Garantie maximum de 80 % du crédit bancaire ;
- Montant maximum de la garantie 25 000000 DA par dossier et par entreprise, et sans dépasser 80 % du crédit bancaire ;
- Garantie minimale de 4 000000 DA.

---

<sup>2</sup> BOUTALEB Kouider, La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie, In colloque international Tamanrasset: « Création d'entreprises et territoires », 03 et 04 Décembre 2006.

## **2. Agence national de développement de l'investissement (ANDI)**

Le succès de l'APSI (Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi des Investissements) qui est devenu l'ANDI. Elle accorde des avantages très importants à l'investissement. Mais aussi elle doit à son efficacité propre à travers les guichets uniques. L'agence nationale de développement des investissements est un établissement public avec personnalité juridique et autonomie financière. Elle accorde des avantages fiscaux et parafiscaux selon deux régimes : général et dérogatoire. Les avantages relevant du régime général sont accordés lors de la constitution de l'investissement et il s'agit de : la franchise de la TVA, la réduction des droits de douane et l'exonération du droit de mutation à titre onéreux.

En ce qui concerne le régime dérogation qui désigne les avantages accordés aux investissements dans les zones à promouvoir et dans les zones nécessitent l'implication particulière de l'Etat. Ces avantages sont :

- ✓ Les avantages impliqués aux activités : exonération de l'impôt sur les bénéfices (IBS), de l'impôt sur le revenu globale (IRG) et de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP).
- ✓ Les avantages appliqués sur les propriétés immobilières.
- ✓ Exonération de la taxe foncière sur les propriétés immobilières.

La wilaya de Béjaia dispose d'un guichet unique décentralisé de l'agence nationale de développement d'investissement. À travers son guichet unique décentralisé, cette agence constitue un vecteur important dans la politique du développement de l'investissement au sein de la wilaya Béjaia. Son objectif est d'assurer, par sa coordination avec les administrations concernées, l'allégement et la simplification des procédures et formalités de constitution des sociétés et la réalisation du projet. Le guichet unique décentralisé apporte une assistance technique et informationnelle aux investisseurs qui accueillent, informent et assistant les investisseurs durant la phase de création.

## **3. Dispositif de l'ANSEJ**

Les pouvoirs publics a conçu un nouveau dispositif de création de l'emploi vers l'année 1997, qui a pour but de promouvoir la création de micro entreprise. Ce dispositif a donné naissance à la création de milliers de PME à travers le territoire national. Il s'agit de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ). La wilaya de Béjaia parmi les wilayas du pays dispose une antenne de l'ANSEJ. Les ressources de cette agence proviennent du fonds national de soutien à l'emploi de jeunes qui est alimenté par :

- Les dotations du budget de l'état.
- Les cotisations versées aux fonds par les jeunes promoteurs et les établissements de crédits adhérents.
- Le produit des taxes spécifiques instituées par les lois de finance.

- Les produits des placements financiers des fonds propres et des placements perçus.
- Les dons, legs et subventions consentis au fonds.
- Toutes autres ressources ou contributions.

L'ANSEJ qui combine un but économique et social, a favorisé la création d'activités de biens et services par les jeunes promoteurs de la wilaya, en procédant à toutes formes de mesures incitatives pour l'emploi des jeunes. Une fois, le jeune promoteur est éligible au dispositif, il bénéficiera d'une aide du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes. Cette aide varie en fonction du coût total du projet. Les banques accordent des délais de remboursement du crédit qui s'étale sur trois à cinq ans, elle est déterminée en fonction de la nature de l'investissement et de sa rentabilité.

Il existe trois formes de financement de l'investissement dans le cadre de la création de la micro entreprise : le financement triangulaire, le financement mixte et l'autofinancement.

- **Le financement triangulaire**

Ce financement est constitué de l'apport du ou des jeunes promoteurs qui varie selon le niveau de l'investissement et la localisation de l'activité. Les crédits sans intérêts fournis par l'ANSEJ et le crédit bancaire dont une partie est bonifié par l'ANSEJ. La structure de ce financement de ce mode se présente comme suit:

**Tableau 5.1 : Structure du financement triangulaire**

Niveau de l'investissement	Montant de l'investissement en DA	Crédits sans intérêts	Apport personnel		Crédit bancaire	
			Zones spécifiques	Autres zones	Zones spécifiques	Autres zones
<b>Niveau 1</b>	Jusqu'à 2000000	25%	5%	5%	70%	70%
<b>Niveau 2</b>	2000.001 à 10.000.000	20%	8%	10%	72%	70%

Source : D'après les données de l'ANSEJ, 2009.

À noter que la bonification des taux d'intérêts est déterminée en fonction de la zone et du secteur, comme le résume le tableau suivant :

**Tableau 5. 2 : Taux de bonification**

Secteurs	Zones non spécifiques	Zones spécifiques *
Agriculture, hydraulique, pêche	75%	90%
Autre secteurs d'activités	50%	75%

Source : D'après les données de l'ANSEJ, 2009.

\* : Les zones spécifiques sont les zones à promouvoir qui sont déterminées par arrêté ministériel.

Le fonds national de soutien à l'emploi de jeunes prend en charge une partie des intérêts bancaires et des crédits d'investissements octroyés dans le cadre de l'ANSEJ. Quant aux investissements réalisés dans les secteurs de l'agriculture, de l'hydraulique et de la pêche, le FNSEJ prend en charge 75% du taux d'intérêt appliqué. Pour les investissements réalisés dans les autres secteurs d'activités la bonification se situe à 50% du taux débiteur appliqué par les établissements du crédit.

- **Le financement mixte**

L'apport financier des jeunes promoteurs est complété par un crédit sans intérêt de l'ANSEJ, qui varie selon le niveau de l'investissement. La structure de ce financement se présente comme suit:

**Tableau 5. 3 : Structure du financement mixte**

Niveaux	Montant de l'investissement en DA	Crédit sans intérêt	Apport personnel
Niveau 1	Moins de 1.000.000 DA	25%	75%
Niveau 2	De 1.000.00 à 2.000.000 DA	20%	80%
Niveau 3	De 2.000.00 à 4.000.000 DA	15%	85%

Source : D'après les données de l'ANSEJ, 2008.

- **L'autofinancement**

L'autofinancement, consiste au promoteur d'apporter la totalité des fonds du projet (100%), comme cet investissement sera créé dans le cadre de la micro entreprise (ANSEJ), le jeune promoteur bénéficie de la totalité des avantages fiscaux et parafiscaux que ceux des deux types de financement précédents. À ces aides financières, s'ajoutent des mesures fiscales et parafiscales selon la phase de lancement et d'exploitation:

❖ **En phase de lancement du projet:**

- Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipement entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Application du taux réduit de 5% en matière des droits de douane pour les biens d'équipements importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Exemption des droits de mutation de 8% sur les acquisitions immobiliers.

❖ **En phase d'exploitation** (La durée des avantages est de 06 ans pour les investissements réalisés dans les zones à promouvoir et de 03 ans dans les autres zones).

- Exonération de la TAP (Taxe sur l'Activité Professionnelle), IBS, VF et l'IRG.
- Application d'un taux réduit de cotisation patronale de 7% au titre des rémunérations versées aux salariés de la micro-entreprise.

**4. La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC)**

Conçue pour contribuer au développement des projets portés par les chômeurs âgés de 35 ans à 50 ans. Le développement du projet est réalisé aussi par la contribution de la banque partenaire sollicitée pour un prêt. Le crédit CNAC se fait sous forme d'un crédit sans intérêt et celui de la banque sous forme d'un taux d'intérêt bonifié. Quant aux avantages financiers dont bénéficie le porteur de projet, varient de la nature ou de la qualité de la zone, et du montant de l'investissement concerné soit :

**Tableau 5.4 : Avantages du porteur selon la zone et le montant de l'investissement**

Qualité de la zone	Ordinaire	Ordinaire	Zone spécifique, région sud ou hauts plateaux	
			<= 2 million	2-5 million
Montant de l'investissement concerné (en DA)	<= 2 million	2-5 million	<= 2 million	2-5 million
Apport du porteur	5%	10%	5%	8%
Apport du CNAC	25%	20%	25%	22%
Apport de la banque	70%	70%	70%	70%

Source : [www.pme-algerie.dz](http://www.pme-algerie.dz)

Ce qui concerne les d'aides fiscales et parafiscales accordés par la CNAC, elles sont de trois sortes : application d'un taux réduit de droit de douanes, exonération de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), exonération des droits de mutation de la propriété.

## **5. Les aides financières par le biais du conseil national pour la compétitivité industrielle**

Les entreprises industrielles ayant un actif positif réalisant un résultat d'exploitation positif et ayant au moins une durée de vie de trois ans, et plus de 20 salariés ont l'habilité de se présenter auprès de CNCI, muni d'un dossier de demande d'aide financière du fonds de la promotion de la compétitivité industrielle (FPCI) accompagné d'une étude de diagnostic stratégique et d'un plan de mise à niveau. La validation du dossier sera accompagnée par l'octroi de l'aide financière due par la collaboration du CNCI avec le ministère de l'industrie, et afin d'engager l'entreprise d'une façon irréversible conforme aux normes universelles, le FPCI assure à l'entreprise concernée la prise en charge de 50% des frais de certification ISO 900/version 2000 plafonné à 1 million de DA.

## **6. Les mesures de soutien par le biais du fonds national d'aménagement des territoires (F.N.A.T)**

Ayant pour refuge les villes ou encore les zones d'activités, confrontées à la concurrence territoriale et celle des entreprises, le développement des villes et des PME devient une obligation s'inscrivant dans les perspectives d'aménagement des territoires notamment dans le schéma national d'aménagement des territoires (SNAT). À cet effet, un fonds national d'aménagement des territoires a été mis en place en vue d'apporter un soutien financier aux PME employant entre 10 à 100 personnes et se résumant :

- ❖ Des aides financières accompagnant la délocalisation des activités des régions urbaines vers les zones rurales.
- ❖ Des aides financières tributaires de l'effort des PME à promouvoir des activités selon leur nature dans les zones rurales.

## **7. Les aides financières par le biais de MEDA**

Un programme a été mis en place par la collaboration du ministère de la PME-PMI et de la commission européenne, destiné à soutenir financièrement ces dernières, qui doivent satisfaire certaines conditions à savoir :

- un nombre d'employés variant entre 10 à 250 employés.
- Un nombre d'exercice fiscal au moins égale à 03.
- Ayant une identification fiscale (registre de commerce) déclarée à la CNAS.

Une fois l'entreprise répond à ces critères, un expert lui qui travaillera en collaboration avec le chef d'entreprise pour mettre en pratique la mise à niveau. La contribution financière est déterminée à partir de 03 actions :

- ❖ Prise en charge de 20% du coût total de la réalisation du diagnostic stratégique.
- ❖ Prise en charge de 20% du coût total des actions de mise à niveau.

- ❖ Prise en charge de 30% à 50% du coût total du reste des actions de mise en œuvre de la stratégie de mise à niveau.

### **8. Les aides financières par le biais du fonds de préservation de l'emploi (FPE)**

Créatrice d'emploi, donc employant plus du facteur travail par rapport au facteur capital, contrairement aux grandes entreprises dont la substitution du capital au travail peut avoir lieu. Les PME- PMI confrontées à de diverses crises liées à l'incertitude de l'environnement, recourent généralement à deux solutions : soit de se séparer d'une partie de leurs ressources humaines, soit de préserver leurs effectifs avec une très grande marge de manœuvre. Le FPE est créé en proposant à celles ci de préserver leur capital travail en assurant :

- ❖ La réalisation des études de marché
- ❖ La réalisation d'accompagnement (formation)
- ❖ La prise de participation dans le capital de l'entreprise éligible plus de 2 millions de DA.

### **9. Les aides financières par le biais du fonds national de la régulation et du développement agricole (FNRDA)**

Conçu pour apporter un soutien financier aux projets agricole, et dont la réalisation est intégralement financée par le FNRDA partagée entre concours financés à 50% et le crédit bail à 50%.

### **10. Les aides financières par le biais du fonds national pour l'environnement et la dépollution (FNED)**

La pollution impose à l'entreprise de nouvelles contraintes de coût, ou encore le paiement des taxes sur les activités polluantes. Le FNED est destiné à aider toute entreprise dépolluante et les encourager à garder le même statut. À cet effet, toutes entreprises répondant à cette caractéristique doit déposer son dossier auprès du ministère de l'environnement et d'aménagement des territoires qui déterminera les entreprises éligibles ainsi que le montant à affecter à chacune d'elles.

### **11. Les aides financières par le biais du fonds pour la promotion des exportations**

Le fond pour la promotion des exportations a pour mission d'accorder des allègements fiscaux et parafiscaux pour les entreprises exportatrices, ils concernent : l'exonération d'impôts et la réduction des droits de douanes.

Les différentes aides sont attribuées, se résumant par celles relatives à leurs participations aux foires, salons et expositions, au transport international et à la manutention au niveau des ports algériens, aussi les aides peuvent concerner des études aux exportations (étude du marché externe).

## **12. Les centres de facilitation**

Afin de favoriser le développement du tissu économique local, des centres de facilitation ont été créés, ils ont pour mission :

1. Encadrer, orienter et accompagner les promoteurs de projets potentiels ;
2. Développer la culture d'entreprise ;
3. Créer un lieu de rencontre entre les milieux d'affaire et les instituts et administrations centrales ou locales.
4. Accompagner les PME dans l'intégration économique nationale et internationale.
5. Diffuser les dispositifs d'aides et de soutien aux PME.

## **13. Les pépinières d'entreprise**

Leurs missions consistent à accueillir, héberger et accompagner, pour des périodes limitées dans le temps, les entreprises naissantes ainsi que les porteurs de projet.

1. Offrir des prestations de service et des conseils personnalisés.
2. Favoriser l'émergence des projets innovants et de pérenniser les entreprises accompagnées.

En général, le pouvoir public algérien a fait un effort indéniable en matière d'action d'avantages fiscaux et parafiscaux aux entreprises d'une façon générale, et aux PME/PMI d'une façon particulière. Cependant, des insuffisances persistent :

- Une grande partie des allègements sont liés à la phase de création des entreprises, alors que ces allègements sont beaucoup plus utiles pour les PME/PMI durant leur phase de développement.
- Les avantages fiscaux sont attribuables aux entreprises sans distinctions de taille, ce qui désavantage les entreprises de taille petites en situation de concurrence.

## **12. La création d'entreprises dans les différents secteurs d'activités**

Les créateurs d'entreprise dans la wilaya de Béjaia investissent dans les différents secteurs. Le secteur du transport occupe une place importante, grâce à l'ouverture de ce secteur durant ces dernières années. La répartition du nombre de projets selon les différents organismes se résume comme suit:

**Tableau 5.5: Répartition des projets d'investissements par secteurs d'activités financés par l'ANDI**

Secteurs d'activités	Nombre de projets	Taux %	Nombre d'emplois	Taux %	Montant en MDA	Taux %
Agriculture	16	01,02	183	02,13	849	02,16
BTHP	133	08,46	1 975	22,94	5 365	13,70
Industrie	68	04,33	1 822	21,16	10 894	27,83
Santé	5	0,90	130	3,91	705	5,29
Transport	1 301	82,76	3 927	45,60	17 254	44,08
Tourisme	07	00,45	182	02,11	933	02,38
Service	40	02,54	372	04,32	3 107	07,93
Santé	07	00,45	150	01,74	738	01,88
<b>Total</b>	<b>1 572</b>	<b>100</b>	<b>8 611</b>	<b>100</b>	<b>39 140</b>	<b>100</b>

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

À la lecture de ce tableau, qui nous montre la répartition des projets d'investissements par secteurs d'activités financés dans le cadre de l'ANDI, nous remarquons que le secteur des transports est le plus avantageux qui bénéficie beaucoup plus des aides de l'ANDI, avec 82,76 %, ce qui explique les facilitations offertes par les services de l'ANDI notamment la levée de l'exigence de l'autorisation de lignes dans le dossier de demande.

**Tableau 5.6 Répartition des projets d'investissements par secteurs d'activités financés par l'ANSEJ**

Secteurs d'activités	Phase de réalisation		Phase d'extension	
	Nombres d'attestations délivrées	Nombre d'emplois prévus	Nombre d'attestations de conformités délivrées	Nombre d'emplois supplémentaires prévus
Services	387	1 067	10	36
Artisanat	136	407	02	08
Agriculture	31	96	05	15
Hydraulique	05	39	00	00
Pêche	28	66	00	00
Transport frigorifique	01	02	01	02
Transport de marchandises	53	119	16	39

<b>Transport de voyageurs</b>	00	00	36	140
<b>Industrie</b>	39	181	03	10
<b>B.T.P.H</b>	120	543	05	25
<b>Professions libérales</b>	16	41	00	00
<b>Maintenance</b>	01	03	00	00
<b>Total</b>	<b>817</b>	<b>2 564</b>	<b>78</b>	<b>275</b>

Source : Données de l'ANSEJ de Béjaia, 2008.

L'analyse sectorielle des données recueillies révèle la prédominance de trois secteurs d'activité, à savoir, les services, l'artisanat, et bâtiment travaux public et habitat avec des taux respectivement de 47,37%, 16,64%, et 14,88%. Cela s'explique essentiellement par la présence d'une rentabilité à court terme dans ces secteurs, et qui va permettre le remboursement des crédits perçus. Dans les derniers rangs, nous retrouvons les secteurs : hydraulique, maintenance, et transport, avec respectivement les parts suivantes : 0,006%, 0,001%, et 0,00%.

**Tableau 5.7: Nombre d'attestations d'éligibilité délivrées et accords bancaires reçus par les dossiers déposés au niveau de l'ANSEJ depuis sa création**

<b>Nombre de dossiers déposés</b>	1082
<b>Nombre d'emplois correspondants</b>	3346
<b>Nombre d'attestations délivrées</b>	817
<b>Nombre d'emplois correspondants</b>	2564
<b>Nombre d'accords bancaires</b>	599
<b>Nombre d'emplois correspondants</b>	1973
<b>Nombre de projets financés</b>	580
<b>Nombre d'emplois correspondants</b>	1850

Source : Données de l'ANSEJ de Béjaia, 2007.

Nous remarquons que sur les 817 attestations d'éligibilités délivrées par l'ANSEJ, seules 599 ont reçus l'accord bancaire, et seuls 580 projets financés, ce qui a met la wilaya de Béjaia à la quatrième place en matière de création de micro-entreprise dans le cadre du dispositif de l'ANSEJ après la wilaya d'Alger, Oran, Tizi -Ouzou respectivement. Mais, le nombre de projets financés par les banques demeure relativement faible par rapport au

nombre d'attestations d'éligibilités délivrées et cela s'explique essentiellement par des motifs de saturation de quelques secteurs à savoir les transports, et les services.

**Tableau 5.8: Nombre des projets financés selon les différents organismes**

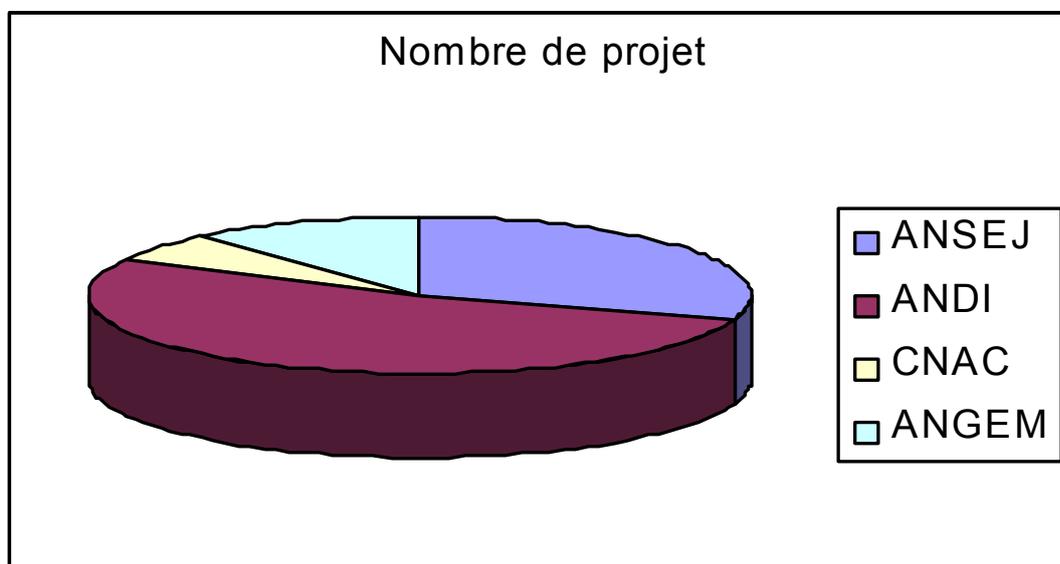
Organismes	Nombre de projet	Taux	Nombre d'emploi
ANSEJ	895	29,98	2564
ANDI	1572	52,66	8611
CNAC	166	11,55	417
ANGEM	352	24,49	109
<b>Total</b>	<b>2985</b>	<b>100</b>	<b>11701</b>

Source: Données réunies et mises en forme, d'après l'annuaire statistique de la DPAT, résultat 2008, Édition 2009.

- : Ce sont des données de 2007.

Les données de ce tableau nous révèlent que, la part de l'ANDI dans le financement des projets est importante avec 52,66 % par rapport aux autres organismes.

**Figure 5.1 : Nombre des projets financés selon les différents organismes**



Source: Données réunies et mises en forme, d'après l'annuaire statistique de la DPAT, résultat 2008, édition 2009.

Tableau 5.9: Répartition des PME et des emplois par secteurs d'activités

N°	Secteurs d'activités	Nombre de PME	%	Emplois	%
01	Agriculture et pêche	285	3,23	1 940	5,29
02	Eaux et énergie	04	0,05	418	1,14
03	Hydrocarbures	03	0,03	162	0,44
04	Services et travaux publics pétroliers	02	0,02	68	0,18
05	Mines et carrières	25	0,28	548	1,49
06	I.S.M.M.E	215	2,44	1488	4,06
07	Matériaux de construction, céramique, verre	171	1,94	1 344	3,66
08	Bâtiments et travaux publics (non pétroliers)	2 055	23,30	12 421	33,86
09	Chimie, caoutchoucs, plastique	55	0,62	383	1,04
10	Industries agroalimentaires, tabac	413	4,68	3 018	8,23
11	Industrie Textile, bonneterie, confection	91	1,03	184	0,50
12	Industries des cuirs et chaussures	12	0,14	224	0,61
13	Industrie du bois, liège, papier, imprimerie	457	5,18	1 088	2,97
14	Industries diverses	32	0,36	93	0,26
15	Transport et communication	1 481	16,79	3 310	9,02
16	Commerces	1 769	20,05	4 373	11,92
17	Hôtellerie et restauration	442	5,02	1 171	3,19
18	Services fournis aux entreprises	509	5,77	1 623	4,42
19	Service fournis aux ménages	557	6,31	1 304	3,55
20	Établissements financiers	29	0,33	949	2,59
21	Affaires immobilières	44	0,50	178	0,49
22	Services pour collectivités	169	1,92	398	1,08
<b>Total</b>		<b>8 820</b>	<b>100</b>	<b>36 685</b>	<b>100</b>

Source : La direction de la PME de Béjaia, 2007.

L'analyse sectorielle, nous a permis de déduire deux types d'activités prédominantes, à savoir le secteur de bâtiment et travaux publics non pétrolier (BTPH) et le commerce en 2<sup>ème</sup> position. Le secteur BTPH, est représenté par des entreprises en travaux du bâtiment ainsi que

des entreprises de bureaux d'études chargés des études et de la réalisation de construction 23,30 %, quant au secteur du commerce, la plus grande partie relève du commerce de gros (représenté par l'alimentation générale) les grossistes en bois et dérivés et les articles d'électroménager mais surtout une forte représentation des pharmacies et des grossistes de ces produits avec 20,05%.

### 13. Le profil des créateurs d'entreprises

La volonté de créer chez l'individu constitue un élément non négligeable dans le processus de la création d'entreprises. L'âge de l'entrepreneur, nous permet d'expliquer les raisons qui font que certains entrepreneurs sont plus précoces que les autres à créer leur propre affaire. La tranche d'âge 35-50 ans est la plus dominante. L'âge relativement avancé des entrepreneurs, suppose une certaine maturation du projet professionnel, à partir d'expérience acquise dans le salariat (accumulation de ressources financières, bonne expérience, qualification technique et de gestion administrative).

**Tableau 5.10: Répartition de la micro entreprise par sexe**

Secteurs d'activités	Nombre de micro entreprise financé	Sexe		Taux de féminité
		Masculin	Féminin	
Services	268	215	53	19,78
Artisanat	109	93	16	14,68
Agriculture	30	28	02	06,67
Transport frigorifique	00	00	00	00,00
Transport de marchandises	19	19	00	00,00
Industrie	29	26	03	10,34
B.T.P	90	88	02	02,22
Pêche	02	02	00	00,00
Professions libérales	19	14	05	26,32
Maintenance	01	01	00	00,00
Hydraulique	13	12	01	07,69
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>215</b>	<b>53</b>	<b>19,78</b>

Source : Données de l'ANSEJ de Béjaïa, résultat 2008, édition 2009.

Les créateurs de micro entreprise sont majoritairement du sexe masculin, car sur les 268 micros entreprises créées, 215 ont été créées par les hommes. Malgré que, le taux de féminité reste faible 19,78%, elles investissent et créent beaucoup plus dans le secteur des professions libérales et des services respectivement avec 19,78% et 16,13 %.

## 2. LA LOCALISATION SPATIALE DE LA CREATION D'ENTREPRISE

Le phénomène d'expansion du secteur privé dans la wilaya de Béjaia dans la création des PME est particulièrement perceptible dans la ville de Béjaia. Le développement remarquable des zones industrielles et/ou d'activités, telles que la zone industrielle d'El Kseur, de Béjaia, et de Taharracht, a engendré une nouvelle concentration spatiale tant des micros entreprises que des PME. Le développement entrepreneurial dans la wilaya de Béjaia a été accompagné par une réelle expansion de création des entreprises surtout PME- PMI et micro entreprise. Bien que, le phénomène soit bien perceptible dans la ville de Béjaia qui possède une infrastructure économique (réseau routier, port, aéroport), et se localisant autour de la zone industrielle ou d'activité. Dans cette section nous essayerons de localiser les entreprises créées sur le territoire de la wilaya, pour identifier l'existence d'une concentration de la création d'entreprise au niveau de la wilaya.

**Tableau 5.11 : Répartition spatiale de la création d'entreprises et des emplois par daïras financé par l'ANSEJ**

N°	Daïras	Nombre de PME	%	Nombre d'emplois	%
01	Béjaia	3 259	36,95	16 870	45,97
02	Akbou	850	9,63	3 752	10,21
03	Amizour	517	5,86	1582	4,3
04	El Kseur	452	5,12	2 134	5,8
05	Kherrata	425	4,81	1 343	3,73
07	Tazmalt	405	4,59	1 395	3,79
06	Sidi Aich	402	4,55	1 318	3,58
08	Souk El Tenine	356	4,03	1018	2,76
10	Sedouk	341	3,87	1 221	3,3
09	Darguina	334	3,78	1086	2,94
11	Tichy	284	3,21	1 279	3,47
13	Timzrit	220	2,49	500	1,36
12	Aokas	206	2,33	680	1,84

14	Chemini	197	2,23	351	0,94
15	Ifri Ouzellaguen	169	1,91	864	2,35
16	Ighil Ali	133	1,27	308	0,83
17	Barbacha	127	1,43	230	0,62
18	Adekar	115	1,3	609	1,64
19	Beni Maouche	48	0,54	165	0,33
<b>Total</b>		<b>8 820</b>	<b>100 %</b>	<b>36 685</b>	<b>100%</b>

Source : La direction de la PME de Béjaia, 2007.

Nous remarquons que, le phénomène de concentration des entreprises aux niveaux quatre daïras, et surtout dans les zones d'activité et les zones industrielles. La daria de Béjaia occupe la première position avec 36,95% du total des PME se localisant à son niveau, suivi d'Akbou avec 9,36%, d'Amizour avec 5,86 % et d'El - kseur de 5,12%. Sachant bien que, le nombre total de PME au niveau de Béjaia est de 15 403 (dont 8820 PME-PMI), créant 55 560 emploi permanents (dont 36685 crée uniquement par PME - PMI).

**Tableau 5.12 : Répartition des projets financés par daïras**

Daïras	Nombre de projets	Nombre d'emplois	Montant global d'investissements (en milliers de DA)	Coût moyen d'un projet
Béjaia	190	586	519 874	2 736
Tichy	29	96	106 245	3 664
Akbou	37	106	75 996	2 054
Amizour	44	145	101 925	2 316
Adekar	10	37	25 443	2 544
Sedouk	16	61	59 479	3 717
Kherrata	13	47	35 338	2 718
Timezrit	22	73	55 493	2 522
Sidi Aich	20	67	59 510	2 976
Chemini	13	38	44 293	3 407
S. El .Tenine	15	43	24 668	1 645
EL.Kseur	57	167	115 026	2 018
Barbacha	18	67	46 221	2 568
Darguina	25	80	62 241	2 490
B. Maouche	08	37	25 465	3 183
Aokas	22	74	71 180	3 235
I.Ouzellzguen	10	31	14 334	1 433

<b>Tazmalt</b>	23	74	76 341	3 319
<b>Ighil. Ali</b>	08	21	17 023	2 128
<b>Total wilaya</b>	580	1 850	1 536 097	2 648

Source : Données de l'ANSEJ, réunies et mises en forme, résultat 2008.

Les données de ce tableau nous révèle une forte concentration de ces projets financés dans le cadre de l'ANSEJ se trouve au niveau de la daïra de Béjaïa avec un taux de 32,75% (soit 190 projets), avec 586 emplois créés, dont le montant bancaire total accordé est de 519 874000 DA. Suivi par, les daïras d'El kseur, d'Amizour, et d'Akbou (soit 9,82%, 7,58% et 6,38 % respectivement). A l'inverse, les daïras d'Ighil-Ali, de Beni Maouche et d'Adekar enregistrent la plus faible concentration qui sont respectivement 0,013%, 0,013% et 0,017 % projets financés. Cela c'explique par l'inexistence des banques dans ces régions, ce qui oblige les promoteurs de déposer leurs dossiers dans les banques des autres daïras, ainsi l'absence des infrastructures de base,...etc. En effet, la concentration spatiale des PME dans les zones industrielles ou d'activités (Béjaïa, El Kseur, Akbou, et Amizour) s'explique par les externalités positives tirées qui sont liées aux territoires d'implantations.

### 3. LE POIDS DES FACTEURS SUR LA CREATION D'ENTREPRISES

L'existence des facteurs d'attractivité dans la région facilite la création d'entreprises. En effet, cette concentration spatiale de la création d'entreprises dans les grandes agglomérations (tel que Béjaïa, El kseur, Akbou, Amizour) s'explique par les externalités positives tirées qui sont liées aux territoires d'implantations, de bénéficier des coûts de transports moindres et d'une main d'œuvre abondante .L'entreprise est considérée comme un système conditionné par son environnement avec lequel elle noue des relations d'affaires et des pressions constantes. Ainsi, la disponibilité d'infrastructure de base (réseau routier, port, aéroport), d'infrastructures socio - économiques de la région, le développement du secteur des postes et télécommunication, le réseau bancaire, la concentration de la population constitue un grand marché de travail et de consommateurs (taille de marché) et la localisation de ses entreprises autour des zones industrielles et zones d'activités.

Les mesures et dispositifs d'aides pour la création d'entreprises ont contribué fortement à l'enrichissement de la wilaya même si la part la plus importante revient à l'initiative personnelle des créateurs en basant sur leurs compétences et expériences acquises durant la trajectoire professionnelle.

Pour conclure ce cinquième chapitre, nous pouvons dire que la création d'entreprises contribue sur le développement territorial et la dynamique entrepreneuriale de la wilaya. La création d'entreprises et surtout le secteur PME/PMI constitue un élément essentiel et efficace dans l'absorption du chômage et de la création de richesse

La dynamique entrepreneuriale que connaît la wilaya est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement de l'entrepreneur et le milieu vécu. Le profil des créateurs se caractérise par un âge mûr généralement situé dans la tranche d'âge 35-50 ans, les créateurs de micro entreprise sont majoritairement du sexe masculin. Tandis que, le taux de féminité reste faible soit 19, 78%, elles investissent et créent beaucoup plus dans le secteur des professions libérales et des services. Les entreprises se concentrent autour des zones industrielles et zones d'activités, dans le but de tirer des externalités positives. La nature des activités confirme la dominance du secteur transport, bâtiment et travaux public ainsi que le secteur agroalimentaire au niveau de la wilaya de Béjaia. Nous allons essayer d'analyser la dynamique du secteur agroalimentaire et l'influence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires qui seront bien détaillées dans le chapitre suivant.

## CHAPITRE VI

# IMPACT DES FACTEURS D'ATTRACTIVITE SUR LA CREATION D'ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES DANS LA WILAYA DE BEJAIA

L'industrie agroalimentaire occupe une place importante dans l'activité économique. Elle connaît aujourd'hui une phase prospère au sein de la wilaya. Notre travail consiste à démontrer qu'il existe une dynamique agroalimentaire, de ce fait, une enquête de terrain est indispensable pour expliquer et à analyser comment les facteurs d'attractivité contribue a la création d'entreprise agroalimentaire Pour cela, nous nous sommes intéressés à étudier un échantillon d'entreprises localisées dans la wilaya de Béjaia

Nous avons structuré le présent de ce chapitre en cinq sections: la première sera consacrée à la présentation du secteur agroalimentaire dans la wilaya de Béjaia, la deuxième sera consacrée à la localisation des entreprises, ensuite la présentation de leur gammes des produits ainsi l'emploi occupé, la quatrième servira au développement de l'enquête de terrain avec la présentation de l'échantillon étudié, ainsi la démarche suivi et le questionnaire. Enfin, la dernière sera entièrement réservée pour l'analyse des résultats où nous dégagerons les acteurs et les facteurs de la dynamique des industries agroalimentaires.

### 1. PRESENTATION DU SECTEUR INDUSTRIEL DE LA WILAYA DE BEJAIA

Au niveau industriel, la wilaya de Béjaia, dispose d'une infrastructure industrielle importante principalement dans le secteur de l'agroalimentaire. Certes, son tissu industriel en place arrive à quelque temps à induire une dynamique économique ayant effet de locomotive d'entraînement sur les autres secteurs. La wilaya de Béjaia dispose d'un tissu industriel significatif où presque toutes les branches sont présentes avec une prédominance des activités manufacturières et de transformation qui compte plus de 220 unités en activité. Une diversification de type d'industrie : lourde, légère, et l'émergence des PME-PMI renforce la position qu'occupe la wilaya de Béjaia dans la production nationale.

Le secteur industriel public est composé de plus de 29 unités industrielles, les industries textiles et du cuirs à elles seules composées de 06 grands complexes (03 à Béjaia ville - R'Mila

## Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia

- Kherrata et Akbou) occupent une grande partie (1/3) de la population occupée dans le secteur industriel. Les plus importantes unités industrielles de ce secteur sont :

- Le complexe Béjaia emballage (ex-complexe jute) avec un effectif de 413 travailleurs.
- Alcovel algérienne des cotonnades et velours (ex- cottex velours) avec un effectif de 820 travailleurs.

Le secteur industriel privé, quant à lui spécialisé dans la branche légère, des entreprises de secteurs PME/PMI, dispose de 52 unités industrielles, 27 dans le secteur agroalimentaire. La wilaya de Béjaia commence à développer le secteur agroalimentaire et grâce aux dynamismes des entrepreneurs locaux. Après plusieurs années de négligence et d'abandon, vient de retrouver la place qui est la sienne dans les politiques du développement. Le secteur agroalimentaire privé y est très dynamique (Ifri, Cevital, Tchil- lait, Danone,...etc.). Le groupe Cevital occupe la première place en matière d'emploi de la main-d'œuvre avec 886 ouvriers, suivi par Danone avec 732 ouvriers.

La grande majorité du tissu que compte la wilaya de Béjaia se localise autour des zones appelées zones industrielles et par suite zones d'activités. Il y'a lieu avant de présenter les zones de la wilaya de définir et de faire une distinction qui reste ambiguë entre les zones industrielles (ZI) et les zones d'activités (ZAC). Le critère de superficie occupé, les zones industrielles ont une superficie plus importante que les zones d'activités. En plus, une zone industrielle est celle créée sur la base d'un arrêté interministériel entre le ministère chargé de l'industrie et celui chargé de l'urbanisme. Une zone d'activité est le résultat d'initiative locale, en ce sens qu'une zone d'activité est irriguée sur le besoin d'un arrêté de la wilaya ou de l'assemblée populaire communal ou par les agences foncières locales.

Les zones à Béjaia qu'elles soient industrielles ou d'activités, constituent des espaces aménagés, et viabilisés en vue d'être occupés par des entreprises de production ou encore de services pour qu'elles puissent exercer leurs activités. La wilaya de Béjaia bien qu'elle dispose de 52 communes, le nombre des zones industrielles est de trois : celle située dans la ville de Béjaia appelée la zone industrielle de la wilaya de Béjaia, l'autre située à Akbou prenant ainsi le nom de la région, enfin celle d'El -Kseur. Pour les zones d'activités, le nombre est plus important avec vingt quatre, fonctionnent et abritent des entreprises où encore de petits commerces alors que d'autres abritent des activités liées aux services où encore aux simples actions de transactions. Le tableau suivant liste les différentes zones industrielles et d'activités existantes dans la wilaya de Béjaia.

**Tableau 6.1 : Situation des zones industrielles et zones d'activités**

Désignation	Superficie en Has	Nombre de lots créés	Nombre de lots cédés	Situation physique des travaux réalisés
ZI Béjaïa	122	83	83	<b>100%</b>
ZI El Kseur	49,57	57	57	<b>70%</b>
ZI Akbou	38,075	05	–	100%
ZAC Taskriout	1,6053	15	15	<b>80%</b>
ZAC Tala Hamza	4,0490	26	26	<b>80%</b>
ZAC Oued Ghir	9,16	93	93	<b>80%</b>
ZAC Toudja	8,3039	32	28	<b>80%</b>
ZAC Souk El Tenine	8,9964	93	92	<b>70%</b>
ZAC Ighil Ali	3,20	18	–	70%
ZAC Fenaïa	10,0501	63	50	<b>100%</b>
ZAC Timezrit	1,30	28	28	<b>80%</b>
ZAC 1 <sup>er</sup> tranche Seddouk	3,00	15	15	<b>90%</b>
ZAC 2 <sup>ème</sup> tranche Seddouk	2,00	10	10	<b>90%</b>
ZAC 1 <sup>er</sup> tranche Ouzellaguen	4,00	18	18	<b>80%</b>
ZAC Helouane, Ouzellaguen, 2 <sup>ème</sup> tranche	55	10,90	–	Non lancé
ZAC Akbou 1 <sup>ER</sup> tranche Taharacht	25,00	150	150	<b>100%</b>
ZAC Akbou 2 <sup>ème</sup> tranche Taharacht	22,50	45	23	<b>Non lancé</b>
ZAC Amizour	2,2550	13	13	80%
ZAC Melbou	21,11	22	–	
ZAC El Kseur	15,9209	189	189	<b>80%</b>
ZAC Akfadou	3,00	21	00	<b>100%</b>
ZAC Taourirt Ighil	42	3,09	80	

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia**

ZAC Remila	31	-	-	
ZAC Kherrata	15,85	145	—	
ZAC Aokas	4,45	28	28	90%
ZAC Tichy	15	80	—	
ZAC Adekar	3,71	43	40	80%
Total ZI = 3	209,645	145	140	
Total ZAC= 24	321,6206	1160,99	1276	

Source : Direction des mines et de l'industrie de la wilaya de Béjaia, 2007.

L'analyse des zones industrielles et d'activités dans la wilaya de Béjaia révèle trois zones d'activités les plus importantes de la wilaya sont : celle de Taharacht, d'El-Kseur et enfin de la zone stratégique de la ville de Béjaia sous-entendue souvent par la zone portuaire, participant fortement à son développement économique. Bien que, les autres commencent à prendre essor, le cas de la zone Helouane, aussi celle de Timzrith ou encore d'Oued Ghir. Bien évidemment à côté de celles destinées au tourisme tel que Melbou, même Aokas et Souk El Tenine.

Vu les atouts économiques et naturels conséquents dont dispose la région, l'activité industrielle agroalimentaire au niveau de la région est relativement active. Ce secteur sera notre champ d'étude durant tous ce chapitre.

## **2. LA LOCALISATION DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES**

Les industries agroalimentaires (IAA) se concentrent en majorité, dans les trois pôles industriels de la wilaya (Béjaia, EL Kseur, et Taharacht) particulièrement les entreprises publiques et les unités privées qui cherchent à profiter au mieux des effets d'urbanisation et d'agglomération. Quant au reste des IAA, leur localisation est soit sur des zones d'activités telles est le cas de plusieurs semouleries (Grand moulin de la vallée de la ZAC d'Akbou, la gerbe d'or, et grand moulin Chibane de la ZAC d'EL Kseur), yaourtières (Danone Djurdjura de la ZAC Taharacht), charcuteries (CK Fleisch), ou choisi par leurs propriétaires très souvent situés sur des terrains propres appartenant à leur famille. Ce type d'implantation est fréquent pour de nombreuses limonadières (Rodéo, Tchín-tchín, Star,...etc.) et quelques laiteries (Soummam, la vallée, Tchín-lait,...etc.). (Voir le tableau 6.2).

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

**Tableau 6.2 : Localisation des principales IAA de la wilaya**

<b>communes</b>	<b>Nombre d'unités AA</b>	
<b>Béjaïa</b>	Publiques	Privée
	ENCG/UP 08	SPA Cevital
	ENCG/UP 07	SARL Tchîn -Lait
	ENCG (COGB)	SARL Tchîn - Tchîn
		EURL "le meunier"
<b>Oued Ghir</b>		SARL SPC Gadouche Bouelam
		EURL moulin Ouarti
<b>Akbou</b>		Moulin de la prairie
		Vallée viande SARL
		SARL CK Fleisch
		SARL Condi
		SARL Grand moulin de la vallée
		SNC Rodéo
		SARL Danone DJurdjura
		SARL Laiterie fromagerie
		SARL molini Graini
	Laiterie Soummam	
<b>Ighram</b>		SARL ALMG Margarine
<b>Tazmalt</b>		Boisson Cordial
<b>Ouzellaguen</b>		SARL Laiterie la vallée
		SARL Ifri
<b>Sidi Aïch</b>		Limonadière Star
<b>Seddouk</b>	SPA Moulin de la Soummam	
<b>Amizour</b>	Laiterie Amizour	
<b>El Kseur</b>	COJEC	Semoulerie l'Email du grain d'or
		ETS Asfacene
		SARL Gand moulin d'avenir
		ETS Asfacene (Moulex)
		SARL BGS Soummam
		Semoulerie l'Email du grain d'or
<b>Toudja</b>	EPEST Toudja	ETS Asfacene
<b>Kherrata</b>	SPA moulin de la Soummam	
<b>Taskriout</b>		SNC Sidani et frères
<b>Thala Hamza</b>		Sica
		Juctar

Source: Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultat 2008, édition 2009.

### 3. L'EMPLOI OCCUPE ET LA GAMME DES PRODUITS

Nous présenterons durant cette section l'emploi occupé dans l'industrie agroalimentaire, dans le but de faire ressortir le poids de cette dernière dans la création de la richesse. Ainsi, nous dresserons une liste des gammes de produits.

#### 31. L'emploi occupé

Les zones industrielles et d'activités agroalimentaires au niveau du territoire de la wilaya a permet d'absorber une part très importante du taux de chômage qui voisinait les 50% de la population totale active, notamment dans les régions rurales. Ainsi, l'emploi contenu par cette branche pour l'année 2008 est de l'ordre de 6827 employés. Cette dynamique est démontrée par les leaders de l'agroalimentaires de la wilaya Cevital, Tchîn-lait, Danone-Djurdjura, qui ont permet la création des milliers de postes d'emplois productifs aussi bien directs qu'indirects à la fois pour les habitants de la ville mais aussi pour les jeunes de la rurale.

#### 32. Les gammes des produits

Vu la concurrence qui règne entre les industries agroalimentaires de la wilaya, chacune essaye de proposer de nouvelles variétés de produits de qualité. De plus, toutes les entreprises cherchent à perfectionner au mieux le conditionnement afin de se conformer aux normes internationales de sécurité alimentaires. Les entreprises agroalimentaires offrent aujourd'hui une variété de gamme des produits alimentaires et agroalimentaire, dans le but d'acquérir les consommateurs ainsi le marché. Le choix est multiple malgré que certains produits restent inaccessibles aux revenus des couches sociales. Pour cela, certaines entreprises essayent de revoir ses prix et de vendre à des prix bas. La gamme des produits propose par ses entreprises est extrêmement varié, comme nous le montre le tableau suivant :

**Tableau 6. 3 : Gammes de produits agroalimentaires**

Branches	Produits	Nombre
Boisson et eaux minérales	Jus et eaux fruitées	24
	Eaux minérales	
	Sodas	
	Eaux gazéifiées	
Semoulerie et minoterie	Semoule	15
	Farine	
	Pâtes alimentaires	
	Son	
Huilerie et corps gras	Huiles	23
	Smen	

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

	Margarine	
	Graisse végétale	
<b>Sucreries</b>	sucre	2
<b>Laiterie</b>	Lait	13
	L'ben	
	Raïb	
<b>Yaourtières</b>	Yaourt	25
<b>Fromageries</b>	Fromage	24
	Cacher	18
	Mortadelle	
	Salami	
	Saucisses	
	Mix grill	
	merguez	
	Poulet en barquette	
	Poulet congelé	
<b>Confiseries et chocolateries</b>	bonbons, chocolat	15
<b>Glaces et sorbets</b>	Crème glacée	10
<b>Total</b>		<b>169 produits différents</b>

Source : Direction des mines et industries, 2008.

#### **4. L'ENQUETE DE TERRAIN**

L'enquête de terrain repose sur un questionnaire s'adressant aux chefs d'entreprises du secteur agroalimentaire, dans cette section nous présenterons d'une façon détaillée le déroulement de l'enquête ainsi la confection du questionnaire, et enfin la taille de l'échantillon étudié.

##### **4.1. Le déroulement de l'enquête**

Le choix de l'échantillon d'analyse c'est fixé uniquement sur les entreprises agroalimentaires pour des raisons diverses. La plus importante celle qui révèle le dynamisme entrepreneuriale agroalimentaire que connaît la wilaya durant ces dernières années, et également la désignation de la wilaya comme un pôle de compétitivité agroalimentaire. Le secteur de la céréaliculture enregistre le plus fort taux de création d'entreprises à travers les différentes semouleries localisées surtout dans les communes agricoles et les zones d'activités. Dans le but de faire une corrélation entre l'attractivité territoriale et ce dynamisme entrepreneurial agroalimentaire.

## Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa

Le travail de terrain est débuté le 04/06/2008, il est mené en deux étapes : la première a consisté à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli soit par le gérant ou l'entrepreneur, la deuxième a été de compléter le questionnaire par un entretien avec ce dernier. Mais, les créateurs de ces entreprises n'ont pas facilité la tâche d'enquêter et de nombreux problèmes rencontrés auprès de quelques entreprises, car ils ont jugé que notre questionnaire comporte plusieurs questions sensibles, telles que leurs rapports avec l'administration publiques, et le chiffre d'affaires.

Au départ, nous sommes parties sur l'idée de toucher toutes les entreprises de la wilaya, c'est-à-dire de Tazmalt jusqu'à le chef lieu de la wilaya de Béjaïa. L'échéance réservée pour l'enquête est écoulée sans avoir visité toutes les entreprises agroalimentaires. Et les quelques questionnaires que nous avons pu distribuer, la plupart d'entre eux ont dépassé la période fixée, nous avons abandonné d'autres pour manque de sérieux et aussi pour manque de temps et des moyens de déplacements. Il faut signaler que quelques entreprises ont refusé totalement de nous accueillir au sein de leurs entreprises

Les communes qui sont restées non visitées, il y'a la commune de Tazmalt, Tichy, Kherrata pour des raisons citées au par avant. En revanche le peu d'entreprises qui ont voulu répondre favorablement aux différentes questions posées se localisent dans les différentes zones industrielles de Béjaïa, Akbou et El-Kseur, et quelques zones d'activités telle que Tala Hamza et Amizour et Oued Ghir. Le taux de réponses aux différentes questions varie entre 45% à 90%. Les questions qui ont été jugées aux yeux des chefs d'entreprises sensibles sont relatives en générale aux rapports avec l'administration publique, et le chiffre d'affaires réalisé. Mais, il reste un bon nombre ont répondu presque sur la totalité des questions.

### **41. La confection du questionnaire**

Le travail empirique se basera sur un questionnaire établi d'une manière assez large permettant le recueil d'un maximum d'information. Sur la base de la partie théorique, nous adopterons l'approche méso, car elle est la plus pertinente pour expliquer l'attractivité du territoire de la wilaya de Béjaïa, en analysant la dynamique du secteur agroalimentaire. Nous avons confectionné un questionnaire qui comporte sept grands volets: questions relatives à l'identification de l'entreprise enquêtée (annexe 1), questions qui touchent la création d'entreprises, les facteurs infrastructurels, les facteurs d'attractivités liés à la main d'œuvre, les facteurs liés au tissu d'entreprises et les rapports avec les acteurs locaux, les facteurs institutionnels et l'attractivité du territoire.

Le choix de ces axes est motivé par le souci d'identifier les éléments déterminants dans la création d'entreprises et de répondre à la problématique posée au départ.

Ce questionnaire comporte 55 questions dont certaines sont fermées nécessitent des réponses par oui ou par non ou par le choix de réponses, d'autres sont ouvertes pour laisser au

## Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia

créateur un espace ouvert pour exprimer et donner d'autres réponses possibles (les raisons de la localisation, le choix du secteur agroalimentaire...etc.). Il y a d'autres questions posées directement aux chefs d'entreprises telles que le choix de localisation et les avantages tirés de la proximité de l'université et l'infrastructure de base qui détermine la localisation spatiale, les raisons ou les motivations qui ont poussé à choisir la wilaya de Béjaia pour la localisation et la comparaison des procédures de la création d'entreprises par rapport aux autres wilayas du pays.

### **421. L'identification de l'entreprise**

Le but de ce premier groupe de questions est de recueillir des renseignements généraux sur les entreprises enquêtées, c'est-à-dire, les données qui identifient précisément, le nom et la raison sociale de l'entreprise, son adresse, sa filière d'activité, sa date de création, son statut juridique. Et les données chiffrées sur l'entreprise agroalimentaire (production actuelle, gamme de produits, chiffre d'affaires actuel). Ensuite, les informations sur l'effectif employé (permanant, contractuel), sa structure par genre et par fonction.

### **422. La création d'entreprises**

Les questions de cette deuxième section abordent précisément la création d'entreprises selon : la principale motivation et les raisons qui ont poussé les créateurs pour créer une entreprise, l'origine de l'idée de création d'entreprise, la profession exercée et l'âge avant la création d'entreprise, le choix du secteur agroalimentaire. D'autres questions touchent l'étude de marché et le financement du projet et l'origine de l'entreprise (une création nouvelle, une délocalisation, une succursale).

### **423. Les facteurs infrastructurels**

Compte tenu de la littérature, nous avons sélectionné un certain nombre de questions qui traitent l'importance de l'infrastructure de base dans la localisation et l'attractivité. Le mode de transport le plus utilisé par l'entreprise (aéroport, port, chemin de fer, routes), les moyens de transport, et le facteur infrastructurel le plus contribuant sur le choix de localisation.

### **424. Les facteurs d'attractivité liés à la main d'œuvre**

La main d'œuvre est un facteur important dans l'attractivité du territoire, et une composante essentielle pour l'entreprise, pour cela, nous avons posé un certain nombre de questions sur le choix de la main d'œuvre (hautement qualifiée, peu qualifiée, non qualifiée), la composition de la population active de l'entreprise (une main d'œuvre diplômée, une main d'œuvre expérimentée, et des ouvriers), la venue des employés (de la commune de localisation, des communes environnantes, du reste de la wilaya, et du reste du pays) et l'existence du syndicat au sein de l'entreprise.

#### **425. Les facteurs liés au tissu d'entreprises et les rapports avec les acteurs locaux**

Les rapports avec les acteurs locaux et la qualité du tissu industriel influence sur la localisation d'entreprise. Une série de question est posée aux dirigeants d'entreprises pour déterminer les rapport avec les entreprises à proximité géographiques( des rapports de concurrence ou de coopération) , les rapports avec l'administration locale et les administrations économiques (fiscalité, CNAS , chambre de commerce , inspection de travail,...etc.), les rapports professionnels avec l'université , les banques et les organismes de promotion d'investissements (ANDI et ANSEJ ). Des questions qui touchent l'approvisionnement et la distribution des produits ainsi l'exportation si elle arrive à exporter.

#### **426. Les facteurs institutionnels**

Dans ce sixième volet, une série de questions qui abordent les facteurs institutionnels les plus avantageux aux yeux des dirigeants, la procédure de la création d'entreprise (flexible ou rigide) et les aides reçus auprès des organismes de promotion d'investissement au niveau de la wilaya.

#### **427. L'attractivité du territoire**

La prise en compte de la littérature économique, nous avons trié dans ce dernier axe, quelques éléments préalables de cerner l'attractivité territoriale de la wilaya de Béjaïa ainsi que l'identification des facteurs d'attractivité contribuant sur la création d'entreprises agroalimentaires.

Une liste de question traitant les critères pris en compte lors de la création d'entreprise, le choix de la wilaya de Béjaïa pour la localisation de leur entreprise, la comparaison de la wilaya de Béjaïa par rapport aux autres wilayas. Un espace ouvert aux dirigeants pour donner leur avis sur les dispositifs publics pour faciliter la création d'entreprises.

#### **42. La taille de l'échantillon étudié**

Il aurait été préférable de prendre un échantillon assez grand. Cependant plusieurs contraintes ont empêché de faire une représentation fidèle de la réalité. Pour cet effet, le manque de temps et de moyens a réduit la possibilité de prendre un échantillon assez grand. Notre échantillon est réduit à 35 entreprises intervenant presque dans les différentes filières agroalimentaires. Nous avons pris en considération deux aspects:

- **L'aspect spatial:** où nous avons pris en considération la présentation géographique de toutes les entreprises localisant dans les différentes zones industrielles, les zones d'activités, les zones non aménagés, et les communes les plus importantes en terme de nombre d'entreprises créées.
- **L'aspect sous sectoriel:** où nous avons pris en considération l'ensemble des filières agro-alimentaires.

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

Mais, les entreprises enquêtées n'ont pas répondu favorablement à notre questionnaire. De ce fait, le nombre d'entreprises qui ont participé à l'enquête est de 22 entreprises agroalimentaires, intervenant presque dans toutes les filières agroalimentaires.

**Tableau 6. 4 : Présentation de l'échantillon de l'enquête**

Raison sociale de l'entreprise	Statut juridique	Branche d'activité	Localisation
<b>Cevital</b>	SPA	Huile végétales et sucre	Zone industrielle Béjaïa
<b>COGBelle</b>	SPA	Huile alimentaire margarine et savon	Zone industrielle Béjaïa
<b>Tchin lait-Candia</b>	SARL	Lait UHT, lait chocolaté, boisson au lait et jus de fruits	Zone d'activité Béjaïa (RN12)
<b>Laiterie d'Amizour</b>	SPA	Lait pasteurisé (sachet) et lait fermenté	Amizour (propriété privée)
<b>Email du grain d'or</b>	EURL	Blé dur farine	Zone d'activité Elkseur
<b>Moulex Ets Sfacene</b>	SARL	Semoule Son	Zone industrielle Elkseur
<b>Pâtes et couscous El Hadja</b>	SARL	Couscous moyen et gros	Zone d'activité Elkseur
<b>Les moulins de la Soummam</b>	SPA	Semoule Son et farine	Sidi Aich (propriété privée)
<b>Moulina</b>	EURL	Farine Son grain	Zone industrielle Elkseur
<b>Grand moulin de la vallée</b>	SARL	Semoule	Zone d'activité Taharacht
<b>Boisson STAR</b>	SARL	Eau fruitée Soda	Ighzer Amokrane (propriété privée)
<b>Juc Tar</b>	Entreprise individuelle	Eau fruitée	Zone d'activité Tala Hamza
<b>Limonadrie Kassa</b>	Entreprise individuelle	Boissons gazeifiées	Tala Hamza (propriété privée)
<b>Brasserie Star d'Algérie</b>	SPA	Bière	Zone industrielle Elkseur
<b>Sica</b>	SARL	Végecao et chocolat	Zone d'activité Tala Hamza
<b>Ski Mani</b>	Entreprise individuelle	Flan et madeleine	Sidi Aich (local)
<b>COJEC</b>	SPA	Jus et conserverie	Zone d'activité Elkseur
<b>Boumeraou Farid</b>	Entreprise individuelle	Nougat	Amizour (local)
<b>Laifaoui Taklit</b>	Entreprise individuelle	Nougat et bonbon	Amizour (propriété privée)
<b>Limonade de la Soummam</b>	Entreprise individuelle	Boissons gazeifiées	Smeoune (propriété privée)
<b>NAIT Kaci Karim</b>	Entreprise individuelle	Produit laitiers	Béjaïa (local)
<b>Moulin Ouarti</b>	EURL	Farine et semoule	Zone d'activité Oued Ghir

Source : Réalisée par nous même.

## 5. ANALYSE DES RESULTATS

Le long de cette section, nous essayerons de bien analyser les résultats de l'enquête. Dans un premier temps, nous présenterons d'une manière synthétique les entreprises enquêtées. En vue de faire ressortir ces principales caractéristiques qui constitueront une base d'analyse des facteurs d'attractivité et la création d'entreprise. Puis, nous analyserons l'incidence de ces facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya.

### 51. Les caractéristiques des entreprises enquêtées

Le but est de faire identifier les entreprises enquêtées selon plusieurs critères: la date de création, la taille, le statut juridique, et la filière d'activité.

#### 511. La taille des entreprises enquêtées et le statut juridique

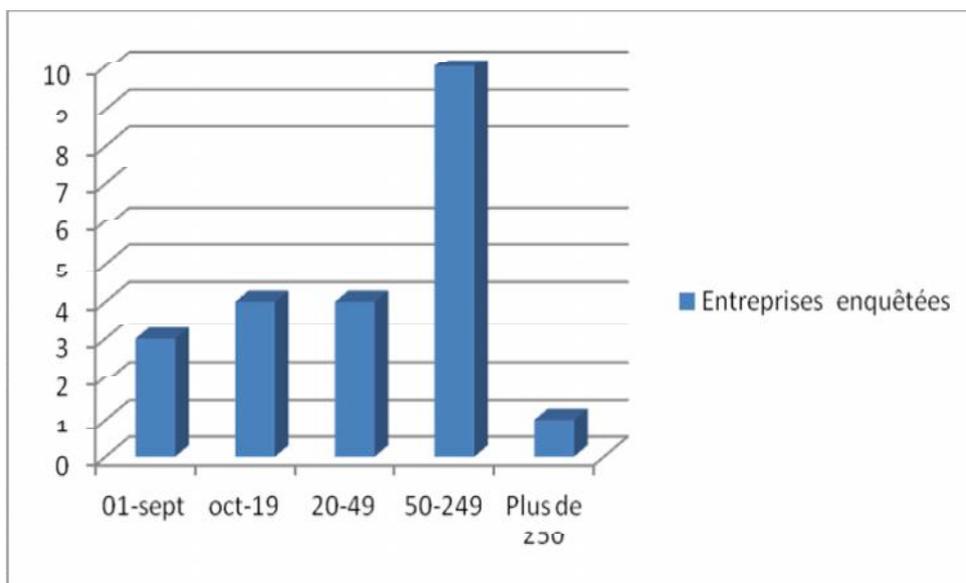
La taille des entreprises enquêtées selon le nombre d'employés montre que, la dominance de l'entreprise de taille moyenne. Le secteur agroalimentaire de la wilaya de Béjaia est composé principalement des entreprises de taille moyenne ayant moins de 100 employés, soit 95% des entreprises agroalimentaires (les statistiques de la DPAT en 2008).

**Tableau 6.5 : Taille des entreprises enquêtées**

Les tranches d'effectif	Entreprises enquêtées	La part (en %)
1 - 09	03	12,63
10- 19	04	18,19
20-49	04	18,19
50-249	10	45,45
Plus de 250	01	04,54
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Source : Enquête de terrain.

**Figure 6.1 : Entreprises enquêtées par taille**



Source : Enquête de terrain.

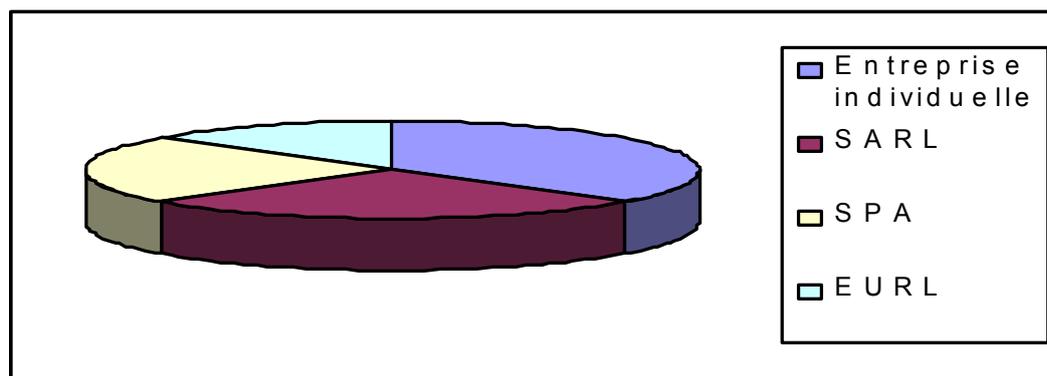
Sur l'ensemble des entreprises enquêtées, seulement une d'entre elles (4,54%) emploie plus de 250 employés (c'est l'entreprise CEVITAL avec 886 employés). En revanche, le reste emploie moins de 100 employés, soit 94,46% de l'échantillon étudié. Ce taux est presque identique à celui de la population totale. La composition de cet échantillon selon la catégorie d'entreprise :

- ✓ 03 TPE: dont l'effectif salarial ayant moins de 10 salariés [1,9].
- ✓ 08 PE : avec l'effectif salarial situé à l'intérieur de l'intervalle [10,49].
- ✓ 10 ME : avec un effectif salarial allant de 50 à 250 salariés.
- ✓ 1GE : avec un effectif supérieur à 250 salariés.

De ce point de vue, nous pouvons dire que, la catégorie de l'entreprise de taille moyenne domine le secteur agroalimentaire de la wilaya.

Selon la figure (1.6) nous fait ressortir la dominance de l'entreprise individuelle comme statut juridique des entreprises enquêtées soit 07 entreprises individuelles, suivi par la SARL (société à responsabilité limitée) avec 06 SARL. Cela est lié relativement à leur taille où elles emploient au moins 40 salariés.

Figure 6.2: Entreprises enquêtées par statut juridique



Source : Enquête de terrain.

### 512. La filière d'activité

Le long de cette section nous présentons les filières agroalimentaires les mieux implantés dans la wilaya : la filière végétale, la filière laitière, la filière minérale et boisson gazeuses, la filière céréales, la filière animale et la filière chocolaterie, conserverie et confiserie. Nous allons s'intéresser à chaque filière dans le but de faire ressortir les traits de cette industrie.

La wilaya de Béjaïa est l'une des wilayas leader du pays dans la filière oléicole. Les statistiques annoncent pour cette saison une production abondante d'huile d'olive estimée à 176 710 hectolitres alors qu'elle n'était que de 75 724 hectolitres lors de la saison 2007/2008 (selon l'annuaire statistique de 2008). Cette branche agroalimentaire peut être divisée en deux sous branches :

**1. Les huileries familiales traditionnelles:** elles sont semi industrielles et modernes, qui ont pour fonction la trituration des olives pour en extraire l'huile. Leur nombre a été estimé à environ 456 huileries dont 74 modernes, implantées principalement dans les régions rurales (hors de la ville de Bejaia). Elles tournent donc à plein régime au grand bonheur des oléiculteurs et des consommateurs d'une denrée devenue inaccessible. Malgré, la récolte généreuse de cette année, les prix de cession restent en effet élevés (entre 400 et 500 dinar algérien pour un litre) selon les consommateurs.

**2. Les grandes unités publiques et privées :** elles transforment des huiles végétales brutes en huiles alimentaires (ENCG/UP08, ENCG/UP07 et COGBelle) et privées avec le leader CEVITAL qui occupe une place centrale dans l'économie locale nationale, en ce qui concerne la création de richesses et d'emplois. Les chiffres clés pour ses unités seront détaillés dans le tableau suivant :

**Tableau 6.6: Quelques chiffres clés pour COGBelle et Cevital**

Les indicateurs	COGBelle	Cevital
<b>La production</b>	400T/J	61000T/J
<b>Le chiffre d'affaires</b>	5000000000 DA	43 milliards DA
<b>L'emploi</b>	867	886
<b>La gamme des produits</b>	Huile alimentaire margarine et savon	Huile végétales et sucre

Source : Enquête de terrain.

Les données de ce tableau, nous révèlent le poids du groupe Cevital dans la création d'emplois et de la richesse dans la wilaya. Le groupe Cevital agroalimentaire, société par actions au capital de 25 milliards de dinar algérien, il est créé en 1998 et implantée à l'extrême est du port de Béjaia. Cevital doit son succès permanent à ses projets élaborés à long terme dans l'industrie agro-alimentaire dont l'activité réalise à elle seule 2/3 du chiffre d'affaire du groupe. Sa croissance est en moyenne de 50 % par an depuis sa création.

Numéro un en Algérie de l'agroalimentaire, Cevital fabrique des huiles végétales, des margarines et du sucre. Grâce à son savoir-faire, ses unités de production ultramodernes, son contrôle strict de qualité, et son réseau de distribution performant. Elle couvre les besoins nationaux et a permis à faire passer l'Algérie du stade d'importateur à celui d'exportateur pour les huiles et les margarines et s'apprête à le faire pour le sucre. Le complexe agroalimentaire est composé de plusieurs unités de production.

**Tableau 6.7 : Unités de production**

	La capacité de production	La couverture des besoins du marché national
Raffinerie d'huile	570.000 tonnes/an	140 %
Raffinerie de sucre	600.000 tonnes/a	60 %
Margarinerie	180.000 tonnes/an	120%

Source : Le site d'Internet de groupe Cevital, [www.CEVITAL.com](http://www.CEVITAL.com).

Vu la concurrence de produit du groupe Afia, le groupe Cevital a effectué une baisse des prix pour l'huile, dans le but de rester leader dans le marché algérien et de freiner son concurrent.

Vu l'effectif de bovin que la wilaya de Béjaia possède près de 29 875 têtes dont : 11 400 vaches laitières réparti sur des élevages de petite taille. La filière laiterie occupe une place importante dans l'économie de la wilaya. La production laitière de la wilaya est estimée à environ 23 783 500 litres pour la campagne 2007/2008, mais cette production ne couvre pas les besoins de la wilaya. A cet effet, le recours à l'importation massive de poudre de lait à 99 %

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia**

pour combler le déficit s'avère une nécessité pour les laiteries implantées dans la wilaya et qui ne tournent qu'à moins de 50 % de leurs capacités totales. La wilaya de Béjaia compte aujourd'hui huit laiteries dont sept dans le secteur privé. Avant, certaines régions de la wilaya de Béjaia dépendaient à raison de 90% du lait provenant des autres wilayas limitrophes, car la laitière d'Amizour ne permet pas de satisfaire la demande intérieure de la wilaya. Mais, après l'arrivée du secteur privé, la wilaya a retrouvé son autonomie. Les grandes laiteries comme Djurdjura, Tchîn lait-Candia et la Vallée, la filière lait dans la wilaya de Béjaia compte parmi la plus développée du pays.

**Tableau 6.8: Quelques chiffres clés pour Tchîn lait-Candia et laiterie d'Amizour**

<b>Les indicateurs</b>	<b>Tchîn lait-Candia</b>	<b>Laiterie d'Amizour</b>
<b>La production</b>	200000L/J	30000l/J
<b>Le chiffre d'affaires</b>	–	82815726
<b>L'emploi</b>	200	48
<b>La gamme des produits</b>	Lait UHT, lait chocolaté, boisson au lait et jus de fruits	Lait pasteurisé (sachet) et lait fermenté

Source : Enquête de terrain.

NB : Les données sur l'entreprise Tchîn lait-Candia ne sont pas mentionnées.

La wilaya compte plusieurs fromageries, les plus connues sont : la Sarl laiterie fromagerie Djurdjura et la Sarl Djurdjura Ramdy. Quant aux yaourtières, la wilaya compte deux unités de production de yaourt et de crème dessert renommée nationale (laiterie Soummam et Danone Djurdjura) qui s'accaparent une place importante non seulement du marché de la wilaya mais aussi des marchés des autres wilayas.

À côté des grandes semouleries de secteur public (Spa moulin de la Soummam implantée à Sidi Aich et à Kharrata), la wilaya compte une vingtaine de semouleries appartenant aux opérateurs économiques privés, dont on distingue : Sarl Molini-Grani, GMA,...etc.) , produisant généralement deux qualités de semoules et la farine. Pour l'approvisionnement de blé dur et de blé tendre, les semouleries et les minoteries ont le recours au marché mondial de la céréale donc cette branche est indépendante de l'extérieur.

**Tableau 6.9: Quelques chiffres clés pour quelques semouleries et minoteries**

Les indicateurs	Email du grain d'or	Moulex Ets Sfacene	Pâtes et couscous El Hadja	Les moulins de la Soummam	Moulina	Moulin Ouarti	Grand moulin de la vallée
La production	10000 KG	2400 QTX	24 tonnes /24	–	1000 QTS	1540000 tonnes	2627500 KG
Le chiffre d'affaires (DA)	–	679123390	–	110000000	1802500	115500000	719000000
L'emploi	61	79	60	155	47	57	35
La gamme des produits	Blé dur farine	Semoule Son	Couscous moyen et gros	Semoule Son et farine	Farine Son grain	Farine Semoule	Semoule

Source : Enquête de terrain.

La filière des viandes blanches et rouges, après un fort développement au cours de ces dernières années, a connu une évolution importante. La filière des viandes rouges est dominée par le secteur privé (élevages, transactions commerciales, abattages, transformations et commercialisations), la production annuelle de viande rouge est de 35 017 quintaux en 2008. En revanche, la wilaya de Béjaia n'abrite qu'une seule industrie de transformation de la viande rouge (CK FLETSCH) en produits finis (diverses charcuteries, saucisson, saucisse, et filet) d'une capacité de 5 tonnes par équipe.

Quant à la viande blanche, la wilaya de Béjaia dispose deux entreprises de conditionnement de la viande blanche, avicole avec des techniques modernes et des normes internationales qui sont : Sarl vallée viande et Sarl condi volaille. La capacité de ces unités est important de l'ordre 4184 tonnes par an pour la Sarl vallée viande et 2000 par jour pour la Sarl condi volaille.

La wilaya de Béjaia dispose des sources d'eaux minérales et des collines qui rend la filière boisson et eau minérale très dynamique. Grâce au leader algérien des ventes d'eaux minérales et de boissons diverses (sodas et eaux fruitées), l'entreprise Ifri a été créé en 1986 à Ouzellaguen dans la wilaya de Béjaia, par l'opérateur privé Ibrahim et fils, sa source provient du village Ifri, à 50 km à l'ouest de la ville de Béjaia. La Sarl Ifri ne cesse d'impressionner avec ses produits de qualité non seulement le marché local mais aussi le marché européen surtout français. En effet, la nécessité de toujours améliorer le produit doit répondre aux besoins du marché interne et réfléchir également à la concurrence externe en redoublant d'efforts pour améliorer la qualité et fournir un meilleur produit.

Les performances de la limonadière Boualem Gadouche de Béjaia, dépositaire de la célèbre marque Toudja, attestent cette évolution positive du secteur qui est appelé à prendre plus d'envergure dans les toutes prochaines années. Héritière d'une longue tradition industrielle qui remonte à 1936, cette «petite» limonadière familiale, qui détient également la marque GB, a connu ces dernières années, une évolution considérable avec à la clé une diversification étendue de sa gamme de produits qui bénéficie désormais d'une meilleure

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia**

distribution à l'échelle nationale. L'entreprise s'est lancée depuis 1992 dans la commercialisation de l'eau gazéifiée et des jus de fruits, en procédant à l'ouverture de deux nouvelles usines dans les localités de Toudja et d'El Kseur. En effet, l'unité mère implanté dans la zone industrielle de Bejaia et spécialisée dans la production de soda dans le but de satisfaire la demande croissante des consommateurs. Les jus et sirops estampillés Toudja sont aujourd'hui disponibles sur tout le territoire national , grâce à un réseau de dépositaires exclusifs installés à Alger, Oran, Annaba, Constantine, Sétif et Mila. La matière première utilisée dans la fabrication des boissons gazéifiées, jus, et eaux minérales est locale sauf les arômes qui proviennent du marché national ou mondial. La wilaya de Bejaia est classée parmi les wilayas qui comptent le plus grand nombre de limonadières (Gadouche Boualem, Sarl Tchou-Tchou,...etc.), ainsi la présence des grandes entreprises telles que Ifri et Toudja qui s'accaparent le territoire national grâce à leurs produits variés et de bonne qualité. Hélas que, ses grandes entreprises n'ont pas répondu à notre questionnaire. Nous avons reçu l'avis favorable d'autres entreprises tels que boisson Star, Juc Tar, la limonadrie Kassa et ses frères et brasserie Star d'Algérie.

**Tableau 6.10: Quelques chiffres clés pour Boisson Star, Juc Tar, la limonadrie Kassa , brasserie Star d'Algérie et limonadrie de la Soummam**

<b>Les indicateurs</b>	<b>Boisson Star</b>	<b>Brasserie Star d'Algérie</b>	<b>Juc Tar</b>	<b>Limonadrie Kassa</b>	<b>Limonadrie de la Soummam</b>
<b>La production</b>	–	–	2000l/J	1500L/J	–
<b>Le chiffre d'affaires</b>	–	–	500000 DA	90000000DA	22000000
<b>L'emploi</b>	115	97	08	08	57
<b>La gamme des produits</b>	Eau fruitée Soda	Bière	Eau fruitée	Boissons gazéifiées	Boissons gazéifiées

Source : Enquête de terrain.

La wilaya de Béjaia compte un nombre important de confiserie, surtout des petites unités de type familiale généralement avec une production limitée. Pour la conserverie, la Sarl Cojek localisée dans la zone industrielle d'El Kseur occupe une place importante dans cette filière. Elle conserve de la confiture et elle produit de jus de fruits. Dans la filière chocolaterie, nous retrouvons la Sarl Sica qui propose une série de produit chocolatier tel que végecao et des tablâtes de chocolats.

**Tableau 6.11: Quelques chiffres clés pour Sica, Cojek, Mani et quelques confiseries familiales**

Les indicateurs	La filière confiserie et chocolaterie		
	Sica	Cojek	
<b>La production</b>	825tonnes /an	17000 tonnes	
<b>Le chiffre d'affaires</b>	30 millions Da	635000000 Da	
<b>L'emploi</b>	18	102	
<b>La gamme des produits</b>	Végecao et chocolat	Confiture et jus de fruit	
Les indicateurs	La filière confiserie		
	Boumeraou Farid	Laifaoui Taklit	Ski Mani Djamel
<b>La production</b>	2000	40000	/
<b>Le chiffre d'affaires</b>	1500000	3800000Da	/
<b>L'emploi</b>	15	17	10
<b>La gamme des produits</b>	Nougat	Nougat et bonbon	Flan et madeleine

Source : Enquête de terrain.

Selon l'enquête de terrain, la répartition des entreprises par filière fait ressortir la dominance de la filière céréale, avec 07 entreprise soit 31,82%, suivi par la filière eau et boisson gazeuse avec 22,73%. La préférence des promoteurs à ce créneau est due aux bénéfices réalisés chaque année et à l'augmentation de la consommation du blé et ses dérivés par la population de la wilaya.

**Tableau 6.12: Filière d'activité des entreprises enquêtées**

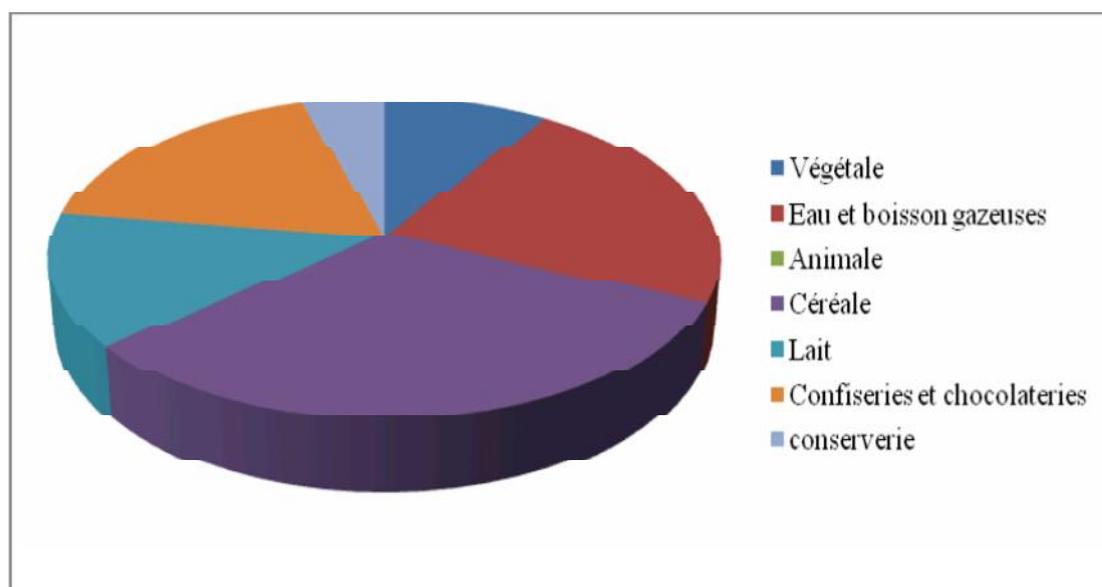
filière	Entreprises enquêtées	La part (en %)
<b>Végétale [huileries, sucreries, corps gras]</b>	02	9,09
<b>Eaux et boisson gazeuses</b>	05	22,73
<b>Animale [charcuteries]</b>	/	/
<b>Céréale [les semouleries et/ou minoteries]</b>	07	31,82

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

<b>Lait [Laiteries, yaourtières, fromageries]</b>	03	13,64
<b>Confiseries et chocolateries</b>	04	18,18
<b>conserverie</b>	01	4,54
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Source : Enquête de terrain.

**Figure 6.3: Filière d'activité des entreprises enquêtées**



Source : Enquête de terrain.

**513. La date de création et la localisation des entreprises enquêtées**

Dans cette section, nous s'intéresserons sur trois aspects. Le premier renvoie à la date de création, et les deux derniers à leurs lieux et communes de localisation. Ces trois traits de l'identité des entreprises qui peuvent identifier quelques facteurs d'attractivité.

**Tableau 6.13: Date de création, le lieu et la commune de localisation**

<b>Date de création</b>		
	<b>Nombre d'entreprises</b>	<b>La part (en %)</b>
<b>Avant 1993</b>	04	18,18
<b>1994-2000</b>	11	50
<b>2001-2007</b>	07	31,82
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>
<b>Lieu de localisation</b>		
<b>Dans les zones aménagées (ZI, ZAC)</b>	13	59,09
<b>Hors des zones aménagées</b>	09	40,91

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia**

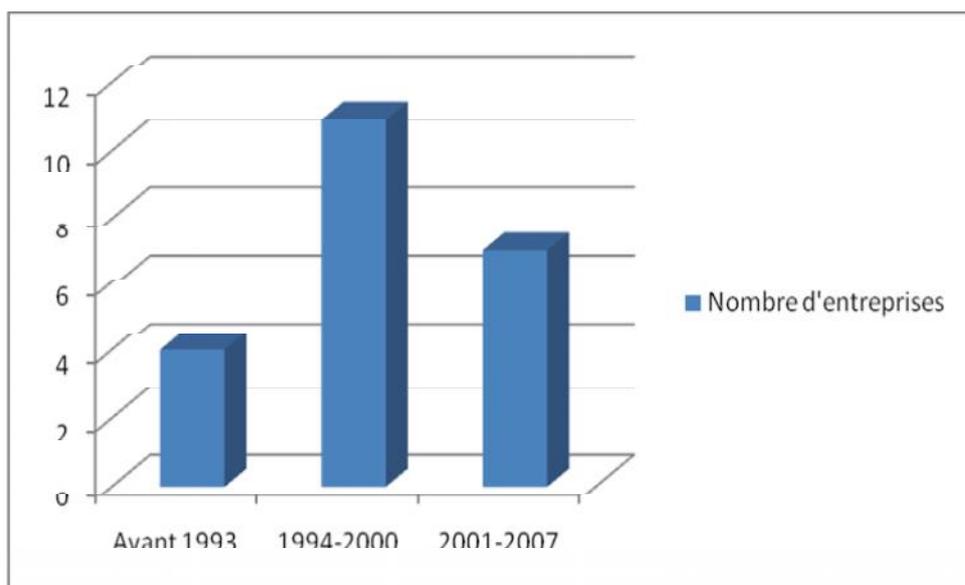
Communes de localisation		
<b>Béjaia</b>	05	22,72
<b>Akbou</b>	01	4,54
<b>El Kseur</b>	06	27,27
<b>Autres *</b>	10	45,45

Source : Enquête de terrain.

\* : Les autres entreprises enquêtées sont localisées dans les communes suivantes : Tala Hamza, Amizour, Ighzer Amokrane, SIDI Aich, Oued Ghir, Semoun.

Les données de ce tableau font ressortir l'effet des lois relatives à l'investissement : la première du 5 octobre 1993 relative à la promotion de l'investissement, et la deuxième, de 20 août 2001 relative à son développement. En effet, 18 des entreprises enquêtées créées à partir 1994. Onze entreprises créées durant la période 1994-2000, le reste était créé durant la promulgation de la deuxième loi de l'investissement. En revanche, avant 1994, elles sont au nombre de quatre (4), dont une seule était créée en 1978, et le reste était créé dans les années 80 (entre 1981 et 1983).

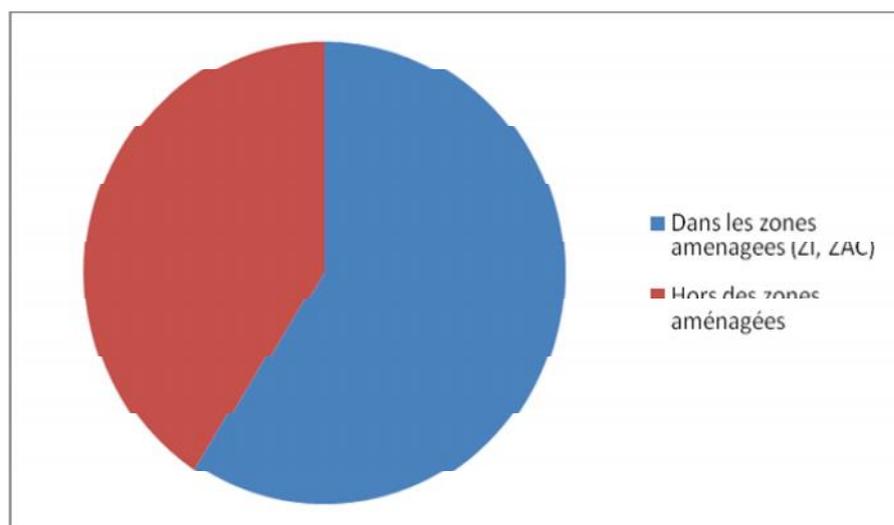
**Figure 6.4: Répartition des entreprises enquêtées par date de création**



Source : Enquête de terrain.

Pour le lieu de localisation, nous avons enquêté auprès de 13 entreprises implantées dans les zones aménagées soit une zone industrielle ou bien une zone d'activité, le reste est localisé en dehors des zones aménagées avec 40,91%.

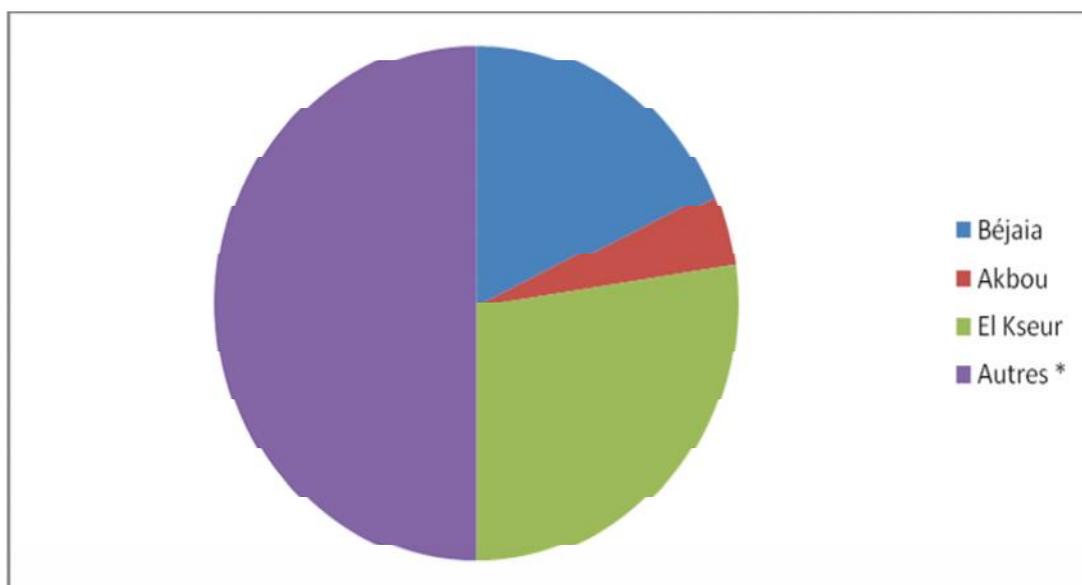
**Figure 6.5 : Répartition des entreprises enquêtées par lieu de localisation**



S'agissant de la commune de localisation, 54,54% d'entreprises enquêtées sont implantées dans les communes de Béjaia, d'El Kseur, d' Amizour et de Tala Hamza. Dans la commune d'El Kseur, nous avons recensé six (06) entreprises, localisées dans leur totalité dans les zones aménagées (3 dans les ZI et 3 dans les ZAC). Nous avons également recueilli des informations auprès cinq (05) entreprises implantées dans la commune de Béjaia, dont 2 situées dans les zones industrielles. Ce qui concerne la commune d'Akbou nous avons enquêté seulement une seule entreprise implantée dans la zone d'activité de Taharacht. Quant aux entreprises situées en d'autres communes, nous avons recensé 11, dont 4 implantées dans les zones d'activités.

Donc, l'implantation industrielle des différentes entreprises agroalimentaires au niveau de la wilaya de Béjaia est d'une forte concentration auprès des zones industrielles ou d'activités. Cela explique cette concentration au niveau des communes de Béjaia, d' El Kseur, d' Amizour et de Tala Hamza car elles disposent des zones aménagées (zone industrielle ou d'activité). Cette localisation permet de bénéficier de bonne infrastructure de base (la proximité du port pour la zone portuaire, et proximité des axes routiers le cas de la route nationale RN12 pour Candia -Tchin lait), des coûts de transport bas, et de tirer des externalités positives et des effets d'agglomération en cas de coopération avec d'autres entreprises à proximité géographiques. Malgré ces avantages tirés de cette localisation. Le choix de localisation de ces entreprises dans les zones aménagés est imposée par l'Etat pour neuf d'entres elles.

**Figure 6.6 : Répartition des entreprises enquêtées par commune de localisation**



Source : Enquête de terrain.

## **52. Aspects relatifs à la création d'entreprises**

Ici, nous s'intéressons beaucoup plus aux profils des entrepreneurs, ce qui concerne leur âge, le sexe, leur niveau d'instruction, leur trajectoire professionnelle, l'origine de l'idée de création d'entreprises et leurs motivations. La nature de terrain et le choix du secteur agroalimentaire. Et les aspects relatifs à la création d'entreprises, c'est à dire de savoir s'il s'agit d'entreprise nouvelle ou d'une délocalisation.

Par rapport à ce dernier aspect, 18 entreprises ont fait l'objet d'une nouvelle création, 4 succursales. Les autres aspects seront détaillés dans les points suivants.

### **521. Age des créateurs d'entreprises et leur sexe**

Le créateur d'entreprise agroalimentaire à Béjaia se situe dans la fourchette d'âge de la trentaine et de la quarantaine avec 50% des enquêtés. L'âge relativement avancé des entrepreneurs, suppose une certaine maturation du projet professionnel, une accumulation de ressources financières, une bonne expérience, une qualification technique et de gestion administrative requise, des licenciements ou des départs volontaires due à la suite de la dissolution des entreprises publiques

**Tableau 6.14 : Age des entrepreneurs lors de la création de l'entreprise**

Tranches d'âge (années)	Nombre d'entreprises	Pourcentage (%)
23-33	08	36,36
34 - 44	11	50,00

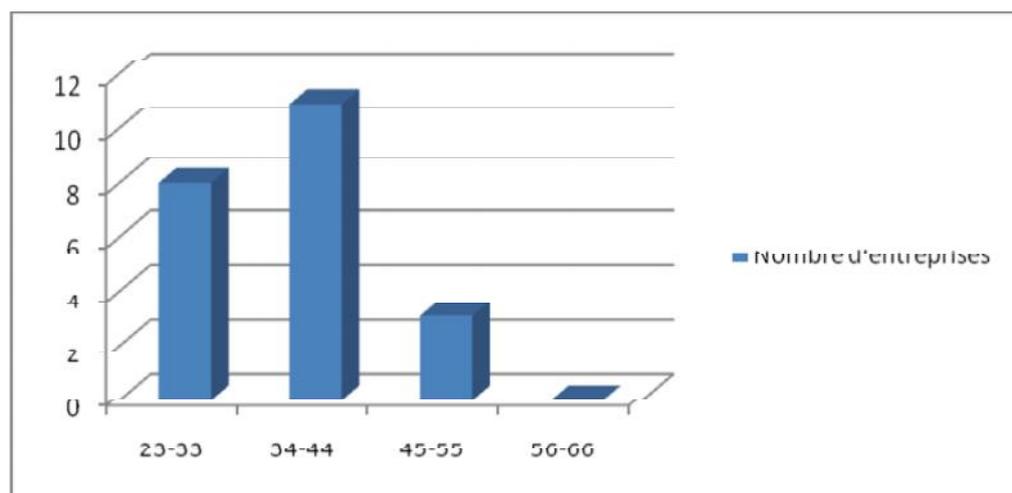
**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

45-55	03	13,63
56-66	/	/
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Source : Enquête de terrain.

Nous constatons selon le même tableau, que la moyenne d'âge à la création d'entreprises agroalimentaire est 37 ans. C'est l'âge de la création effective du projet industriel, l'âge de mise en route d'une entreprise. Pour les jeunes entrepreneurs qui représentent la tranche d'âge entre (23-33ans), ils représentent 36,36% de l'effectif. Deux raisons peuvent être expliquer cette précocité : il s'agit d'individus issus de milieux plus aisés disposant d'une base matérielle et aussi des conséquences du chômage et de la difficulté de trouver un travail salarié rend les jeunes personnes portées sur l'entrepreneuriat, ou son premier objectif est de créer un travail fixe. Ils créent plutôt des micros entreprises dans le cadre du dispositif de l'ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes).

**Figure 6.7: Répartition des entreprises enquêtées par âge des entrepreneurs**



Source : Enquête de terrain.

Quant à leur sexe, sur les 22 entreprises agroalimentaires enquêtées, une seule a été créé par une femme alors que dans la population elle représente 49%. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste fermée aux femmes. Les caractéristiques de la société algérienne et les moeurs ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu réputé très dur et fermé. Donc le créateur d'entreprises dans la wilaya est du sexe masculin.

**522. Niveau d'instruction des créateurs et origine professionnelle**

Les résultats de tableau (6,15) indiquent que sur les 22 entreprises agroalimentaires enquêtées, soit 72,27 % des entrepreneurs ayant le niveau universitaire. La difficulté de trouver du travail pour les nouveaux diplômés de l'université ainsi que les licenciements des entreprises publiques. Les premiers, sont en général dotés d'un appui familial en matière de

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

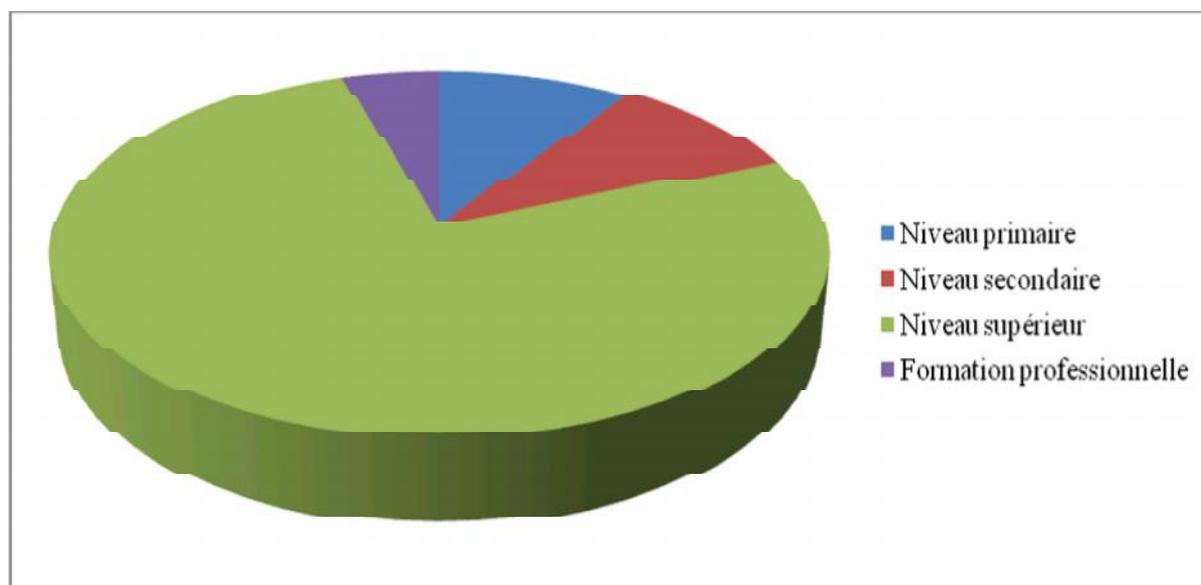
financement, de foncier (locaux terrains), et d'un appui moral. Les seconds, se caractérisent par l'appui de leur expérience acquise et le réseau professionnel tissé constitue un énorme capital pour les créateurs d'entreprises.

**Tableau 6.15 : Niveau d'instruction des entrepreneurs lors de la création d'entreprises**

Source : Enquête de terrain.

**Figure 6.8 : Niveau d'instruction des entrepreneurs enquêtés**

Niveau d'instruction des entrepreneurs enquêtés							
	Niveau primaire	Niveau secondaire	Niveau supérieur			Formation professionnelle	
<b>Total d'effectif</b>	2	2	16			1	
Origine professionnelle des entrepreneurs enquêtés							
	Cadre/Dirigeant	Entrepreneur	Commerçant	Artisan	industriel	Chômeur	Fonction publique
<b>Total d'effectif</b>	3	3	5	1	2	2	6

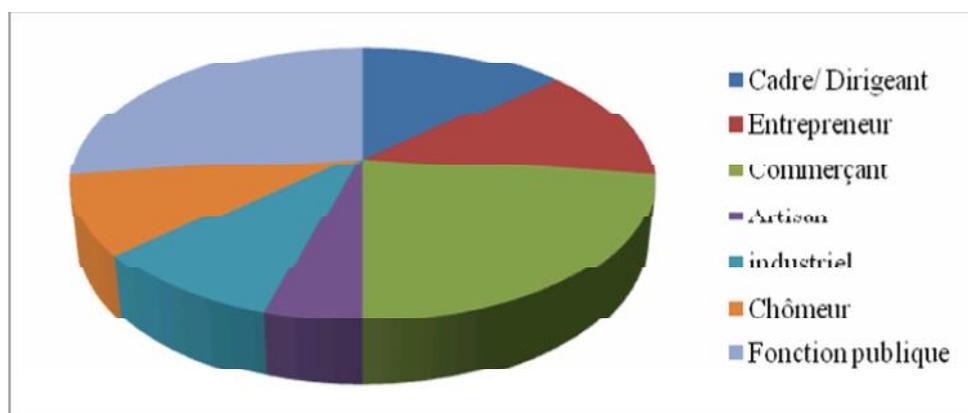


Source : Enquête de terrain.

La trajectoire c'est l'itinéraire socioprofessionnel de l'entrepreneur. En général, on ne naît pas entrepreneur on le devient, par l'influence de l'environnement vécu et l'entourage. S'agissant de l'origine professionnelle des entrepreneurs, les données du tableau ci-dessus fait ressortir l'incidence des professions et les activités exercées par l'entrepreneur sur sa décision

de créer une entreprise, dans le sens où la profession exercée joue un rôle futur dans la décision de création d'entreprise.

**Figure 6.9: Origine professionnelle des entrepreneurs enquêtés**



Source : Enquête de terrain.

La majeure partie des créateurs d'entreprises agroalimentaires a exercé dans la fonction publique ainsi que dans le secteur de commerce. Le premier type de ces créateurs s'appuie sur un solide réseau de clients et de fournisseurs qui leur permet de trouver des acheteurs pour leurs produits. Par contre, pour le deuxième type de créateurs s'appuie sur la disponibilité des capitaux, une opportunité que les futurs entrepreneurs ont saisie. Ce qui concerne les cadres ou cadres dirigeant profitent des opportunités offertes par l'environnement, c'est-à-dire la libéralisation de l'économie consécutive à l'ajustement structurel, les cadres des entreprises publiques ont préféré créer leur propre entreprise ce qui renvoie à un processus d'essaimage. Les entrepreneurs issus du chômage, car le chômage comme moteur qui impulse la dynamique de création d'entreprise. Travailler dans une entreprise industrielle, permet d'acquérir un savoir faire et une expérience requise dans domaine ce qui facilite la tâche pour les industriels. L'exercice des activités que ce soit dans le secteur économique ou dans l'administration a permis de tisser des réseaux amicaux et professionnels et la connaissance requise de l'administration va être d'une grande utilité au moment de la création de l'entreprise.

Lors de l'enquête, la plupart des chefs d'entreprises sont natifs de la wilaya de Béjaïa, cela influe sur le choix de la localisation et implique une connaissance sur le modèle de la consommation de la wilaya.

### **523. Origines de l'idée de création d'entreprises et motivations**

L'exercice des activités à permet aux créateurs d'entreprises de tisser des réseaux amicaux et professionnels et la connaissance des enchaînements de l'administration vont être d'une grande utilité au moment de la création de l'entreprise. Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'y a pas une seule raison a facilité et stimulé la création de leurs entreprises, c'est la combinaison de plusieurs raisons dans la prise des décisions.

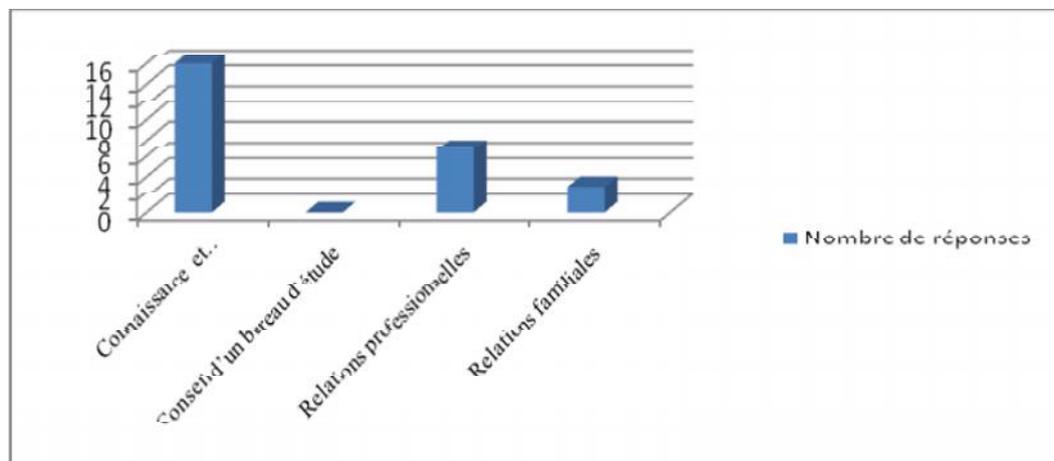
**Tableau 6.16 : Origines de l'idée de création d'entreprises**

	Connaissance et expérience requise	Conseil d'un bureau d'étude	Relations professionnelles	Relations familiales
<b>Nombre de réponses</b>	16	00	7	3

Source : Enquête de terrain.

D'après les données de tableau (6.15), à Béjaïa, l'expérience requise à l'origine de l'idée de création de l'entreprise avec 16 réponses des enquêtés. En deuxième position vient les relations professionnelles avec 7 réponses. Aucun chef d'entreprise n'a demandé des conseils d'un bureau d'étude.

**Figure 6.10 : Origines de l'idée de création d'entreprises**



Source : Enquête de terrain.

#### **524. La nature de terrain et le choix du secteur agroalimentaire**

Sur les 22 entrepreneurs enquêtés, leurs réponses se ressemblent sur le choix du secteur. Les plus répétées sont l'expérience acquise dans le secteur ainsi la connaissance de l'activité, le secteur est porteur de bénéfice et d'avantages, un secteur en phase d'expansion, et l'industrie agroalimentaires est la plus convoité dans les années 80 pour les entreprises créées durant cette période, dans le but de promouvoir l'opérateur privé.

S'agissant de nature de terrain, cette répartition fait ressortir le lien entre les entreprises situées dans les zones aménagées (ZI et ZAC) et en dehors des ces zones. En effet, pour les 13 entreprises enquêtées dont le terrain fait l'objet d'acquisition, elles sont implantées dans les zones aménagées. Quant au six (06) entreprises, le choix s'est effectué à partir des choix personnels et familiaux, donc c'est une propriété personnelle de l'entrepreneur. Ce besoin d'implantation sur des terrains propres est l'une des caractéristiques de nombreuses limonaderies (limonade de la Soummam, boisson Star et limonadrie Kassa). Le reste (03) est un local.

### **53. Aspects relatifs aux facteurs d'attractivité et l'attractivité du territoire**

Nous essayerons durant cette section de faire ressortir les facteurs d'attractivité contribuant à la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya, et de répondre à une question principale sur l'attractivité de la wilaya.

#### **531. Les facteurs d'attractivité**

L'infrastructure de transport la plus utilisée dans l'activité des entreprises enquêtées c'est les routes avec 54,54 %, soit 12 entreprises, le reste par la voie maritime. Ce qui concerne le chemin de fer et l'aéroport ne jouent aucun rôle dans leur activité. La totalité des entreprises enquêtées internalise le transport par ses propres moyens.

S'agissant des facteurs infrastructurels les plus contribuant sur la décision de localisation, vienne en première position la diversité de mode de transport (aéroport, port, routes, et chemin de fer) avec 16 réponses, suivi par la qualité de l'infrastructure existante avec 4 réponses, en dernier lieu la présence de l'infrastructure socioéconomique (éducation, formation, ...etc.). Nous pouvons déduire que la présence de l'infrastructure de base est un facteur déterminant dans la création d'entreprise et sa localisation. Surtout la proximité du port avec 12 réponses suivi par proximité des principaux axes routiers (RN) avec 12 réponses. Quant au chemin de fer et l'aéroport ne jouent aucun rôle dans la détermination de la localisation des entreprises agroalimentaires.

Par contre, les facteurs d'attractivité liés à la main d'œuvre, les entrepreneurs enquêtés ont le souci lors de la séance de recrutement de s'intéresser beaucoup plus à une main d'œuvre qualifiée, soit plus que 50% des réponses et 10 réponses pour une main d'œuvre peu qualifiée.

**Tableau 6.17 : Composition de la population active et l'origine de la provenance des employés**

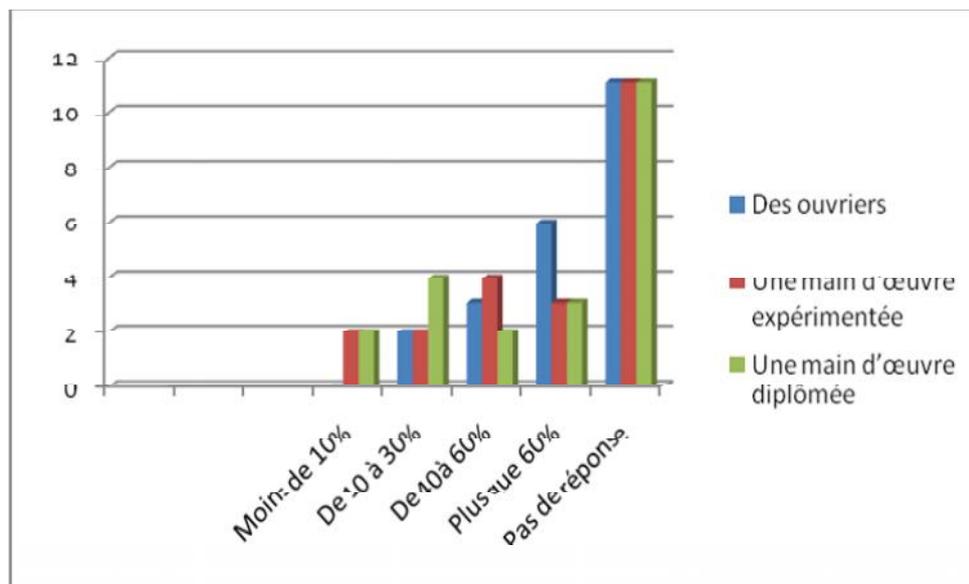
<b>La population active</b>						
	<b>Une main d'œuvre diplômée</b>		<b>Une main d'œuvre expérimentée</b>		<b>Des ouvriers</b>	
	Nombre d'entreprises	Part en (%)	Nombre d'entreprises	Part en (%)	Nombre d'entreprises	Part en (%)
Moins de 10%	02	9,09	02	9,09	00	00
De 10 à 30%	04	18,18	02	9,09	02	9,09
De 40à 60%	02	9,09	04	18,18	03	13,63
Plus que 60%	03	13,63	03	13,63	06	27,27
Pas de réponse	11	50	11	50	11	50
	<b>Origine de la provenance des employés</b>					

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

	De la commune de localisation	De la commune environnante	Du reste de la wilaya	Du reste du pays
	1017	324	162	19

Source : Enquête de terrain.

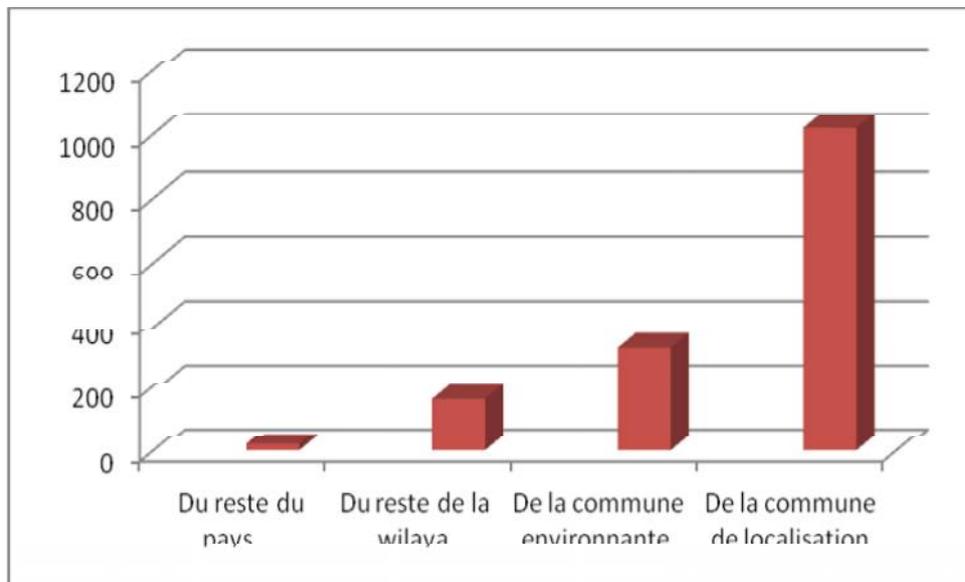
**Figure 6.11 : Composition de la population active des entreprises enquêtées**



Source : Enquête de terrain.

La figure (10.6), nous révèle que presque la totalité des employés sont originaires de la commune de localisation avec 1017 employés, cela est du à la taille des entreprises qui leur permet de se limiter à la commune de localisation, et d'une proportion moindre dans les communes environnante. Quant à la main d'œuvre venant des communes plus lointaines et du reste du pays elles n'atteignent que 12%.

**Figure 6.12 : Origine de la provenance des employés**



Source : Enquête de terrain.

Sur 22 entreprises enquêtées seulement six d'entre elles disposent d'un syndicat des travailleurs, pour le reste, elles justifient la non disposition d'un syndicat à la petite taille d'entreprises (peu d'effectif) et la participation des travailleur dans la prise de décision (management participatif) ainsi que les droits des travailleurs sont atteints.

Le tissu industriel et les rapports avec les acteurs locaux sont des facteurs importants dans l'attractivité des territoires, dans ce cas une série de questions sont posées aux chefs d'entreprises, dans le but de mesurer la qualité du tissu industriel. Avec les entreprises à proximité géographiques, seulement 14 entreprises tissent des relations de coopération entre elles, et 8 entreprises enquêtées sont implantées dans les zones aménagées où le tissu industriel est très dense et important. Donc ces entreprises profitent de cette proximité qui génère des synergies et d'échange des services et d'externalités positives.

Mais pour la sous traitance de leurs produits, seulement cinq d'entre elles font la sous traitance, ces dernières n'ont pas indiqué le nombre des sous traitants, car c'est un secret professionnel aux yeux des chefs d'entreprises. Pour l'approvisionnement de ses matières premières et la distribution de son produit est présente dans le tableau suivant (6.18).

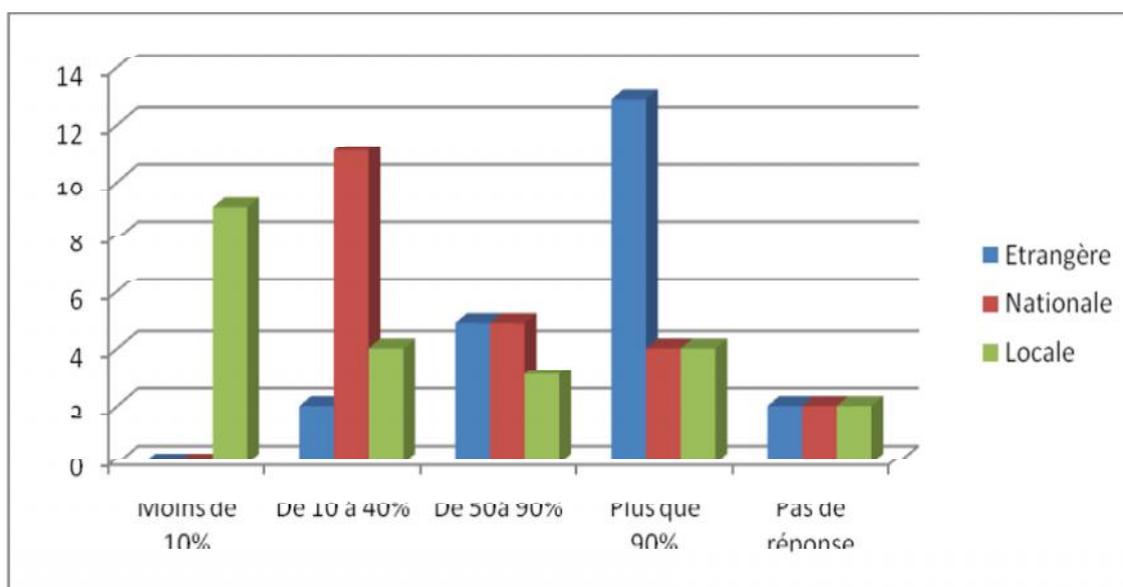
**Tableau 6.18: Approvisionnement des matières premières et distribution des produits**

L'approvisionnement des matières premières				
	Locale	Nationale	Etrangère	
Moins de 10%	09	00	00	
De 10 à 40%	04	11	02	
De 50 à 90%	03	05	05	
Plus que 90%	04	04	13	
Pas de réponse	02	02	02	
La distribution des produits				
	Le marché étranger	Le marché national	Le marché régional	Le marché local
<b>Nombre d'entreprises</b>	3	12	10	11

Source : Enquête de terrain.

Le facteur naturel est l'une des caractéristiques favorables particulièrement à l'agriculture au niveau de la wilaya. Il représente un réservoir des matières premières pour les entreprises agroalimentaires. Mais, l'approvisionnement de la matière première des entreprises enquêtées dépend de l'extérieure avec 90%, pour 13 entreprises, il faut à signaler que quatre parmi elles s'approvisionnent de l'étranger à 100%. Quant aux entreprises qui s'approvisionnent de la matière première nationale ou locale, sont en générale des entreprises de limonade, de jus et des eaux superficielles qu'elles utilisent l'eau comme matière première.

**Figure 6.13 : L'approvisionnement des matières premières**

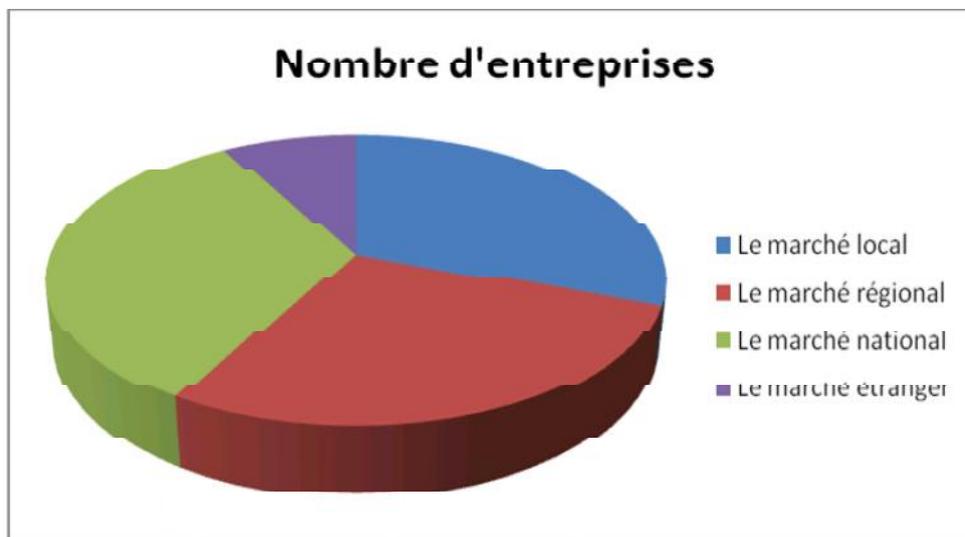


Source : Enquête de terrain.

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

Concernant la distribution, 3 seulement arrivent à exporter à l'étranger, leur part d'exportation est de l'ordre 10% de la production totale. Le reste est distribué sur le marché local ou national dans le but de satisfaire les besoins de la population.

**Figure 6.14 : La distribution des produits des entreprises enquêtées**



Source : Enquête de terrain.

L'administration locale occupe une place primordiale lors de création d'entreprises et dans la réhabilitation des zones industrielles et zones d'activité et l'aménagement de nouveaux espaces à travers le territoire de la wilaya. Ainsi, le rôle joué par les différents dispositifs pour stimuler l'investissement à travers un ensemble d'organisme qui facilité le financement (APSI, ANSEJ, ANDI) n'est pas moins important mais plusieurs entreprises sont créées grâce aux aides de ces dispositifs d'aides. S'agissant des rapports avec les acteurs locaux tels que l'administration publique locale, les administrations économiques, l'université et les banques et les organismes de promotion d'investissements (ANDI, ANSEJ) seront traités dans le tableau (6.12) :

**Tableau 6.19: Rapports avec les acteurs locaux**

Nom de l'acteur local	Médiocres	Moyens	Excellents
Administration locale	03	12	07
Banques et les organismes de promotion d'investissements	01	13	08
Justice	00	13	09
fiscalité	00	13	09
CNAS	00	10	12
CNAC	00	12	10

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia**

<b>Chambre de commerce</b>	00	15	07
<b>Inspection de travail</b>	00	14	08
<b>Environnement</b>	00	12	10

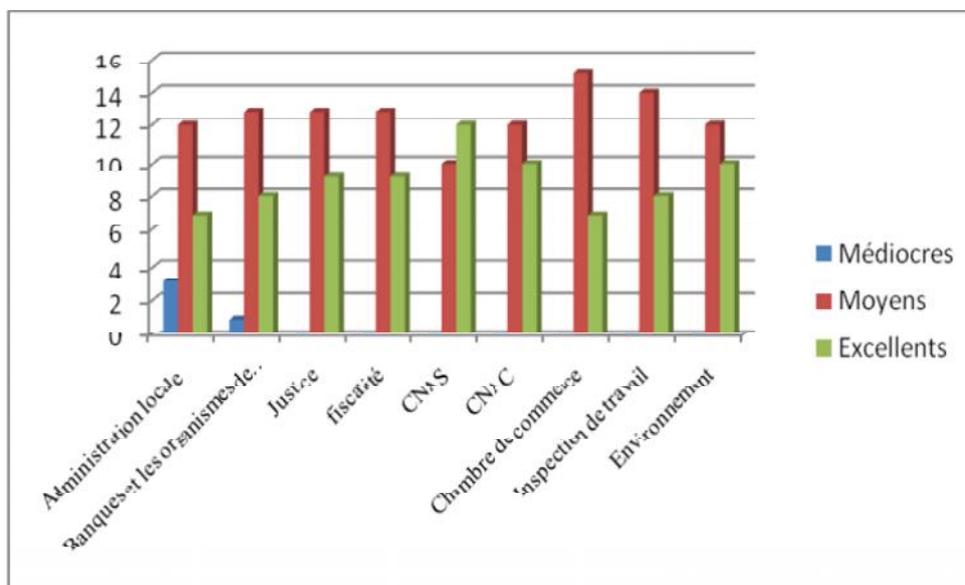
Source : Enquête de terrain.

Les réponses des chefs d'entreprises sur leurs rapports avec les acteurs locaux sont subdivisées entre excellents et moyens. 13 entreprises ont répondu que les rapports avec les banques et les organismes de promotion d'investissements, la justice et la fiscalité sont moyens. Trois d'entre elles ont jugé que les rapports avec l'administration publique locale sont médiocres. Mais en général les rapports sont moyens pour tous les acteurs locaux. Quant à la proximité de l'université, seulement l'entreprise Cevital qui s'intéresse à cette proximité dans le but de faire un échange de recherche et d'information, seulement 7 entreprises enquêtées entretiennent des rapports avec elle, le type de rapport est en général des stages pratiques et formation des étudiants.

Pour les facteurs institutionnels, nous avons proposé quelques facteurs que nous avons jugés intéressants pour notre travail. Le plus avantageux pour eux c'est l'exonération d'impôts pour 12 entreprises, suivi par 8 entreprises qui ont répondu favorablement pour les terrains et les locaux et 2 pour les subventions et aides financières. Quant aux procédures de création d'entreprises sont rigides pour la plus part des entreprises, soit 90,90% des réponses. Nous avons demandé aux chefs d'entreprises de faire une comparaison avec les autres wilayas du pays, ils ont répondu que, la phase tardive pour la phase de création d'entreprises, et trop de bureaucratie rendent la wilaya de Béjaia répulsive en terme des procédures de création d'entreprises par rapport aux autres wilayas du pays. Dans ce cas, les acteurs locaux sont obligés de mettre en place des procédures flexibles lors de la phase de la création d'entreprises et l'efficacité de l'administration publique.

Sur les 22 chefs d'entreprises enquêtés, 15 d'entre eux ont demandé une aide auprès des organismes de promotion d'investissement, surtout avec l'ANDI, suivi par l'ANSEJ et le fonds de garantie. Sur les 15 demandes d'aides seulement 8 sont reçues. La nature d'aide se partage entre les avantages fiscaux, l'octroi des crédits, l'allongement des délais, l'exonération des droits de douanes et d'impôts, la garantie de crédit, l'aide financière, et un crédit bancaire pour l'achat de matières premières à l'étranger.

**Figure 6.15 : Rapports les entreprises enquêtées avec les acteurs locaux**



Source : Enquête de terrain.

### 532. L'attractivité du territoire

L'attractivité du territoire est devenue une composante essentielle pour le développement économique d'une nation. Le questionnaire contient un volet sur l'attractivité du territoire où nous avons proposé une série des facteurs d'attractivité aux chefs d'entreprises dans le but de mesurer l'attractivité de la wilaya.

**Tableau 6.20 : Les facteurs attractifs pour les enquêtés**

Les facteurs d'attractivité	Nombre de réponses
La présence d'infrastructure (infrastructure socio-économique, transport)	17
L'efficacité de l'administration publique	01
La qualité des ressources humaines (main d'œuvre qualifiées et compétentes)	03
La présence d'un tissu d'entreprises	00
Les facteurs institutionnels	02
La disponibilité de ressources naturelles	02
La proximité des marchés et des matières premières	04
La fiscalité des entreprises	03

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa**

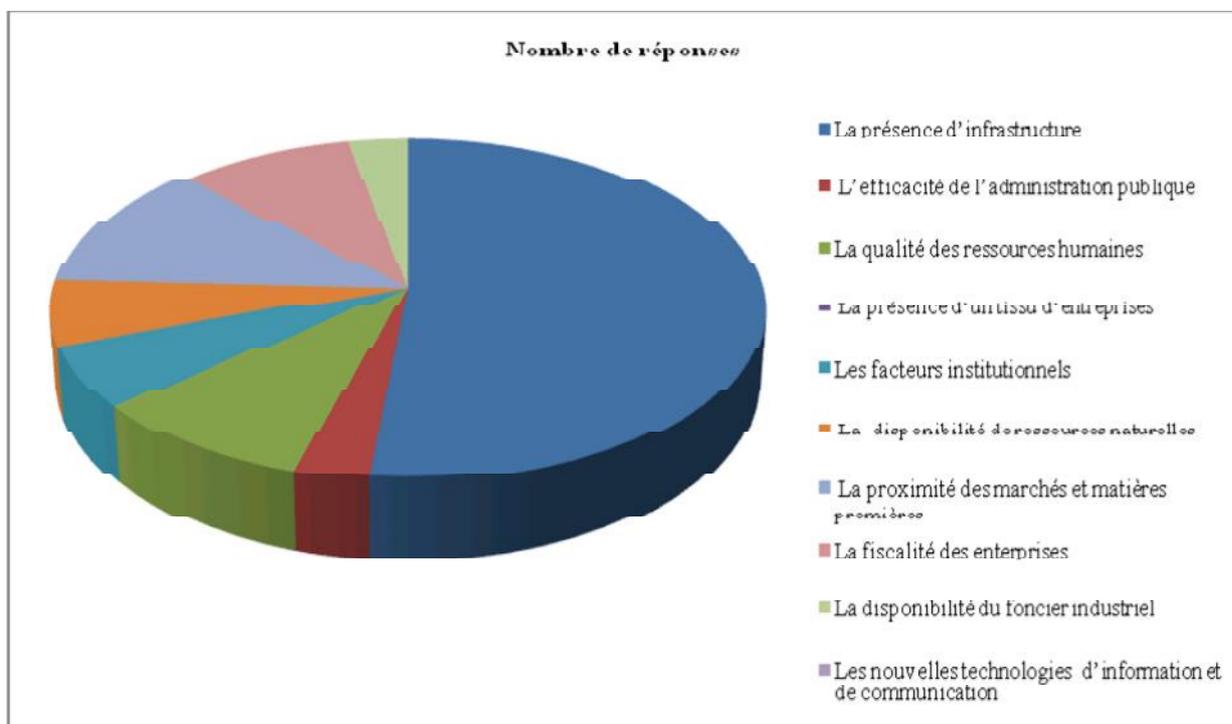
<b>La disponibilité de foncier industriel</b>	01
<b>Les nouvelles technologies d'information et de communication</b>	00

Source : Enquête de terrain.

Les résultats de ce tableau nous révèlent que plus que 50% des chefs d'entreprises ont répondu pour le facteur infrastructurel qui représente pour eux un facteur attractif pour la création de son entreprise. En occurrence, les autres facteurs ont une influence faible, leurs réponses se partagent entre les facteurs suivants : la qualité des ressources humaines (main d'œuvre qualifiée et compétente), la proximité du marché et matières premières, la fiscalité des entreprises, et la disponibilité de ressources naturelles. En revanche, la présence d'un tissu d'entreprises et les nouvelles technologies d'information et de communication ne représente aucun influence pour les chefs d'entreprises, cela explique le choix de localisation au niveau des zones aménagé est une localisation imposée par l'Etat. Quant aux motivations qui ont poussé les chefs d'entreprises à choisir la wilaya de Béjaïa pour la localisation de leurs entreprises, c'est l'existence des facteurs suivants :

- Présence et proximité d'infrastructure de base ;
- Présence d'une ressource naturelle ;
- Attachement à la wilaya (natifs de la wilaya).

**Figure 6.16 : Les facteurs attractifs pour les enquêtés**



Source : Enquête de terrain.

## Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia

17 d'entre eux pensent que la wilaya de Béjaia est attractive par rapport aux autres wilayas du pays. Les raisons du choix de la wilaya pour la localisation sont presque identiques pour la plupart des enquêtés tels que la disponibilité et proximité de l'infrastructure de base et qu'ils sont natifs de la wilaya pour la plupart des enquêtés.

Le reste des enquêtés qui voit que la wilaya de Béjaia est vulnérable, ils pensent de délocaliser leur entreprises vers les wilayas suivantes: Alger, Sétif, Annaba, Burdj Boueriridj, Oran, Blida. Ils justifient cette délocalisation aux déficits du terrain foncier, concurrence intense, phase tardive pour la phase de création, trop de bureaucratie et l'expansion de l'entreprises dans le but de pénétration d'autres marchés (le cas du Cevital par exemple).

Enfin, Pour conclure ce chapitre, après l'analyse des résultats de l'enquête, de mettre en valeur le rôle de certains facteurs à souligner la disponibilité de l'infrastructure de base, le facteur naturel et humain dans la création d'entreprises agroalimentaires. Car la dynamique industrielle agro-alimentaire au niveau de la wilaya est la combinaison de plusieurs facteurs d'attractivité du territoire.

Disposant d'une population jeune et le nombre des diplômés sortant de l'université constitue un facteur humain important dans la fourniture de la main d'œuvre nécessaire à l'industrie agroalimentaire. La disponibilité de l'infrastructure de base dans développement de l'industrie agroalimentaire, car plus que 50% des chefs entreprises enquêtés ont répondu favorablement pour ce facteur qui joue un rôle important dans l'approvisionnement des matières premières, la chaîne de distribution et la localisation.

À travers les différentes agences implantées sur le territoire de la wilaya, toute entreprises confondues, ont fait au moins une fois appels à un financement bancaire.

À côté de ces facteur, il y a d'autres critères pris en considération par les investisseurs de la wilaya dans le choix d'implantation de leurs entreprises tels que l'attachement a la wilaya (les raisons personnels, ils sont natifs de la wilaya) et la trajectoire professionnelle et d'être issus de même domaine telle que la distribution, la commercialisation, et la direction.

Pour la plupart des chefs d'entreprises enquêtées, le climat des affaires dans la wilaya est appréciable et elle est attractive pour 77 % d'entre eux. Ils suggèrent une flexibilité des procédures lors de la phase de la création d'entreprises et l'efficacité de l'administration publique et les organismes d'aides à l'investissement qui pourront jouer un rôle primordial dans l'épanouissement du secteur agroalimentaire de la wilaya.

L'industrie agroalimentaire dans la wilaya constitue un facteur de travail considérable en utilisant beaucoup de main d'œuvre directe et de niveau de qualification différente permettant à certains chômeurs même sans aucune formation d'être abochés. Elle génère des recettes fiscales considérables au profit du trésor public (en 2006, la recette fiscale de la

**Chapitre VI Impact des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia**

wilaya est de 10638005821DA<sup>1</sup>). Les entreprises agroalimentaires de la wilaya sont considérées comme les plus performantes du pays. Pour cela, la wilaya de Béjaia est désignée comme un pôle agro-industriel dans la stratégie des pôles de compétitivité de l'Algérie.

---

<sup>1</sup> La sous direction de recouvrement.

## CONCLUSION

En guise de conclusion pour cette seconde partie, l'industrie agroalimentaire est considérée aujourd'hui comme le moteur de l'économie de la wilaya. La création d'entreprises agroalimentaires est en augmentation et la participation des opérateurs privés au développement de la wilaya qui la ramène à se placer dans une position avancée par rapport aux autres wilayas du pays.

Les résultats de l'enquête menée auprès des chefs d'entreprises révèlent la dominance de trois facteurs d'attractivité sur dix facteurs que comporte notre questionnaire. Les facteurs qui sont considérés importants aux yeux des industriels sont par l'ordre d'importance : la présence de l'infrastructure (considéré important par 50% des chefs d'entreprises), suivi par la proximité des marchés et matières premières et la qualité des ressources humaines (main d'œuvre qualifiée et compétente). 17 d'entre eux pensent que la wilaya de Béjaia est attractive par rapport aux autres wilayas du pays. Seulement 14 entreprises tissent des relations de coopération entre elles, et 8 entreprises enquêtées sont implantées dans les zones aménagées où le tissu industriel est très dense et important. Donc ces entreprises profitent de cette proximité qui génère des synergies et d'échange des services et d'externalités positives.

La moyenne d'âge à la création d'entreprises agroalimentaire est 37 ans à un niveau universitaire et de sexe masculin et ils sont natifs de la wilaya.

Les résultats que nous avons obtenus, nous permettent de conclure que la défaillance des organismes de promotion d'investissement, l'administration publique et la rigidité des procédures qui représentent des facteurs vulnérables pour les chefs d'entreprises. Mais, en général la wilaya de Béjaia est attractive car elle recèle des facteurs d'attractivité importants aux créateurs d'entreprises.

## CONCLUSION GENERALE

Dans les problématiques du développement local fondées sur l'attractivité des territoires, a suscité au cours des dernières années un enjeu majeur de politique économique. La question cruciale qui se pose est celle de la capacité des territoires à attirer des entreprises en quête de localisation. Le passage de la mesure des avantages compétitifs des entreprises à celle des avantages comparatifs des territoires témoigne d'une mutation des mentalités et d'une concurrence aigüe entre les territoires. Les politiques d'attractivité font la promotion des territoires pour infléchir les décisions des firmes dans leur choix d'implantation.

La transition de l'économie algérienne vers une logique de marché s'est matérialisée par une politique de réformes structurelles qui a rendu possible le rétablissement des équilibres macroéconomiques. Aujourd'hui, dans le cadre d'une compétition internationale accru, l'investissement est une nécessité économique et un catalyseur de la croissance. Grâce à la politique de l'investissement qui contient une multitude d'allègements fiscaux, douaniers et financiers, et qui devaient inciter les opérateurs économiques à investir. Cependant, la réalité est toute autre. L'investissement reste en dessous des potentialités de l'Algérie. Cela est dû au fait que les investisseurs se retrouvent confrontés à plusieurs contraintes freinant ainsi la dynamique de l'investissement : des contraintes foncières, financières, des obstacles liés à la lourdeur et à la bureaucratie administrative et à la mauvaise gestion des fonds. Donc, il faut s'intéresser à d'autres facteurs tels que la bonne gestion administrative pour pouvoir concrétiser l'apport projeté par les divers textes législatifs et miser sur les objectifs du schéma national d'aménagement du territoire (SNAT) qui se focalise sur la requalification du territoire algérien et le rendre attractif et compétitif.

À l'heure actuelle, la création d'entreprises dans la wilaya de Béjaïa est beaucoup plus la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement de l'entrepreneur (relations familiales, amicales et professionnelles). Ce que nous pouvons retenir sur les caractéristiques des entreprises agroalimentaires enquêtées, le profil des entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa, leurs trajectoires socioprofessionnelles et leurs rapports avec le tissu industriel et les acteurs locaux, se résument dans les points suivants :

- ✓ La création de 18 entreprises enquêtées à partir 1994. Onze entreprises d'entre elles ont été créées durant la période 1994-2000, le reste était créé durant la promulgation de la deuxième loi de l'investissement.
- ✓ La jeunesse des entrepreneurs, l'âge moyen des entrepreneurs est de 37 ans. Ceci révèle l'existence d'un esprit d'entreprise localement ancré.
- ✓ Un bon niveau de qualification, la plupart des chefs d'entreprises ont un niveau d'étude universitaire.

- ✓ Le créateur d'entreprises agroalimentaire dans la wilaya est du sexe masculin. Ce secteur est fermé aux femmes.
- ✓ Les entrepreneurs enquêtés ont un parcours socioprofessionnel conséquent et de solides compétences. Ils viennent de la fonction publique et/ou du commerce. Pour eux, les connaissances acquises sur le commerce et le marché en général ainsi les réseaux amicaux et professionnels tissés, leur donnent de l'avance par rapport aux autres.
- ✓ La majorité des chefs d'entreprises enquêtées préfèrent d'investir sur place, dans leur environnement, car ils sont originaires de la wilaya. Cela influence sur le choix de la localisation et implique une connaissance de territoire de la wilaya.
- ✓ L'origine de l'idée de création est la combinaison entre l'expérience requise et les relations professionnelles.
- ✓ Le choix du secteur agroalimentaire est dû à l'expérience acquise dans le secteur ainsi la connaissance de l'activité et le secteur est porteur de bénéfices et d'avantages. La préférence des promoteurs à la filière céréale est due aux bénéfices réalisés chaque année et à l'augmentation de la consommation du blé et ses dérivés par la population de la wilaya.
- ✓ La majorité des entreprises enquêtées (13) sont implantées dans les zones aménagées dont le terrain fait l'objet d'acquisition. Le reste est reparti entre trois locations et six propriétés personnelles de l'entrepreneur.
- ✓ La dominance de l'entreprise individuelle comme statut juridique des entreprises enquêtées avec 07 entreprises individuelles. Cela est lié relativement à leur taille où elle emploie au moins 40 salariés. Cela implique, la dominance de la catégorie de taille moyenne dans le secteur agroalimentaire de la wilaya avec 94,46% de l'échantillon étudié.
- ✓ 50% d'entreprises enquêtées sont implantées dans les communes de Béjaia, d'Akbou et d'El Kseur. 74% des employés sont originaires de la commune de localisation.
- ✓ Avec les entreprises à proximité géographiques, seulement 14 entreprises tissent des relations de coopération et 8 d'entre elles sont implantées dans les zones aménagées. Seulement cinq d'entre elles font la sous traitance leurs produit.
- ✓ 13 entreprises enquêtées s'approvisionnent de la matière première étrangère à 90%. Concernant la distribution, 3 seulement arrivent à exporter à l'étranger.
- ✓ En général les rapports sont moyens pour tous les acteurs locaux.
- ✓ Seulement 7 entreprises enquêtées entretiennent des rapports avec l'université, le type de rapport est en général des stages pratiques et formation des étudiants. Seulement l'entreprise Cevital qui s'intéresse à la proximité de l'université, dans le but de faire un échange de recherche et d'information.
- ✓ Ils affirment avoir des difficultés avec les banques qui ne facilitent pas l'accès aux capitaux pour la petite et moyenne entreprise.

- ✓ Les procédures de création d'entreprises sont rigides pour la plupart des entreprises, soit 90,90% des réponses.
- ✓ Le plus avantageux des facteurs institutionnels c'est l'exonération d'impôt suivi par les terrains et les locaux.
- ✓ 15 d'entre elles ont demandé une aide auprès des organismes de promotion d'investissement, surtout avec l'ANDI, suivi par l'ANSEJ et le fonds de garantie. seulement 8 demandes d'aides sont reçues. La nature d'aide se partage entre les avantages fiscaux, l'octroi des crédits, et l'exonération des droits de douane et d'impôts.

L'étude effectuée sur la wilaya de Béjaia nous a permis de relever une dynamique territoriale observée plutôt liée à la présence et proximité d'une infrastructure (port, et axe routier) et d'équipements de base indispensables à un développement harmonieux et intersectoriel important plus qu'à des actions d'encouragement à l'activité qui émanerait des collectivités locales pour pouvoir développer des politiques attractives pour l'investissement. Le facteur déterminant dans le choix de la localisation industrielle et la création d'entreprises c'est le facteur infrastructurel le plus contribuant sur la décision de localisation soit 50% des réponses. 17 des chefs d'entreprises enquêtés pensent que la wilaya de Béjaia est attractive par rapport aux autres wilayas du pays. Les raisons et les motivations qui ont poussé les chefs d'entreprises à choisir la wilaya de Béjaia pour la localisation de leurs entreprises sont presque identiques pour la plus parts des enquêtés, c'est l'existence des facteurs suivants :

- Présence et proximité d'infrastructure de base ;
- Présence d'une ressource naturelle ;
- Attachement à la wilaya (natifs de la wilaya).

Le reste des enquêtés pensent de délocaliser leur entreprises vers les wilayas suivantes: Alger, Sétif, Annaba, Burdj Boueriridj, Oran, Blida. Ils justifient cette délocalisation aux déficits du terrain foncier, phase tardive pour la phase de création, trop de bureaucratie et l'expansion de l'entreprise dans le but de pénétration d'autres marchés (le cas du Cevital par exemple).

L'enquête de terrain a montré que, la localisation des entreprises se concentre dans les zones aménagées (zone industrielle et zone d'activité) dans le but de bénéficier de bonne infrastructure de base (la proximité du port pour la zone portuaire, et proximité des axes routiers le cas de la route nationale RN12 pour Candia -Tchin lait), des coûts de transport bas, et de tirer des externalités positives et des effets d'agglomération en cas de coopération avec d'autres entreprises à proximité géographiques. Malgré, ces avantages tirés de cette localisation, le choix de localisation de ces entreprises dans les zones aménagées est imposé par l'Etat pour neuf d'entre elles.

La wilaya de Béjaia est réellement dotée de véritables capacités pour assurer une place maîtresse au sein de l'économie nationale, la dynamique agroalimentaire est un exemple bien

concret de cette réalité très prometteuse, ce qui reste à faire c'est de savoir tirer profits de toutes ces potentialités. Il est sûr qu'aujourd'hui, le secteur agroalimentaire reste parmi les secteurs générateurs de richesses et créateurs d'emploi durable, et occupe une place prépondérante dans l'économie locale. À cet effet, la wilaya de Béjaia est désigné comme un pôle agro-alimentaire dans la nouvelle stratégie industrielle de l'Algérie, à partir d'une politique volontariste d'aménagement, le regroupement d'entreprises, d'institutions et de centres de recherche doivent se coopérer pour dégager la synergie et rendre ses entreprises plus compétitives, et elle doit prendre en considération la spécificité du territoire et de ne pas faire claquer un modèle.

***BIBLIOGRAPHIE***

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **I. OUVRAGES GENERAUX**

1. **ABEDOU Abderrahmane, BOUYAKOUB Ahmed, LALLEMENT Michel**, Entrepreneurs et PME : approches algéro-françaises, L'harmattan, paris, 2004.
2. **BELATTAF Matouk** - Localisation industrielle et aménagement du territoire : aspects théoriques et pratiques- Algérie, 1995.
3. **BENNISSAD (H)** -Algérie: restructurations et reformes économiques (1979-1993) - OPU, 1994.
4. **BOURRINET (J), FLORY. (M)** -L'ordre alimentaire mondial- Economica, 1982.
5. **BOUTILLIER Sophie**- L'entrepreneur - Economica, Paris, 1995.
6. **CASSON Mark** - L'entrepreneur- Economica, paris, 1991.
7. **COURLET Claude** - Territoires et régions : les grands oubliés du développement économique- Edition l'Harmattan, Paris, 2001.
8. **COURLET Claude et (al)** - Réseaux d'entreprises et territoire : regards sur les systèmes productifs locaux- La documentation Française, Paris, 2001.
9. **COTE Marc**- l'espace algérien : les prémices d'un aménagement- OPU, Alger, 1983
10. **DERYCKE Pierre-Henri**- Espace et dynamique territoriales- Economica, Paris, 1992.
11. **FOUJITA Masahisa et THISSE Jean François**- Economie des villes et de la localisation- Edition de Boeck université, Bruxelles, 2003.
12. **HATEM Fabrice**- investissement international et politique d'attractivité- Economica, Paris, 2004.
13. **HURIOT Jean-Marie** -Von Thünen : économie et espace- Economica, Paris, 1994.
14. **Kirzner (M.)** -Concurrence et esprit d'entreprises - Economica, Paris, 2005.
15. **KRUGMAN Paul**- Geography and trade- The MIT Press, Angleterre, 1991.
16. **LAJUGIE Joseph, DELFAUD Pierre et LACOUR Claude** - Espace régional et aménagement du territoire- Edition Dalloz, Paris, 1979.
17. **MADIOT Yves** - Aménagement du territoire- Armond colin, 3<sup>ème</sup> édition, Paris,
18. **MATTEACCIOLI André** – Philippe Aydalot pionnier de l'économie territoriale- L'harmattan, Paris, 2006.
19. **MEIER Olivier, SCHIER Guillaume** - Entreprises multinationales- Dunodo, Paris, 2005.
21. **MIHAI Nicolae**- Méthodes d'organisation de la production industrielle- OPU, Alger, 1984.
22. **MUCCIPELLI (M)** - Multinationales et mondialisation- Edition du seuil, 1998.

23. **Nedelcu Michel** - La mobilité internationale des compétences : situation récentes, approche nouvelles- L'Harmattan, Paris, 2004.
24. **NONJON Alain** - concepts et mécanismes de géographie économique contemporaine- Edition Ellipses, Paris, 1992.
25. **PECQUEUR Bernard** - le développement local, 2<sup>ème</sup> édition revue et augmentée- Edition la Découverte et Syros, paris , 2000.
26. **PECQUEUR Bernard et ZIMERMANN Jean-Benoît**- Economie de proximités- Hermes science, Paris, 2004.
27. **POLESE Mario** - Economie urbaine et régionale : logique spatiale des mutations économiques- Edition Economica, Paris, 1994.
28. **TAQUES Marseille**- créateurs et création d'entreprises : de la révolution industrielle à non jours- ADHE, Paris, 2000.
29. **TARONDEAU Jean Claude** - Stratégie industrielle-2<sup>ème</sup> édition, Edition Vuibert, Paris ,1998.
30. **TEFRA martine** - Economie des transports- Edition Ellipse, Paris 1996.
31. **TIMMET (P) [et al]** - Analyse de la politique alimentaire- Economica, 1986.
32. **TORRES -BLAY Olivier** - Economie d entreprise : Organisation, stratégie et territoire a l'aube de la nouvelle économie- Economica, Paris ,2004.
33. **VERSTRAETE Thierry** - Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes- L'harmattan, Paris, 1999.
34. **WACKERMAN Gabriel** - De l'espace national à la mondialisation - Ellipses, Paris, 1995.

## **II. THESES ET MEMOIRES**

1. **BEDJUELEL Fatah** - Essai d'analyse des déterminants de localisation des entreprises dans la wilaya de Béjaia- mémoire de magister, Béjaia, 2007.
2. **BELLATAF Matouk** -Essai d'analyse de la politique de localisation industrielle : cas de l'Algérie de 1962 à 1989 et ses perspectives - thèse de doctorat, Pologne, 1990.
3. **BENALLAOUA (A)** - Contribution à l'étude de la localisation des entreprises en Algérie : cas de la céréaliculture- thèse de doctorat, Sétif, 1999.
4. **DJENANE (A.M)** - Réformes économiques et agriculture en Algérie- thèse de doctorat, Sétif, 1997.
5. **HAMADAMA (N)** - Contribution de la PMI au développement de la wilaya de Béjaia, mémoire de magister, Béjaia, novembre 2003.
6. **OUYAHIA Moussi** -Analyse de la dynamique des industries agroalimentaires : cas du secteur privé de la wilaya de Béjaia- mémoire de magister, Béjaia, 2005.

### III. ARTICLES ET COMMUNICATIONS

1. **AKNINE SOUIDI Rosa et ZIOUR Hocine**- Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, 2006.
2. **ANTIPOLIS Sophia** - Optimisation des choix de localisation et concurrence spatiale - Journées de l'OFCE, Octobre, 2005.
3. **AIT SIDHOUM (H)** - La dynamique et les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Bejaia- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, 2006.
4. **AIT ZIANE Kamel et AIT ZIANE Houria** -Territoire et entrepreneurs innovateurs: cas de l'Algérie- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, 2006.
5. **AYACH Fethi, BERTHOMIEU Claude**- Les déterminants des investissements directs étrangers européens et la gouvernance dans la région MEDA: une estimation par la méthode des moments généralisés - avril 2006, In [emma.gsu.edu.tr/articles/Ayachi\\_Berthomieu.doc](http://emma.gsu.edu.tr/articles/Ayachi_Berthomieu.doc)
6. **AYADL nassima, RASTOIN Jean-Louis et TOZANLL Selma** - Les opérations de restructuration des firmes multinationales agroalimentaires entre 1987 et 2003- In [www1.montpellier.inra.fr/bartoli/moisa/bartoli/...pdf/WP\\_8-2006.pdf](http://www1.montpellier.inra.fr/bartoli/moisa/bartoli/...pdf/WP_8-2006.pdf)
7. **AUBERT Francis et GAIGNE Carl** -Histoire de la dynamique territoriale de l'industrie. : le rôle de la demande de travail- In Cahiers d'économie et sociologie rurales, n° 76, 2005.
8. **AYDALOT (P)** - La crise économique et l'espace : recherche sur les nouveaux dynamismes spatiaux - In the canadien journal of régional science, n°1,1984.
9. **BENARD Raymond et JAYET Hubert** – Les préférences de localisation des entreprises– in INSEE, n°9, Nord pas de Calais, 1998. [Http://www.insee.fr/insee\\_regions/nord-pas – de calais/](http://www.insee.fr/insee_regions/nord-pas_de_calais/)
10. **BOUKELLA (M)** - Les industries agro-alimentaires en Algérie: politique, structure et performance depuis l'indépendance- CIHEAM, Options méditerranéennes, 1996.
11. **BOUTALEB Kouider** - La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie- In colloque international Tamanrasset: « Création d'entreprises et territoires », 03 et 04 Décembre 2006.

12. **BOUYACOUB (A)** - Entrepreneuriat, territoires et capital humain- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, 2006.
13. **BOUYACOUB (A)** - La PME en Algérie : dynamisme économique et territorial - In Colloque International sur « les implantations d'entreprises dans les pays émergents » 2003.
14. **BOUABDALLAH (K) et ZOUACHE (A)** - Entrepreneuriat et développement économique » In « cahiers du Cread » n°73-2005.
15. **CHERRADE Salah Eddine** -PME et territoire en Algérie - In « cahiers du CREAD», 2006.
16. Conseils économiques et sociaux régionaux de l'Atlantique, Avis interrégional sur la prospective des facteurs d'attractivité des régions atlantiques, 2001, In [http://www.cesr-basse-normandie.fr/publications/2440\\_RapportProspective.pdf](http://www.cesr-basse-normandie.fr/publications/2440_RapportProspective.pdf)
17. **DOS SANTOS Manon Domingues** - Attraction des élites et exode des cerveaux : les enjeux économiques d'une concertation entre pays d'origine et pays d'accueil- In revue du centre d'analyse stratégique, n° 1, Juillet 20006
18. Examen de la politique d'investissement : Algérie, In CNUCED, 2004, In [http://www.unctad.org/fr/docs/iteipc20039\\_fr.pdf](http://www.unctad.org/fr/docs/iteipc20039_fr.pdf)
19. **FERGUENE Améziane** – PME, territoire et développement local: le cas des pays du sud- In deuxième rencontre des sud sur : développement local et coopération décentralisée entre régions de la méditerranée, Marrakech, 10 et 11 octobre 2002.
20. **FOURCADE Colette** – Le territoire comme atout des processus d'internationalisation des PME : le concept de milieu internationalisant- In XXVIII<sup>ème</sup> colloque de l'ASRDLF, Québec 21-23 août 2002. <Http://www.uqtr.ca/screg/T-Fourcade.pdf>
21. **HATTAB-CHRISTMANN Malika** - Attractivité des territoires et développement versus attractivité et recompositions territoriales : le rôle des accords bilatéraux sur l'investissement- In 1<sup>ères</sup> journées du développement du GRES Le concept de développement en débat, Université Montesquieu Bordeaux 4, 16 et 17 septembre 2004.
22. **HATEM Fabrice** – Attractivité : de quoi parlons-nous ? - 2006. <http://fabrice.hatem.free.fr/>
23. **HATEM Fabrice**- Les indicateurs comparatifs de compétitivité et d'attractivité : une rapide revue de littérature - In Agences Françaises pour les Investissements Internationaux (AFII), 2005. <Http://enst-media.ac.ma/cpa/fixe/indicat%20cpeti-attract.pdf>
24. **HUGES François, HIRCZAK Maud et SENIL Nicolas** – territoire et patrimoine- In revue économique régionale et urbaine, 2006, n° 5.

25. **ISLI Mohand Arezki** - La création d'entreprise en Algérie- In « cahiers du CREAD » n°73 – 2005.
26. **KICHOU Lyazid** – Une analyse institutionnaliste de la PME en Algérie- In « cahiers du CREAD», 2006.
27. **KOUDRI Ahmed** – Démographie entrepreneuriale et vitalité économique - In « cahiers du CREAD » ,2006.
28. **KRUGANA Paul** - The Role of Geography in Development - In Annual World Bank Conference on Development Economics, Washington, 20 et 21 avril 1998.  
<http://www.worldbank.org/html/rad/abcde/krugman.pdf>
29. **LAKAUD Claude**- Les territoires du développement régional-In revue économique régionale et urbaine, 2006, n° 3.
30. **LAPOINTE Alain** - Compétitivité et attractivité des villes canadiennes- In document d'information de HEC de Montréal, juin 2004. [http://www.cmm.qc.ca/gv22/documents/pdf/document\\_lapointe.pdf](http://www.cmm.qc.ca/gv22/documents/pdf/document_lapointe.pdf)
31. **LAURIOL Jaques** – territoires et stratégies : quelques éléments pour un programme de recherche – In XIV<sup>ème</sup> Conférence Internationale de Management Stratégique, pays de la Loire, Angers, 2005.  
<http://www.stratègie-aims.com/angers05/TR/LauriolTR.pdf>
32. **Madiès Thierry, Paty Sonia et Rocaboy Yvon**- Les stratégies fiscales des collectivités locales : de la théorie à la réalité- In Revue de l'OFCE, 2005.  
<http://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/revue/12-94.pdf>
33. **MAILLET Denis et PERRIN Jean- Claude** – Entreprises innovatrices et développement territorial- Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs (GREMI) , institut de recherche économique et régionale , Neuchâtel , 1992.  
<http://www.unine.ch/irer/Gremi/Gremi%202.pdf>
34. **MATHIEU Edouard** – Le tableau du bord de l'attractivité de la France : un outil opérationnel face aux classements internationaux de compétitivité- In Agences Françaises pour les Investissements Internationaux (AFII), 2005.  
<http://www.investinfrance.org/France/ChoosingFrance/Statistics>
35. **MUCCHIELLI (M)** - Changement technologique et stratégie firmes et développement.2005, In [http://region-developpement.univ-tln.fr/en/pdf/R16/R16\\_Intro\\_Mucchielli.pdf](http://region-developpement.univ-tln.fr/en/pdf/R16/R16_Intro_Mucchielli.pdf)
36. **MUDARD FRANSSEN Nathalie** – La question du système productif localisé : local is beautiful- In document de travail du Laboratoire de Redéploiement Industriel et Innovation, n° 37, Université du Littoral côte d'Opale, Dunkerque, 2001.  
[http://rii.univ-littoral.fr/doc\\_travail/pdf/doc37.pdf](http://rii.univ-littoral.fr/doc_travail/pdf/doc37.pdf)

37. **PHILIPPE – DUSSINE Marie Pierre** - Compétition territoriale : un modèle de différenciation spatiale- In revue économique régionale et urbaine, 2001, n° 5.
38. **REMY (J)** -Utilisation de l'espace, innovation technologique et structure sociale - In *Espaces&sociétés*, 1971.
39. **Samson (I)** - Les dynamiques territoriales, quelles nouveautés ? – In Colloque de l'IREGE-EDYTEM, Mars, 2006.
40. **SAIVES (Anne-Laure) et LAMBERT Annie** – Approche stratégique des comportements spatiaux des firmes: quelles ressources stratégiques territoriales pour les industries agroalimentaires- In Laboratoire de Recherche en Gestion et Economie Industrielle Agroalimentaire, Le Croisic, 8-10 decembre1999.  
<http://www.inra.fr/internet/Departement/ESR/Ecospatiale/pdf/saives.pdf>
41. **SHOURNAKER Mérenne** - La localisation des industries- collection "Géographie d'aujourd'hui", université Paris, 1996. In  
<http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geo>
42. **STORAI Christophe** – Attractivité territoriale et stratégie de localisation firmes : le territoire Corse peut-il devenir un nouvel éden ?- In international journal of Info et Com Sciences for decision making (ISDM) n 9, juillet 20003.
43. **SOUIDI.M.Y. FERFERA&T.AKROUF** - les entrepreneurs, le territoire et la création D'entreprises : enquête à Boghni - In « cahiers du CREAD» n°51,2000.
44. **VAN HUFFEL Christophe** -Investissements directs étrangers: problèmes et enjeux pour les pays de sud et de l'est de la méditerranée- 2001, In <http://lead.univ-tln.fr/fichiers/2001-4.pdf>
45. **ZIDOUNI (M.H)** - Evaluation et analyse de la place de l'économie informelle en Algérie – ONS, 2005.
46. **ZIMMZERMANN Jean-Benoît** – Entreprises et territoire : entre nomadisme et ancrage territorial- In revue de l'institut de recherche économiques et sociales IRES, numéro 47, 1<sup>ER</sup> trimestre 2005.

#### **IV. RAPPORTS ET DOCUMENTS STATISTIQUES**

1. ONU, rapport sur l'investissement dans le monde, 2001.
2. CIAA (Confédération des Industries Agroalimentaires), 2005.
3. Agro data, base de données du laboratoire d'agronomie à Montpellier.
4. CNUCED, base de données de FDI/TNC, 2003.
5. La Banque Mondiale, 2002,1985.
6. Le rapport Doing Business, 2007.
7. La Banque d'Algérie, 2003.
8. Le rapport du conseil national économique et social sur le chemin de fer en Algérie ,1998.

9. Les statistiques de l'ONS, 2006.
10. Schéma National d'Aménagement du Territoire 2025, document du ministère de l' d'Aménagement du Territoire et de l'Environnement, avril, 2006.
11. Le rapport de la direction PME /PMI, 2007.
12. Le rapport de l'ANSEJ, 2007, 2008.
13. CNAS, fichier des entreprises, au 31/12/2007.
14. CNAS, évolution et mouvement de la PME privée et publique, 2006
15. DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2002, édition2003.
16. DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2003, édition2004.
17. DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2004, édition2005.
18. DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2005, édition2006.
19. DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2006, édition2007.
20. DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2007, édition2008.
21. DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2008, édition2009.
22. Direction des Mines et de l'Industrie de la wilaya de Béjaia, 2008.

#### **V. SITES INTERNET**

1. Site Internet du CREAD : [www.cread.edu.dz](http://www.cread.edu.dz)
2. Site Internet du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat: [www.pmeart.dz.org](http://www.pmeart.dz.org)
3. Sites Internet de l'Office National des Statistiques : [www.ons.dz](http://www.ons.dz)
4. [www.ciheam.org](http://www.ciheam.org)
5. [www.fao.org](http://www.fao.org)
6. [www.imf.org](http://www.imf.org)
7. [www.cnuCED.org](http://www.cnuCED.org)
8. [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)

***ANNEXES***

## QUESTIONNAIRE

Dans le cadre de notre travail de magister, nous effectuons une enquête sur l'influence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises dans l'industrie agroalimentaire de la wilaya de Béjaïa. A cet effet nous vous demandons de bien vouloir nous consacrer un peu de votre temps précieux.

Je vous remercie.

TRAKI Dalila.

### Thème de recherche

**Essai d'analyse de la contribution des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises : cas des entreprises agroalimentaires de la wilaya de Béjaïa.**

*Sous la direction du Pr. BELATTAF.M*

### I. Identification de l'entreprise

- 1) Nom et raison sociale : .....
- 2) Adresse : .....
- 3) Filière d'activité : .....
- 4) Date de création : .....
- 5) Statut juridique
- |                         |                          |                     |                          |
|-------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| SNC                     | <input type="checkbox"/> | EURL                | <input type="checkbox"/> |
| SARL                    | <input type="checkbox"/> | SPA                 | <input type="checkbox"/> |
| Entreprise individuelle | <input type="checkbox"/> | Autres (à précisez) | <input type="checkbox"/> |

- 6) Production actuelle: En volume (Kg, Litre,...) ..... En valeur (DA).....

Gamme de produits :

- |         |         |
|---------|---------|
| a)..... | e)..... |
| b)..... | f)..... |
| c)..... | g)..... |
| d)..... | h)..... |

- 7) Chiffre d'affaires actuel : ..... DA
- 8) Effectif de l'entreprise actuel : Effectif permanent : ..... Effectif contractuel : .....
- 9) Structure du personnel par fonction et genre:

Sexe	Hommes				Femmes			
	Administration		Production		Administration		Production	
Fonction	Cadres	Exécution	Cadres	Ouvriers	Cadres	Exécution	Cadres	Ouvriers
2008								

### II. La création d'entreprise

10) Quelles sont la principale motivation et la raison qui vous ont poussé à créer une entreprise (série de réponses possibles) ?

- Vous avez une opportunité de créer une entreprise

- L'esprit d'entreprendre et de prendre de risque
- Vous avez reçu une aide financière de la part de votre entourage
- Vous avez reçu une aide auprès d'un organisme de promotion de l'investissement (ANSEJ, ANDI...)
- Vous aviez des exemples réussis d'entrepreneurs dans votre entourage
- L'esprit de l'indépendance et d'avoir une propriété privée

**11) Comment est venue l'idée de créer votre entreprise ?**

- Connaissance et expérience requise
- Conseil d'un bureau d'étude
- Relations professionnelles
- Relations familiales

**12) Avant la réalisation de votre entreprise, avez- vous fait une étude ?**

- De marché : Oui  Non
- Financière (trésorerie, valeur annuelle nette...) : Oui  Non

**13) Quelle est votre profession avant de créer votre entreprise ?.....**

**14) À quel âge vous avez crée votre entreprise ?..... ans**

**15) Quel est votre niveau d'instruction ?**

- Niveau primaire
- Niveau secondaire
- Niveau supérieur
- Formation professionnelle

**16) Pour financer votre projet, avez-vous recours à un prêt bancaire ?**

- Oui  Non

**17) Si oui, avez – vous obtenu ce financement avec facilité ?**

- Oui  Non

**18) L'entreprise est-elle :**

- Une création nouvelle
- Une délocalisation
- Une succursale

**19) Pour quelles raisons avez-vous choisi le secteur de l'agroalimentaire ?**

- .....
- .....

**III. Les facteurs infrastructurels**

**20) Parmi les facteurs infrastructurels, lequel représente une importance dans la localisation ?**

- Diversité de mode de transport (aéroport, port, routes, chemin de fer)
- Présence de l'infrastructure socioéconomique (éducation, formation, habitat...),
- Qualité de l'infrastructure existante
- Autres (à précisez)

**21) Parmi les infrastructures de transport, quelle est celle la plus déterminante dans la localisation de votre entreprise, et indiquez la plus utilisée dans votre activité ?**

- Aéroport
- Port
- Chemin de fer
- Routes

**22) Disposez-vous de vos propres moyens de transport ?** Oui   
Non

#### IV. Les facteurs d'attractivités liées à la main d'œuvre

**23) Lors de recrutement de la main d'œuvre, vous intéressez plus à :**

- Une main d'œuvre hautement qualifiée
- Une main d'œuvre peu qualifiée
- Une main d'œuvre non qualifiée

**24) Votre population active est composée : (avec un pourcentage si possible) d' :**

- Une main d'œuvre diplômée
- Une main d'œuvre expérimentée
- Des ouvriers

**25) Nombre d'employés venant :**

- De la commune de localisation
- Des communes environnantes
- Du reste de la wilaya
- Du reste du pays

**26) –Y'a –t-il un syndicat dans votre entreprise ?** Oui   
Non

**27) Si non, pourquoi ?**.....

#### V. Les facteurs liés au tissu d'entreprises et les rapports avec les acteurs locaux

**28) Votre entreprise est localisée dans :**

- Une zone d'activité
- Une zone industrielle
- Propriété privée
- Local

29) Si votre réponse est la première ou la deuxième, citez quelques avantages tirés de cette localisation ?

- .....
- .....
- .....

30) Avec les entreprises à proximité géographiques, avez-vous des rapports :

- De concurrence
- De coopération

31) Le choix de localisation de votre entreprise est un :

Choix personnel

Choix imposé

32) L'entreprise sous – traite-t-elle une partie de son produit : Oui   
Non

33) Si oui, indiquer le nombre de sous –traitants : .....

34) Avec l'administration locale vos rapports sont :

- Excellents
- Moyens
- Médiocres

35) Vos rapports avec les administrations économiques suivantes sont :

Non de l'administration	Excellents	Moyens	Médiocres
Justice			
fiscalité			
CNAS			
CNAC			
Chambre de commerce			
Inspection de travail			
Environnement			

36) Entretenez vous des rapports professionnels avec l'université ?

Oui  Non

37) Quelles types de rapport ? .....

38) Avec les banques et les organismes de promotion d'investissements (ANDI, ANSEJ), vos rapports sont :

- Excellents
- Moyens
- Médiocre

39) L'approvisionnement de vos matières premières est d'origine :

- Locale en : .....%

- Nationale en :..... %
- Etrangère en :..... %.

**40) Vos produits sont distribués sur :**

- Le marché local
- Le marché régional
- Le marché national
- Le marché étranger

**41) Si votre entreprise exporte, quelle est la part de la production exportée ?..... %**

**VI. Les facteurs institutionnels**

**42) Parmi les facteurs institutionnels, lequel est le plus avantageux pour votre activité ?**

- Exonération d'impôts
- Terrains
- Locaux
- Aides financières et subventions
- Autres (à préciser)

**43) Les procédures de la création d'entreprise sont :** Flexibles   
Rigides

**44) Avez-vous de contacts avec les organismes de promotion d'investissement suivants ?**

- ANDI
- ANSEJ
- Fonds de garantie
- Autres (à préciser)

**45) Avez-vous demandé une aide auprès des organismes de promotion d'investissement ?** Oui  Non

**46) Si oui, est-ce que vous avez reçu une aide ?** Oui  Non

**47) Si oui, précisez la nature de l'aide ?.....**

**VII. L'attractivité du territoire**

**48) Avant de créer votre entreprise, quels sont les critères pris en compte ? (Série de réponse)**

- La présence d'infrastructure (infrastructure socio-économique, transport)
- L'efficacité de l'administration publique
- La qualité des ressources humaines (main d'œuvre qualifiée et compétente)
- La présence d'un tissu d'entreprises
- Les facteurs institutionnels
- La disponibilité de ressources naturelles

- La proximité du marché et matières premières
- La fiscalité des entreprises
- La disponibilité du foncier industriel
- Les nouvelles technologies d'information et de communication

**49) Quelles sont les raisons ou les motivations qui vous ont poussé à choisir la wilaya de Béjaia pour votre localisation ?**

- Proximité d'infrastructure de base
- Présence d'une ressource naturelle
- Proximité du marché et des fournisseurs
- Aides locales
- Economie d'agglomération et d'externalité positive
- Attachement à la wilaya (natifs de la wilaya)
- Présence d'un tissu d'entreprise
- Présence de la qualité des ressources humaines
- Autres (à préciser)

**50) Est qu'elle est attractive par rapport à d'autres wilayas du pays ?**

Oui  Non

**51) Justifiez votre réponse ?**

- .....
- .....
- .....

**52) Est-ce que vous pensez-vous de délocaliser votre entreprise dans une autre wilaya ?**

Oui  Non

**53) Si votre repense est Oui, quelles sont les raisons de délocalisation pour d'autres Wilayas ?**

- .....
- .....

**54) Si oui , vers où ?.....**

.....

**55) Que pensez- vous des dispositifs publics pour faciliter la Création d'entreprise ?**

- .....
- .....
- .....

Tableau 2 : Répartition de la population par communes et sexe au 31/12/2008

Communes	Masculin	Féminin	Total
Béjaia	90 140	87 320	177 460
Oued-Ghir	9 890	9 300	19 190
<b>Total daïra</b>	<b>100 030</b>	<b>96 620</b>	<b>196 650</b>
Tichy	8 600	8 110	16 710
Boukhlifa	4 530	4 120	8 650
Tala-Hamza	6 230	5 750	11 980
<b>Total daïra</b>	<b>19 360</b>	<b>17 980</b>	<b>37 340</b>
Akbou	27 190	26 160	53 350
Ighram	6 065	6 125	12 190
Chellata	4 760	4 630	9 390
Tamokra	2 040	1 890	3 930
<b>Total daïra</b>	<b>40 055</b>	<b>38 805</b>	<b>78 860</b>
Amizour	19 710	18 500	38 210
B. Djellil	3 965	3 985	7 950
Feraoun	7 860	7 870	15 730
Semaoun	7 000	6 720	13 720
<b>Total daïra</b>	<b>38 535</b>	<b>37 075</b>	<b>75 610</b>
Adekar	6 570	6 500	13 070
Béni-K'sila	2 250	2 160	4 410
T. Ighil	3 360	3 350	6 710
<b>Total daïra</b>	<b>12 180</b>	<b>12 010</b>	<b>24 190</b>
Seddouk	10 250	10 070	20 320
Amalou	4 460	4 240	8 700
Bouhamza	4 770	4 420	9 190
M'cisna	4 070	3 960	8 030
<b>Total daïra</b>	<b>23 550</b>	<b>22 690</b>	<b>46 240</b>
Kherrata	18 380	17 450	35 830
D. El-Kaid	14 990	14 370	29 360
<b>Total daïra</b>	<b>33 370</b>	<b>31 820</b>	<b>65 190</b>
Timezrit	13 550	12 400	25 950
<b>Total daïra</b>	<b>13 550</b>	<b>12 400</b>	<b>25 950</b>
Sidi-Aich	7 120	6 730	13 850
Leflaye	3 200	3 120	6 320
Tinebdhar	3 100	2 800	5 900
Tifra	4 120	3 910	8 030
Sidi-Ayad	2 980	2 690	5 670
<b>Total daïra</b>	<b>20 520</b>	<b>19 250</b>	<b>39 770</b>

Chemini	7 740	7 480	15 220
Souk-Oufela	4 740	4 340	9 080
Tibane	2 620	2 530	5 150
Akfadou	3 740	3 550	7 290
<b>Total daïra</b>	<b>18 840</b>	<b>17 900</b>	<b>36 740</b>
S. El-Tenine	7 000	6 490	13 490
Melbou	5 780	5 700	11 480
Tamridjet	4 290	4 200	8 490
<b>Total daïra</b>	<b>17 070</b>	<b>16 390</b>	<b>33 460</b>
El-Kseur	14 980	14 120	29 100
F. El-Mathen	6 200	5 850	12 050
Toudja	5 080	4 800	9 880
<b>Total daïra</b>	<b>26 260</b>	<b>24 770</b>	<b>51 030</b>
Barbacha	8 650	8 320	16 970
Kendra	2 810	2 770	5 580
<b>Total daïra</b>	<b>11 460</b>	<b>11 090</b>	<b>22 550</b>
Darguina	7 340	6 940	14 280
Ait-Smail	6 220	6 010	12 230
Taskriout	8 300	8 010	16 310
<b>Total daïra</b>	<b>21 860</b>	<b>20 960</b>	<b>42 820</b>
B- Maouche	6 720	6 450	13 170
<b>Total daïra</b>	<b>6 720</b>	<b>6 450</b>	<b>13 170</b>
Aokas	8 440	8 190	16 630
T. N'berber	6 460	6 190	12 650
<b>Total daïra</b>	<b>14 900</b>	<b>14 380</b>	<b>29 280</b>
I. Ouzellaguene	11 650	11 160	22 810
<b>Total daïra</b>	<b>11 650</b>	<b>11 160</b>	<b>22 810</b>
Tazmalt	14 690	14 460	29 150
B. Melikeche	4 340	4 260	8 600
Boudjellil	5 790	5 600	11 390
<b>Total daïra</b>	<b>24 820</b>	<b>24 320</b>	<b>49 140</b>
Ighil-Ali	4 830	4 720	9 550
Ait-R'zine	7 410	7 240	14 650
<b>Total daïra</b>	<b>12 240</b>	<b>11 960</b>	<b>24 200</b>
<b>Total wilaya</b>	<b>466 970</b>	<b>448 030</b>	<b>915 000</b>

Tableau 3 : Répartition de la population par densité par communes au 31/ 12/2008

Communes	Population	Superficies des communes (km <sup>2</sup> )	Densité Habitants / km <sup>2</sup>
Béjaia	177 460	120,22	1476,13
Oued-Ghir	19 190	46,32	414,29
<b>Total daïra</b>	<b>196 650</b>	<b>166,54</b>	<b>1180,80</b>
Tichy	16 710	56,66	294,92
Boukhlifa	8 650	116,38	74,33
Tala-Hamza	11 980	38,83	308,52
<b>Total daïra</b>	<b>37 340</b>	<b>211,87</b>	<b>176,24</b>
Akbou	53 350	52,18	1022,42
Ighram	12 190	50,11	243,26
Chellata	9 390	41,6	225,72
Tamokra	3 930	68,4	57,46
<b>Total daïra</b>	<b>78 860</b>	<b>212,29</b>	<b>371,47</b>
Amizour	38 210	109,36	349,40
B. Djellil	7 950	27,93	284,64
Feraoun	15 730	41,91	375,33
Semaoun	13 720	33,98	403,77
<b>Total daïra</b>	<b>75 610</b>	<b>213,18</b>	<b>354,68</b>
Adekar	13 070	107,6	121,47
Béni-K'sila	4 410	184,16	23,95
T. Ighil	6 710	71,34	94,06
<b>Total daïra</b>	<b>24 190</b>	<b>363,1</b>	<b>66,62</b>
Seddouk	20 320	54,42	373,39
Amalou	8 700	57,14	152,26
Bouhamza	9 190	77,86	118,03
M'cisna	8 030	39,12	205,27
<b>Total daïra</b>	<b>46 240</b>	<b>228,54</b>	<b>202,33</b>
Kherrata	35 830	97,69	366,77
D. El-Kaid	29 360	123,34	238,04
<b>Total daïra</b>	<b>65 190</b>	<b>221,03</b>	<b>294,94</b>
Timezrit	25 950	38,09	681,28
<b>Total daïra</b>	<b>25 950</b>	<b>38,09</b>	<b>681,28</b>
Sidi-Aich	13 850	7,7	1798,70
Leflaye	6 320	9,48	666,67
Tinebdhar	5 900	16,61	355,21
Tifra	8 030	38,84	206,75
Sidi-Ayad	5 670	9,06	625,83
<b>Total daïra</b>	<b>39 770</b>	<b>81,69</b>	<b>486,84</b>

Chemini	15 220	39,04	389,86
Souk-Oufela	9 080	13,82	657,02
Tibane	5 150	5,4	953,70
Akfadou	7 290	42,01	173,53
<b>Total daïra</b>	<b>36 740</b>	<b>100,27</b>	<b>366,41</b>
S. El-Tenine	13 490	26,28	513,32
Melbou	11 480	47,47	241,84
Tamridjet	8 490	53,27	159,38
<b>Total daïra</b>	<b>33 460</b>	<b>127,02</b>	<b>263,42</b>
El-Kseur	29 100	94,06	309,38
F. El-Mathen	12 050	45,21	266,53
Toudja	9 880	167,13	59,12
<b>Total daïra</b>	<b>51 030</b>	<b>306,4</b>	<b>166,55</b>
Barbacha	16 970	83,77	202,58
Kendira	5 580	45,56	122,48
<b>Total daïra</b>	<b>22 550</b>	<b>129,33</b>	<b>174,36</b>
Darguina	14 280	82,53	173,03
Ait-Smail	12 230	27,08	451,62
Taskriout	16 310	31,06	525,11
<b>Total daïra</b>	<b>42 820</b>	<b>140,67</b>	<b>304,40</b>
B- Maouche	13 170	94,86	138,84
<b>Total daïra</b>	<b>13 170</b>	<b>94,86</b>	<b>138,84</b>
Aokas	16 630	27,87	596,70
T. N'berber	12 650	52,76	239,76
<b>Total daïra</b>	<b>29 280</b>	<b>80,63</b>	<b>363,14</b>
I. Ouzellaguene	22 810	61,4	371,50
<b>Total daïra</b>	<b>22 810</b>	<b>61,4</b>	<b>371,50</b>
Tazmalt	29 150	34	857,35
B. Melikeche	8 600	42,8	200,93
Boudjellil	11 390	99,85	114,07
<b>Total daïra</b>	<b>49 140</b>	<b>176,65</b>	<b>278,18</b>
Ighil-Ali	9 550	195,37	48,88
Ait-R'zine	14 650	74,56	196,49
<b>Total daïra</b>	<b>24 200</b>	<b>269,93</b>	<b>89,65</b>
<b>Total wilaya</b>	<b>915 000</b>	<b>3223,49</b>	<b>283,85</b>

Tableau 4 : Répartition de la population par dispersion au 12/2008

Communes	Agglomération chef-lieu	Agglomérations secondaires	Zones éparses	Total	Population vivant en agglomération	Taux d'agglomération
Béjaia	175 641	454	1365	177 460	176 095	99,23
Oued-Ghir	6 800	7 211	5179	19 190	14 011	73,01
<b>Total daïra</b>	<b>182 444</b>	<b>7 663</b>	<b>6542</b>	<b>196 650</b>	<b>190 107</b>	<b>96,67</b>
Tichy	9 240	5 083	2386	16 710	14 323	85,72
Boukhlifa	874	3 496	4280	8 650	4 370	50,52
Tala-Hamza	9 548	1 748	684	11 980	11 296	94,29
<b>Total daïra</b>	<b>19 658</b>	<b>10 328</b>	<b>7353</b>	<b>37 340</b>	<b>29 986</b>	<b>80,31</b>
Akbou	38 665	14 519	166	53 350	53 184	99,69
Ighram	8 636	3 433	120	12 190	12 069	99,01
Chellata	3 253	5 206	932	9 390	8 459	90,09
Tamokra	2 511	1 419	0	3 930	3 930	100,00
<b>Total daïra</b>	<b>53 062</b>	<b>24 580</b>	<b>1219</b>	<b>78 860</b>	<b>77 642</b>	<b>98,46</b>
Amizour	20 793	10 303	7114	38 210	31 096	81,38
B. Djellil	2 683	4 974	294	7 950	7 657	96,31
Feraoun	12 400	3 090	240	15 730	15 490	98,47
Semaoun	7 731	4 528	1461	13 720	12 259	89,35
<b>Total daïra</b>	<b>43 609</b>	<b>22 893</b>	<b>9108</b>	<b>75 610</b>	<b>66 502</b>	<b>87,95</b>
Adekar	1 820	9 932	1317	13 070	11 752	89,92
Béni-K'sila	1 026	2 040	1343	4 410	3 066	69,52
T. Ighil	1 894	4 070	746	6 710	5 964	88,88
<b>Total daïra</b>	<b>4 741</b>	<b>16 041</b>	<b>3408</b>	<b>24 190</b>	<b>20 782</b>	<b>85,91</b>
Seddouk	13 944	4 430	1946	20 320	18 374	90,42
Amalou	3 207	4 523	970	8 700	7 730	88,85
Bouhamza	4 755	3 865	570	9 190	8 620	93,80
M'cisna	1 809	5 614	608	8 030	7 423	92,44
<b>Total daïra</b>	<b>23 715</b>	<b>18 432</b>	<b>4093</b>	<b>46 240</b>	<b>42 147</b>	<b>91,15</b>
Kherrata	24 331	3 870	7629	35 830	28 201	78,71
D. El-Kaid	1 364	10 827	17169	29 360	12 191	41,52
<b>Total daïra</b>	<b>25 695</b>	<b>14 697</b>	<b>24798</b>	<b>65 190</b>	<b>40 392</b>	<b>61,96</b>
Timezrit	17 334	8 135	481	25 950	25 469	98,15
<b>Total daïra</b>	<b>17 334</b>	<b>8 135</b>	<b>481</b>	<b>25 950</b>	<b>25 469</b>	<b>98,15</b>
Sidi-Aich	12 947	903	0	13 850	13 850	100,00
Leflaye	5 881	0	439	6 320	5 881	93,05
Tinebdhar	5 729	0	171	5 900	5 729	97,10
Tifra	497	6 434	1099	8 030	6 931	86,31
Sidi-Ayad	2 740	2 220	710	5 670	4 960	87,48
<b>Total daïra</b>	<b>27 793</b>	<b>9 557</b>	<b>2419</b>	<b>39 770</b>	<b>37 350</b>	<b>93,92</b>

**Tableau 4**

**Répartition de la population par dispersion**

Chemini	9 316	5 904	0	15 220	15 220	100,00
Souk-Oufela	5 394	3 667	19	9 080	9 061	99,79
Tibane	5 139	11	0	5 150	5 150	100,00
Akfadou	6 283	916	91	7 290	7 199	98,75
<b>Total daïra</b>	<b>26 130</b>	<b>10 499</b>	<b>110</b>	<b>36 740</b>	<b>36 629</b>	<b>99,70</b>
S. El-Tenine	6 469	3 972	3049	13 490	10 441	77,40
Melbou	2 584	3 411	5485	11 480	5 995	52,22
Tamridjet	0	1 445	7045	8 490	1 445	17,02
<b>Total daïra</b>	<b>9 055</b>	<b>8 829</b>	<b>15577</b>	<b>33 460</b>	<b>17 884</b>	<b>53,45</b>
El-Kseur	22 717	0	6383	29 100	22 717	78,07
F. El-Mathen	4 054	6 066	1930	12 050	10 120	83,98
Toudja	2 949	4 485	2446	9 880	7 434	75,24
<b>Total daïra</b>	<b>29 726</b>	<b>10 545</b>	<b>10759</b>	<b>51 030</b>	<b>40 271</b>	<b>78,92</b>
Barbacha	3 174	12 144	1653	16 970	15 318	90,27
Kendira	1 108	3 595	878	5 580	4 703	84,28
<b>Total daïra</b>	<b>4 281</b>	<b>15 739</b>	<b>2530</b>	<b>22 550</b>	<b>20 020</b>	<b>88,78</b>
Darguina	3 242	5 679	5359	14 280	8 921	62,47
Ait-Smail	3 472	6 524	2234	12 230	9 996	81,73
Taskriout	1 834	13 302	1173	16 310	15 136	92,80
<b>Total daïra</b>	<b>8 547</b>	<b>25 507</b>	<b>8765</b>	<b>42 820</b>	<b>34 054</b>	<b>79,53</b>
B- Maouche	4 043	6 703	2424	13 170	10 746	81,59
<b>Total daïra</b>	<b>4 043</b>	<b>6 703</b>	<b>2424</b>	<b>13 170</b>	<b>10 746</b>	<b>81,59</b>
Aokas	7 551	6 656	2423	16 630	14 207	85,43
T. N'berber	3 027	5 588	4035	12 650	8 615	68,10
<b>Total daïra</b>	<b>10 577</b>	<b>12 244</b>	<b>6458</b>	<b>29 280</b>	<b>22 821</b>	<b>77,94</b>
I.						
Ouzellaguene	20 457	1 707	646	22 810	22 164	97,17
<b>Total daïra</b>	<b>20 457</b>	<b>1 707</b>	<b>646</b>	<b>22 810</b>	<b>22 164</b>	<b>97,17</b>
Tazmalt	24 770	1 742	2638	29 150	26 512	90,95
B. Melikeche	8 166	0	434	8 600	8 166	94,95
Boudjellil	3 447	6 294	1649	11 390	9 741	85,52
<b>Total daïra</b>	<b>36 384</b>	<b>8 035</b>	<b>4721</b>	<b>49 140</b>	<b>44 419</b>	<b>90,39</b>
Ighil-Ali	5 832	2 901	818	9 550	8 733	91,45
Ait-R'zine	7 969	5 744	936	14 650	13 713	93,60
<b>Total daïra</b>	<b>13 800</b>	<b>8 646</b>	<b>1754</b>	<b>24 200</b>	<b>22 446</b>	<b>92,75</b>
<b>Total wilaya</b>	<b>561 103</b>	<b>240 758</b>	<b>113139</b>	<b>915 000</b>	<b>801 861</b>	<b>87,64</b>

Tableau 5 : Répartition de la population de la wilaya urbaine – rurale au 31/12/2008

Communes	Population issue du RGPH d'avril 2008	Population au 31/12/2008			
		Urbaine	Rurale	Total	Taux d'urbanisation %
Béjaia	175 444	165426	12 034	177 460	93,22
Oued-Ghir	18 967	0	19 190	19 190	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>194 411</b>	<b>165426</b>	<b>31224</b>	<b>196 650</b>	<b>84,12</b>
Tichy	16 518	3707	13 003	16 710	22,18
Boukhlifa	8 557	0	8 650	8 650	0,00
Tala-Hamza	11 837	0	11 980	11 980	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>36 912</b>	<b>3707</b>	<b>33633</b>	<b>37 340</b>	<b>9,93</b>
Akbou	52 746	35967	17 383	53 350	67,42
Ighram	12 051	0	12 190	12 190	0,00
Chellata	9 293	0	9 390	9 390	0,00
Tamokra	3 879	0	3 930	3 930	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>77 969</b>	<b>35967</b>	<b>42893</b>	<b>78 860</b>	<b>45,61</b>
Amizour	37 775	8204	30 006	38 210	21,47
B. Djellil	7 853	0	7 950	7 950	0,00
Feraoun	15 552	10935	4 795	15 730	69,52
Semaoun	13 563	0	13 720	13 720	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>74 743</b>	<b>19139</b>	<b>56471</b>	<b>75 610</b>	<b>25,31</b>
Adekar	12 917	0	13 070	13 070	0,00
Béni-K'sila	4 366	0	4 410	4 410	0,00
T. Ighil	6 640	0	6 710	6 710	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>23 923</b>	<b>0</b>	<b>24190</b>	<b>24 190</b>	<b>0,00</b>
Seddouk	20 095	7533	12 787	20 320	37,07
Amalou	8 605	0	8 700	8 700	0,00
Bouhamza	9 088	0	9 190	9 190	0,00
M'cisna	7 942	0	8 030	8 030	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>45 730</b>	<b>7533</b>	<b>38707</b>	<b>46 240</b>	<b>16,29</b>
Kherrata	35 415	8202	27 628	35 830	22,89
D. El-Kaid	29 020	0	29 360	29 360	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>64 435</b>	<b>8202</b>	<b>56988</b>	<b>65 190</b>	<b>12,58</b>
Timezrit	25 643	0	25 950	25 950	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>25 643</b>	<b>0</b>	<b>25950</b>	<b>25 950</b>	<b>0,00</b>
Sidi-Aich	13 684	11132	2 718	13 850	80,38
Leflaye	6 251	0	6 320	6 320	0,00
Tinebdhar	5 839	0	5 900	5 900	0,00
Tifra	7 941	0	8 030	8 030	0,00

Sidi-Ayad	5 604	0	5 670	5 670	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>39 319</b>	<b>11132</b>	<b>28638</b>	<b>39 770</b>	<b>27,99</b>
Chemini	15 036	9201	6 019	15 220	60,45
Souk-Oufela	8 972	0	9 080	9 080	0,00
Tibane	5 086	0	5 150	5 150	0,00
Akfadou	7 200	0	7 290	7 290	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>36 294</b>	<b>9201</b>	<b>27539</b>	<b>36 740</b>	<b>25,04</b>
S. El-Tenine	13 311	0	13 490	13 490	0,00
Melbou	11 336	0	11 480	11 480	0,00
Tamridjet	8 371	0	8 490	8 490	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>33 018</b>	<b>0</b>	<b>33460</b>	<b>33 460</b>	<b>0,00</b>
El-Kseur	28 765	20945	8 155	29 100	71,98
F. El-Mathen	11 903	0	12 050	12 050	0,00
Toudja	9 755	0	9 880	9 880	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>50 423</b>	<b>20945</b>	<b>30085</b>	<b>51 030</b>	<b>41,04</b>
Barbacha	16 769	0	16 970	16 970	0,00
Kendira	5 500	0	5 580	5 580	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>22 269</b>	<b>0</b>	<b>22550</b>	<b>22 550</b>	<b>0,00</b>
Darguina	14 099	0	14 280	14 280	0,00
Ait-Smail	12 072	0	12 230	12 230	0,00
Taskriout	16 111	0	16 310	16 310	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>42 282</b>	<b>0</b>	<b>42820</b>	<b>42 820</b>	<b>0,00</b>
B- Maouche	13 001	0	13 170	13 170	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>13 001</b>	<b>0</b>	<b>13170</b>	<b>13 170</b>	<b>0,00</b>
Aokas	16 417	5757	10 873	16 630	34,62
T. N'berber	12 489	0	12 650	12 650	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>28 906</b>	<b>5757</b>	<b>23523</b>	<b>29 280</b>	<b>19,66</b>
I. Ouzellaguene	22 529	15368	7 442	22 810	67,37
<b>Total daïra</b>	<b>22 529</b>	<b>15368</b>	<b>7442</b>	<b>22 810</b>	<b>67,37</b>
Tazmalt	28 794	11850	17 300	29 150	40,65
B. Melikeche	8 481	0	8 600	8 600	0,00
Boudjellil	11 241	0	11 390	11 390	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>48 516</b>	<b>11850</b>	<b>37290</b>	<b>49 140</b>	<b>24,11</b>
Ighil-Ali	9 423	0	9 550	9 550	0,00
Ait-R'zine	14 473	0	14 650	14 650	0,00
<b>Total daïra</b>	<b>23 896</b>	<b>0</b>	<b>24200</b>	<b>24 200</b>	<b>0,00</b>
<b>Total wilaya</b>	<b>904 219</b>	<b>314227</b>	<b>600773</b>	<b>915 000</b>	<b>34,34</b>

Tableau 6 : Principales entreprises du secteur PME/PMI privé

Noms des unités et adresses	Produits et services	Emploi
Semoulerie « L'Email du Grain d'Or » ZAC El-Kseur	Semoule supérieure et courante	37
Ets A. SFACENE « LA GERBE D'OR » ZAC El-Kseur	Semoule supérieure et courante	21
Ets A. SFACENE « Moulex » ZAC El-Kseur	Semoule supérieure et courante	92
SNC Grands Moulins Chibane ZAC El Kseur	Farine panifiable, son	37
Sarl Grands Moulins de la Vallée ZAC Taharacht Akbou	Semoules & dérivés	28
Eurl Moulins Ouarti Route de Toudja BP 78 Oued-Ghir	Semoule Farine	52
Sarl Pates & Couscous Ouarti ZAC El-Kseur		
SNC Tamotra Sidani & Frères - Bouechene, Taskriout	Semoule et Farine	40
Sarl Le Grain Béni Fres Boukoucha Taskriout	Semoule	40
Eurl Molina GMA Grands Moulins d'Avenir ZAC El-Kseur	Farine	53
EURL « Le Meunier » ZI Béjaia	Farine panifiable, son	11
SARL MOLINO GRANI Minoterie semoulerie ZAC Taharacht Akbou	Farine Semoules	66
SARL SOUMMAM GRANI Minoterie semoulerie ZAC Taharacht Akbou	Farine Semoules	
Sarl AGRO CEREALES Le Moulin Royal	Semoules & dérivés	58
SARL DANONE DJURDJURA ZAC Taharacht Akbou	Yaourt Crème dessert	732
SARL Laiterie Fromagerie DJURDJURA ZAC Taharacht Akbou	Fromage fondu portions	66
LAITERIE LA VALLEE SARL Tazmalt	Lait pasteurisé L'ben	57
Sarl Laiterie Soummam	Lait, yaourt	
SARL TCHIN-LAIT RN12 Bir Slam Béjaia	Lait UHT	234
Sarl Ramdy ZAC Taharacht, Akbou	Lait, Fromage	
SNC Fromagerie d'El Kseur Lavalait Rue Aissani Smail, El Kseur	Lait	
Eurl Laiterie d'El Kseur, ZAC	Lait	
Eurl Laiterie Gueldamen, ZAC Taharacht, Akbou	Lait	
SARL ALMAG ZAC Taharacht Akbou	Margarines et dérivés	21
SPA CEVITAL Raffinerie d'huile Margarinerie Sucre Nouveau Quai, Port de Béjaia	Huile Végétale Sucre	886
VALLEE VIANDES SARL ZAC Taharacht Akbou	Viande bovine, ovine et avicole	26
SARL CK FLEISCH ZAC Taharacht Akbou	Diverses charcuteries Saucisson, saucisse, filet	50
SARL Condi Volaille ZAC Taharacht Akbou	Abattage conditionnement volaille	59
SARL IBRAHIM et Fils « IFRI » Ighzer-Amokrane	Eau Minérale Sodas, jus	363
EURL BTC Ouzellaguen	Eau minérale ALMA	
SARL ITHRI HAMMIDOUCHE Akbou	Eau minérale OVITALE	
SARL NOMADE RN26 Bouzeroual Akbou	Eaux minérales gazéifiées Boissons diverses, sodas	

Limonaderie AIT BRAHAM « STAR » Ighzer Amokrane	Limonade, jus	63
Amra Salim SNC Golden Drink Amra & Cie Akbou	Mise en bouteille jus	
SARL BGS SOUMMAM Village Mohli, Cne Seddouk	Sodas gazéifiés ¼ l Sirops	20
EURL « BOISSONS CORDIAL » Adhassi, Cne Ighram	Limonade et eau gazéifiée Jus de fruits	50
Limonaderie Gadouche Boualem ZI El Kseur BP 252 ter Liberté Bejaia	Soda 4/4	70
Sarl SET Toudja, ZAC Toudja	Eau minérale	
EPEST Toudja	Eau Minérale Naturelle Eau Gazéifiée	90
SNC Akkouche & Frères Limonaderie « RODEO » Akbou	Boissons gazeuses	14
COJEK EURL EL-KSEUR Route de la gare BP66	Conserverie	126
Sarl Limonaderie de la Soummam, Smaoun	Limonade	
Brasserie Skol El-Kseur	Bières	
Bentara Yahia, Vge Bourached, Kendira	Eau minérale	
Sarl Savonnerie Gueldamene ZAC Taharacht Akbou	Détergents	

ETBA Lalaoui Béjaia	Production de béton	
Benseba Karim Sarl Betonex ZAC Taharacht Akbou	Production de béton et agglomérés	85
SCS Société des Céramiques de la Soummam Z.I Béjaia	Carreaux céramiques	301
Nouvelle Briqueterie de la Soummam NBS ZAC Amizour	Briques creuses 50.000 T/An	102
Carrière SAIDANI & Fils Boudjellil	Gypse	3
Eurl Carrière BENAMARA Boudjellil	Gypse	5
SNC ZIANE Md Larbi & Fils Beni-Mansour	Agrégats	8
Extraction plâtre KACI Md Chérif Boudjellil	Gypse pour plâtre : 300 sacs/j	6
SARL Tous Agrégats Mehrira Kherrata	Calcaires pour agrégats	
SARL Nvelle Carrière Boudjellil	Calcaires pour agrégats	
SARL GRAVEM Melbou	Calcaires pour agrégats	
SARL Agrégats Chréa Ouzellaguen	Calcaires pour agrégats	
EURL MINSOLHYD Chellata	Calcaires pour agrégats	11
SARL Littoral Agrégats Aokas	Calcaires pour agrégats	
EURL SEMC Zenati Boukhelifa	Granodiorite pour agrégats et pierres de taille	
SARL Amroune MC Tinebdar	Argile pour matériaux de construction	
SARL Tufs Tinebdar	Tufs volcaniques pour ajout de ciment	
Etablissements « Etoile Filante » ZAC Ighil Ouberouak Tala-Hamza	Survêtements Maillots Sports Cuissette sport	17
SNC EL VAAZ ZAC El-Kseur Confection vêtements et lingerie	Pantalons Chemises Salopettes	98
SARL SICAM Z.I. Béjaia	Boutons jeans, Bts-pression	16
SIVEA SARL Z.I Ihaddaden Béjaia	Vis à Bois	0

SIBEA Unité Béjaia Z.I 4 Chemins Unité El-Kseur Z.I	Fil recuit, Pointes de Paris, Tiges filetées	144
Société de Tréfilerie de la Soummam STS Z.I Route des Concessions Béjaia	Treillis soudé Fil d'attache	116
SARL SERAL Béjaia (Unité ZAC Toudja)	Menuiserie aluminium Ferrerie, PVC, Automatismes	48
SARL S.E.P Z.I Béjaia Extrusion plastique	Graine électrique bâtiment Tubes et tuyaux	13
GENERAL EMBALLAGE SARL ZAC Taharacht Akbou	Plaques en carton ondulé	115
SARL FLY MOUSSE Maakal Cne El-Flaye	Blocs de mousse polyéthylène (180x130x90)	22
SARL ALL PLAST ZAC Taharacht	Pots de yaourt 500gr et 125 gr	44
Belhoul Braham Sarl Akbou Plastique ZAC Taharacht, Akbou	Transformation plastique Emballage	20
SARL AMIMEUR ENERGIE Seddouk	Groupes électrogènes Postes à souder	289
AB Cuisine Plus Menuiserie Ebénisterie Z.I El-Kseur	Eléments de cuisine Meubles de bureaux	60
EURL GMF ZAC Taharacht Akbou	10 Chambres froides	50
SARL BATELEC ZAC Taharacht Akbou	Accessoires électricité bâtiment	34
AUVISAT 25, Rampe du Port BP 434 RP Bejaia Unité : ZAC Oued-Ghir	Entrepôt sous froid	
SARL DRIES Z.I El-Kseur	Chaises et mobilier scolaire et collectivités	54
GROUPE CEVITAL Filiale BATICOMPOS Beni Mansour	Panneaux Sandwich	149
	Tôles profilées ou simple peau	
	Faux plafonds Pièces façonnées	
SIMB Z.I. Ihaddaden Béjaia	Unité de charpente Métallique Unité vente, entretien et réparation Véhicules	88
ETDE Entreprise de Travaux de Distribution d'Énergie Z.I. Béjaia	Réalisation réseaux électriques et gaz.	158
<b>Total</b>		<b>8980</b>

## LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

### I. Liste des tableaux

Le numéro de tableau	L'intitulé du tableau	La page
Tableau 1.1	Les indicateurs synthétiques de compétitivité et d'attractivité	13
Tableau 1.2	Émigration et qualification en 2000	32
Tableau 2.1	Industrie agroalimentaire mondiale en 2002	48
Tableau 2.2	Grandes entreprises d'IAA dans le monde en 2003-2004	49
Tableau 2.3	Recomposition du leadership mondial dans l'agroalimentaire	51
Tableau 2.4	Origines des FMNAA	54
Tableau 3.1	Taux de croissance de la valeur ajoutée par secteurs (1969 - 1985)	58
Tableau 3.2	Evolution de la structure de la population des PME selon les secteurs d'activités	59
Tableau 3.3	Régulation de l'emploi (2002)	63
Tableau 3.4	Nombre de projets d'IDE vers l'Algérie par pays d'origines	66
Tableau 3.5	Comparaison des performances de l'Algérie avec les pays du Maghreb (1990-2002)	67
Tableau 3.6	Premiers pôles pré identifiés	69
Tableau 3.7	Fonctions des métropoles	70
Tableau 3.8	Entreprises privées par secteur d'activité (1999)	76
Tableau 3.9	Entreprises privées par secteur d'activité (1999)	76
Tableau 3.10	Performances de l'industrie agroalimentaire durant l'année 2006	78
Tableau 4.1	Principale production agricole de la wilaya (en quintaux)	87
Tableau 4.2	Evolution de la population de la wilaya de Béjaia de 1977 à 2008	89
Tableau 4.3	Densité de la population par daïras (au 31/12/2008)	90
Tableau 4.4	Répartition de la population par daïras (au 31/12/2008)	92
Tableau 4.5	Répartition de la population par genre et tranches d'âges	93
Tableau 4.6	Etat du réseau des routes nationales par daïras (RN)	96
Tableau 4.7	État du réseau des chemins de wilaya par daïras (CW)	97
Tableau 4.8	Evolution du transport de voyageurs par rail (2004-2008)	98
Tableau 4.9	Évolution du nombre de voyageurs de transport aérien (2002-2008)	99
Tableau 4.10	Nombre de diplômés délivrés par l'université de Béjaia (2004-2008)	100
Tableau 4.11	Nombre de diplômés des établissements de la formation professionnelle entre 2005- 2008	101
Tableau 5.1	Structure du financement triangulaire	107
Tableau 5.2	Taux de bonification	108

Tableau 5.3	Structure du financement mixte	108
Tableau 5.4	Avantages du porteur selon la zone et le montant de l'investissement	109
Tableau 5.5	Répartition des projets d'investissements par secteurs d'activités financés par l'ANDI	113
Tableau 5.6	Répartition des projets d'investissements par secteurs d'activité financés par l'ANSEJ	113
Tableau 5.7	Nombre d'attestations d'éligibilité délivrées et accords bancaires reçus par les dossiers déposés au niveau de l'ANSEJ depuis sa création	114
Tableau 5.8	Nombre des projets financés selon les différents organismes	115
Tableau 5.9	Répartition des PME et des emplois par secteur d'activités	116
Tableau 5.10	Répartition de la micro entreprise par sexe	117
Tableau 5.11	Répartition spatiale de la création d'entreprises et des emplois par daïras financé par l'ANSEJ	118
Tableau 5.12	Répartition des projets financés par daïras	119
Tableau 6.1	Situation des zones industrielles et zones d'activités	124
Tableau 6.2	Localisation des principales IAA de la wilaya	126
Tableau 6.3	Gammes de produits agroalimentaires	127
Tableau 6.4	Présentation de l'échantillon de l'enquête	132
Tableau 6.5	Taille des entreprises enquêtées	133
Tableau 6.6	Quelques chiffres clés pour COGBelle et Cevital	136
Tableau 6.7	Unités de production	136
Tableau 6.8	Quelques chiffres clés pour Tchén Lait-Candia et laiterie d'Amizour	137
Tableau 6.9	Quelques chiffres clés pour quelques semouleries et minoteries	138
Tableau 6.10	Quelques chiffres clés pour boisson Star, Juc Tar, limonaderie Kassa et ses frères et brasserie Star d'Algérie	139
Tableau 6.11	Quelques chiffres clés pour Sica, Cojek, Mani et quelques confiseries familiales	140
Tableau 6.12	Filière d'activité des entreprises enquêtées	140
Tableau 6.13	Date de création, le lieu et la commune de localisation	141
Tableau 6.14	Age des entrepreneurs lors de la création de l'entreprise	144
Tableau 6.15	Niveau d'instruction des entrepreneurs lors de la création d'entreprise	146
Tableau 6.16	Origines de l'idée de création d'entreprises	148
Tableau 6.17	Composition de la population active et l'origine de la provenance des employés	149
Tableau 6.18	Approvisionnement des matières premières et distribution des produits	152
Tableau 6.19	Rapports avec les acteurs locaux	153
Tableau 6.20	Les facteurs attractifs pour les enquêtés	155

**II. Liste des figures**

<b>Le numéro de la figure</b>	<b>L'intitulé du la figure</b>	<b>La page</b>
Figure 1.1	Complémentarité entre approches macro, méso et micro	16
Figure 1.2	Triple insertion de l'unité localisée	26
Figure 2.1	L'évolution de nombre de filiales entre 1985 à 2002	55
Figure 4.1	Découpage administratif de la wilaya de Bèjaia	85
Figure 4.2	Le réseau hydraulique du la wilaya	88
Figure 4.3	Evolution de la population de la wilaya de Béjaia de 1977 à 2008	89
Figure 4.4	Densité de la population de la wilaya de Bèjaia	91
Figure 4.5	Pyramide des âges au 31/12/2008	94
Figure 5.1	Nombre des projets financés selon les différents organismes	115
Figure 6.1	Entreprises enquêtées par taille	134
Figure 6.2	Entreprises enquêtées par statut juridique	135
Figure 6.3	Filière d'activité des entreprises enquêtées	141
Figure 6.4	Répartition des entreprises enquêtées par date de création	142
Figure 6.5	Répartition des entreprises enquêtées par lieu de localisation	143
Figure 6.6	Répartition des entreprises enquêtées par commune de localisation	144
Figure 6.7	Répartition des entreprises enquêtées par âge des entrepreneurs	145
Figure 6.8	Niveau d'instruction des entrepreneurs enquêtés	146
Figure 6.9	Origine professionnelle des entrepreneurs enquêtés	147
Figure 6.10	Origines de l'idée de création d'entreprises	148
Figure 6.11	Composition de la population active des entreprises enquêtées	149
Figure 6.12	Origine de la provenance des employés	151
Figure 6.13	L'approvisionnement des matières premières	152
Figure 6.14	La distribution des produits des entreprises enquêtées	153
Figure 6.15	Rapports les entreprises enquêtées avec les acteurs locaux	155
Figure 6.16	Les facteurs attractifs pour les enquêtés	156

## **Résumé**

Dans les problématiques du développement local fondées sur l'attractivité des territoires, a suscité au cours des dernières années un enjeu majeur de politique économique. Les politiques d'attractivité font la promotion des territoires pour infléchir les décisions des firmes dans leur choix d'implantation.

L'enquête effectuée sur la wilaya de Béjaïa nous a permis de relever que la dynamique entrepreneuriale qu'elle connaît est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement de l'entrepreneur et le milieu vécu que le résultat d'un processus encadré par les institutions publiques. Le profil des créateurs se caractérise par un homme d'un âge mûr généralement, d'un niveau d'instruction élevé. Ils sont issus du secteur de commerce et la fonction publique. Ils se basent sur leurs expériences et leurs relations professionnelles pour mettre en œuvre le processus de création d'entreprises. Les chefs d'entreprises pensent que la wilaya de Béjaïa est attractive, la localisation industrielle est motivée par la disponibilité de l'infrastructure de base et les ressources naturelles et qu'ils soient natifs de la wilaya.

La wilaya de Béjaïa est réellement dotée de véritables capacités pour assurer une place maîtresse au sein de l'économie nationale, la dynamique agroalimentaire est un exemple bien concret de cette réalité très prometteuse, ce qui reste à faire c'est de savoir tirer profits de toutes ces potentialités. À cet effet, la wilaya de Béjaïa est désignée comme un pôle agro-alimentaire dans la nouvelle stratégie industrielle de l'Algérie.

### **Mots clés**

#### **Territoire**

#### **Attractivité du territoire**

#### **Les facteurs d'attractivité du territoire**

#### **La création d'entreprises**

#### **Les facteurs de localisation**

#### **Béjaïa**

#### **Industrie agroalimentaire**

## ملخص

إن التطور المحلي يعتمد على جاذبية الأقاليم فاكتمت هذه الأخيرة أهمية بالغة في السياسة الاقتصادية للدول. سياسة جذب المستثمرين الأجانب تطور الإقليم و ذلك بالتأثير على قرارات تمركز الشركات العالمية المتعددة الجنسيات الثنائية الحركية الديناميكية بين المؤسسة و الإقليم يشكلان علاقة متبادلة. تأسيس المؤسسات تلعب دور مهم في تطوير الاقتصاد.

في ما يخص دراسة ولاية بجاية تمكننا من الاستنتاج أن ديناميكية تأسيس المؤسسات التي تعرفها الولاية ناتج عن مجموعة من عوامل مرتبطة ببيئة المقاول. المقاول في بجاية رجل يمتاز بالنضج في العمر , مستوى دراسي عالي, مارس التجارة أو القطاع العام. يعتمدون على خبرتهم وعلاقاتهم من اجل إنجاز مشروع تأسيس المؤسسات. رؤساء المؤسسات يعتبرون ولاية بجاية جاذبة للمستثمرين, إن التمركز الصناعي محفز بالعوامل التالية: توفر هياكل القاعدية, الثروات الطبيعية, و انتماءهم إلى المنطقة.

الإمكانيات المتوفرة في بجاية يمكنها أن تلعب دورا هاما في الاقتصاد الوطني فديناميكية الصناعات الغذائية لمثال على ذلك. ولهذا فان إستراتيجية الجزائر الجديدة في الصناعة مكنت ولاية بجاية أن تصبح قطبا صناعيا غذائيا مهما.

## الكلمات المفتاحية

الإقليم

جاذبية الأقاليم

عوامل جاذبية الأقاليم

تأسيس المؤسسات

عوامل تمركز المؤسسات

بجاية

الصناعات الغذائية

## **Abstract**

In problematical for local development based territory attractively cause for this years the importance in economic political. Political attractively promote a territory and influence the decisions implantation and localization of firm.

The investigation effected in Béjaia, we permitted to prove an entrepreneurial dynamic, it is result on the while factors associate from environment of creator enterprise. The profile of creator enterprise is a man characterized by matured age, level instruction important. They work in sector of commerce and public sector. That uses his experience and relations for making the process of creation enterprises.

They think that Béjaia is attractive; the localization is motives by availability of infrastructures and the presence of raw material and the attachment of this area. Béjaia is dower a real capacity for assuring main position in national economic.

Food manufacture is dynamic, and it presents a veritable example of reality, well, it necessary to get advantages of this potentiality. For this effect, Béjaia is designated as a pole food manufacture in new industrial strategy of Algeria.

### **Keywords**

Territory

Territory attractively

Territory attractively factors

Creation enterprises

Localization factors

Béjaia

Food manufacture

