

Université Abderrahmane Mira-Bejaia

Faculté des Science Economiques, Commerciales et des Sciences de gestion

Département des Sciences de gestion

**Mémoire de fin de cycle, en vue de l'obtention du diplôme de Master 2 en Science de
gestion**

Option : Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat

Thème :

Localisation des entreprises hors zones d'activité :

Cas de la commune d'Akbou

Présenté par :

Sous la direction de :

M^{me} AITSIDHOUM-TALEB Houria

M^{elle} : ABBOUB Yasmina

M^{elle} : NAIT YAHIA Lynda

Soutenu devant le jury :

Président :

Examineur :

Promotion : 2016/2017

Remerciements

On remercie madame Taleb Houria enseignante à l'université de Bejaia d'avoir accepté de diriger ce travail, de nous avoir accordé une attention particulière par ses conseils d'orientations.

On remercie aussi les membres de jury d'avoir accepté de juger notre travail.

Ont tien aussi à remercier :

Touts nous professeurs sans exception.

Toutes les entreprises qui nous ont accueillis.

Toutes les administrations publiques qui ont répondu à nos questions (A.W.E.M, C.N.S ...).

On remercie tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail aux êtres que je considère la lumière de ma vie et qui m'ont aidé à suivre mon chemin :

A Mon père, école de mon enfance, qui a été mon ombre durant toutes les années d'études, un grand homme qui fait ma fierté, la lumière de mon existence et qui a veillé tout au long de ma vie à m'encourager et me poussé en avant, à me donner l'aide et à me protéger.

A ma très chère mère, affable, honorable, aimable : tu représente pour moi le symbole de la bonté par excellence, la source de tendresse et l'exemple du dévouement qui n'a pas cessé de m'encourager et qui s'est sacrifiée pour mon bonheur et ma réussite. Que DIEU les protège.

A mes très chers frères (Billal et Massi), mes chères sœur Sabrina, Hanane, Amel

A tout mes cousins et cousines Pour leurs encouragements et soutiens,

A mes chers grands parents.

A mes chers amies Dyhia, Sabrina, Lila, Zineb et ouardouch.

Et a tout ma famille sans exceptions

Yasmina

Dédicaces

Tout d'abord, je dédicace ce modeste travail à mes deux chers parents qui m'ont permis de m'épanouir avec leur encouragement et soutien tout au long de mon parcours ;

A mon cher frère et mari qui m'a aidé et encouragé ;

A toute ma famille et amis ;

A Yasmina ;

Au personnel de la Sarl Nomade ;

A toutes personnes qui m'ont soutenu durant mes études.

Nait Yahia Lynda

Sommaire

Introduction générale.....	01
Chapitre I : Aspects théorique de la localisation des entreprises.	
Section 01. La localisation industrielle.....	04
Section 02. L'attractivité du territoire	09
Section 03. La localisation hors zone industrielle.....	17
Chapitre II : Présentation monographique de la commune d'Akbou	
Section01. Caractéristique de la commune d'Akbou.....	30
Section02. Situation démographique	34
Section03. Environnement socio-économique de la commune d'Akbou.....	37
Chapitre III. Résultat et analyse de données	
Section01. Présentation de l'enquête.....	52
Section02. L'analyse du questionnaire	56
Conclusion générale	76

Liste des abréviations

AEP : Alimentation en eau potable

BDL : Banque de développement local

BNA : Banque Nationale d'Algérie

DL : Développement Local

DPAT : Direction de Planification et d'Aménagement de Territoire

DPS : Direction de planification et de statistique

IDE : investissement direct étrangers

NEG : Nouvelle économie géographique

PCD : Plan communaux de développement

PSD : plan sectoriel décentralisé

PME : Petite et Moyenne Entreprises

PMI : Petite et Moyenne Industrie

R&D : Recherche et Développement

SNAT : Schéma National d'Aménagement de Territoire

ZAC : Zone d'activité

ZAE : Zone d'Activité économiques

ZAI : Zone d'Activité Industrielle

Introduction générale

Introduction générale

L'implantation d'une entreprise est un élément essentiel de son succès. Elle conditionne en partie son réseau et ses interactions avec les fournisseurs, clients et salariés. Partant de ses besoins et de ses contraintes, liés à des facteurs comme l'activité exercée ou le type de territoire, celle-ci va choisir un emplacement plus ou moins intégré dans la ville.

De plus en plus, le choix des entreprises se porte sur des zones d'activités dédiées comme les zones artisanales ou les parcs tertiaires. L'attractivité des zones d'activités pose aujourd'hui problème car les villes bénéficient moins de la présence d'entreprises produisant des biens ou des services. La ville se desserre progressivement entraînant un étalement urbain non maîtrisé. Comprendre les logiques d'implantation des entreprises permet de proposer des conditions favorables à leur installation dans un tissu urbain mixant activités, logements et services.

« Si on cherchait une définition purement économique, la ville serait une agglomération dont la plupart des habitants vivent de l'industrie ou du commerce, et non de l'agriculture. (...) Il faudrait encore ajouter la variété des savoir-faire et des métiers exercés [et] l'existence d'un marché. (...) Mais la ville est normalement un lieu de marché aussi bien qu'un siège féodal ou princier : (...) l'existence du marché s'appuie souvent sur une promesse de protection » (Max Weber, la ville(1921)). Le choix de localisation d'une entreprise tient ainsi compte schématiquement de trois grandes catégories de facteurs.

En premier lieu, il y a ceux qui conditionnent sa production et son écoulement. Les plus importants sont la taille et l'accessibilité des marchés, la formation et les actions/d'implantation des activités économiques coûts de la main-d'œuvre, la présence de sous-traitants, de donneurs d'ordres et de fournisseurs de services.

En second lieu, il y a l'offre des biens et services publics fournis par l'État et les collectivités locales ; comme les infrastructures, les formes d'organisation socio-économique, le système de formation, les biens environnementaux.

En dernier lieu, se trouvent un ensemble de caractéristiques avantageuses ou préjudiciables n'ouvrant pas droit à contrepartie, tels que le climat, la situation géographique, la richesse du sol et du sous-sol, une faune et une flore diversifiées.

La willaya de Bejaia recèle un potentiel de développement remarquable, c'est l'un des pôles industriels les plus importants et dynamiques au niveau national. La commune d'AKBOU joue un rôle privilégié dans le développement de la willaya. Malgré la disponibilité de deux zones dédiée aux entreprises dans cette dernière, en retrouvent un

nombre important d'entreprises qui sont implanté en ville. Ce qui nous pousse à étudier les facteurs qui attirent ces dernières et guident leur choix d'implantation. Ce qui nous amène à poser notre question de recherche : Quels sont les facteurs déterminants dans la localisation des entreprises hors zones (d'activité et zone industrielle) ?

De cette question principale découlent les questions secondaires suivantes :

- Quelle est la relation entre l'entreprise et le territoire ?
- Comment la main-d'œuvre, la disponibilité de la matière première, et les infrastructures de base interviennent-elles dans la décision de localisation de ces entreprises ?

Dans le but de répondre à notre problématique ci-dessus et mener à bien ce travail, nous avons adopté la méthodologie suivante : une recherche bibliographique et revue de littérature consacrée aux problématiques de la localisation. La deuxième étape est une enquête de terrain. Cette dernière est divisée en deux parties. La première est sous forme d'essai monographique de la commune et de ses différents quartiers. La deuxième est la localisation et listing des différentes entreprises dans ces quartiers. En fin, une enquête par questionnaire est menée par nous, dans le but d'expliquer les facteurs de localisation de ces entreprises.

Le travail est composé en trois (03) chapitres :

Le premier chapitre représente le cadre théorique de notre étude sur la localisation industrielle, qui nous permet d'apprécier les différents concepts qui mettent en lumière notre thématique. Dans la première section on a présenté brièvement quelque théorie de localisation des différents auteurs. Ensuite la deuxième section est consacrée à l'attractivité du territoire où on a expliquée l'influence de ce dernier sur l'entreprise. Enfin dans la troisième section on a démontré théoriquement les différents facteurs de localisation hors zone.

Le deuxième chapitre est une présentation monographique de la commune d'AKBOU. Dans la première section on a présentée les caractéristiques générales de la commune (historique, géographique...etc.). Ensuite dans la deuxième section on a étudié la situation démographique, Enfin dans la troisième section on a étudié l'environnement socio-économique de la commune d'Akbou.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire et les principales conclusions auxquelles on a abouti.

Chapitre I

***Aspects théorique de la localisation des
entreprises***

Introduction :

Dans chaque processus de création, les entrepreneurs sont amenés à répondre aux trois principales questions suivantes : Quoi (Que vais-je créer, quelle est mon idée ?), Comment (Quels sont mes moyens, mes capacités et mes limites ?) et Où (Quel est le meilleur emplacement pour mon entreprise ?). La mondialisation, l'évolution rapide des technologies, les exigences légales... ont poussé les entrepreneurs à devenir plus réalistes.

Il ne s'agit plus d'avoir simplement une bonne idée et les fonds nécessaires pour la mettre en pratique mais plutôt de savoir la "planter" dans un environnement fertile, où elle aura plus de chances de grandir et d'évoluer. C'est pour cette raison que l'une des préoccupations majeures des entrepreneurs est de trouver le meilleur emplacement possible pour leur entreprise.

Ce chapitre comprend trois sections. Dans la première nous allons présenter la localisation industrielle. La seconde sera réservée à l'étude de l'attractivité territoriale. Enfin la troisième sera consacrée à la localisation hors zone industrielle et les différents facteurs de localisation.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

Section1. La localisation industrielle

1.1.Définition de la localisation

La localisation est l'emplacement où est localisé un projet dans un endroit ou espace donné. Le terme peut être associé à un certain espace géographique, la localisation d'une entreprise, établissement ou d'une activité veut dire sa position sur un territoire relié à plusieurs éléments de son environnement (physique, politique, économique, et social) qui influence les choix des sites d'implantation, les coûts d'accès, les coûts locaux des services et de main-d'œuvre son susceptible de changer d'une façon soit positif ou négatif¹. Le choix de localisation des activités économiques joue un rôle majeur dans les stratégies des firmes.

La théorie de la localisation s'intéresse à la localisation géographique des activités économiques. Elle est devenue une partie intégrante de la géographie économique, des sciences régionales et de l'économie spatiale. La théorie de la localisation répond à la question : quelles activités économiques se localisent où et pourquoi ?

La théorie de la localisation se base principalement sur la théorie microéconomique, notamment sur l'hypothèse que les acteurs économiques agissent dans leur propre intérêt. Conséquemment, les firmes choisissent des situations qui maximisent leurs profits et les individus choisissent celles qui maximisent leur utilité.

1.2. Les principales théories de localisation

Le problème de la localisation industrielle a fait l'objet de divers travaux qui relèvent de plusieurs disciplines, ce qui consistaient à analyser et à déterminer les facteurs auxquels obéit la distribution spatiale des industries. Aujourd'hui il existe plusieurs théories qui définissent la localisation des activités économiques.

1.2.1. La théorie d'affectation du sol de Von Thünen

L'origine des théories de la localisation c'était en 1826, avec la théorie de J.H.VON THUNEN dans son livre «L'Etat isolé dans ces relations avec l'agriculture et l'économie nationale.»².

La théorie de la localisation est un calcul économique qui se préoccupe de la localisation optimale à des considérations exclusives de coût de transport et d'utilisation d'un site³.Johann Einrich Von Thunen est le père fondateur de l'économie spatiale modélisée, c'est le premier qui a proposé une réflexion sur la répartition des activités agricoles sur un territoire donné. Il démontre, à travers une étude faite sur son domaine agricole, comment se

¹ Henri M,deBoislandelle; « Dictionnaire de gestion. Vocabulaire, concepts et outils» collection technique de gestion Edi. Economica; 1998

² KHELADI.M, «le développement local »,office des publication universitaire, 2012,p21

³ Henri M, de Boislandelle ; « Dictionnaire de gestion. Vocabulaire,concepts et outils »collection technique de gestion Ed. Economica ; 1998.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

répartissent les activités agricoles autour d'une ville, il définit la ville comme un lieu de consommation ; c'est-à-dire un pôle de biens auquel va correspondre un pôle d'offre représenté par les domaines cultivés sur un certain rayon autour de la ville.⁴

Ce modèle repose sur les principales hypothèses qui peuvent être citées comme suit⁵ :

- Le sol est de qualité homogène (la fertilité du sol est constante) ;
- La production est à rendement d'échelle et factorielle constants, ce qui implique que la constance de la production par unité de surface et le cout par unité de surface quelle que soit la localisation ;
- Le marché fixe le prix du produit quelque soit le lieu de production ;
- Le coût de transport est proportionnel à la distance parcourue à la qualité de produit transportée ;
- Le sol est attribué à l'utilisation qui est capable de payer la plus forte rente ;

• La modélisation de la théorie de Von Thünen

La rente agricole devient une fonction de trois éléments principalement : le coût de production (c) supposée constante pour tous les producteurs, le coût de transport supposé proportionnel à la distance $T(d)$, enfin le prix offert par le consommateur sur le marché (p) qui exprime en réalité le niveau de vie et le pouvoir d'achat de la population.

Les variables (p et c) étant fixes où n'interviennent plus (le sol), le coût de transport varie en fonction de la distance qui devient le facteur déterminant de la localisation des cultures.

La rente de localisation R à l'hectare d'un produit donné (i) à une distance (d) du marché est égale à :

$$R_i = [-t_i d + (p_i - c_i) r_i]$$

R : le revenu unitaire par unité de surface ou de poids ;

P : le prix unitaire ;

c : le coût unitaire de production ;

t : le cout de transport unitaire (par unité de poids, de distance...) ;

d : la distance au marché ;

i : la culture ;

1.2.2. La localisation industrielle d'Alfred WEBER

La théorie d'Alfred WEBER est une théorie générale de la localisation industrielle (1868-1958), pour lui la localisation industrielle est celle qui minimise les coûts de

⁴KHELADI.M,op. Cit, P21.

⁵BOUVARD.A, et all, « La localisation des activités économique au sein de l'aire urbaine de Lyon»,in Rapport intermédiaire n°6 du projet Simbad Simuler les Mobilités pour une Agglomération Durable, Décembre 2008, P8

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

production, et considère que la localisation optimale des entreprises et réaliser en fonction de six hypothèses importantes qui sont ⁶:

- Un ou plusieurs lieux de concentration des ressources ;
- Les marchés des produits finis sont localisés à certains points donnés. Ils sont ponctuels, unique et assurent l'écoulement des produits ;
- L'espace est homogène sur tous les plans ;
- Les bassins de main-d'œuvre sont localisés et peuvent fournir la meilleure main-d'œuvre ;
- La demande et les prix sont donnés ;
- La combinaison des facteurs de production est constante ;

La décision de la localisation des entreprises industrielles résulte de la comparaison entre le prix de transport des matières brutes et le prix des produits finis, et le point optimum qui minimise ces coûts et déterminé par la méthode des « triangle de localisation de WABER »

- **Le triangle de Weber⁷**

Pour élaborer son modèle, il s'est a basé sur trois facteurs de localisation essentielsqu'il juge déterminant de choix de lieu de localisation des entreprises qui sont :

- Les couts de transport ;
- La main-d'œuvre ;
- Le niveau de concentration ;

Weber formalise son modèle avec l'équation suivante :

$$\text{Min Ct} = a \text{ Px} + b \text{ Mx} + c \text{ Ex}$$

Tel que :

P : La matière première avec la quantité demandée « a » ;

E : L'énergie avec le produit utilisés « b » ;

M : Le marché avec les produits fabriqués « c » ;

X : Centre de gravité des triangles ;

C : Cout global de transport.

⁶ NUSSBAUMER.J, «le rôle des débats méthodologiques dans la constitution de l'économie spatiale: la contribution de l'école historique Allemande à une approche institutionnaliste du DL» in BEDJGUELEL.F; « Essai d'analyse des déterminants de la localisation des entreprises dans la wilaya de Bejaia mémoire de magistère, 2007, P12

⁷ Le triangle a été avant lui par Launhardt inGéneau, I., Staszak, GF. Principe de géographie Economique : Cours, documents, travaux dirigés. Edition : Bréal. (2000). P359.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

La localisation optimale se situe dans le centre de gravité du triangle PME (marché, énergie, Matière première), dont les sommets sont affectées par les masses correspondantes (a,b,c), la main-d'œuvre joue un rôle important dans la localisation des entreprises, avec le facteur d'agglomération qui en relation.

Dans un deuxième temps Weber a introduit l'effet de la main-d'œuvre qui varie, supposant qu'on trouve des bassins d'emplois où l'offre d'emplois est importante donc le coût de main-d'œuvre est faible, les entreprises vont se délocaliser pour s'installer, mais s'assurent que les frais de transports seront à moindres coûts et qu'ils seront récupérés d'autre part (coût de main-d'œuvre).

1.2.3. La théorie des lieux centraux de Walter CHRISTALLER

Une théorie élaborée par Walter Christaller géographe allemand en 1933, elle analyse des hiérarchies urbaines, son principe c'est qu'il existe une distance maximale que le consommateur est disposé à parcourir pour se procurer un certain bien. Il distingue alors :

- Les places centrales qui sont représentées par le village, dont l'aire d'influence est réduite où l'on trouve que des fonctions d'élément tel que les biens et services dont la consommation est fréquente.
- Les places principales qui sont en plus d'activité exercée par les premiers, exercent d'autres fonctions dont il s'y trouve telles les fonctions administratives, l'offre des biens durables et des services spécialisés⁸

En 1872, W.LAUNHARDT en situant son analyse au niveau de la firme, il constate que les frais de transports sont proportionnels au poids de la distance. Cependant la localisation que l'auteur a qualifiée de « localisation optimale »⁹.

Cette théorie se base sur quelques principes de la localisation :

- Le principe du commerce : la concurrence commerciale a fait en sorte d'avoir un nombre de centres maximaux ce qui fait que chaque centre se partage la clientèle.
- Le principe de transport : permet de relier le maximum de centre par axes, ce principe estime se réduire le coût de transport.
- Le principe de l'administration : le pavage administratif fait en sorte qu'il y ait pas de partage spatial et l'aire d'influence se trouve commandée exclusivement par un seul centre, ce principe fait en sorte qu'il y pas de concurrence entre les centres.¹⁰

⁸ « Essai d'analyse des déterminants de la localisation des entreprises dans la wilaya de Béjaia », Mémoire de Magistère réalisé par BEDJGUELEL FATSAH, Université Abderrahmane Mira, faculté des sciences économiques. Le31/01/2007.P8

⁹KORAICHE.N: « le modèle de localisation industrielle en Algérie : cas de la région de Chleff » thèse de magistère, UMMTO, 1995,P12

1.2.4. La théorie des aires de marché d'Auguste LOSCH

Auguste Losch (1906-1945) a présenté son idée qui détermine la répartition spatiale des marchés entre les entreprises dont la localisation. Pour cet auteur, les localisations constatées dans la réalité ne sont pas nécessairement conformes aux localisations idéales. Pour lui l'essentiel c'est de déterminer les conditions optimales de la localisation, dans le cas de l'industrie, il montre que l'implantation des entreprises obéit à deux contraintes à savoir (les coûts et les recettes). Les travaux de Losch s'intitulent sur le marché et le point du profit maximum, c'est l'une des critiques principales adressées à Weber qui ne prend pas en compte la demande, il montre que c'est elle qui forme la variable spatiale fondamentale. Cette théorie permet d'expliquer la spécialisation et s'adapter mieux aux espaces plus peuplés ou en mutation économique où industrie et la spécialisation sont plus avancées.

1.2.5. L'approche d'Edgar HOOVER

Il tente de montrer l'influence que peuvent exercer les frais de transport, le capital, le sol et la main-d'œuvre sur le choix de lieu d'implantation d'une entreprise. Dans le cas des frais de transport, le producteur aura à choisir entre situations, se localiser à l'endroit lui procurant plus d'avantages productifs, et procurant le maximum du profit, sa localisation sera en fonction des avantages qu'il procurera de l'un ou de l'autre lieu.

Le sol selon cet auteur peut jouer un rôle dans le choix des localisations. Il montre la liaison entre la vente, l'intensité et la recette entre l'entrepreneur.

Pour montrer l'impact de la main-d'œuvre sur le choix de localisation Hoover distingue trois sortes de localisation susceptible de présenter une offre de travail à bas coûts :

- Place attractive du point de vue du consommateur : faible coût de la vie peut donner lieu à l'emploi à bas salaire ;
- Place à haute démographique susceptible d'offrir une main-d'œuvre pour des revenus réels inférieurs ;
- La dimension et la structure du marché du travail favorisent l'apparition d'une force de travail productive et adaptable ;

¹⁰ Amour Belhedi ; »Modèle de localisation des activités économique. « ; faculté des sciences humain et sociales, PDF ;2010.P117-122

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

Section 2. L'attractivité du territoire

2.1. Définition de l'attractivité

Selon Pierre Dambron c'est « la capacité pour un territoire d'offrir aux acteurs des conditions qui les convainquent de localiser leurs projets sur leur territoire plutôt que sur un autre », ou encore comme « la capacité d'attirer de la main-d'œuvre qualifiée et des compétences comme des moyens pour favoriser le développement économique ... »¹¹. L'attractivité d'un territoire peut se définir comme sa capacité, sur une période donnée à attirer et retenir diverses activités économiques et facteurs de production mobiles (entreprises, événements professionnels, entrepreneurs, capitaux, etc.). Dans ce sens, c'est le reflet de la performance d'un territoire au cours d'une période donnée. La notion d'attractivité territoriale apparaît de plus en plus souvent dans les prises de position des élus locaux et de leurs services de développement pour expliciter et justifier des choix d'investissements et d'accueil d'activités nouvelles qui visent à accentuer le développement d'une ville ou d'une agglomération. De ce fait, toute politique d'attractivité consiste à attirer les investissements à la fois exogènes et endogènes sur un territoire donné, dans l'objectif d'accroître le niveau de l'activité économique.

Afin de mieux appréhender le concept d'attractivité territoriale, il convient de passer d'abord en revue la notion de territoire et celle de la nouvelle économie géographique, économie industrielle.

2.1.1. Le territoire « un concept polysémique »

Il y a plus de vingt ans, le concept de territoire est apparu dans la production scientifique des économistes (Becattini, Bagnasco, Brusco, etc.), des géographes (Raffestin, Roncayolo, Brunet, Frémont, etc.), des sociologues (Barel, Ganne, etc.), et d'autres auteurs en sciences sociales (Allies, Lepetit, etc.). Cette multidisciplinarité de ce concept le rend polysémique et ses définitions sont multiples. Partant de la définition donnée par le dictionnaire de géographie¹², il en ressort trois interprétations du mot territoire qui ne s'excluent pas mutuellement. Ainsi :

¹¹Ingallinapatrizia Université des sciences et technologies de lille 1laboratoires : CRETEIL, Paris 12 et TVES, Lille 1 in PDF« L'attractivité des territoires : regards croisés», 2007, p.10

¹²P. Baud, S. Bourgeat, et C. Bras, 2003, Dictionnaire de géographie, Hatier, Collection initial, 544p, pp. 137-138.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

- Le territoire peut désigner un espace administratif ;
- Le territoire peut être limité par des frontières et habité par une population particulière ;
- Le territoire peut désigner tout espace socialisé, approprié par ses habitants, quelle que soit sa taille ;

Cette définition met essentiellement le point sur le territoire en tant qu'espace limité par des frontières (administratives, géographique...) et dans lequel un groupe d'individus cohabitent. Or dans les définitions portées par la notion de développement local, le territoire ne s'entend pas comme un simple échelon spatial. Il ne peut être postulé comme un bout de terre soumis à une administration et ayant des frontières internes et externes. Bien au contraire, le territoire s'impose aujourd'hui comme un espace vécu, « un espace complexe et actif ». Mais aussi comme un construit social permanent en constante appropriation.

Dans ce sens, il peut être apparenté à un système dynamique complexe (Leloup et Moyart, 2003). Il se construit ainsi grâce aux relations durables de proximité géographique développées entre une pluralité d'acteurs ; ces relations de « voisinage » peuvent mener à des actions concrètes voire à l'élaboration commune de normes, de projet : on rejoint alors la notion de proximité institutionnelle. Par ailleurs, le territoire est nourri par les échanges et les relations, emboîté dans un ensemble d'autres espaces qu'il influence et qui l'influencent réciproquement. Dans ce contexte, les limites du territoire ne sont plus définies en référence à un périmètre politico-administratif (aspect politique) ou comme un fragment d'un système productif national (aspect économique). Elles définissent d'une part le lieu d'intersection de réseaux et d'interdépendances entre acteurs et d'autre part, le lieu de production, de négociation et de partage d'un avenir commun. En définitive, les territoires sont des constructions sociales et leurs performances dépendent largement de la créativité et de l'innovation dans la mise en valeur des ressources territoriales par la société locale. Ce qui est très souvent relève d'une combinaison pertinente de décisions et des actions d'acteurs publics et privés dans le cadre de la gouvernance locale.

2.1.2. La nouvelle économie géographique (NEG)

La nouvelle économie géographique a pour objectif l'explication des choix de localisation des activités sur un espace. Ce courant utilise notamment l'approche par les économies externes développée par A. Marshall¹³ (1919) pour expliquer les mécanismes d'agglomération des activités économiques. Pour les tenants de la NEG, comme

¹³ **Alfred Marshall** né le 26 juillet 1842 à Londres, mort le 13 juillet 1924 à Cambridge, économiste britannique, est l'un des pères fondateurs de l'école néoclassique.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

P.Krugman¹⁴(1991), la localisation des activités économiques dans un espace est étroitement liée et conditionnée par la présence des économies d'agglomération.

En effet, la NEG cherche à rendre compte des phénomènes de concentration des activités économiques. Elle met en avant le rôle des externalités dans la détermination des forces d'agglomération et de dispersion à l'origine de l'équilibre spatial. Elle se fonde sur l'idée que les choix d'implantation des entreprises résultent de deux catégories de forces antagonistes :

-Les forces d'agglomération : qui encouragent les entreprises à se concentrer géographiquement pour bénéficier des économies d'échelle et des externalités. Parmi celles-ci, la littérature met en avant les rendements croissants au niveau de l'entreprise, la concurrence pour les parts de marché qui pousse les entreprises à se regrouper, et la présence d'externalités du type pécuniaire ou technologique ;

-Les forces de dispersion : qui favorisent la dissémination des activités compte tenu des contraintes de disponibilité des ressources naturelles et de fixité de certains facteurs de production. Toutefois, ils se limitent à la prise en compte de facteurs essentiellement économiques ; D'autres approches ont été développées à partir de l'étude des spécificités territoriales et des facteurs d'ordre institutionnel pour expliquer le phénomène d'agglomération des entreprises et d'attractivité des territoires.

2.1.3. L'économie industrielle

L'économie industrielle regroupe plusieurs approches théoriques¹⁵ qui expliquent les modes d'organisation et de développement des entreprises sur un territoire. Elle apporte un éclairage complémentaire pour comprendre les choix de localisation, dans la mesure où les ressorts de la compétitivité d'une entreprise ne sont pas liés uniquement aux caractéristiques naturelles de son territoire d'implantation mais dépend également de certaines ressources dites spécifiques (matériels ou immatériels) du territoire.

Ce courant lie analyse industrielle et analyse spatiale pour comprendre les bouleversements et les dynamiques spatiales. Il étudie par ailleurs les relations entre les

¹⁴**Paul Robin Krugman**, né le 28 février 1953 à Long Island dans l'État de New York, est un économiste américain qui a obtenu le prix Nobel d'économie en 2008 pour avoir montré « les effets des économies d'échelle sur les modèles du commerce international et la localisation de l'activité économique ».

¹⁵Il s'agit des approches en terme : de milieux innovateurs, de réseaux, d'économie des proximités et d'économie territoriale.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

entreprises et leur environnement et les modes d'organisation qui caractérisent ces relations. Les analyses se centrent par conséquent sur les relations interentreprises et l'encastrement socioéconomique territorial. De ce fait, cette approche permet d'éviter un écueil possible de la nouvelle économie géographique, qui serait une absence de l'analyse du territoire dans l'étude du processus d'agglomération des activités économiques.

L'analyse des liaisons interindustrielles et l'étude des systèmes territoriaux de production (clusters, technopôles, district industriel et pôle de compétitivité...) constituent les apports majeurs de l'économie industrielle à l'étude de l'attractivité territoriale.

2.2. Les indicateurs de mesure de l'attractivité territoriale

Nous avons défini l'attractivité d'un territoire comme étant sa capacité à attirer des investissements et à retenir ceux déjà existants. Cette définition fait apparaître un problème concret, c'est celui de la mesure de l'attractivité. Sur quelle base peut-on dire qu'un territoire est attractif ou qu'il est plus attractif qu'un autre ? Quels sont les indicateurs qui permettent de classer les territoires selon leur degré d'attractivité des entreprises ?

2.2.1. Les approches économétriques

Ces approches permettent d'établir une relation entre le principal indicateur de l'attractivité qu'est l'évolution du taux de création d'entreprises (on peut aussi utiliser les créations d'emplois dans les nouvelles entreprises) et les variables explicatives constituant les différents facteurs ou critères de localisation. Les variables explicatives sont en général des indicateurs socioéconomiques, démographiques et même institutionnels ; ou des indicateurs agrégés utilisés comme proxys des variables explicatives issues des modèles théoriques. Notons que l'intérêt de ces approches économétriques est qu'elles permettent de dégager les variables jugées significatives de l'attraction des investissements, ce qui permet d'expliquer l'attractivité comparée des différents territoires.

2.2.2. Les enquêtes d'opinions

Ces enquêtes d'opinion se font auprès des investisseurs, on leur demande de classer les critères de localisation et de donner un classement relatif des différents territoires d'accueil potentiel par rapport à ces critères. C'est le cas notamment du baromètre d'attractivité de « Ernst Young¹⁶ ». Ce dernier est publié annuellement. Il porte sur une enquête auprès des dirigeants d'entreprises multinationales. En 2007 par exemple, l'enquête d'Ernst and Young¹⁷ a interrogé 809 décideurs de firmes multinationales, elle recense les annonces d'implantation internationales et d'extensions d'activités. Elle exclut les investissements de portefeuille, les fusions et acquisitions et rend compte de la réalité des investissements engagés par les sociétés étrangères dans les fonctions industrielles et tertiaires. L'enquête recense le nombre d'emplois créés, le taux de croissance des investissements directs étrangers (IDE) reçus, la part de chaque secteur (service, industrie,...) des IDE entrants, l'origine des IDE reçus, les secteurs attirants les IDE.

2.3. L'offre territoriale et l'avantage comparatif des territoires

2.3.1. L'offre territoriale

Avec la mondialisation qui a désormais installé un environnement concurrentiel entre les territoires, les collectivités locales ont aujourd'hui des défis en matière d'attraction des investissements comparables à celles des dirigeants d'entreprises vis-à-vis de leurs clients potentiels. Ainsi à l'image de l'entreprise, le territoire en tant qu'organisation se caractérise par une offre territoriale pour son positionnement sur le marché de l'implantation.

D'après Benoît Zimmermann (1999)¹⁸, l'offre territoriale se distingue chez certains auteurs comme la construction de ressources spécifiques mises à la disposition des firmes par les acteurs du territoire. Dans une approche spécifiquement marketing, l'offre territoriale apparaît comme un concept extrêmement ambigu¹⁹, puisqu'on distinguera une offre de territoire dans laquelle ce dernier est vu comme simple lieu d'implantation et une offre dans laquelle ce même territoire est le cadre d'exercice de l'activité de l'entreprise, ce qui amène à

¹⁶Ernst and Young, European attractiveness: the opportunity of diversity, La Baule, mai 2004.

¹⁷Ernst and Young, Baromètre de l'attractivité Européenne, 2007.

¹⁸Zimmermann, J.-B. et al. 1999, « Construction territoriale et dynamiques économiques », Sciences de la société, n° 48, octobre 1999.

¹⁹Texier L. 1999, « Une clarification de l'offre d'implantation en marketing territorial : produit de ville et offre de territoire », Revue d'économie régionale et urbaine, no 5, p. 1021-1036.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

se focaliser sur les externalités et les caractéristiques économiques présentes (taille du marché, fournisseurs, main-d'œuvre...).

On trouve deux variantes de l'offre territoriale :

- une « offre territoriale simple » : elle est envisagée comme « l'ensemble des ressources présentes sur le territoire et susceptibles d'être utilisées dans le cadre des projets d'investissement »;
- une « offre territoriale complexe » : elle est produite notamment par les agences de développement et les chambres consulaires qui mobilisent « l'offre territoriale simple » ou « potentielle » pour l'adapter aux attentes de chaque projet d'investissement ;

Toutefois, cette distinction entre les deux types d'offres territoriales n'est pas toujours très claire. Une autre définition plus complète de l'offre territoriale, livrée par le rapport d'études du cabinet Ernst and Young, privilégie plutôt le premier aspect sans exclure toutefois l'existence de ressources produites avec une certaine intention : « une offre territoriale est donc constituée par un ensemble de caractéristiques socio-économiques d'un territoire ayant un impact plus ou moins direct sur l'accueil et le maintien des activités économiques. Il peut s'agir d'éléments très hétérogènes : caractéristiques physiques d'un territoire, infrastructures (au sens le plus large), caractéristiques démographiques, le cadre institutionnel local, compétences en matière grise et en recherche, politiques fiscales et d'incitations financières, qualité des interdépendances des acteurs locaux et l'intensité de l'animation locale »²⁰. Cette définition résume l'offre territoriale en un ensemble d'attributs du territoire, plus ou moins donnés et susceptibles d'influencer les décisions de localisation des entreprises.

2.3.2.L'avantage comparatif des territoires

Chaque territoire dispose d'actifs propres non transférables qui constituent des atouts certains pour l'attraction des entreprises. En effet, les avantages dont disposent les territoires sont souvent liés à la présence de ressources naturelles, mais aussi à la maîtrise de savoirs et technologies, à l'existence d'un capital humain particulier, au bon positionnement géographique par rapport aux autres territoires concurrents, la qualité de l'environnement économique et institutionnel, la dotation en infrastructures de transport et de communication, un faible niveau d'imposition, un climat social favorable. Par ailleurs, les efforts accomplis par les pouvoirs publics en matière d'aménagement du territoire (aménagement des zones

²⁰Ernst and Young 2002, Étude sur la constitution d'une offre territoriale différenciée, DATAR, 110 p.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

d'activités, amélioration des infrastructures et équipements publics) ou d'incitation financière (subventions, primes à l'implantation, exonérations fiscales) constituent également des facteurs qui sont de nature à créer un avantage comparatif durable pour le territoire.

Toutefois, au regard de la concurrence qui règne désormais entre les territoires pour l'attraction des investissements, il ya intérêt pour chaque collectivité locale de construire des ressources spécifiques au-delà des avantages dont dispose le territoire, afin d'avoir une offre territoriale différenciée sur le marché de l'implantation. Pour cette raison, les politiques mises en œuvre doivent être axées sur des instruments fondamentaux pour assurer une attractivité durable.

2.4. Quelques instruments théoriques de la politique d'attractivité

On peut distinguer deux grands types de politiques d'attractivité. D'une part un certain nombre de mesures, incluant les mesures d'aménagement du territoire qui peuvent être mises en place pour améliorer le pouvoir attractif intrinsèque du territoire. À ces politiques peuvent s'ajouter des subventions plus directes visant à forcer le choix de localisation des entreprises. De ce fait, les politiques d'attraction des entreprises s'articulent autour de deux grandes catégories d'instruments: les aides financières et la construction des infrastructures.

Toutefois, pour attirer les investissements, les autorités territoriales font également recours aux différentes techniques de promotion du territoire. Ces techniques peuvent être regroupées sous le concept du marketing territorial.

2.4.1. Les aides financières et les infrastructures

L'objectif des incitations financières consiste à diminuer le coût d'implantation des entreprises en contribuant à leurs charges fixes pendant une période déterminée par les pouvoirs publics. Ces incitations prennent généralement la forme d'une exonération temporaire de taxes.

Par la réduction des charges fiscales des entreprises, le territoire devient attractif sans pour autant engager des fonds publics. En ce sens, les incitations financières sont sans doute l'un des moyens les plus utilisés par les autorités territoriales pour attirer les investissements.

Les infrastructures constituent un levier important dans la concurrence que se livrent les territoires pour attirer les investissements. Les infrastructures permettent d'améliorer les conditions de réalisation des activités économiques. En ce sens, elles permettent d'améliorer

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

la qualité des territoires en permettant l'augmentation de leur attractivité et leur développement économique.

L'utilisation des aides financières et la construction des infrastructures constituent un tremplin vers une attractivité du territoire par rapport aux concurrents. Par ailleurs, pour attirer les entreprises, les autorités territoriales recourent aux différentes techniques de promotion du territoire. Ces techniques peuvent être regroupées sous le concept du marketing territorial.

2.4.2. Le marketing territorial

Le marketing territorial est adopté depuis plusieurs années par les autorités locales dans le but de mieux positionner leur territoire sur le marché des implantations. Dans un environnement devenu extrêmement global et concurrentiel, la pratique du marketing territorial est désormais essentielle pour les responsables territoriaux. Elle permet d'apporter des méthodes, outils et pratiques particulièrement utiles pour contribuer à améliorer l'attractivité territoriale. Pour Vincent Gollain²¹, « Le marketing territorial est l'effort de valorisation des territoires à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur faveur, le comportement de leurs publics par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. Cette activité est généralement pilotée par des agences de développement pour le compte d'autorités publiques ou d'acteurs privés». Il s'agit en effet d'appliquer des concepts et des méthodes traditionnellement réservés aux secteurs marchands (entreprises) à un espace dont on souhaite faire la promotion.

L'objet du marketing territorial est de fournir aux acteurs territoriaux les outils d'informations et d'analyses dont ils ont besoin pour définir leurs priorités, déterminer la nature de leur offre et mettre en œuvre les politiques d'offres territoriales adaptées. Ainsi, grâce au marketing territorial, les acteurs locaux, notamment les agences de promotion et les collectivités locales tentent de diffuser la meilleure image possible de leur territoire afin d'influencer en leur faveur les décisions d'implantation des entreprises.

En adoptant une approche marketing, l'entreprise identifie un marché-cible en fonction de ses atouts et opportunités, et construit une offre. De même, le territoire doit être apte à identifier les tendances, interpréter les situations, adapter sa stratégie, et pouvoir agir sur les acteurs que sont les entreprises. Un diagnostic complet du territoire est donc incontournable, de même qu'un suivi dans le temps. La formalisation marketing de l'offre territoriale met en

²¹GOLLAIN Vincent, Club des Développeurs Economiques d'Ile-de-France. Réussir son marketing territorial en 9 étapes. CDEIF, 2008, 76 p.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

priorité les potentialités économiques d'un territoire et les services pour attirer les entreprises. Ces potentialités et services peuvent être regroupés sous le vocable de facteurs de localisation.

Section 3. Localisation hors zone industrielle

3.1. Déterminants fondamentaux de la localisation

L'étude de la localisation industrielle, bien connue des géographes, consiste à comprendre pourquoi une entreprise s'installe sur un site plutôt que sur un autre pour fabriquer un produit. Plusieurs déterminants fondamentaux de la localisation peuvent être distingués : les coûts de production, le marché et la concurrence.

3.1.1. Les coûts de production et la localisation des activités industrielles

L'entreprise cherche, par son implantation, à maximiser son profit grâce à une meilleure accessibilité aux facteurs de production qu'elle achète, et/ou aux marchés des produits qu'elle vend. « Dans l'analyse de l'économiste Weber, cela revient à choisir le point minimisant les coûts de transport entre l'entreprise et les marchés des facteurs de production et des produits. Si seuls les coûts de production intervenaient, la meilleure localisation où «localisation optimale» serait celle qui minimiserait ces coûts. Selon Weber, si les matières premières sont à localisation fixe (charbon, bois, eau, etc.) et le marché diffuse sur l'ensemble du territoire, alors l'implantation de l'usine devrait se réaliser sur le lieu de l'extraction de ces matières premières (exemple des localisations initiales des usines sidérurgiques près des mines de charbon). Il peut être de même pour la disponibilité d'une main-d'œuvre à bon marché (bassin d'emploi). Si la matière première et la main-d'œuvre sont immobiles et localisées dans deux endroits différents, la localisation de l'usine s'établira géographiquement entre ces deux facteurs de production. Si en revanche la main-d'œuvre est mobile, l'implantation s'effectuera près de l'autre facteur de production. Les coûts de transports vont alors devenir l'élément déterminant de l'implantation de l'activité de production. L'entreprise cherchera le meilleur compromis entre la minimisation des coûts de transport et la proximité des lieux où les coûts des différents facteurs de production sont les plus avantageux »²².

3.1.2. La demande du marché

²² Denis Crozier (CEREMA-DTer Oues) ; Économie de l'aménagement Implantation des entreprises 2015

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

Si certains facteurs de production sont immobiles, l'entreprise cherchera les zones où l'offre de ces facteurs est la plus forte et donc leur coût plus faible. Ainsi, si la localisation des matières premières et de la main-d'œuvre a peu d'importance en raison de leurs fortes disponibilités, ou si elles sont également réparties sur l'ensemble du territoire considéré, les coûts de production seront invariables quelle que soit l'implantation de l'usine. Si, en même temps, le marché est fortement localisé, dans des espaces urbains par exemple, alors la demande de produits risquera de varier avec le lieu d'implantation de l'entreprise.

3.1.3. La concurrence

La localisation des activités dépend non seulement des contraintes existant entre l'offre de facteurs et la demande de produits finis, mais aussi des conditions de concurrence, de la localisation des autres entreprises et du pouvoir de marché qu'une localisation peut conférer à une entreprise. Ainsi, Hotelling²³ (1929) a été un des pionniers dans l'étude de ce phénomène en analysant, dans son célèbre exemple des «deux marchands de glaces sur une plage», la localisation des firmes concurrentes vendant un même produit. En supposant que seules les modifications de localisation puissent intervenir, on arrive à la situation d'équilibre où les deux vendeurs se retrouvent côte à côte au centre de la plage, et où aucun des deux ne veut changer de localisation. Cet exemple montre que les comportements des concurrents peuvent fortement influencer celui d'une entreprise donnée.

Ce phénomène est encore plus explicite lorsque l'on prend en considération un effet dit «d'agglomération» les recherches sur la localisation des investissements étrangers, comme par exemple les investissements japonais aux États-Unis ou en Europe, ont révélé un effet de concentration géographique important, dit «effet d'agglomération» Ainsi, par exemple, la réussite industrielle de L'Ecosse doit en partie ses résultats à ce phénomène d'agglomération. À l'intérieur d'un couloir étroit qui relie Glasgow à Edimbourg, Hewlett-Packard, IBM, Bull, Compaq, JVC, NEC, Alcatel, Motorola, Texas Instrument, Hughes et aux totales 500 entreprises en comptant les sous-traitants, se retrouvent dans la vallée baptisée «la Silicon Glen». Elle constitue la seconde concentration au monde sur ce secteur de l'informatique derrière la «Silicon Valley» californienne.

3.2. Attractivité territoriale, facteurs de localisation

3.2.1. La localisation

²³Hotelling : est un économiste et statisticien américain, né en 1895 et mort en 1973.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

Résultat d'une convergence entreprise-territoire les facteurs de localisation dans l'espace géographique ont notamment été étudiés par Alfred Weber (stratégie de minimisation des coûts), Christaller (théories des places centrales) ou par les partisans de l'équilibre spatial de l'école des sciences régionales des années 1960 et 1970. La localisation est le résultat d'une convergence firme-territoire. Les avantages spécifiques des firmes sont à rapprocher de la notion plus générale d'avantages compétitifs. Selon M. Porter, ces avantages peuvent provenir de deux sources : la réduction des coûts de production (innovations technologiques ou nouveaux facteurs de production) et la différenciation des produits (marques, publicité, concurrence monopolistique). Les avantages à la localisation des territoires doivent être englobés dans les avantages comparatifs des pays. La firme offre des produits et demande des facteurs de production pour fabriquer ces produits. Les facteurs de production doivent être acquis au coût le plus faible afin que la firme reste compétitive. Un pays offre des facteurs de production à travers ses dotations en facteurs (travail, capital, terre, richesse du sol) et de leur productivité (rapport de la production sur la quantité de facteurs utilisée). Il existe un lien entre l'entreprise et les conditions économiques existant dans son pays d'origine. Ainsi, si par exemple les entreprises européennes veulent rester compétitives dans le textile, elles doivent envisager une délocalisation.

3.2.2. Choix de la zone d'implantation

Typologie des facteurs de localisation les choix de la localisation de l'entreprise dépendent du nombre d'implantations déjà réalisé et de la nature de l'implantation à effectuer. Lors d'une première implantation, les risques sont plus élevés et la connaissance du terrain étranger est moins développée. La firme localisera plus volontiers son unité de production dans une grande métropole, facile d'accès et dense en réseau de communication. L'entreprise tentera de faire coïncider au mieux les caractéristiques de ses unités avec les profils des territoires d'accueil. Un laboratoire de recherche-développement et en matière grise, sera implanté dans des pôles régionaux de développement eux-mêmes bien pourvus en R&D. Les usines de montage seront plutôt implantées dans des zones peu urbanisées, périphériques, abondantes en main-d'œuvre et disposant de terrains bon marché. Les unités administratives seront localisées autour des villes, les quartiers généraux dans des sites urbains plus prestigieux, etc.

L'investissement se répand dans l'espace du pays d'accueil et dépend des fonctions des unités et des caractéristiques de la région d'accueil. L'attractivité des pays peut être testée d'un point de vue macro-économique. Elle est alors liée à la possibilité pour ce pays d'offrir

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

des chances optimales de rendement des investissements localisés sur son territoire : coûts, R&D, demande locale, croissance, etc. Dans le choix du pays ou de la zone, l'entreprise recueille des informations qualitatives sur les facteurs de localisation appelés les sept (7) Facteurs de localisation des entreprises intangibles. Ils peuvent être classés et faire l'objet d'une étude comparative entre plusieurs territoires d'accueil. Puis, l'entreprise pratiquera une évaluation plus précise des coûts de localisation. Il existe de nombreuses typologies des facteurs de localisation. Chaque firme peut posséder sa propre grille. On peut retenir sept grandes familles de facteurs globaux ou intangibles :

1- Les facteurs généraux : situation politique, économique, sociale, présence d'autres sociétés étrangères, force du secteur, proximité du marché, agences de développement, facilités de crédit.

2- Les conditions de travail: réglementation des embauches et licenciements, permis de travail, présence d'une main-d'œuvre qualifiée, universités, centres de recherche.

3-Les critères géographiques de la localisation : environnement rural, urbain, banlieue, emplacement prestigieux, technopoles, parcs d'activités, etc.

4-Les voies de communication : proximité et qualité du réseau autoroutier, ferroviaire, port maritime, de transports en commun, d'un aéroport, congestion de la circulation.

5-Les télécommunications : disponibilité et qualité des lignes et réseaux de communication.

6- Les fournitures : Disponibilité et fiabilité de l'énergie, du gaz, de l'eau, traitement des déchets, réseaux de distribution, matières premières, sous-traitants.

7-Les conditions de vie : Logements, hôpitaux, écoles, hôtels, infrastructures culturelles et des loisirs, magasins.

3.2.3. Attractivité et choix du site final

L'analyse de l'attractivité s'effectue également au niveau des régions ou des villes. Les coûts financiers et la rentabilité sont alors estimés. L'objet d'analyse devient l'investissement et sa rentabilité. Les coûts sont de deux natures : les coûts d'investissement supportés lors de la création de l'unité de production (terrains, bâtiments, équipements) et les coûts d'exploitation (coûts de main-d'œuvre, de transport, etc.).

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

Il existe des logiciels spécialisés qui permettent de simuler l'impact de différentes localisations sur certains coûts notamment par une projection des flux financiers pour l'ensemble de la durée de vie du projet. Le besoin important d'un de ces éléments le classera en facteur critique et pèsera sur le choix de la zone optimale d'implantation.

Dans le cadre de ces projections, on remarque que les aides à l'implantation agissant sur l'investissement initial (prix du terrain, prime d'installation, etc.) peuvent avoir peu d'impact (car agissant uniquement sur l'année 0) par rapport à un coût régulier qui se renouvelerait tous les ans (salaire des employés, impôts plus élevés sur un site, etc.).

3.3. L'intégration des activités économiques participe à la vitalité de la ville

L'intégration des activités de production ou de services dans la ville n'est pas une valeur en soi à poursuivre pour elle-même. Les activités économiques doivent autant que possible trouver leur place dans le tissu urbain, de manière à renforcer les pôles et à éviter la dispersion des activités sur le territoire. La recherche d'une meilleure complémentarité, dans l'accueil des activités économiques, entre les tissus urbains et les zones spécifiquement dévolues aux activités économiques, est en cela un levier d'aménagement durable du territoire. Cette forme de mixité fonctionnelle peut être mobilisée comme un outil de dynamisation économique, d'intégration sociale et d'utilisation rationnelle du sol. Cela suppose alors une volonté politique et une action publique forte pour dépasser à la fois les blocages idéologiques et répondre aux besoins et attentes légitimes des entreprises en matière de localisation (accessibilité, visibilité, évolutivité, etc.).

3.4. Les critères de localisation urbaine des entreprises

Comprendre les logiques d'implantation des entreprises est nécessaire pour pouvoir proposer des conditions favorables à leur installation dans un tissu urbain mixte.

Au-delà des motivations individuelles propres à la personnalité de chaque entrepreneur, et d'une fiscalité avantageuse, il existe des facteurs concrets qui guident cette décision. À l'échelle urbaine, le tissu mixte reste le lieu privilégié de la localisation des entreprises. Depuis une vingtaine d'années, la tendance est cependant en faveur des ZAE qui accueillent une part grandissante des implantations nouvelles et la majorité des relocalisations des entreprises alors implantées dans le tissu urbain aggloméré mixte. Ces relocalisations sont motivées par l'introduction de nouvelles stratégies d'implantation (demande) et par des changements dans l'éventail des choix (offre).

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

C'est à partir des années 70 que les ZAE se sont généralisées afin d'accueillir les activités générant des nuisances incompatibles avec la proximité de l'habitat (risque industriel, pollution, bruit, trafic important, etc.). Il s'agissait alors d'un outil d'aménagement dont la vocation était de délimiter des secteurs géographiques propices à l'implantation pérenne des activités économiques incompatibles avec les autres fonctions de la ville. Aujourd'hui, elles se sont multipliées et elles sont devenues le lieu privilégié d'accueil des entreprises, y compris celles qui pourraient s'installer dans le tissu urbain. Pour inverser cette tendance, il apparaît nécessaire de rétablir progressivement des possibilités d'implantations hors zone d'activités répondant aux besoins des entreprises.

3.4.1. La connectivité

Toutes les entreprises ont besoin d'être reliées à leurs fournisseurs, clients et salariés. Si pour certaines, la proximité d'une offre ferroviaire ou en transport en commun est un critère prioritaire, pour la majorité c'est encore aujourd'hui l'accessibilité routière qui prime. Cette hiérarchisation répond à la dispersion de la clientèle, des fournisseurs et des employés qui, associée à la mobilité individuelle, conduit à privilégier la proximité routière plutôt que la centralité urbaine. Outre la desserte en infrastructures de transport, la desserte en internet haut débit est devenue aujourd'hui un critère crucial pour toutes les entreprises. Les zones d'aménagement économiques dédiées en périphérie des tissus urbains agglomérés possèdent ainsi un avantage compétitif. Placées à proximité immédiate des axes routiers interurbains et aménagées avec des voiries largement dimensionnées, elles offrent la réponse qui semble la plus évidente à la demande de la majorité des entreprises. Par ailleurs de nombreux territoires ont fait le choix de desservir en (très) haut débit en priorité les ZAE au détriment des villes. Dans les villes moyennes, les problématiques de congestion routière ne se posent néanmoins pas. L'accessibilité, en temps de trajet, n'est donc pas un critère objectivement prédominant. En revanche, le stationnement et la facilité de manœuvre restent une contrainte en milieu urbain dense qui, si elle n'est pas gérée par la collectivité, doit être supportée par l'entreprise.

3.4.2. La visibilité commerciale et les économies d'agglomération

L'agglomération des entreprises est une source de gains pour trois raisons principales. Le marché potentiel augmente car un grand nombre de clients, de prestataires de services et de fournisseurs sont rassemblés sur une même zone géographique. Les coûts de transport sont réduits lorsque l'entreprise traite avec des prestataires ou clients situés sur la même zone.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

Des économies d'échelle deviennent réalisables en mutualisant des services communs (gardiennage, achat groupé, production ou achat d'énergie groupé, etc.).

Les ZAE, en offrant une proximité géographique, se positionnent comme une solution de bon sens. En effet, la localisation au sein d'un même pôle peut faciliter les interactions et les collaborations entre les différentes entreprises. Toutefois, l'agglomération des entreprises ne constitue ni une condition suffisante, ni même nécessaire, pour créer une dynamique économique. La proximité géographique seule ne garantit pas le développement de relations bénéfiques à l'innovation. Puisque chaque entreprise réalise de manière isolée son projet individuel, sans gestionnaire ou animateur économie d'ensemble, les ZAE offrent généralement peu de services associés et mutualisés. Les pôles d'activité qui proposent le plus de services mutualisés et de manière plus systématique sont ceux qui sont privés. Le gestionnaire est contraint d'innover et d'entretenir voire d'optimiser son «produit», y compris en le densifiant, pour rester compétitif puisqu'il est dans un modèle économique locatif.

Par ailleurs, les entreprises qui fournissent d'autres entreprises où «Business To Business» utilisent des leviers spécifiques au travers de lieux et réseaux d'échanges qui permettent de développer une proximité organisationnelle : club, salons, démarchages, etc. Dans les grands centres urbains, les sociétés de services à la personne et notamment les artisans qui sont rejetés du tissu aggloméré vers des zones périphériques, se retrouvent éloignés d'une partie de leur clientèle. Cela a des conséquences sur leur visibilité auprès des particuliers en les reléguant au second plan derrière des structures plus importantes dont la visibilité (via la publicité) est plus forte. Cela peut également contraindre leurs déplacements quotidiens vers leurs lieux d'intervention.

3.4.3. Les capacités à recruter ou fidéliser le personnel

Le recrutement et la formation de son personnel représentent un coût important pour l'entreprise. Le recrutement de personnel²⁴ qualifié et sa fidélisation sont donc un enjeu qui influence sa stratégie d'implantation. Cela est particulièrement vrai sur des profils pour lesquels les entreprises ont du mal à recruter. Cela peut concerner à la fois des emplois qualifiés ou des emplois occupés notamment par des personnels dont la mobilité est limitée (employés à faible salaire, apprentis, etc.). Cela joue principalement sur ses choix territoriaux entre zones d'emplois (pays, région, département, nord ou sud d'une agglomération,

²⁴ Denis Crozier (CEREMA-DTER Oues) ; Économie de l'aménagement Implantation des entreprises 2015

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

etc.) mais la qualité du cadre de vie à proximité de l'entreprise peut également être un critère. Dans ce contexte, les externalités urbaines (la présence de services de restauration, de loisirs ou d'une offre de transport en commun qualitatif par exemple) peuvent être un atout. L'implantation en milieu urbain dense et mixte est ainsi susceptible d'offrir ces services, là où dans une ZAE périphérique l'entreprise pourrait être contrainte de prendre à sa charge la mise en place de ces services. De plus, des sociologues soutiennent que l'influence de l'implantation urbaine sur les relations au sein de l'entreprise est loin d'être anecdotique. L'ouverture sur la ville (le midi ou après le travail), permise par l'intégration urbaine, favoriserait une certaine autorégulation (entre salariés et vis-à-vis de leur hiérarchie) et permettrait de désamorcer de nombreux conflits de manière informelle, là où le repli dans un parc d'activités rigidifierait le mode de fonctionnement et ouvrirait le champ à des tensions diverses.

3.5. Des frais fonciers et immobiliers limités

Le modèle français prépondérant, fondé sur la cession d'un foncier, incite les entreprises à être propriétaires de leur local afin de se constituer un patrimoine, de sécuriser leur activité et éventuellement dans une logique d'optimisation financière au travers d'une société civile immobilière, qui perçoit un loyer de la part de l'entreprise. Elles n'évaluent alors pas nécessairement l'efficacité économique de ce choix (immobilisation financière, frais d'entretien du patrimoine au risque de le voir déprécié, manque de flexibilité). L'implantation en ZAE permet justement de réduire les frais fonciers ou immobiliers grâce au zonage économique instauré en anticipation de la création de la ZAE, ce qui limite voire supprime la concurrence foncière qu'il y aurait eu en zone mixte²⁵. De plus, ces opérations sont, le plus souvent, l'objet d'une subvention par les collectivités (foncier vendu en dessous du prix de revient pour la collectivité ou exonération de la taxe d'aménagement). Cette aide indirecte aux entreprises bénéficie donc aux seules entreprises qui s'implantent en ZAE. D'un point de vue patrimonial, la standardisation des parcelles et des bâtiments est susceptible de correspondre à un plus grand nombre d'entreprises, ce qui laisse espérer une revente facilitée pour l'entreprise.

Cependant, cette immobilisation financière correspond également à une charge pour l'entreprise qui doit s'assurer de conserver un fonds de roulement suffisant pour assurer son fonctionnement. Avec le ralentissement économique, les baisses de chiffres d'affaires et le

²⁵Le foncier résidentiel a une valeur supérieure au foncier commercial, elle-même supérieure à celle du foncier économique (production ou service).

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

tarissement des crédits bancaires accentuent leur besoin de liquidités. Pour les entreprises en phase de création ou de développement, l'absence d'alternative à l'acquisition d'un foncier à bâtir ou bâti, inhérente au modèle français des ZAE, peut devenir une contrainte à un stade où le besoin en liquidités devrait en priorité s'orienter prioritairement vers l'investissement productif. Le maintien d'une offre intégrée dans le tissu aggloméré peut ainsi être propice au maintien d'une offre locative de qualité ciblant des entreprises en phase de création ou de développement.

3.6. Des conditions d'implantation rapide

Outre le coût foncier intrinsèque et l'immobilier, le coût d'implantation d'une entreprise intègre le temps consacré à la recherche d'un terrain ou d'un local, à la construction ou au réaménagement d'un local, aux démarches administratives pour obtenir les autorisations de construire ou d'exploitation, aux pertes de production durant le déménagement, etc.

L'objectif de l'entreprise²⁶, qu'elle soit locataire ou propriétaire, va donc être de réduire ses coûts et sécuriser le processus pour éviter les risques de dérives de calendrier et donc financières. L'offre foncière en ZAE, qui est clairement balisée, représente une solution facile. L'entrepreneur est face à un seul interlocuteur, souvent l'intercommunalité ou son aménageur, qui doit vendre le terrain qu'il a viabilisé. L'offre dans le diffus est par contre souvent dispersée entre plusieurs intermédiaires privés. L'entrepreneur est alors seul pour négocier parfois avec plusieurs propriétaires qu'il faut convaincre ou dont il faut tempérer les velléités financières.

Par ailleurs, il peut être difficile pour une entreprise de se projeter dans un site de seconde main. Au-delà de la négociation immobilière, contrairement aux ZAE qui sont juridiquement dévolues aux activités économiques, dans les zones mixtes, les documents d'urbanisme autorisent généralement les activités économiques mais «à condition d'être compatibles avec l'habitat». Si cette condition est légitime, elle reste soumise à interprétation et elle est source d'insécurité pour l'entrepreneur. Il peut en effet craindre un refus de permis au moment de sa première installation comme à chaque demande d'autorisation ultérieure. Cela implique également le plus souvent des contraintes (qualité architecturale, choix des matériaux, qualité de l'isolation sonore, etc.) et donc des coûts supplémentaires.

²⁶ Partoune C., La localisation des industries: un choix primordial pour de nombreux dirigeants d'entreprises et pour les responsables publics [internet], Université de Liège, Laboratoire de Méthodologie de la Géographie, 2002.

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

Face à ces obstacles dans le diffus, l'investisseur sera naturellement tenté par les facilités et la prise de risque limitée que lui offrent les zones d'activités périphériques. Les entreprises (petite production, service et artisanat) qui ont des stocks limités et dont la clientèle se situe en tissu aggloméré dense, peuvent par contre tirer avantage d'une implantation dans la ville malgré les contraintes. Par ailleurs, l'immobilier de seconde main ou en locatif, offre la possibilité à des entreprises en phase création de ne pas avoir à investir du temps et de l'argent dans l'achat d'un terrain et la construction d'un bâtiment. Des adaptations du bâtiment aux besoins de l'entreprise, ou afin de le mettre aux normes (ex: accessibilité, incendie, etc.), peut bien entendu être nécessaire.

3.7. Des facilités de fonctionnement au quotidien

Le choix d'une localisation est également déterminé par les conditions de fonctionnement quotidien de l'entreprise que peut lui procurer une implantation. Cela recouvre la satisfaction des besoins en stationnements (employés et visiteurs), les facilités de manœuvre pour la logistique ou encore le risque de nuisances mutuelles (sonores, olfactives, congestions, contraintes constructives, etc.) avec les riverains qui peuvent devenir sources de conflits voire de contentieux.

L'entrepreneur prend également en compte la fiscalité. Bien qu'une part significative de celle-ci soit déterminée par des dispositions nationales (impôts sur les bénéfices, cotisations sociales, impôts sur les plus-values), les taxes locales (Cotisation foncière des entreprises, taxe foncière, taxe d'aménagement en cas de travaux) qui peuvent être modulées représentent néanmoins une charge pour l'entreprise qui dépend de son choix d'implantation.

Face à ces besoins, la ZAE offre une solution clé en main pour l'entreprise. Le zonage éloigne le risque de conflit de voisinage avec la fonction résidentielle. La taille des voiries et la taille des parcelles (permises par le faible coût du terrain) facilitent la gestion logistique et celle du stationnement. Toutefois, le risque de conflit de voisinage avec une autre entreprise n'est pas pour autant éliminé en ZAE. Le cas classique des zones d'activités qui accueillent progressivement des fonctions commerciales, avec toutes les interactions que cela génère et qui ne sont pas gérées, illustre concrètement ce fait. De plus, en milieu urbain mixte des solutions peuvent être trouvées par la collectivité et les entreprises pour les limiter les gênes potentielles via le plan de circulation, la politique de mobilité (stationnement, transport en commun, etc.) ou le règlement d'urbanisme.

3.8. Des capacités pour répondre aux évolutions conjoncturelles ou structurelles de son activité

L'entreprise est un organisme dynamique dont l'activité, et donc les besoins, évoluent en fonction de la conjoncture ou de son développement. Le coût d'un changement d'emplacement et le manque à produire qu'il entraîne conduisent les entreprises à conserver des marges de manœuvre sur les surfaces utiles à la production.

La localisation et le dimensionnement de l'espace nécessaire anticipent ainsi en général les variations conjoncturelles de l'activité (stockage temporaire, modification de la chaîne de production, développement des activités d'ingénieries ou administratives) ou structurelles (capacité à assurer son développement commercial en répondant à de nouveaux marchés).

Le modèle des ZAE apporte une réponse à ce besoin. En proposant un foncier à faible coût, les entreprises ont la possibilité de se constituer des réserves foncières ou immobilières au-delà de leurs besoins immédiats ou prévisibles. Cela leur permet, le cas échéant, de pouvoir s'agrandir sur place, de pouvoir réorganiser le fonctionnement du site en fonction de leur plan de charge conjoncturel ou de leur développement structurel. Cette réponse systématique proposée aux entreprises n'est cependant pas la seule face à la multitude d'activités existant selon leur nature ou leur stade de développement. Si l'extension ne se réalise pas dans ce délai convenu, ce foncier est remis à la vente pour accueillir une nouvelle entreprise. En tissu urbain mixte, le développement des hôtels ou pépinières d'entreprises peuvent être une opportunité de développement d'une offre en immobilier économique pour des entreprises de petite taille encore très mobiles.

3.9. La localisation en ville peut être avantageuse pour certaines entreprises

Dans les villes moyennes, les effets de saturation du foncier et de congestion, expérimentés dans les villes plus grandes, restent modérés. On observe néanmoins là aussi un mouvement conjoint de desserrement et de concentration des activités économiques. L'exode des entreprises vers la périphérie tient essentiellement à la simplicité et aux avantages procurés par une offre abondante et majoritaire dans des espaces dédiés périphériques auxquels n'importe quel type d'entreprise peut accéder. Les politiques publiques en matière d'aménagement ou de développement ont ainsi, au fil du temps, octroyé un avantage concurrentiel à la ZAE par rapport aux autres implantations. Pourtant une implantation dans la ville peut s'avérer pertinente, et souhaitée, pour certaines filières (artisanat, services aux particuliers, entreprises regroupant production et vente directe ou exposition sur un même

Chapitre I. Aspects théorique de la localisation des entreprises

lieu, etc.) ou à certains stades d'évolution au cours de leur parcours résidentiel (petite unité de production, entreprises en phase de création, etc.).

Face à cette tendance, le maintien ou la relocalisation d'activités économiques, de production ou de service, intégrées dans le tissu urbain suppose donc la mise en place d'une politique volontariste de soutien aux entreprises qui font ce choix. Il s'agit de jouer sur les différents critères de localisation afin d'atténuer les contraintes financières, techniques ou juridiques propre à ce type d'implantation, voire de les compenser par l'apport d'aménités spécifiques.

Conclusion

Il fallait attendre la fin du 19^{ème} siècle pour que le problème de localisation soit abordé avec la méthode de localisation agricole de VEN THUNEN et développé par la suite par d'autres.

Par la suite il y a l'arrivée de la nouvelle économie géographique avec les économies externes développées par MARSHALL en 1919 pour expliquer les mécanismes d'agglomération des activités économiques.

Enfin les entreprises implantées en milieu urbain, hors zone, elle participe en grande partie aux dynamiques et vitalité de la ville.

Chapitre II

***Présentation monographique de la
commune d'Akbou***

Introduction :

Dans toute démarche d'analyse territoriale, il est nécessaire de faire l'appréciation du niveau du développement local. Pour cela, on va s'intéresser à une présentation monographique de notre cas d'étude qui est la commune d'Akbou

Ce chapitre est divisé en trois sections la première est consacrée à la présentation des caractéristiques territoriales de notre commune d'étude, la deuxième est consacrer aux caractéristiques démographiques ou la population, en dernier la présentation de l'environnement socioéconomique de la commune.

Section 1. Caractéristique de la commune d'Akbou**1.1. Historique ; situation géographique et découpage administratif :****1.1.1. Historique**

Akbou, à la confluence topographique et stratégique de la Soummam et de son affluent le Bousselam, fait partie du deuxième épicode de l'insurrection de 1871. Celle-ci commencée dans le Madjana, sous la direction du bachagha Muqrani, trouve un puissant relais à Seddouk, sous l'autorité de Shaykh al-haddad, alors le personnage le plus en vue de l'etârqa Rahmaniya en Algérie. En effet, Seddouk fait alors partie du commandement de Si ibn Ali Sharif, dont le rôle dans le déclenchement de l'insurrection reste controversé et jamais mis au clair avec netteté. En tout cas, avec les premières opérations, il se réfugie dans son bordj.

Les troupes Françaises mènent une répression impitoyable. Les terres les plus fertiles de la vallée de la Soummam sont séquestrées et vouées à la colonisation. C'est ainsi que s'élève bientôt un centre de colonisation qui prend le nom de Metz, pour accueillir des colons, dont certains viennent d'Alsace-Lorraine. Il s'agit de recréer en terre algérienne, ici en kabylie, entendue au sens large, l'Alsace-Lorraine perdue au profit des allemands. Pour asphyxier le deuxième foyer de l'insurrection, les Français détruisent de facto le bachagha de Chellata et établissent en lieu et place une commune mixte, regroupant les centres de colonisation créés et les communes indigènes, formées sur la base des douars kabyles définis et créés ex-nihilo par le sénatus-consulte de Napoléon III.

Akbou est alors érigée en chef-lieu de la commune-mixte, qui prend son nom. C'est à partir de cette date qu'Akbou, prend une importance réelle. Akbou dirige désormais la haute-Soummam. Les Français privilégient la plaine fluviale pour y attirer les populations et contrôler les montagnes environnantes.

La population totale comptait alors 998 habitants dont 306 Français d'origine européenne, 36 étrangers et 646 indigènes qui cultivaient 1212 ha de la superficie disponible du centre. En 1936, la population du chef-lieu d'Akbou comprenait 3498 dont 389 français d'origine européenne, 2973 kabyles de statut indigène et 75 kabyles de citoyenneté française¹.

¹ Historique d'AKBOU 2008

1.1.2. Situation géographique et découpage administratif

La commune d'Akbou se situe dans la vallée de la Soummam sur les flancs de la chaîne de montagne du Djurdjura à une altitude de 280 m (la ville d'Akbou). Second pôle économique et urbain de la wilaya de Bejaia, elle est située dans le Nord-ouest de la wilaya de Bejaia, à environ 70 km du chef lieu de la wilaya et à près de 200 km à l'Est de la capitale. Avec une superficie de 52.18km² ; et elle est limitée comme suit (voir annexe 01)

- Au Nord : Par la commune de Chellata ;
- Au Sud : Par les communes d'Ait Rzine et Amalou ;
- A l'Est : Par la commune d'Ouzellaguen ;
- A l'Ouest : Par les communes Ighrem et Tazmalt ;

La commune d'Akbou comprenant deux zones distinctes :

- **Le périmètre urbain** : formé du plateau d'Akbou, de Tifrit et d'Arafou.
- **La périphérie** : formée des villages colonel Amirouche (ex-Riquet), de l'Azibet de la plaine d'Azaghar qui en plus de la zone éparse, constituent le reste de la commune.

1.2. Climat et relief

1.2.1. Relief

Du point de vue physique, le territoire est fortement accidenté, en effet :

- Les communes d'Ighram et de Chellata sont des régions à 100% montagneuses, avec des sols à composantes variantes et des pentes fortes car situées sur la chaîne de montagne qui traverse le nord de notre pays.
- La commune de Tamokraà les mêmes caractéristiques que les communes d'Ighram et Chellata, à la différence cette fois-ci qu'elle est située sur la chaîne de montagne qui sépare le nord du pays au Sahara.
- La commune d'Akbou bien qu'elle soit aussi traversée par des contreforts, (Sidi Ali notamment à la limite avec Chellata) comprend une vaste partie de la plaine de la vallée de la Sommam, qu'est une région à forte potentialité agricole.²

1.2.2. Climat

² ABDELLI Aissa, « Essai sur le développement local de la daïra d'Akbou », page 1

À l'instar du nord du pays, la région d'Akbou se caractérise par un climat méditerranéen chaud et sec en été, froid et humide en hiver. On note ici, que les précipitations comme les températures sont fort inégalement réparties durant l'année. Les précipitations connaissent leur summum en décembre et janvier avec environ 70 m. Tandis que la température connaît son plus bas niveau (environ 5°C le jour et près de 0°C la nuit). La situation est inversée en été. En effet, les précipitations parfois nulles n'empêchent pas la T° de frôler les 45° c par moments. La situation pluviométrique ne varie pas ainsi la région d'étude se trouve d'écoper en deux zones contrôlées ; l'une à Tifrit (600m d'altitude) et l'autre Sidi Ali (120m d'altitude).

1.3.Hydrographie

Le territoire de la commune d'Akbou possède d'importantes potentialités hydriques, notamment celles des nappes alluviales et des apports pluviométriques. L'alimentation en eau potable de la population est réalisée dans une large mesure grâce à une station de pompage alimentant 10 forages réalisés en totalité sur la plaine de la rive gauche de l'Oued Soummam.

Par contre pour l'agglomération de Tifrit, Tiharkathine l'alimentation se fait par l'adduction gravitaire à partir des sources du lieu-dit Boukriche.

De ce fait, la commune dispose d'un réseau important d'AEP qui se définit comme suit :

Adduction à partir de sources et refoulement à partir des forages par le biais des canalisations en acier noir de différents diamètres (Ø138 mm à Ø 250 mm) sur un linéaire total de 21.500,00 ml. Le réseau de distribution se compose d'une canalisation générale aux diamètres différents allant de Ø 20/27 mm à Ø 250 mm sur un linéaire de 105.650 ml. La capacité totale des réservoirs est de l'ordre de 6300 m³. La réalisation de 02 réservoirs de 2x3000 m³ au lieu-dit Bouzerouel, pour l'alimentation en eau à partir du barrage TICHY-HAF devra renforcer et régler le problème d'alimentation en eau de boisson de la ville d'Akbou sur le moyen et le long terme.

Les stations de reprise sont au nombre de 03 avec une capacité de 50 m³ chacune « STR, Arafou, IghilMedjbar et laazib ».

La gestion de l'eau, l'une des premières ressources financières de la commune est assurée en régie directe de la collectivité. La régie des eaux, forte de ses moyens humains (96 agents) et matériels, assure la perception des redevances liées à la consommation. La maintenance des réseaux prend en charge les nouveaux branchements s'ajoutant aux 10300 concessions

existantes, grâce à la brigade technique de l'atelier de plomberie. La commune se fixe désormais comme objectif l'extension de ses réseaux pour couvrir et alimenter en eau l'ensemble de ses administrés.

Il est à signaler l'existence d'un bureau d'hygiène qui assure le traitement et le contrôle des points d'eau. En dépit de la rigueur accordée à l'organisation de la distribution, du suivi et du contrôle de cette précieuse denrée, un taux assez important de fuites est enregistré en raison, notamment, de la vétusté des réseaux que le temps et l'usage ont saturés, comme c'est le cas pour l'ancienne ville, chef-lieu de commune. Le réseau en amiant-ciment date de l'ère coloniale. En vue de répondre aux aspirations de la population, la commune a réussi à bénéficier de plusieurs opérations, retenues dans le cadre des plans communaux de développement « PCD ».

Par ailleurs, dans le cadre sectoriel décentralisé « PSD » une conduite, de 700 mm Ø, à partir du barrage TICHY –HAF et la réalisation des réservoirs 2x 3000 m³ à Bouzerouel viendront renforcer la couverture hydraulique du centre urbain de la commune.

▪ **Les infrastructures hydrauliques au 31/12/2015**

Tableau N°01. Les infrastructures hydrauliques

Commune	Forages existants		Forages exploités		Puits M ³ /J	Source M ³ /J	Réservoirs		Châteaux d'eau	
	Nbre	DEBIT L/S	Nbre	Vol.Expl M ³ /J			Nbre	Capa.M ³	Nbre	CapaM ³
T. Daira	28	645	11	5 846	1 800	2 742	54	13 490	0	0

Source : annuaire statistique de Bejaia 2015

Section 2. Situation démographique

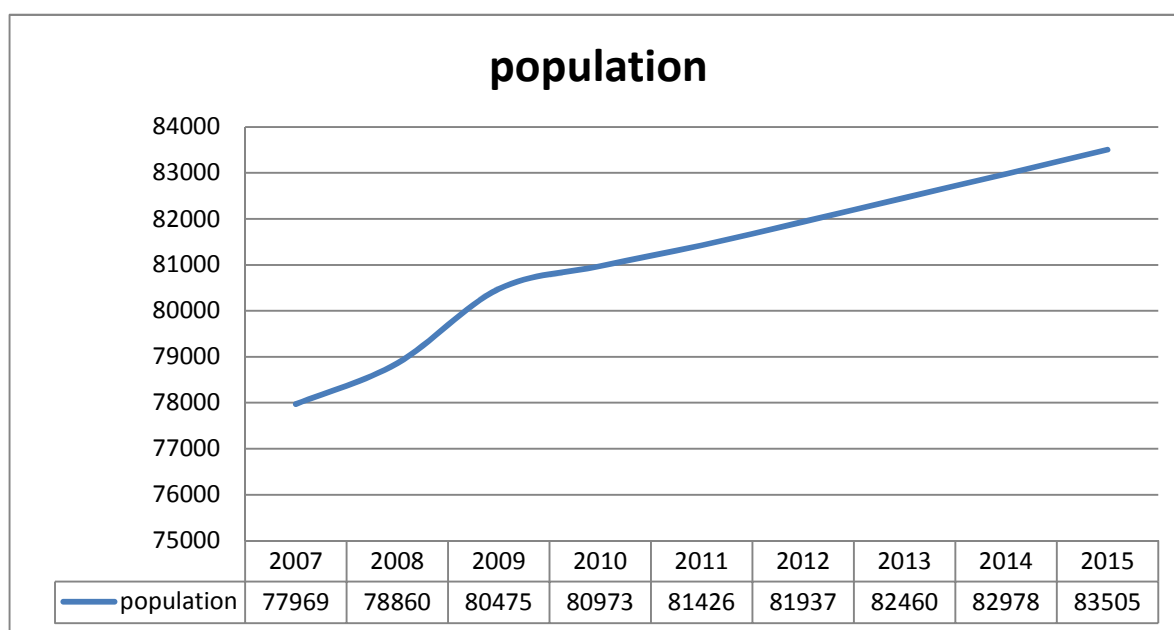
2.1. L'évolution de la population

La daïra d'Akbou est la plus peuplée dans la willaya après celle de Bejaia avec une population estimée aux 31/12/2015 à 83505 habitants contre 207400 pour Bejaia et 959100 habitants pour toute la willaya.

La population de la commune d'Akboua connue une hausse de 6081 habitants entre 1998 et 2008 et un taux d'accroissement annuel moyen de 0.8 d'après l'état civil. Ce peuplement s'explique par l'exode rural à la recherche des meilleures conditions de vie (l'éducation ; la santé ; l'emploi...).

- De 2008 à 2015 une hausse de 4645 habitants ; ce qui nous mène à conclure que la hausse en 1998 à 2008 est plus importante que celle enregistrée entre 2008 à 2015 qui s'explique par la diminution du taux de natalité.

Figure N°01. Evolution de la population



Source: élaboré par nous même à partir D.P.A.T

Dans le tableau en dessous on va présenter l'évolution de la population par communes de 1998 à 2008.

Tableau N°02. Evolution de la population par communes

Communes	Pop. fin 2015	Taux de A.A.M % 1998-2008	Evolution Pop 1998-2008	2008 RGPH	1998 RGPH

Akbou	56 000	1,74	8 428	53 282	44 854
Chellata	10 270	0,13	122	9 770	9 648
Tamokra	4 220	-2,48	-1 145	4 015	5 160
Ighram	13 015	-1,01	-1 324	12 387	13 711
Total daïra	83 505	0,80	6 081	79 454	73 373

Source : annuaire statistique de la wilaya de Bejaia, DPAT 2015

2.2. Répartition de la population d'Akbou selon la dispersion géographique

Nous allons présenter les statistiques de l'évolution démographique selon la dispersion géographique de la commune d'Akbou.

Tableau N°0 3. L'évolution de la population selon la dispersion géographique

ANNEES	Z.E	Z.E %	A.S	A.S %	A.C.L	A.C.L %
2008	1219	1.54%	24580	31.17%	53062	67.29%
2010	1509	1.86%	25814	31.88%	53650	66.26%
2012	1527	1.86%	26121	31.88%	54289	66.26%
2015	1 575	1.88%	26 620	31.88%	55 310	66.24%

Source : élaboré par nous-même d'après l'annuaire statistique 2015(DPAT)

A.C.L: Agglomération Chef-lieu - A.S : Agglomérations Secondaires - ZE : Zone Eparses

De ce tableau on constate une évolution qui montre que durant la période observée la grande partie de la population se concentre dans la zone chef-lieu avec un taux qui varie de 67.29% à 66.24%, on remarque une diminution de 1.05% entre 2008 et 2015.

Par rapport à l'agglomération secondaire on remarque une croissance de la dispersion de (31.17% à 31.88%). Puis dans la zone éparses onregistre une faible concentration qui varie de 1.55% à 1.88%. D'après cette analyse, une stagnation dans la dispersion géographique de la population de 2010 à 2015, ce qui nous conduit à dire, qu'il ya un exode interne des populations des agglomérations secondaire vers les agglomérations chefs-lieux.

2.3. Répartition de la population de la commune d'Akbou par sexe

Tableau N°04. L'évolution de la population de la commune d'Akbou par sexe

Années sexe	Homme	Homme%	Femme	Femme %
2007	39600	50.79%	38369	49.21%
2010	40919	50.53%	40053	49.47%
2013	41671	50.53%	40789	49.47%

2015	42205	50.54%	41300	49.46%
------	-------	--------	-------	--------

Source:Elaboré par nous même à partir des annuaires statistiques.

Ce tableau montre que la population de la commune d'Akbou durant la période d'observation 2007-2015 enregistre des parités de genre très stable et quasi équilibré avec une très légère supériorité du genre masculin.

2.4.La structure de la population d'Akbou par âge

La commune d'Akbou est connue par sa forte population, d'après les informations de la D.P.A.T,on a élaboréun tableau dans lequel, on expose l'évolution démographique de la commune par âge.

Tableau N°05.L'évolution de la population par âges

Années Age	Moins de 6 ans	Moins 6 ans%	6-15 ans	6-15ans %	16-59 ans	16-59 ans %	Plus de 60ans	Plus de 60ans%
2012	7917	9.66%	54006	65.91%	12934	15.79%	7080	8.64%
2013	7127	8.66%	13016	15.78%	54349	65.9%	7969	9.66%
2014	7171	8.66%	13098	15.78%	54691	65.9%	8018	9.66%

Source:Elaboré par nous même d'après la DPS W.Bejaia

De ce tableau on constate, que la population en âge de scolarisation (6-15ans)et celle en âge de travailler (16-59ans) est les plus dominantes dans la pyramide des âges.Avec un pourcentage qui varie entre (15.78% et 65.9%) ceci nous amène à penser que les infrastructures de base subissent une forte pression et du coup, il crée de grand besoin en matière de réalisation. Ce qui concerne la population on âge de travailler a enregistré un taux de croissance remarquable de 50.11% ce qui crée une forte demande d'emplois.

Selon les statistiques de la Wilaya.On remarque un taux de natalité décroissant de 1% et un taux de vieillesse croissant de 1.02%,ce qui peut engendrer une modification dans la politique de développement à moyen et à long terme.On n'a pas pu avoir les statistiques récentes sauf celle du RGPH.(Voire annexe 02)

Section 3 .Environnement socio-économique de la commune d'Akbou

3.1. L'emploi

L'activité économique dans la commune d'Akbou s'élargit de plus en plus en créant un nombre important d'emplois.

3.1.1. Population active

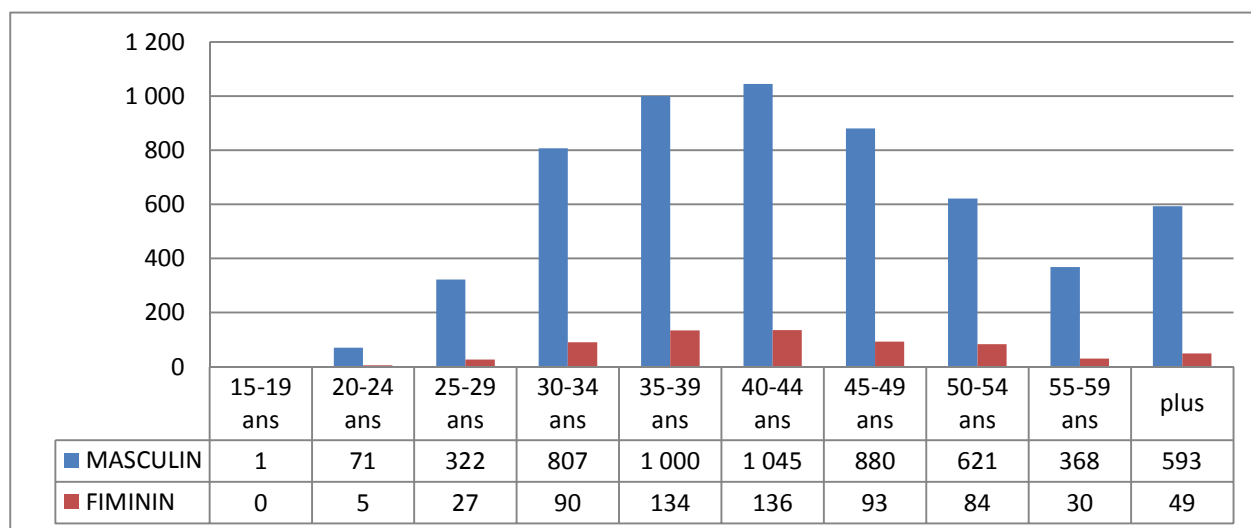
Nous n'avons pas pu avoir des statistiques récentes sur la population active, cependant nous disposons de quelques données du RGPH 2008. La population active de la commune d'Akbou est de 26048 personnes soit 8.51 % de celle de la wilaya, le taux d'activité est de 42.5% inférieure à celui de la wilaya de 0.8%.

3.1.2. Population occupée

La population occupée dans la commune d'Akbou, on trouve celle affiliée à la CNAS dans la daïra d'Akbou aux 26/03/2017 qui est de 56000 personnes dont 31388 assurés actifs et 24612 assurés inactifs. Donc la population occupée représente 49.11% de la population totale, ce qui représente un taux élevé qui s'explique par la dynamique économique de la commune.

- La population occupée par tranche d'âge et sexe

Figure N°02. Population occupée par tranche d'âge et sexe

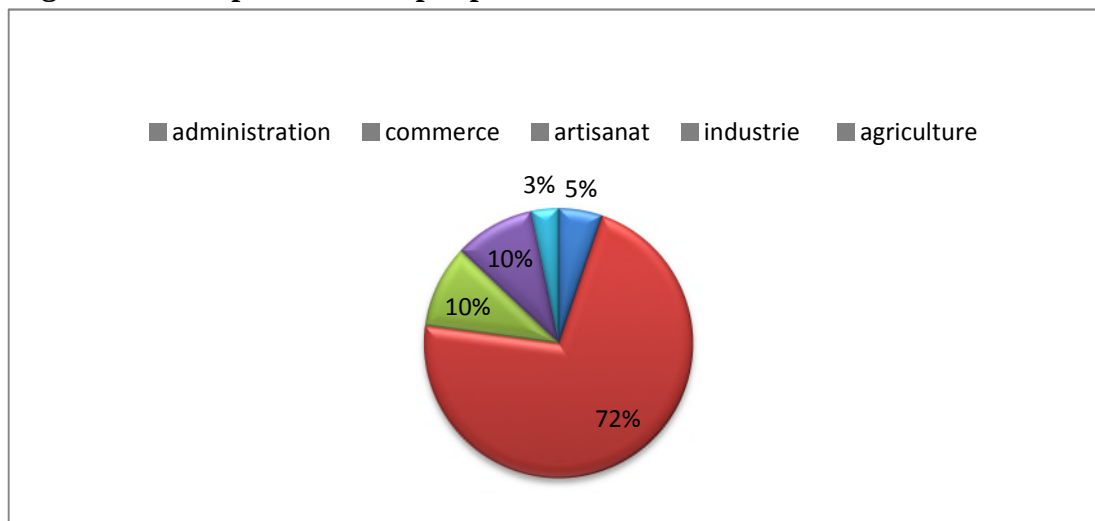


Source : élaboré par nous même selon la CASNOS (R.G.P.H 2008)

On remarque d'après le schéma-ci dessus que les hommes représentent la part la plus importante de la population active par rapport à celle des femmes dans la commune d'Akbou.

- La population occupée par secteurs d'activité

D'après les statistiques de la CNAS d'Akbou et la CASNOS de la wilaya de Bejaia, on a réalisé la figure suivante. (Voir Annexe N°03 et 04).

Figure N°03. Population occupée par secteurs d'activité

Source : élaboré par nous même à partir des données de la CASNOS

D'après le schéma, le secteur le plus dominant dans la commune d'Akbou est celui du commerce avec un taux de 71.84%, suivie du secteur de l'artisanat et l'industrie avec des taux respectivement de 9.92%, 9.69%. Vient ensuite, le secteur de l'administration avec un taux de 5.26% et en dernier le secteur de l'agriculture avec un taux de 3.3%.

– L'interprétation des résultats

La vocation première de la commune d'Akbou est commerciale qui s'explique par une forte croissance démographique, donc les gens préfèrent investir dans ce secteur au détriment des autres secteurs ex : alimentation générale, cafétérias, grossiste ... L'artisanat est l'un des secteurs les plus dynamiques dans la commune, il contribue à la création d'emplois (comme, la plomberie, la couture, les gâteaux) ...

Ensuite, le secteur agricole est marginalisé malgré les potentialités énormes de la commune. En effet la surface agricole utile est estimée à 3456 ha (2006), soit 66% de la surface totale de la commune (5218 ha), le reste des terres est sous forme de pacage et parcours, terres improductives des exploitations, superficies forestières et terres improductives non affecté à l'agriculture.

Au moment où l'agriculture se marginalise, l'industrie prend son essor dans la commune d'Akbou en particulier ces dernières années. Elle est dotée d'une zone industrielle et d'une zone d'activité (TAHARACHT). Ces zones accueillent des unités industrielles opérant dans des secteurs divers. La zone industrielle est la plus ancienne, et a connu l'implantation des grandes unités durant les années 70 grâce auxquelles la population

à pu accéder aux emplois. Il s'agit de l'Algérienne des cotonnades et velours (ALCOVEL), de manufacture, chaussure Soummam (MAC Soummam), BIT COMPPANY et de SONARIC.

3.1.3. Situation de la demande et placement d'emploi exprimée par agence et par sexe.

On va présenter dans le tableau en dessous la situation de l'emploi dans la commune d'Akbou enregistré durant l'année 2015.

Tableau N°06. Situation de la demande et placement d'emploi par agence et par sexe

Agence	Demande d'emploi enregistrée durant l'année 2015				Demande d'emploi placée durant l'année 2015			
	Masculin	Féminin	Total	Jeunes 16/24ans	Masculin	Féminin	Total	Jeunes 16/24ans
Akbou	9 240	3 379	12619	2 555	4 785	895	5 680	1 038

Source: AWEM 2015

On remarque d'après ce tableau que la part des placements femmes est faible par rapport à celle des hommes. À la base de notre analyse, le taux enregistré non placé est de 55% ce qui représente plus que la moitié du totale des demandeurs d'emplois.

3.2. L'éducation dans la commune d'Akbou

L'éducation est un facteur très important dans le développement de la commune dans tous les côtés. Dans la commune, la moitié de la population est scolarisée, ce qu'on va démontrer dans les tableaux en dessous :

Tableau N°07. Enseignement primaire

Communes	Nbre d'élèves		Nbre d'enseignants		Nbre d'établissement classé utiles en fonction
	Total	Filles	Total	Femmes	
Akbou	5246	2557	235	133	23
Chellata	620	294	41	22	8
Tamokra	383	175	35	21	7
Ighram	1064	505	61	35	10
Total daïra	7313	3531	372	211	48

Source : annuaire statistique 2015

Tableau N°08. Enseignement moyen

Communes	Nbre d'établissement en fonction	Capacité	Nbre divisions pédag	Nbre d'élèves		Nbre d'enseignants	
				Total	Filles	total	Femmes
Akbou	8	7000	142	3824	1894	277	176
Chellata	2	1440	19	372	184	39	23
Tamokra	1	520	13	284	123	27	16
Ighram	2	1820	35	780	368	68	49
Total daïra	13	10780	209	5260	2569	411	264

Source : annuaire statistique 2015

Tableau N°09. Enseignement secondaire

Communes	Nbre d'établissement en fonction	Capacité	Nbre divisions pédag	Nbre d'élèves		Nbre d'enseignants	
				Total	Filles	total	Femmes
Akbou	4	4080	116	3369	1909	262	164
Chellata	0	0	0	0	0	0	0
Tamokra	0	0	0	0	0	0	0
Ighram	0	0	0	0	0	0	0
Total daïra	4	4080	116	3369	1909	262	164

Source : annuaire statistique 2015

La lecture de ces tableaux appelle commentaires suivants :

- On constate que le taux relatif à la population scolarisée est acceptable car ils représentent 19.09% de la population totale.
 - On remarque que la commune d'Akbou dispose d'un nombre important d'équipements scolaires qui sont situés en chef-lieu.
 - Malgré le taux élevé des personnes en âge de scolarisation, la commune ne dispose que de 4 lycées qui se localisent en chef-lieu. Ce dernier est l'un des points négatifs qui menace l'éducation dans la commune.
 - Dans le domaine de la formation professionnelle, il existe deux établissements de formation publique à Sidi Ali dont les offres couvrent plusieurs branches. Ces données montrent que la commune d'Akbou est pauvre en centre de formation malgré sa forte croissance économique et démographique.
- Dans le tableau en dessous on va présenter le taux de scolarisation dans les différentes communes d'Akbou.

Tableau N°10. Taux de scolarisation des 6 ans, 6-15 ans, 16-19 ans par communes

Communes	Taux de scolarisation des 6 ans	Taux de scolarisation des 6-15ans	Taux de scolarisation des 16-19 ans
Akbou	98.2%	95.91%	55.6%
Chellata	97.93%	93.73%	45.84%
Tamokra	96.92%	93.73%	53.16%
Ighram	98.04%	92.8%	54.91%

- Source : annuaire statistique 2015

D'après le tableau on remarque que le taux de scolarisation dans les deux catégories (des 6ans et de 06-15 ans) est plus important que ceux enregistré dans la troisième catégorie (des 16-19 ans) qui s'explique par le manque d'établissement secondaire.

3.3. Les infrastructures et la télécommunication de la commune

3.3.1. Education

Connaissant l'importance du pré scolarité dans le cursus éducatif de l'enfant, la commune a réalisé sur ses fonds propres une crèche communale, avec piscine d'une capacité d'accueil de 180 enfants, 03établissements privés du même genre s'ajoutent à la crèche. Concernant les infrastructures éducatives, la commune d'Akbou dispose de :

- Vingt-deuxétablissements d'enseignement 1^{er} et 2^{ème} cycles « primaires » dont 11 situés au chef-lieu de la commune. Ces derniers totalisent 195 classes dont 166 réservées aux cours, 06 aux fins d'administration .Le nombre d'élèves accueillis dans ces établissements s'élève à 7709 l'encadrement compté 280 enseignants.
- Six établissements d'enseignement 3^{ème} cycle « CEM » d'une capacité de 4380 élèves dont 03 implantés au chef-lieu. Ils disposent d'un total de 96 classes dont 94 sont réservées à l'enseignement. Le nombre d'élèves accueillis dans ces établissements s'élève à 4109, l'encadrement est estimé à 176 enseignants.
- Deux lycées et 01 Technicum disposant de 78 classes. Le nombre d'élèves accueillis dans ces établissements s'élève à 3301, encadrés par 171 enseignants.

La commune dispose de 10 cantines scolaires, fonctionnelles au niveau des écoles du 1er et 2ème palier.

La formation est l'une d'importantes préoccupations de la collectivité, visant la maîtrise de la technologie de pointe, aux fins d'un développement global de la région. Pour atteindre

certaines objectifs, la commune a identifié les besoins futurs en équipements et infrastructures, qui tiennent compte de l'accroissement de la population à scolariser.

La commune d'Akbou, dispose de deux « 02 » centres de formations professionnelles et d'apprentissage ; les deux se trouvent à Sidi Ali. Ils offrent une formation dans les différentes spécialités pour un nombre assez important de stagiaires. Sept écoles de formation professionnelle, agréée par l'Etat viennent renforcer le secteur public.

3.3.2. Santé

La commune d'Akbou dispose d'une infrastructure diversifiée (02 hôpitaux- 01 centre de santé- 04 salles de soins). Il est projeté de renforcer ce secteur par des équipements lourds, afin d'assurer les soins généraux et spécialisés pour les populations locales, sachant que celui-ci est à caractère régional.

La situation actuelle se présente comme suit :

- 01 centre de santé avec P.M.I ;
- 01 Polyclinique Urbaine avec consultations de médecine générale et spécialisée, Maison du Diabétique ;
- 04 salles de soins situées à l'Azib – Tifrit- Riquet et Guendouza ;
- 01 clinique O.R.L « privée en cours de réalisation à Sidi Ali » ;
- 02 cliniques privées de gynécologie obstétrique ;
- 01 clinique privée d'ophtalmologie avec soin ambulatoire est en cours de création ;
- 01 point de transfusion sanguine incorporant un centre de dépistage anonyme et gratuit (C.D.A.G) dans le cadre du dépistage passif du Sida/IST ;

Tableau N° 11. Autres unités de santé

Désignation	Nombre	Observation
Cabinets médicaux	25	Médecins généralistes
Cabinets médicaux	16	Médecins spécialistes
Cabinets dentaires	11	
Pharmaciens	12	Dont 08 privés

Source : Historique akbou (Etat civil) 2008

Akbou est doté d'un Bureau d'hygiène communal (BHC), chargée de la prévention générale, de l'étude de l'hygiène, de la salubrité publique et des propositions d'un ensemble

de recommandations spécifiques à la réalisation et au maintien de l'hygiène de tous types d'établissements et autres lieux recevant le public. Il veille aussi à la mise en œuvre de tous les programmes de protection et de formation de la santé publique, particulièrement en matière de lutte contre les maladies transmissibles « notamment hydriques ».

3.3.3. Culture

Pour les infrastructures de culte, la commune dispose de neuf (09) mosquées, dont la capacité d'accueil est de deux mille (2000) places et d'une école coranique de cinquante (50) places. La commune d'Akbou met à la disposition de sa population juvénile, estimée à 25000 jeunes (50% de la population totale), toute une panoplie d'infrastructures sportives et culturelles, tels que salle de sport, aires de jeux, stade, complexe omnisports.

3.3.5. Télécommunication

Ce qui concerne la télécommunication, Akbou dispose d'une recette postale principale à laquelle sont rattachées d'autres agences implantées dans la périphérie. La ville d'Akbou bénéficie d'un réseau téléphonique national souterrain et équipé d'une centrale téléphonique d'une capacité de 5000 lignes. La commune est traversée par deux lignes électriques HT de 220 KW et 60 KW elle est alimentée par une ligne électrique HT de 30 KW, Signalant que la ville d'Akbou est dotée de deux réseaux d'éclairage public urbain et rural. La commune a programmé la réalisation de nouveaux réseaux compte tenu de la forte demande des usagers.

3.4. Agriculture

Dans le secteur agricole, Akbou est une région à vocation essentiellement oléicole. L'agriculture se localise dans un secteur, généralement situé hors zone urbaine. Le figuier y occupe aussi une place privilégiée, d'où la prédominance de l'arboriculture dans la région. La situation chiffrée dans le secteur de l'agriculture se résume comme suit :

- Superficie totale 5218 Ha, dont 3431Ha en surface agricole utile (S.A.U) ;
- Superficie irriguée : 551 Ha ;
- Superficie plant : 2290 Ha ;

A la Production végétale, importante, s'ajoute la production animale.

Il est à préciser que toutes les conditions nécessaires sont réunies pour favoriser l'attraction des opérateurs économiques, les investisseurs économiques trouvent à Akbou tous les partenaires industriels et services administratifs dont ils ont besoin.

Tableau N°12. Les sièges de toutes les administrations et services

Administration/services	Qualité / mission
APC	Collectivité locale
Daïra	Administration locale
Banques : -BADR BANK	Financement
-CPA (Crédit Populaire Algérien)	//
CNASAT	Partenaire social
OPGI	Gestion immobilière
Agence foncière	Gestion portefeuille financier
S.A.A	Assurance tout risque
Assurance agricole	
Inspection des impôts (directs et indirects)	Fiscalité
Recette P.T.T	Gestion P.T.T
Protection civile	Intervention plan ORSEC
Hôpital	Santé, prévention
Hydraulique	
Agriculture	
Tribunal	
Ponts et chaussées	
SUCH	
Inspection de l'éducation	
ONAAPH	Appareillage pour handicapés
Centrale téléphonique	
Sûreté de Daïra	Sécurité
Office du Tourisme et de la Culture	Promotion du tourisme
Agence Air Algérie.	
Service des domaines	

Source : Historique Akbou(Etat civil) 2008

3.5. L'industrie dans la commune d'Akbou

La commune d'Akbou joue un rôle économique dans la région par sa densité et son tissu industriel, sa réputation qui a largement dépassé les frontières nationales, s'est construite autour d'une ZAC de 50 entreprises dynamiques qui s'étend sur de 50 ha. En perpétuelle extension par sa cadence accélérée, cette Silicone Valley version locale est en voie de

s'enrichir d'un terrain de 80 h qui la fera passer au stade de zone industrielle, tout en lui permettant de répondre à la très forte demande d'investisseurs, qui exprimé le désir de s'y installer.

Comme il faut ajouter deux gros marchés. Le premier est un marché de gros de fruits et légumes classé troisième au niveau national. Le deuxième est un marché de véhicules de dimension plus que respectable et qui affiche une moyenne de 5000 véhicules chaque vendredi.

Le secteur bancaire n'est pas en reste. Il est présent avec quatre grosses cylindrées nationales que sont le CPA, la BADAR, la BDL et la CNEP ainsi que quatre banques étrangères; La société générale, Natixis Banque, AGBet BNP Paribas.

La P.M.I est représentée dans le secteur public par trois entreprises de réalisation et de fabrication. Le dynamisme de cette enclave économique a fait oublier qu'Akbou dispose déjà d'une zone industrielle avec de grandes entreprises étatiques qui sont : ALCOVAL (fabrication de velours), MACSOUM (fabrication de chaussures) et SONARIC (fabrication des cuisines collectives), ces trois entreprises emploient à elles seules 1715 emplois permanents, représentant 23,57% des occupés de la commune.

Quant au secteur privé il se manifeste par un nombre important d'unités intervenant essentiellement dans la fabrication des matériaux de construction et dans l'industrie agro-alimentaire. On note aussi que d'importantes unités à caractère industriel et artisanal sont actuellement achevées et en phase de production.

Tableau N° 13. Répartition par secteurs d'activités « zactaharachtAkbou »

N°	Secteur	Nombre d'unités	Nombre d'emplois	Taux « % »
01	Agro alimentaire	20	1359	48,78
02	Bois et papier	2	40	4,88
03	Matériaux de constructions	2	119	4,88
04	Textile	2	40	4,88
05	Chimie plastique	5	182	12,20
06	Agriculture et pêche	2	40	4,88
07	Transport	2	19	4,88
08	Hôtellerie restauration	1	10	2,44

09	Divers	5	150	12,20
	Total	41	1959	100,00

Source : Historique Akbou (Etat civil) 2008

Tableau N°14.Situation des zones industrielles et d'activité

Communes	zones industrielles		Zone d'activité	
	Superficie totale (ha)	Superficie Cessible	Superficie totale (ha)	Superficie Cessible
Akbou	40,55	38,18	47,40	34,33

Source : Annuaire statistique 2015.

3.6. L'industrie hors zones (activité et industrielle)

Nous avons effectué une étude sur l'activité économique hors zone, ce choix est expliqué par un nombre d'entreprise remarquable dans les différents quartiers à savoir : ARAFOU, GUENDOUZA, AZAGHAR, BOUZAROUAL.

Tableau N°15.Les entreprise hors zones (activité et industrielle)

N°	Nom de l'entreprise	Activité	Nbr d'emploi	Date de départ
01	SARL CONFESSERIEZ DE LA VALLEE	chewing-gum;Chalabi	9	2007
02	SARL BEN TIZI	Menuiserie générale de bois	2	2006
03	ETS BELLILI	Finition Bâtiments	10	2006
04	EURL PRIMOC	promotionimmobilier	12	2009
05	SARL EXTRA METAL	Fabrication tube	30	2016
		importation tube		2004
06	EURL ALLOUL	Vent détail dumatériel de construction	7	2008
07	ETS AFRI CARTON	Transformation carton ondulé	5	2015
08	EURL IMADACHE	Charpente et coffrage métallique	200	2009
09	EURL CVS	Contrôle de véhicule Sommam	12	2003
10	EPE SPA SOMACOB			

11	EVIMAC	godron	400	1997
12	SARL IFRAN	production d'eau	entre 40-45	2010
13	SARL SABLIERE BOUZAROUAL	Sable	20	1998
14	SARL HYUNDAI (AUTO-TIDJA)	vent et maintenance	12	2014
15	SARL AKBOU AUTO	Multi marque	158	2006
16	SARL VOLKAUTO « SOVAC »	Concessionnaire	19	2014
17	EURL RELLY METAL	Fbr de treillis soudés	43	2010
		fbr de Poutrelles-nappes		
18	EURL HOTEL ATLANTIS	Hôtel-Restaurant -Cafétérias	47	2015
19	SARL ITHRI BOISONS « OVITALE »	Production d'eau	60	2003
20	SARL NOMADE « AYRIS »	Production d'eau	49	1998
21	SARL LIMONADE « RODEO »	Les boissons	35	2005
22	ETS AKKOUCHE « CLEMENTINE »	Les boissons	22	2006
23	SARL REFLEXO PROMO	Société de promotion immobilière	3	2004
24	ETS ZIKIOU.M	Vers	4	1997
25	ETS MOKRIS	Production biscuiterie	8	2014

Source : Elaboré par nous même

Dans le but d'analyser les caractéristiques des entreprises enquêtées, on commence par la présentation de chaque quartier (Voir annexes 05)

3.6.1. ARAFOU

Le quartier d'Arafou est situé géographiquement au chef lieu. Il est vraiment difficile d'avoir des données sur chaque quartier sauf celle du RGPH 2008 et la constatation sur les lieux. Arafou est l'un des quartiers les plus confortables dans la commune d'akbou, il dispose

de toutes les commodités urbaines avec une démographie qui ne dépasse les 4142 personnes. Ces habitants disposent d'un centre de loisir, d'un nombre important de médecins privés et d'un centre de gendarmerie sans oublier la disponibilité des établissements scolaires.

Ce qui concerne les infrastructures :

- Nombre de constructions est de 679
- Nombre de logements habités est de 653 et ceux non habités est de 259, pour l'usage professionnel en trouve 226.

3.6.2. GUENDOUZA

Le quartier de Guendouza est situé au chef lieu limité au nord par la route N°26, au sud par la voie ferroviaire à l'est par la gare ferroviaire et en fin à l'ouest par le piton. Selon le RGPH 2008, ce dernier est considéré comme le deuxième quartier le plus peuplé de la commune d'Akbou avec 8937 personnes et 1206 constructions.

D'après notre observation sur les lieux, Guendouza dispose des infrastructures suivantes :

- 3 établissements scolaires (primaire, secondaire et lycée).
- Une grande mosquée et zaouïa.
- Un stade et une piscine.

En ce qui concerne la santé ce quartier a le privilège d'avoir une salle de soins et un nombre important de cabinets privés. En fin selon le RGPH en 2008, le nombre de logements habités est de 1368, de 367 inhabités et 417 de locaux à usage professionnel.

3.6.3. AZAGHAR

Le quartier de AZAGHAR est situé dans l'agglomération secondaire de la commune d'Akbou, limité au nord par la commune D'IGHRAM, au sud par OUED SAHEL au sud-est par le quartier de BOUZAROUAL Et au nord-est par OUED ILLOULA, en fin à l'ouest par l'agglomération secondaire AHT LAHDIR. D'après les statistiques obtenues par le RGPH 2008, la population globale du quartier d'AZAGHAR est de 2139 personnes.

Azaghar est une région à forte dynamique économique par le nombre important des concessionnaires de voitures et l'arrivée du nouvel hôtel ATLANTIS qui donne un coup d'éclat à la région. On trouve une faible urbanisation dans le quartier, le total des constructions est de 412 (forte présence de terre agricole fertile). Ce qui concerne le nombre de logements, on trouve un total de 451 réparti entre locaux à usage professionnel avec 114

logements, en deuxième lieu les logements habités est de 252, en dernier lieu il y a 199 logements inhabités.

3.6.4. BOUZAROUAL

D'après le plan récapitulatif de la commune, le quartier BOUZAROUAL est séparé en deux, une partie dans l'agglomération chef-lieu et une autre dans l'agglomération secondaire. Pour la limitation géographique au nord-est par L'Oued ILLOULA, au nord-ouest par l'agglomération secondaire AZAGHAR, au sud par OUED SAHEL, à l'est par le piton ; En fin à l'ouest par AZAGHAR.

L'économie de ce quartier est fleurissante par le nombre important des entreprises qui se sont localisées, parmi elles (SARL NOMADE, EVMAC, SOMACOB, EURL IMADACHE CONSTRUCTION, SABLIER BOUAROUAL...). Le quartier est peu construit avec un nombre de 168 logements.

Conclusion

On a essayé d'effectuer une étude complète sur les différents quartiers de la commune, malgré le manque de certaine information au niveau des administrations publiques. Akbou est une commune en pleine essor sur le plan démographique et économique. Dans le chapitre

suivant, nous analyserons les facteurs de localisation des entreprises implantées hors zone (dans les quartiers étudiés), en intégrant le rôle de ces dernières dans le développement de la commune d'Akbou.

Chapitre III

Résultat et analyse des données

Introduction

Notre étude porte sur la relation entreprise-territoire et les facteurs déterminants de la localisation hors zone. Notre étude de terrain se réalisera au niveau des quartiers où on a remarqué une localisation importante des activités économiques.

Ce chapitre est divisé en deux sections, la première section est consacrée à la présentation et le déroulement de l'enquête et la présentation du questionnaire, dans la deuxième section nous allons analyser les résultats de notre enquête.

Section 01. Présentation de l'enquête

1.1.Le déroulement de l'enquête de terrain

« Le travail de terrain sera envisagé ici comme l'observation des gens *in situ* : il s'agit de les rencontrer là où ils se trouvent, de rester en leur compagnie en jouant un rôle qui, acceptable pour eux, permette d'observer de près certains de leurs comportements et d'en donner une description qui soit utile pour les sciences sociales tout en ne faisant pas de tort à ceux que l'on observe. Même dans le cas le plus favorable, il n'est pas facile de trouver la démarche appropriée »¹

Le travail de terrain sera présenté sous forme d'une enquête, cette dernière est composée de plusieurs types et parmi celles-ci, nous avons utilisé l'enquête par questionnaire qui est un outil d'observation, de réflexion et de comparaison entre les différentes entreprises de notre échantillon.

Un questionnaire est une série de questions construites dans le but d'orienter et d'obtenir les informations nécessaires pour le déroulement de l'enquête. Les enquêtes combinent souvent deux formes de questionnaire, avec une dominante de questions fermées et quelques questions ouvertes, plus riches, mais aussi plus difficiles à traiter statistiquement.

1.2.L'objectif de l'enquête de terrain

L'étude effectuée sur le terrain vise essentiellement à démontrer les principales raisons qui poussent certaines entreprises de se localiser hors zone d'activités ou industrielles et l'influence qui peuvent procurer en matière de diffusion de développement au niveau local. L'étude vise également à :

- Déterminer les facteurs influençant l'implantation des entreprises dans la ville.

1.3.La présentation du questionnaire

Nous avons élaboré un questionnaire composé de quatre (4) section : identification et caractéristique de l'entreprise, relation entreprise-territoire, localisation et enfin développement local ; avec un nombre total de questions qui est de 31 questions. On retrouve dans ce dernier la majorité est des questions fermées (à choix multiples, à choix unique) et quelques questions ouvertes : (Annexe N°04).

¹HUGHES, E.C. 1996. "La place du travail de terrain dans les sciences sociales.", in *Le regard sociologique*, Paris: EHESS, p.267.

A. Les questions fermées

Une question fermée est une question d'un questionnaire pour laquelle la personne interrogée se voit proposée un choix parmi des réponses préétablies. Elle peut être à choix unique ou choix multiple. Les questions fermées facilitent le traitement des réponses, mais nécessitent une connaissance préalable permettant de proposer les réponses adéquates, sous peine de retrouver un grand nombre de réponses sous le choix « autres ».

A.1. Questions fermées à choix multiples

Une question fermée à choix multiples est une question au sein de laquelle l'individu interrogé peut choisir plusieurs réponses parmi l'ensemble des réponses proposées.

A.2. Questions fermées à choix unique

Deux réponses sont proposées au choix d'une, ce genre de question est bref et précis permet l'exploitation des résultats plus rapidement tout en la facilite. Cependant, les réponses sont canalisées et restreintes.

Dans les deux types de questions les modalités de réponse sont toujours imposées.

- Avantages

- Permet un « pré codage » donc une traduction immédiate sous forme d'un code numérique qui facilite le traitement informatique.
- Utile pour faire des comparaisons d'observations répétées.
- Fixe le sens de la réponse.

- Inconvénients

-Information commode mais réductrice et restrictive ! N'autorise pas de nuance.

- Ne permettent pas de connaître des informations pertinentes face au sujet parce qu'elles n'ont pas été demandées.

On trouve aussi des questions fermées qu'on appelle les questions dichotomiques qui ont pour avantage la simplicité de questionnement et de traitement statistique et pour inconvénients : la directivité, le choix limité.²

B. Les questions ouvertes

Pour ce type de question aucune contrainte de réponse n'est imposée. Elle donne des informations riches et diversifiées. Par contre c'est l'exploitation des résultats qui peut poser

²GRAWITZ.M, « Méthodologie des science sociales », Dalloz, 11^{ème} édition, France, 2001, p656

des problèmes. En effet, un traitement statistique se prête mal, le dépouillement peut s'avérer long et les interprétations ou généralisations peuvent devenir subjectives. Les questions ouvertes sont intéressantes pour des interrogations dont les contours sont mal définis, imprécis ou difficilement catégorisables. En ce qui concerne la présentation des parties de notre questionnaire et leurs objectifs sont énoncés dans ce qui suit :

✓ **La première partie « Identification et caractéristique de l'entreprise »**

Elle est constituée de 10 questions, dont une question à choix multiples, une autre fermée à choix unique et les huit questions restantes sont des questions ouvertes.

Comme nous l'avons présenté dans le titre cette partie est consacrée à la présentation de l'entreprise, ayant pour objectif de la définir sous ces différents angles : nom commercial, raison sociale, date de création, statut juridique, branche d'activité, son effectif, produits fabriqués et enfin l'étendue de son marché.

✓ **La deuxième partie « Relation entreprise-territoire »**

Elle est constituée de 5 questions dont deux fermées à choix multiples et les trois autres fermées à choix unique. Elle concerne le rôle que joue le territoire pour l'entreprise et vice-versa.

✓ **La troisième partie « Localisation »**

Elle est constituée de 6 questions dont une fermée à choix multiples et trois fermées à choix unique et les deux restantes sont des questions ouvertes. Cette partie est consacrée à la localisation qui a pour objectif principal de montrer les facteurs qui influencent la décision de localisation des entreprises hors zone.

✓ **La quatrième partie « Développement local »**

Elle est constituée de deux questions fermées à multiple choix et trois fermées à choix unique, les cinq autres sont des questions ouvertes. Dans cette partie on va essayer de démontrer la contribution des entreprises au développement local (DL) et le rôle que joue ce dernier dans le développement de l'entreprise.

1.4. La constitution de l'échantillon

Dans le but de répondre à notre problématique de départ, nous avons procédé à deux enquêtes sur le terrain. Dans la première, on a effectué une présentation monographique d'Akbou, qui passe par le recueil d'information auprès des différentes administrations et la deuxième, c'est le recensement des entreprises hors zone. Nous avons ciblé 25 entreprises dans différentes branches d'activités, le choix de ce nombre est dû au manque de moyens

financier, de transport et surtout manque de temps. Sur les 25 questionnaires nous avons pu avoir que 20 questionnaires utilisables.

1.5.L'administration du questionnaire

Une fois que l'étude monographique est terminée et le questionnaire établi, on adéterminé le mode à utiliser pour enquêtée, on a privilégié le « face à face » mais bien sur on a eu des refus de certaines entreprises qui préfèrent répondre sans notre présence. On ce qui concerne la 1^{ère} méthode elle consiste à rencontrer les chefs des entreprises, parmi ces avantages on trouve :

- Valeur ajoutée de l'enquêteur et utilisation de visuels ;
- Riche en information ;
- Permet de connaître les opinions des responsables ;
- Permet des discussions en profondeur ;

Contrairement à la 2^{ème} méthode, avec laquelle on a eu des réponses pauvres qui démontrent le renfermement de certaines entreprises.

1.6.La période de l'enquête

En ce qui concerne la collecte de données à duré du 05 février 2017 au 07 mai 2017. Comme nous l'avons cité au départ, notre enquête est divisée en deux tranches :

- la première du 05 février 2017 au 04 avril 2017, on la consacré a la présentation de la commune d'Akbou sur le plan historique, social, économique, hydraulique,...etc. pour disposer de ces réponses nous avons fait le tour des administrations commençant par la D.P.A.T, L'état civil, la CNAS, CASNOS, la W.E.M et la direction des impôts.
- la deuxième du 06 avril 2017 au 07 mai 2017, on a d'abord fait une enquête de terrain à la recherche des entreprises hors zone d'activités « TAHARACHTE » et la zone industrielle puis en a procédé à la distribution des questionnaires.

Durant cette enquête nous avons rencontré beaucoup de difficultés, au premier lieu le manque d'informations nécessaire où l'absence de la mise à jour, exemple pour la monographie, il ya un nombre d'informations qui date du R.G.P.H 2008 et le prochain sera en 2018 alors on n'a pas pu avoir des informations précises sur quelque points.

En deuxième lieu, le refus de réponses soit au niveau des entreprises ou administration publique.

En troisième lieu le manque de temps est l'un des facteurs les plus importants, car pour faire une bonne enquête de terrain on a besoin de beaucoup de temps à cause des différents déplacements qu'on effectue. En dernier lieu on trouve le manque des moyens financiers.

Section 02. L'analyse du questionnaire

2.1. Analyse de la première section du questionnaire « Identification et caractéristique de l'entreprises »

On commence notre analyse par la présentation générale des entreprises enquêtées, dans les différents secteurs d'activité qui se trouve hors zone.

2.1.1. Caractéristiques générales des entreprises enquêtées

Dans le tableau ci-dessous, nous avons cité les caractéristiques des entreprises (date de création, forme juridique, taille « effectif », branche d'activité, produits fabriqués et enfin l'appartenance à un groupe) enquêtées qui sera répartie par secteurs d'activité.

- Secteur agroalimentaire

Dans ce secteur on trouve 06 entreprises, ou 05 d'entre elle ce sont spécialisées dans la production d'eau minérale et boissons diverses et une seule dans la production biscuiterie.

Tableau N°16. Les caractéristiques des entreprises enquêtées, secteur agroalimentaire

Caractéristiques Entreprises	Date de création	Forme juridique	Taille effectif	Branche d'activité	Produits fabriqués	Appartenance à un groupe
Entreprise 01	2014	ETS	8	Production Biscuiterie	Gaufrettes	Non
Entreprise 02	2008	SARL	47	Production d'eau minérale et boissons diverses non alcoolisé	Production de bouteille d'eau 5L , 1.5 L ; 0.5 L et 0.33L	Oui
Entreprise 03	2005	SARL	23	Production de limonadier et boissons diverses non alcoolisé	Eau fruitée Soda	Non
Entreprise 04	2003	SARL	68	Production d'eau minérale et boissons diverses non alcoolisé	Production de bouteille d'eau 1.5 L ; 0.5 L et 0.33L Soda Jus	Non

Entreprise 05	2006	ETS	23	Production de jus et boissons diverses	Jus	Non
Entreprise 06	2006	SARL	51	Production d'eau minérale et boissons diverses non alcoolisé	Production de bouteille d'eau 1.5 L ; 0.5 L et 0.33L	Non

Source : Enquête Abboub& Nait yahia

▪ Secteur industriel

Dans ce secteur on a répertorié que 05 entreprises, trois d'entre elle son spécialisé dans l'industrie métallique et les deux autres, une dans la fabrication et l'installation des chambres froides et la dernière dans la production de goderont.

Tableau N°17. Les caractéristiques des entreprises enquêtées, secteur industriel

Caractéristiques	Date de création	Forme juridique	Taille effectif	Branche d'activité	Produits fabriqués	Appartenance a un groupe
Entreprises						
Entreprise 01	2009	EURL	218	Industrie métallique	Production de tout type de construction de métallique, et coffrage métallique.	Oui
Entreprise 02	2010	EURL	47	Industrie métallique	Treilles soudés Poutrelles Nappes	Non
Entreprise 03	2004	SARL	35	Industrie métallique	Production des tubes en aciers Transformations des métaux	Non
Entreprise 04	2013	SARL	6	Service de l'industrie alimentaire	Installation des chambres froides et la soudure industrielle	Oui
Entreprise 05	1984	SPA	100	industrie	Production de goderont et Prestation de service	Non

Source : Enquête Nait yahia&Abboub

- Concessionnaire de véhicule

Dans ce type d'activité on trouve des agents agréés qui sont des multimarques.

Tableau N°18. Les caractéristiques des entreprises enquêtées, concessionnaire de véhicule

Caractéristique	Date de création	Forme juridique	Taille (effectif)	Branche d'activité	Produits fabriqués	Appartenance à un groupe
Entreprises						
Entreprise 01	2008	SARL	120	Concessionnaire de véhicule	Vente de véhicule, service après vent	Oui
Entreprise 02	2014	SARL	24	Concessionnaire de véhicule	Vente automobile et service après vent	Non

Source : enquête Nait yahia& A bboub

- Secteur service

Dans ce secteur on trouve 07 entreprises qui offrent des services différents entre (promotion immobilière, hôtel, travaux bâtiments, entreprise de peinture...).

Tableau N°19. Les caractéristiques des entreprises enquêtées, secteur service

Caractéristiques	Date de création	Forme juridique	Taille (effectif)	Branche d'activité	Produits fabriqués	Appartenance à un groupe
Entreprises						
Entreprise 01	2003	EURL	5	Travaux Bâtiments	Prestation de service qui comprend la réalisation des travaux publique pour l'état et habitation pour le privé	Oui
Entreprise 02	2007	ETS	5	Détail de meubles	Prestation de service	Non

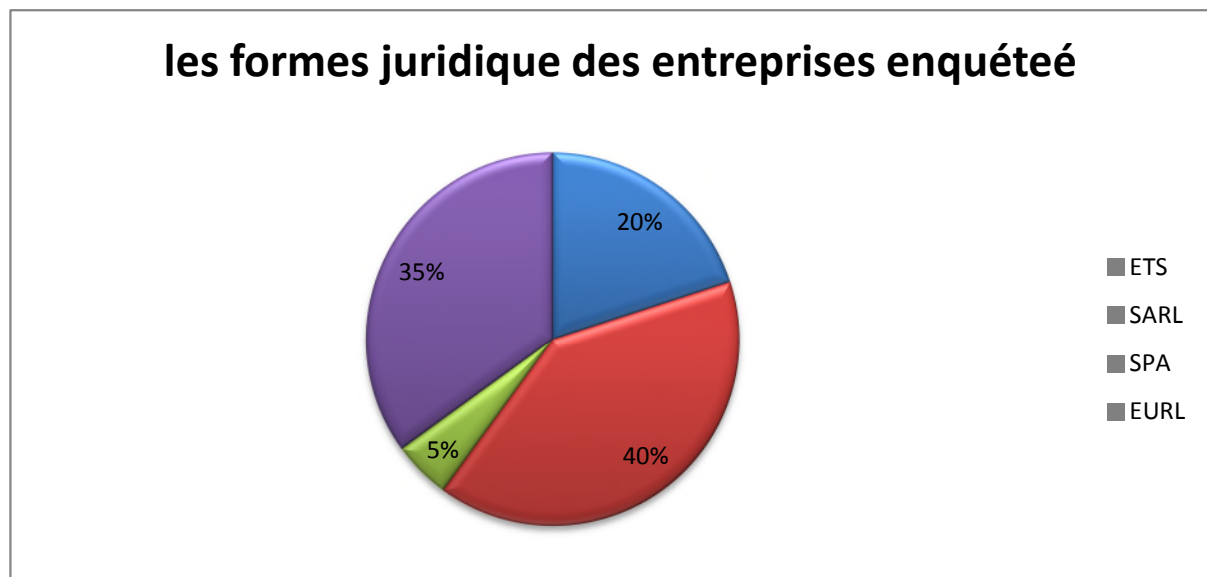
Entreprise 03	2016	EURL	5	Promotion immobilière	Construction bâtiments	Oui
Entreprise 04	2013	EURL	8	Entreprise de peinture et décoration	Prestation de service	Non
Entreprise 05	2013	EURL	10	Control technique automobile	Prestation de service	Oui
Entreprise 06	2012	EURL	47	Service Hôtel restaurant	Service hébergement, Restauration	Non
Entreprise 07	2001	ETS	9	Promotion immobilière	Prestation de service	Oui

Source : Enquête Abboub& Nait yahia

o La forme juridique des entreprises enquêtées

On va présenter dans la figure qui suit les différentes formes juridiques des entreprises enquêtées qui sont situées au niveau de la ville.

Figure N°03. Forme juridique



Source : élaborée par nous même

Remarque :

- D'après Les dates de création des entreprises enquêtées, on remarque qu'il ya une seule entreprise qui a été fondée en 1984 il s'agit de la SPA S.T.R.P.S AKBOU ce

qui représente 5% de notre échantillonnage, et les 95% restant sont fondés entre 2000 et 2016.

- Pour les créateurs d'entreprises de notre échantillon, 40% ont choisie la SARL pour des raisons fiscales et sociales. Néanmoins, d'autre ont opté pour la EURL soit 35% dans notre cas, car leurs personnalités les amènent à vouloir diriger leurs entreprises seul.
- Dans notre échantillon, la dominance revient aux entreprises de prestations de servicesce qui est complètement logique, car ces entreprises ont besoin de visibilité et de publicité, et leur implantation dans une zone d'activité est nuisibles à leur activité ; Tout à fait le contraire du service industriel où on trouve un nombre restreint d'entreprise qui s'explique par :

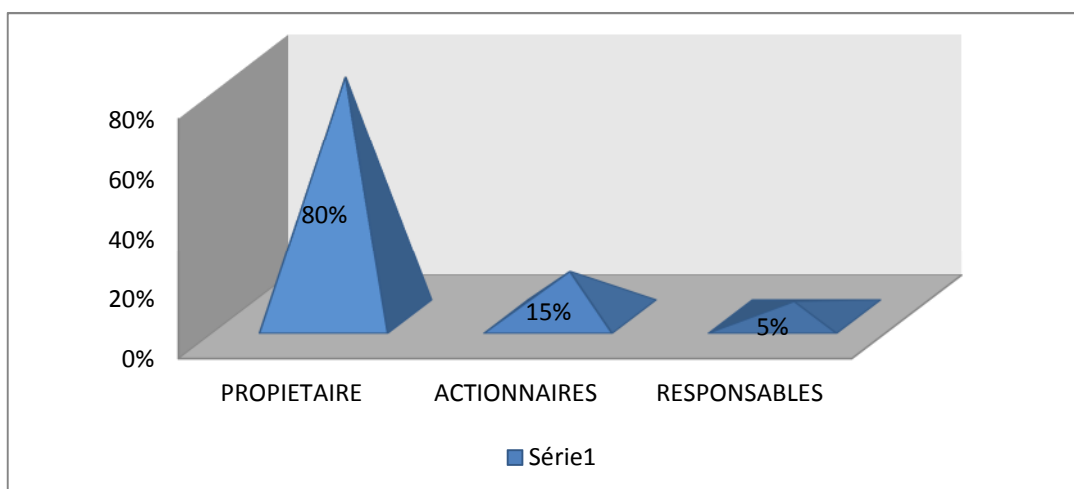
Entreprises qui font beaucoup de bruit et de pollution ce qui dérange énormément le voisinage, comme la présence l'entreprise 11 de notre échantillon, son implantations dans une zone urbaine ne lui permet plus de faire son activité car les produits qu'elle fabrique sont dangereux pour la santé, donc elle doit se délocaliser dans une zone d'activités pour pouvoir continueret améliorer son activité.

En ce qui concerne le secteuragroalimentaire, dans notre échantillon il revient en grand partie aux entreprises de production d'eau minérale et de boissons divers non alcoolisées qui s'explique par la disponibilité des ressources naturelle plus d'autre avantage (la main d'œuvre ; la disponibilité des transports en commun ...).

o La direction de l'entreprise

Dans cette partie on va étudier de qui dépend la direction des entreprises enquêtées.

Figure N° 04. La direction de l'entreprise



Source : enquête Abboub& Nait yahia

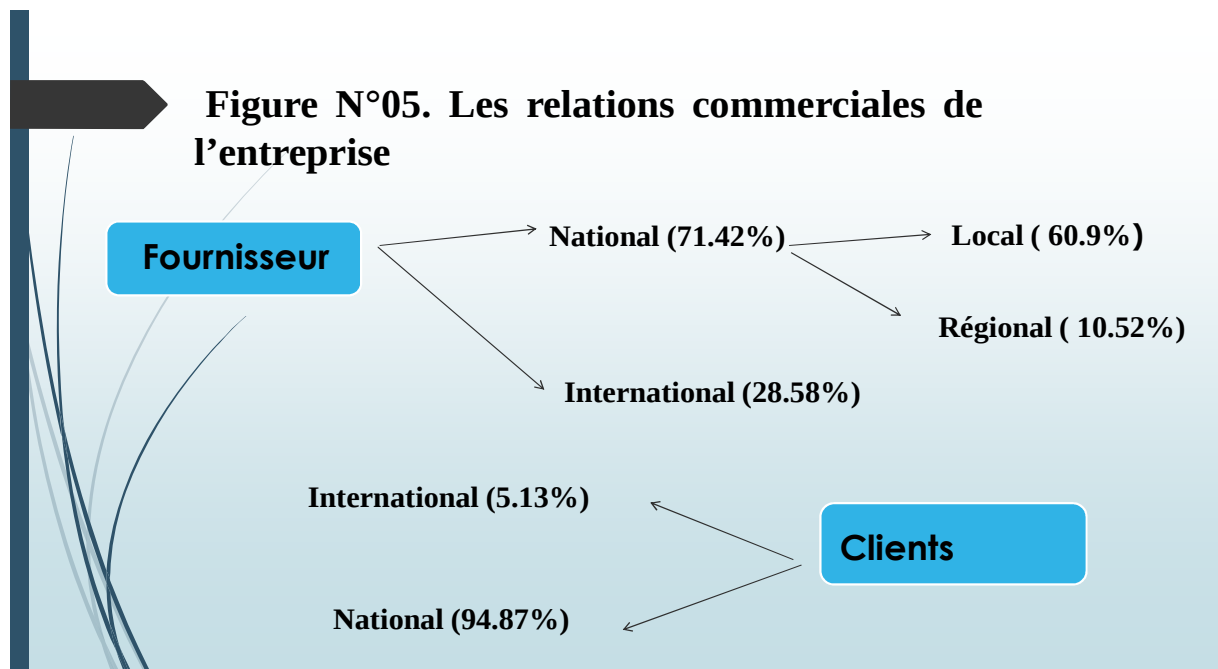
Commentaire :

Dans la plupart des entreprises enquêtées, la direction dépend du propriétaire, ce qui nous amène à conclure que 80% de notre échantillon sont des entreprises familiales qui se transmettent par héritage.

D'après les réponses qu'on a eu sur la question 09 « l'entreprise-a-t-elle des filiale au niveau national ? ». 17 entreprises nous ont répondues par un non et les 03 par un oui.

o Les relations commerciales de l'entreprise

La figure en-dessous représentée les fournisseurs et les clients des entreprises de notre échantillon



Source : enquête Abboub& Nait yahia

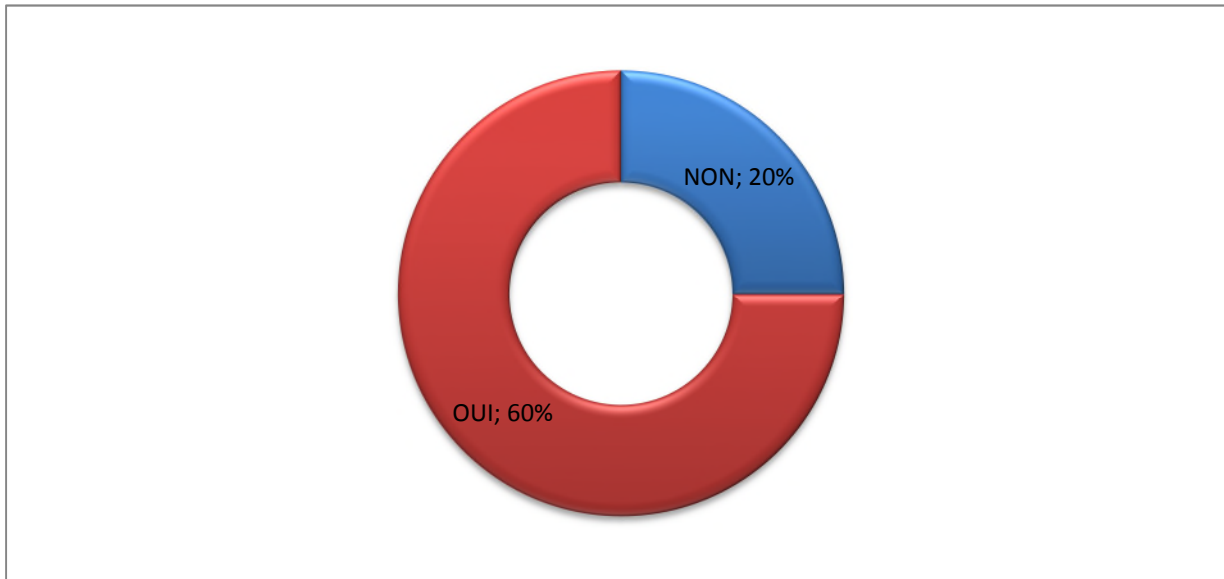
- En ce qui concerne les fournisseurs : nous avons trouvé une domination des fournisseurs nationaux avec 71.42% ou 60.9% sont des fournisseurs local et 10.52 des fournisseurs régional par rapport au fournisseurs international il représente 28.58 dans notre échantillon.
- Ce qui nous amène a conclure que l'accès aux services et la matière première pour les entreprises de la commune de d'Akbou est facile vu la diversité de ces activités économique.
- Pour les clients : les exportations sont que de 5.13% soit une entreprise sur 20 qui est la EURL Imadache construction « industrie métallique ». en contre le marché national qui est de 94.87%.

- L'objectifs à long terme des entreprises de notre échantillon c'est d'exporté, c'est pour cette raison qu'elles essayent d'être conforme aux règles.

2.2. Analyse de la deuxième partie du questionnaire « Relation entreprise-territoire »

Dans cette deuxième partie du questionnaire, on va essayer de démontrer l'importance du territoire pour l'entreprise et vice versa.

Figure N°06. Le territoire facteur d'implantation !



Source : enquête Nait yahia&Abboub

- Les différentes réponses des entreprises sur la première question par rapport à l'importance du territoire dans leur implantation :
 - 1- La route nationale N° 26 (8 entreprises qui ont pris en considération ce facteur), ce premier facteur touche trois sous facteurs de localisation hors zone :
 - ✓ La visibilité et publicité : la proximité de la route permet aux entreprises une publicité directe et une visibilité par rapport aux usagers de la route.
 - ✓ L'attractivité du territoire : « la capacité d'attirer de la main-d'œuvre qualifiée et des compétences comme des moyens pour favoriser le développement économique ... »³ déjà cité dans le chapitre 01, section 02.
 - 2- disponibilité de ressources (matérielles et immatérielles).
 - 3- Disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée (section 03, chapitre 01) : Le recrutement du personnel qualifié et sa fidélisation est donc un enjeu qui influence sa stratégie d'implantation. Cela est particulièrement vrai sur des profils pour lesquels les

³ Ingallinapatrizia Université des sciences et technologies de lille 1 laboratoires : CRETEIL, Paris 12 et TVES, Lille 1 in PDF « L'attractivité des territoires : regards croisés », 2007, p.10

entreprises ont du mal à recruter. Cela peut concerner à la fois des emplois qualifiés ou des emplois occupés notamment par des personnels dont la mobilité est limitée (employés à faible salaire, apprentis, etc.). Cela joue principalement sur ses choix territoriaux entre zones d'emplois (pays, région, département, nord ou sud d'une agglomération, etc.) mais la qualité du cadre de vie à proximité de l'entreprise peut également être un critère. Dans ce contexte, les externalités urbaines (la présence de services de restauration, de loisirs ou d'une offre en transport en commun qualitatif par exemple) peuvent être un atout. L'implantation en milieu urbain dense et mixte est ainsi susceptible d'offrir ces services, là où dans une ZAE périphérique, l'entreprise pourrait être contrainte de prendre à sa charge la mise en place de ces services. De plus, des sociologues soutiennent que l'influence de l'implantation urbaine sur les relations au sein de l'entreprise est loin d'être anecdotique. L'ouverture sur la ville (le midi ou après le travail), permise par l'intégration urbaine, favoriserait une certaine autorégulation (entre les salariés et vis-à-vis de leur hiérarchie) et permettrait de désamorcer de nombreux conflits de manière informelle, là où le repli dans un parc d'activités rigidifierait le mode de fonctionnement et ouvrirait le champ à des tensions diverses⁴.

4- Le rapprochement des institutions financières.

- En ce qui concerne la deuxième question le savoir-faire local dont disposent les entreprises. On a eu 10 entreprises qui ont répondu par un non, il ne trouve aucun savoir faire local, et les 10 autres entreprises par un oui, ce qui s'explique par :
 - ✓ Fort technicité ;
 - ✓ Main-d'œuvre ;
- La troisième question c'est une question fermée à choix unique « le subvention par l'Etat ». Toutes les entreprises questionnées ont répondues par un non.

2.2.1. Les facteurs déterminant de l'implantation

Dans ce point, nous allons analyser les facteurs pris en considération par les entreprises enquêtes au moment de leur implantation.

- Secteur agroalimentaire

⁴ Denis Crozier (CEREMA-DTER Oues) ; Économie de l'aménagement Implantation des entreprises 2015.

On va montrer dans le tableau en dessous les facteurs de localisation les plus important dans le secteur agroalimentaire.

Tableau N°20. Les facteurs d'implantation, secteur agroalimentaire

Facteurs/ entre	Les réseaux routiers Ferroviaire s	Les institutions financières	Les administrations locales, publique, privé	La main d'œuvres	Le marché	Territoi res natal, d'origi ne	Disponi bilité des ressour ces ou MP
Ent 01				×	×		×
Ent 02	×	×		×	×		×
Ent 03	×	×		×	×	×	×
Ent 04		×				×	×
Ent 05	×			×			×
Ent 06							
Ent 07			×	×	×	×	×

Source : Enquête Nait yahia&Abboub

▪ Secteur industriel

Dans ce point on va démontré les facteurs pris en considération par les entreprises industriel pour leur implantation.

Tableau N° 21. Les facteurs d'implantation, secteur industriel

Facteur s	Les réseaux routiers Ferroviaires	Les institution s financières	Les administrations locales, publique, privé	La main d'œuvres	Le march é	Territoi res natal, d'origin e	Disponibi lité des ressource s ou MP
Ent 01			×		×		
Ent 02	×	×	×	×	×		×
Ent 03		×					×
Ent 04	×					×	×
Ent 05	×	×		×	×	×	

Source : Enquête Nait yahia&Abboub

▪ Secteur service

Les entreprises de service privilège leur implantation en ville ce que nous allons présenter dans le tableau suivant.

Tableau N°22. Les facteurs d'implantation, secteur service

Facteurs	Les réseaux routiers ferroviaires	Les institutions financières	Les administrations locales, publique, privé	La main d'œuvres	Le marché	Territoires natal, d'origine	Disponibilité des ressources ou MP
Ent 01	×	×			×		
Ent 02			×	×	×		
Ent 03	×			×	×		
Ent 04	×		×		×		
Ent 05			×	×	×	×	×
Ent 06	×				×		
Ent 07			×	×	×		×

Source : Enquête Abboub&Nait yahia

▪ Concessionnaires véhicules

Dans le tableau en dessous on va présenter les facteurs qu'on incité ces entreprises a s'implanté hors zone.

Tableau N°23. Les facteurs d'implantation, concessionnaires véhicules

Facteurs	Les réseaux routiers Ferroviaires	Les institutions financières	Les administrations locales, publique, privé	La main d'œuvres	Le marché	Territoires natal, d'origine	Disponibilité des ressources ou MP
Ent 06		×	×	×	×		
Ent 10	×		×	×	×	×	

Source : Enquête Abboub& Nait yahia

Commentaire :

- D'après notre étude sur les lieux, le facteur le plus classé par les entreprises dans notre échantillon c'est le marché avec 75%.
- dans le secteur agroalimentaire, la totalité des entreprises enquêtées localisé en ville en était attiré par la disponibilité de la matière première.
- Pour Les prestataires de service c'est la visibilité et la publicité.

- Le deuxième facteur après le marché, qu'est pris en considération par les entreprises de notre échantillon c'est la main-d'œuvre avec un taux de 65%, la wilaya de Bejaia dispose de deux universités ce qui permet à cette région d'avoir des qualifications dans les différents domaines, ce qui influence positivement sur les bassins d'emplois.

AKBOU est la deuxième commune la plus riche et attractive après la commune de BEJAIA, qui s'explique par les deux zones dont elle dispose (Zone d'activités et zone industrielle), en plus de l'étude qu'on a effectuée, on trouve un nombre important d'entreprises entre ses deux zones de différents secteurs, ce qui attire des investisseurs étrangers, et accroît son marché.

2.3.L'analyse de la section trois du questionnaire « Localisation »

Cette section, sera consacrée à l'étude effectuée lors de l'implantation des différentes entreprises enquêtées.

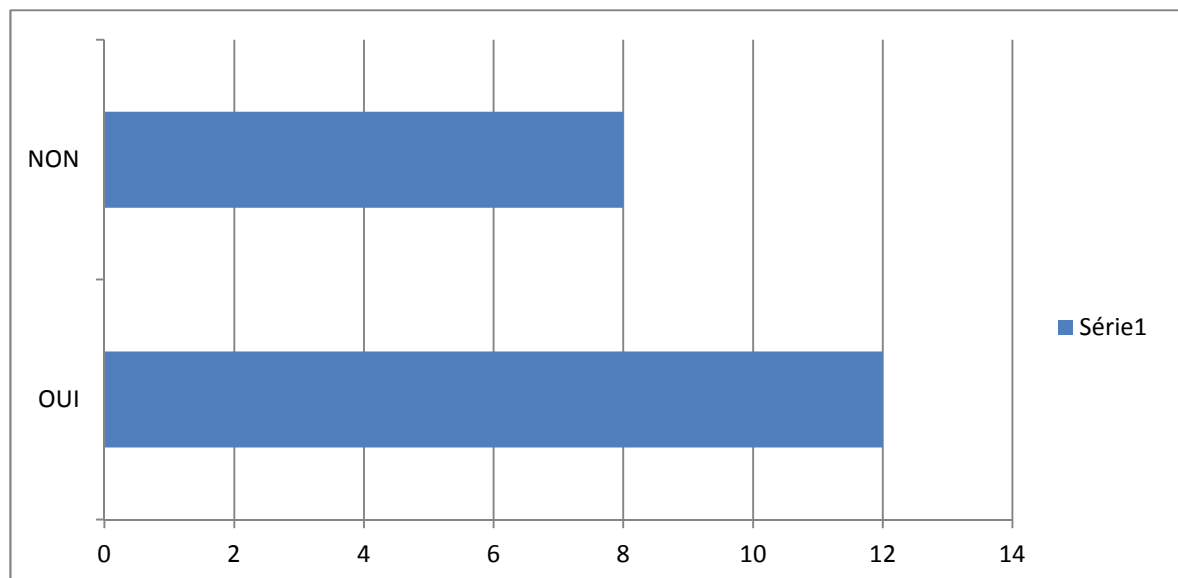
Tableau N°24. La nature de la propriété du terrain de l'entreprise

	Achat	Location	Héritage
Nombre d'entreprises	10	06	04

Source : enquête Nait yahia&Abboub

- Dans la figure qui suit on va déterminer le nombre d'entreprises qui ont effectué une étude sur le lieu d'implantation.

Figure N°07. L'étude sur le lieu d'implantation



Source : enquête Naityahia&Aboub

D'après la figure et tableau au-dessus en conclure :

- La première question dans cette section démontre la nature de la propriété du terrain ou l'achat est l'élément dominateur avec la moitié des entreprises enquêtée suivie de 06 locations et en fin 04 héritages.
- La figure N°05 démontre 12/20 entreprises qui ont effectué une étude de site et les 8 restants non pas effectuée d'étude.

Nous avons adopté la définition de Henri M, de Boislandelle « La localisation est l'emplacement où est localisé un projet dans un endroit ou espace donné. Le terme peut être associé à un certain espace géographique, la localisation d'une entreprise, établissement ou d'une activité veut dire sa position sur un territoire relié à plusieurs éléments de son environnement (physique, politique, économique, et social) qui influence les choix des sites d'implantation, les coûts d'accès, les coûts locaux des services et de main-d'œuvre son susceptible de changer d'une façon soit positif ou négatif »⁵.

Nous pouvons citer l'étude que J.H.VON THUNEN à effectuer pour démontrer la répartition des activités agricoles sur un territoire donné Il explique, à travers une étude fait sur son domaine agricole, comment se répartissent les activités agricoles autour d'une ville, il définit la ville comme un lieu de consommation ; c'est-à-dire un pôle de biens auquel va correspondre un pôle d'offre représenté par les domaines cultivés sur un certain rayon autour de la ville.⁶(Déjà cité au chapitre 01 section 01).

- La deuxième question représente les facteurs qui ont motivé les entrepreneurs à créer leur entreprise (les réponses des entreprises enquêtées).
 - ✓ La demande du marché ;
 - ✓ La disponibilité de la matière première ;
 - ✓ Savoir-faire dans le domaine de production et commercialisation ;
 - ✓ Dans le but de créer un état solide et prospère ;
 - ✓ La volonté ;
 - ✓ La forte demande sur l'immobilier, automobile ;
 - ✓ Le manque de service hébergement dans la commune d'Akbou ;
 - ✓ La technicité ;
 - ✓ La réussite ;
 - ✓ L'augmentation de revenu ;
 - ✓ Satisfaction clients ;

⁵ Henri M, de Boislandelle; « Dictionnaire de gestion. Vocabulaire, concepts et outils » collection technique de gestion Edi. Economica; 1998

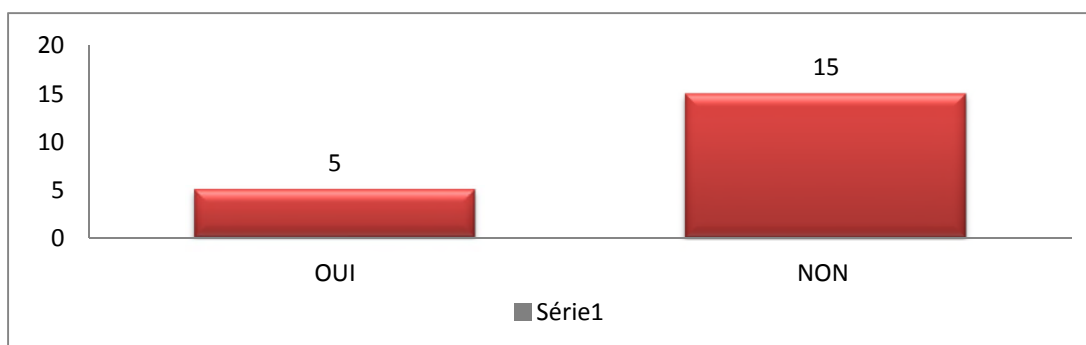
⁶ KHELADI.M, op. Cit, P21.

- ✓ L'amélioration de l'industrie métallique ;
 - ✓ L'affrontations de nouveaux défis ;
 - ✓ Création d'emplois ;
- La quatrième question est les raisons qui poussent les entreprises à se localiser hors zone selon les différentes branches d'activités. Pour les entreprises de service c'est d'avoir une bonne visibilité. En ce qui concerne la production d'eau minérale et boisson diverse c'est la disponibilité de la source eau (ressources naturelles). Pour l'industrie métallique, on retrouve un nombre important d'entreprises qui sont localisée entre les deux zones qui s'expliquent par la saturation de la zone.
- La commune d'Akbouà connu récemment l'ouverture d'un nouvel hôtel « ATLANTIS », qui améliore la qualité de l'hébergement dans la région.
- La question cinq et six : la délocalisation de l'entreprise ailleurs ou au niveau de la zone Taharacht. La plus grande part des entreprises (90%) sont des prestataires de service alors la ZAE n'est pas avantageuse pour eux, leur emplacement actuel dispose de toutes les commodités dont ils ont besoin. Donc ils n'ont pas besoin d'une délocalisation. Pour les 10% restant sont des entreprises de production qui ont des problèmes avec leur voisinage pour cause : le bruit, la poussière ...etc. Comme il ya des entreprises qui veulent se localiser au niveau de la zone taharacht mais elle est saturée.

2.4. L'analyse de la quatrième section du questionnaire « Développement local »

Les entreprises enquêtées jouent un rôle dans le développement local ?

Figure N° 08. Le nombre d'entreprises qui ont remarquée des mutations

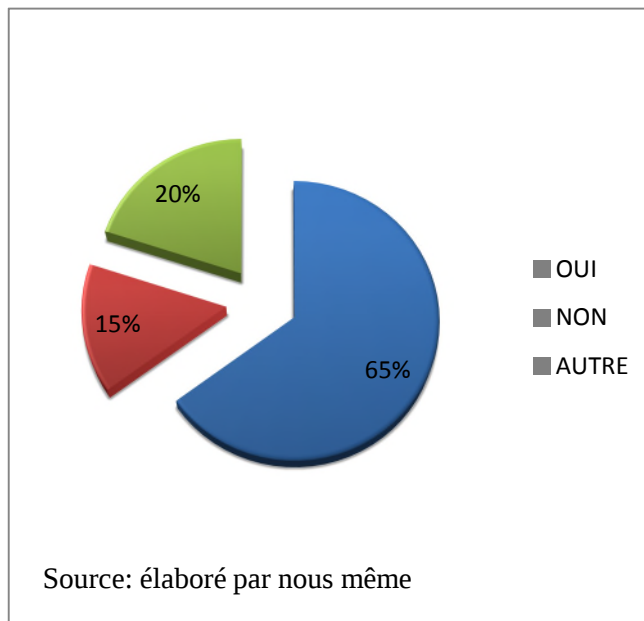


Source : enquête Nait yahia&Abboub

Dans cette figure la plus grande partie des entreprises répondent par un non alors que d'après nos entretiens avec les entrepreneurs on a conclu que c'est le contraire car leur implantation influence sur le territoire et l'environnement soit sur le plan social (création d'emplois...), économiques et permet le développement de ce dernier.

- La contribution des entreprises aux recettes fiscales de leur point de vu.

Figure N° 09. Les recettes fiscales des entreprises



- Notre enquête 65% des entreprises de notre échantillon répond par un oui ; elles produisent des recettes fiscales importantes pour la commune. Pour les 35% restant 15% entre eux ont répondu par un non et les 20%, nous ont laissés sont réponses ou que leurs recettes dépend des saisons.

– Nous avons questionné les entreprises de notre échantillon dans quel domaine intervient telles et 80% d'entre elle nous ont répondu dans le domaine

économique, ces entreprises on choisit la commune d'Akbou pour développer leur économie car c'est une région prometteuse. Pour les 40% restant ils nous ont cité deux points économiques et sociaux, ces entreprises accords de l'importance au facteur personnel et développement local ; ce qu'on remarque que ces entrepreneurs c'est leur territoire natal d'où leur attachement à la région et l'envie de la développée.

- Les entreprises de notre échantillon ont toutes répondu par un oui par rapport à leur contribution au développement de la commune, et ils ont commenté son par :
 - ✓ La création d'emplois ;
 - ✓ La réduction du taux de chômage ;
 - ✓ La disponibilité des produits et leur qualité ;
 - ✓ Contribue a la création des richesses par rapport a leurs recettes fiscale ;
 - ✓ Potentialité d'exportation et par l'entrée de la monnaie étrangère ;

Comme nous l'avons montré dans la théorie, l'implantation de ces entreprises contribue aussi à la vitalité de la ville (chapitre01, section 3)

L'intégration des activités de production ou de services dans la ville n'est pas une valeur en soi à poursuivre pour elle-même. Les activités économiques doivent autant que possible trouver leur place dans le tissu urbain, de manière à renforcer les pôles et à éviter la dispersion des activités sur le territoire. La recherche d'une meilleure complémentarité, dans l'accueil des activités économiques, entre les tissus urbains et les zones spécifiquement dévolues aux

activités économiques, est en cela un levier d'aménagement durable du territoire. Cette forme de mixité fonctionnelle peut être mobilisée comme un outil de dynamisation économique, d'intégration sociale et d'utilisation rationnelle du sol. Cela suppose alors une volonté politique et une action publique forte pour dépasser à la fois les blocages idéologiques et répondre aux besoins et attentes légitimes des entreprises en matière de localisation (accessibilité, visibilité, évolutivité, etc.).

- Dans les tableaux suivants on va essayer de déterminer les différents rapports qui existent entre les entreprises et les obstacles rencontrés au moment de leur implantation.
- Secteur agroalimentaire

Nous allons chercher auprès des entreprises les obstacles rencontrés lors de leur implantation, car le secteur agroalimentaire est l'un des secteurs les plus difficiles car il s'agit de la santé de l'homme.

Tableau N°25. Les rapports inter entreprises et les obstacles rencontrés au moment de leur implantation, secteur agroalimentaire

Facteurs Ent	les obstacles au moment de l'implantation		Rapports inter entreprises			Observations
	Oui	Non	Concurrence	Coopération	Autre	
Ent 01		×		×		
Ent02		×	×	×		
Ent03	×		×	×		manque de moyens matériels (la haute tension en électricité)
Ent04		×		×		
Ent05		×		×		
Ent06				×		

Source : enquête Nait yahia&Abboub

▪ Secteur industriel

Ce secteur a la réputation d'être un obstacle quand son implantation est en ville, donc dans le tableau en dessous on a vu les réponses des entrepreneurs sur ce point.

Tableau N°26. Les rapports inter entreprises et les obstacles rencontrés au moment de leur implantation, secteur industriel

Facteurs Ent	les obstacles au moment de l'implantation		Rapports inter entreprises			Observations
	Oui	Non	Concurrence	coopération	autre	
Ent 01	×		×			le voisinage
Ent 02		×		×		
Ent 03		×			×	
Ent 04	×			×		le voisinage
Ent 05	×			×		manque de transport en commun

Source : Enquête Abboub & Nait yahia

▪ Secteur service

Les entreprises de service sont celles qui dominent généralement en ville, alors on a rencontré des obstacles comme les autres secteurs ou pas ?

Tableau N°27. Les rapports inter entreprises et les obstacles rencontrés au moment de leur implantation, secteur service

Facteurs Ent	les obstacles au moment de l'implantation		Rapports inter entreprises			Observations
	Oui	non	Concurrence	Coopération	autre	
Ent01		×			×	
Ent 02		×		×		

Ent 03		×		×		
Ent 04		×	×			
Ent 05	×			×		clientèles inférieur à celle de l'ancien emplacement
Ent 06		×		×		
Ent 07		×		×		

Source : Nait yahia&Abboub

▪ Concessionnaire de véhicule

Dans le tableau qui suit on va déterminer les différents rapports de ces entreprises et les obstacles rencontrés.

Tableau N°28. Rapports inter entreprises et les obstacles rencontrée au moment de leur implantation, concessionnaire de véhicule

Facteurs Ent	les obstacles au moment de l'implantation		Rapports inter entreprises			Observations
	Oui	non	Concurrence	coopération	autre	
Ent 01		×	×			
Ent02					×	

Source : EnquêteAbboub& Nait yahia
Source : enquête Nait yahia&Abboub

Les entreprises généralement en deux sorts de rapport elle, soit de coopération ou de concurrences, dans ces deux cas soit elles produisent le même produit où elle offre le même service ou des entreprises complémentaires, ce qui leur permet de développer une relation de coopération et de concurrence en même temps. Mais elles peuvent aussi être indifférentes mêmes si géographiquement elles sont proches qui s'explique dans le cas où ces entreprise se referme sur elle-même.

- Les conseils proposé par les entrepreneurs des entreprises enquêtées pour les créateurs potentiels d'entreprise qui souhaiteront s'implanter hors zone sont:

- ✓ Faire une étude approfondie sur le lieu d'implantation est-ce-que il répond aux critères de l'entreprise ;
- ✓ Avoir des commodités pour l'activité ;
- ✓ Avoir confiance en soit et de la patience ;
- L'évaluation des relations entre les entreprises et les administrations publique au niveau de la commune d'Akbou.

Tableau N°29. Les relations avec les administrations publiques

	Mauvaise	Moyenne	bonne	Coopération
Entreprises	03	04	04	02

Source : enquête Abboub& Nait yahia

- ✓ Les entreprises de la commune d'Akbou évaluent mal leurs relations avec les administrations publiques. 07/20 entreprises de notre échantillon en préféré s'abstenir de répondre.
- ✓ Même durant notre enquête on a eu du mal à avoir les informations nécessaires au niveau des administrations publiques de la commune d'Akbou pour améliorer notre recherche.
- D'après les entrepreneures les conditions de développement de la commune
Sur ce point, la même réponse est donnée par les entreprises questionnées ; elles pensent que la commune est mal gérée malgré les richesses de cette dernière.

Conclusion

Après avoir examiné tous les résultats de l'enquête on a pu mettre en lumière le rôle des facteurs nécessaires à la localisation hors zone, qu'on a déjà souligné dans le premier chapitre il s'agit, bien entendu la visibilité, accessibilité la disponibilité des matières premières, la main-d'œuvre et les infrastructures de base...

La mixité du tissu urbain permet la vitalité de la ville, et l'influence positivement sur le développement de la commune d'Akbou.

Conclusion générale

Conclusion générale

La commune d'Akbou se situe dans la vallée de la Soummam sur les flancs de la chaîne de montagne du Djurdjura à une altitude de 280 m (la ville d'Akbou). Second pôle économique et urbain de la wilaya de Bejaia, elle est située dans le Nord-ouest de la wilaya de Bejaia, à environ 70 km du chef-lieu de la wilaya et à près de 200 km à l'Est de la capitale. Avec une superficie de 52.18 km² avec une population de 83505 personnes.

L'attractivité d'un territoire c'est sa capacité d'attirer des investissements et à retenir ceux déjà existants, la commune d'Akbou a le privilège d'avoir un territoire attractif et sa grâce au nombre d'entreprises déjà implantées sur les lieux dans différentes branches d'activité

Ce qui concerne notre étude sur les entreprises situées hors zone industrielle, on a répertorié, un total de 25 entreprises dans les différents quartiers de la ville. Ces dernières ont bien voulu répondre à notre questionnement. Les résultats obtenus nous ont permis de dire que la localisation hors zone repose sur quelques facteurs considérés fondamentaux tels que :

- La visibilité (la localisation dans la ville permet une meilleure visibilité) ;
- La publicité directe ;
- accès faciles aux différentes administrations publiques et institutions financières ;
- La disponibilité de la matière première ;
- Les capacités à recruter ou fidéliser le personnel (la qualité du cadre de vie à proximité de l'entreprise, les externalités urbaines) ;
- politique de mobilité (stationnement, transport en commun, etc.)
- le marché ;
- permet une meilleure complémentarité entre les activités économiques et les tissus urbains.

Bibliographie

Ouvrages, Mémoire et Revu

- ABDELLI Aissa, « *Essai sur le développement local de la daïra d'Akbou* »,
- Amour Belhedi ; « *Modèle de localisation des activités économique.* » ; faculté des sciences humaine.
- BOUVARD.A, et all, « *La localisation des activités économique au sein de l'aire urbaine de Lyon*», in Rapport intermédiaire n°6 du projet Simbad Simuler les Mobilités pour une Agglomération Durable, Décembre 2008,
- BEDJGUELEL FATSAH « *Essai d'analyse des déterminants de la localisation des entreprises dans la wilaya de Bejaïa* », Mémoire de Magistère, Université Abderrahmane Mira, faculté des sciences économiques. Le31/01/2007.
- Denis Crozier (CEREMA-dter Oues) ; *Économie de l'aménagement Implantation des entreprises* 2015
- ¹Ernst and Young, *European attractiveness: the opportunity of diversity*, La Baule, mai 2004.
- Ernst and Young, *Baromètre de l'attractivité Européenne*, 2007.
- GOLLAIN Vincent, Club des Développeurs Economiques d'Ile-de-France. Réussir son marketing territorial en 9 étapes. CDEIF, 2008, 76 p.
- GRAWITZ.M, « *Méthodologie des science sociales* », Dalloz, 11^{ème} édition, France, 2001,
- Henri M,deboislandelle; « *Dictionnaire de gestion. Vocabulaire, concepts et outils*» collection techniqu de gestion Edi. Economica; 1998
- HUGHES, E.C. 1996. «*La place du travail de terrain dans les sciences sociales.*», in *Le regard sociologique*, Paris: EHESS,
- Ingallina patrizia Université des sciences et technologies de lille 1laboratoires : CRETEIL, Paris 12 et TVES, Lille 1 in PDF« *l'attractivité des territoires : regards croisés*», 2007.
- KHELADI.M, «*le développement local* », office des publications universitaire, 2012,
- KORAICHE.N: « *le modèle de localisation industrielle en Algérie : cas de la région de Chleff* » thèse de magistère, UMMTO, 1995.

- Launhardt in Généau, I., Staszak, GF. Principe de géographie Economique : Cours, documents, travaux dirigés. Edition : Bréal. (2000).
- NUSSBAUMER.J, «*le rôle des débats méthodologiques dans la constitution de l'économie spatiale: la contribution de l'école historique Allemande à une approche institutionnaliste du DL*»
- Partoune C., La localisation des industries: un choix primordial pour de nombreux dirigeants d'entreprises et pour les responsables publics [internet], Université de Liège, Laboratoire de Méthodologie de la Géographie, 2002.
- Texier L. 1999, « *Une clarification de l'offre d'implantation en marketing territorial : produit de ville et offre de territoire* », Revue d'économie régionale et urbaine, no 5,
- Zimmermann, J.-B. Et al. 1999, « *Construction territoriale et dynamiques économiques*», Sciences de la société, n° 48, octobre 1999.

Site internet et autre :

- Annuaire statistiques de la wilaya de Bejaia 2008
- Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2013
- Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2015
- AWAM, 2008
- CASNOS, 2008
- DPAT, monographie de la Wilaya de Bejaia
- DPS de la wilaya de Bejaia
- Henri M,de Boislandelle; « *Dictionnaire de gestion. Vocabulaire, concepts et outils*» collection technique de gestion Edi. Economica; 1998
- Historique d'akbou 2008
- [Http://gilli.ensae.net/These/These.pdf](http://gilli.ensae.net/These/These.pdf)
- [Http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/151228-Rapport_localisation_Activites_Villes_Bourgs-2.pdf](http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/151228-Rapport_localisation_Activites_Villes_Bourgs-2.pdf)
- Www.Algerie-monde.com
- [Http://www.institut-numerique.org/section-i-lattractivite-territoriale-fondements-theoriques-et-indicateurs-de-mesure-5201ed217cf05](http://www.institut-numerique.org/section-i-lattractivite-territoriale-fondements-theoriques-et-indicateurs-de-mesure-5201ed217cf05)

Listes De Tableaux

Tableau N°1 : les infrastructures hydrauliques

Tableau N°2 : Evolution de la population par commune

Tableau N°3 : L'évolution de la population selon la dispersion géographique

Tableau N°4 : L'évolution de la population de la commune d'Akbou par sexe

Tableau N°5 : L'évolution de la population par âge

Tableau N°6 : Situation de la demande et placement d'emploi par agence et par sexe

Tableau N°7 : Enseignement primaire

Tableau N°8 : Enseignement moyen

Tableau N°9 : Enseignement secondaire

Tableau N°10 : Taux de scolarisation des 6 ans, 6-15 ans, 16-19 ans ; par communes

Tableau N°11 : Les unités de santé

Tableau N°12 : Les sièges de toutes les administrations et services

Tableau N°13 : Répartition par secteurs d'activités « zac Taharacht Akbou »

Tableau N°14 : Situation des zones industrielles et d'activité

Tableau N°15 : Les entreprise hors zones (activité et industrielle)

Tableau N°16 : Les caractéristiques des entreprises enquêtées, **secteur agroalimentaire**

Tableau N°17 : Les caractéristiques des entreprises enquêtées, **secteur industrielle.**

Tableau N°18 : Les caractéristique des entreprises enquêtées, **concessionnaire d'véhicule**

Tableau N°19 : Les caractéristiques des entreprises enquêtées, **prestation de service**

Tableau N°20 : Les infrastructures de base, **secteur agroalimentaire**

Tableau N°21: Les infrastructures de base, **prestation de service**

Tableau N°22: Les infrastructures de base, **concessionnaire d'véhicule**

Tableau N°23: La nature de la propriété du terrain de l'entreprise

Tableau N°24: Les rapports inter entreprises et les obstacles rencontrée au moment de leur implantation, **secteur agroalimentaire.**

Tableau N°25: Les rapports inter entreprises et les obstacles rencontrée au moment de leur implantation, **secteur industrielle.**

Tableau N°26: Les rapports inter entreprises et les obstacles rencontrée au moment de leur implantation, **prestation de service**

Tableau N°27: Les rapports inter entreprises et les obstacles rencontrée au moment de leur implantation, **concessionnaire d'véhicule**

Tableau N°28: Les relations avec les administrations publiques

Liste des figures

Figure N°01 : L'évolution de la population

Figure N°02 : La population occupée par tranche d'âge et sexe

Figure N°03 : La population occupée par secteur d'activité

Figure N°04 : Forme juridique des entreprises

Figure N°05 : La direction de l'entreprise

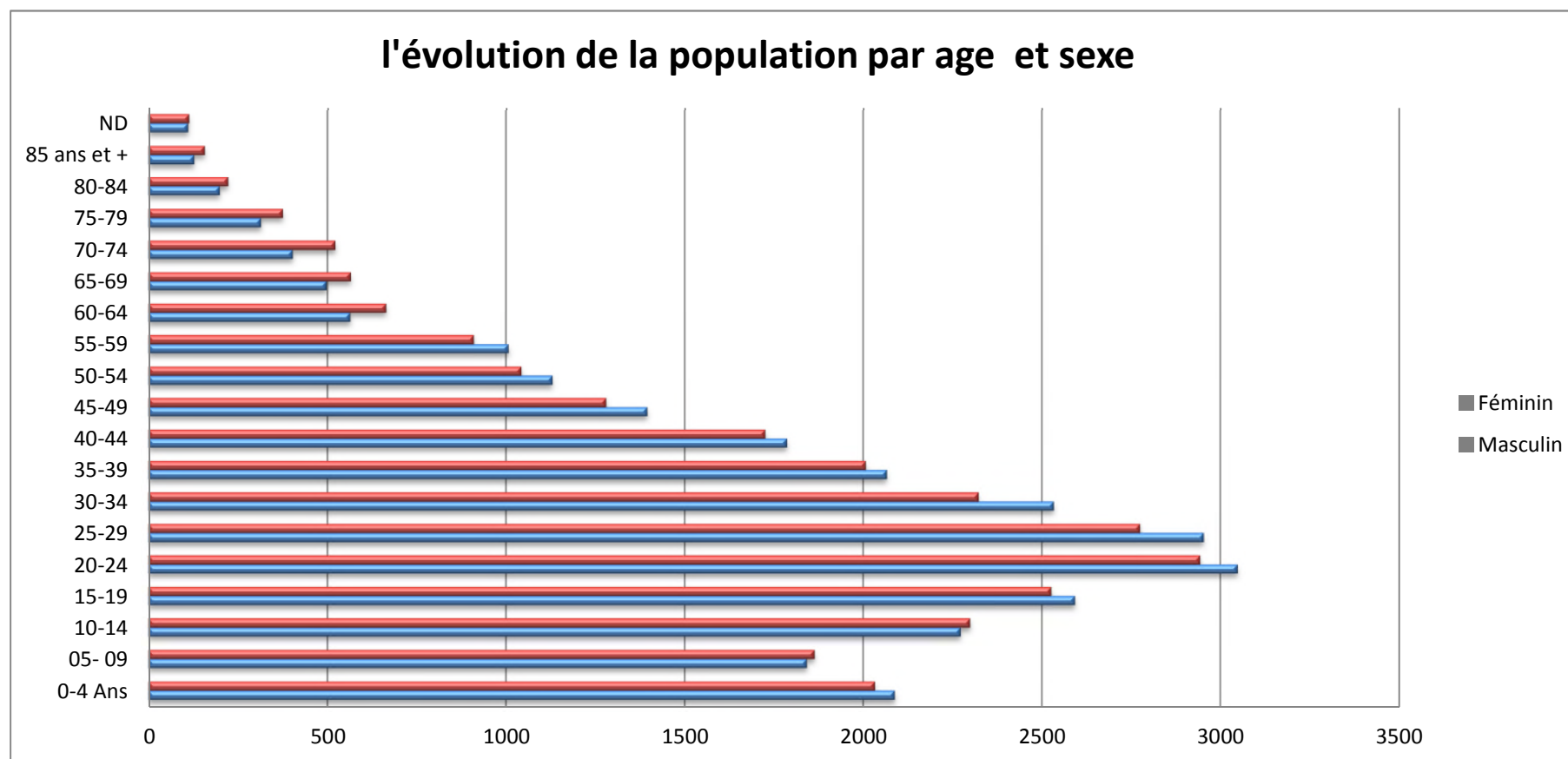
Figure N°06 : Le marché de l'entreprise

Figure N°07 : Le territoire facteur d'implantation

Figure N°08 : Le nombre d'entreprises qui ont remarquée des mutations

Figure N°09 : Les recettes fiscales des entreprises

Annexe



LISTE DES COLLECTIVITES RATTACHEES AU CP AKBOU

N° ORDRE	NOM	NBRE d'Assurés	OBS
1	A D E	87	
2	AGRO CEREALE	62	
3	ALCOVEL	501	
4	ALMAG	90	
5	ANBT TRAVAUX ROUTIERS	80	
6	APC AKBOU	641	
7	APC IGHAM	175	
8	APC TAMOKRA	101	
9	BADR AKBOU		
10	BDL AKBOU		
11	BETONEX	100	
12	CASAP	10	
13	CASAP	10	
14	CEBETON	19	
15	CFPA AKBOU	70	
16	CPA		
17	DANONE	686	
18	ELLA FRUIT	65	
19	ENCOTRAB	35	
20	ETS DJERMOULI	143	
21	EURL RECOMBA CONSTRUCTION	27	
22	GEBECO CONSTRUCTION	140	
23	GLE EMBALLAGE	810	
24	GLE PLAST	97	
25	GOOD GLACE	51	
26	HOPITAL AKBOU	425	
27	IMADACHE CONSTRUCTION	170	
28	KNEAA EURL KHOUAS	15	
29	LAITERIE SOUMMAM	1900	
30	MAC SOUM	280	
31	MAISON D'ARRET	82	
32	MOLINO GRANI	80	
33	NAFTAL AKBOU	47	
34	NAFTAL STATION	20	
35	NATIXIS		
36	OPGI	40	
37	PRIMA VIANDE	85	
38	RAMDY	362	
39	SABLIERE GUENDOUZA	90	
40	SABLIERE TAHARACHT	75	
41	SARL MEZIANE	115	
42	SARL SECUR	105	
43	SARL ZEMMOURI	38	
44	SNC OUYAHIA	14	

Suit 2.

45	SOMACOB	50	
46	SONARIC	18	
47	TMF TRASPORT MARCHANDISES	364	
48	TRIBUNAL AKBOU	53	
49	UMIS CONSTRUCTION	19	
TOTAL ASSURES		8447	



La répartition de la population par branche d'activité

nom	date affiliation
EURL ENGINEERING AMENAGEMENT ESPACE	24-05-2016
EURL ENGINEERING AMENAGEMENT ESPACE	24-05-2016
EURL ENGINEERING CONCRETE WATER AND EARTH "ECOWEAR"	21-07-2010
EURL ENTREPRISE ARTISANALE DE SERIGRAPHIE BARACHE	21-01-2013
EURL ENVEMA MEDICAL	08-06-2009
EURL ETBPBI AREZKI KARIMA ETB TCE	21-01-2013
EURL EXPO LAC	13-07-2015
EURL EXTRA DETERGENT	28-05-2014
EURL GE.BE.CO	19-04-2006
EURL GENERAL AKBOU HYDROLIQUE	16-06-2014
EURL GENERAL MARCHANDISE TRANSPORT	28-08-2007
EURL GENERAL TISSU	07-09-2011
EURL HAMANI NACIM TPM	09-04-2014
EURL HILLAL CARS	07-03-2013
EURL LA COMPAGNE	12-06-2014
EURL LOCATION ENGINEX	29-04-2009
EURL MAGIC FORM	04-05-2008
EURL MAISON DE COUTURE FINESSE	30-05-2006
EURL MASSI YUGO	26-06-2012
EURL MED SUN IMPORT EXPORT	26-01-2000
EURL MOS AGROINDUST	18-03-2001
EURL OVOCUP	04-09-2016
EURL PINOULAB	07-06-2015
EURL PRO PICINES	23-01-2014
EURL PROFIDEK BEJAIA	25-05-2008
EURL RECOMBAT	20-09-2005
EURL REDUMEL	23-03-2009
EURL RELLY METAL	11-04-2000
EURL SAM MOTOR EQUIPEMENT	07-01-2013
EURL SO FIND INDUSTRIE	30-03-2005
EURL SO FIND INDUSTRIE	30-03-2005
EURL SOCIETE YALA LOCATION DE VOITURE	12-09-2011
EURL SOPIGAL PROMOTION IMMOBILIERE	14-06-2006
EURL SOUMMAM TRUCKS COMPANY	02-11-2014
EURL T.M.A.C IMP- EXP DE BOISSON NON ALCOOLISEES	12-05-2004
EURL TIFRIT TRANSPORT FROID T T F	08-11-2010
EURL TPM BENAMARA FATIHA	15-02-2006
EURL TRANS MECHRI	05-09-2005
EURL YUFTEN IMPORT EXPORT	07-09-2015
EURL ZAZGOR	29-06-2010
EURL ZOOM STUDIO	23-04-2013
SARL LIKOUL ALGERIE	04-01-2016
SNC MAGIC IMPESSION CHENNA ET COMPAGNIE	02-12-2015

SNC MAGIC IMPESSION CHENNA ET COMPAGNIE	21-03-2016
AGRICULTEUR (ELEVAGE OVIN)	09-09-2007
EAC N 01 AKLOUL ALI	01-01-1996
ELEVAGE BOVIN	03-02-2008
EXPLOITANT AGRICOLE	19-05-2009
EXPLOITANT AGRICOLE	14-02-2006
EXPLOITANT AGRICOLE	08-02-2009
Mbre EAC AGRICULTEUR	14-08-2001
ACTIVITE AGRICOLE	17-05-2016
ELEVEUR	24-03-2016
ELVAGE BOVINS LAITIERS	06-12-2016
EXPLOITANT AGRICOLE	21-12-2009
EXPLOITANT AGRICOLE	15-11-2011
EXPLOITANT AGRICOLE	20-06-2012
EXPLOITANT AGRICOLE	28-08-2012
EXPLOITANT AGRICOLE	26-02-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	19-08-2013
EXPLOITANT AGRICOLE	24-07-2013
EXPLOITANT AGRICOLE	16-01-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	29-10-2013
EXPLOITANT AGRICOLE	13-03-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	12-11-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	30-03-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	09-02-2016
EXPLOITANT AGRICOLE	27-05-2015
EXPLOITANT AGRICOLE	25-08-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	23-09-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	16-12-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	21-09-2004
EXPLOITANT AGRICOLE	16-10-2016
EXPLOITANT AGRICOLE	20-02-2017
EXPLOITANT AGRICOLE	30-03-2016
EXPLOITANT AGRICOLE	16-10-2016
EXPLOITANT AGRICOLE	26-12-2011
FELLAH	16-01-2012
COMMERCE DE DETAIL DE VIANDES, DE VOLAILLES ET OEUF	28-10-2013
COMMERCE DE DETAIL DE VIANDES, DE VOLAILLES ET OEUF	27-02-2014
COMMERCE DE DETAIL DE VIANDES, DE VOLAILLES ET OEUF	13-10-2015
COMMERCE DE DETAIL DE VIANDES, DE VOLAILLES ET OEUF	31-05-2015
COMMERCE DE DETAIL DE VIANDES, DE VOLAILLES ET OEUF	11-03-2012
COMMERCE DE DETAIL DE VIANDES, DE VOLAILLES ET OEUF	21-03-2013
COMMERCE DE DETAIL DE VOLAILLES, OEUF ET LAPINS	07-12-2011
ENGRAISSEMENT DE VOLAILLES ET ACCOUVAGES INDUSTRIE	19-04-2006
ENGRAISSEMENT DE VOLAILLES ET ACCOUVAGES INDUSTRIE	17-03-2010
EXPLOITANT AGRICOLE	01-06-2010
EXPLOITANT AGRICOLE	04-07-2011

EXPLOITANT AGRICOLE	17-03-2011
EXPLOITANT AGRICOLE	28-01-2013
EXPLOITANT AGRICOLE	09-05-2013
EXPLOITANT AGRICOLE	15-01-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	28-10-2013
EXPLOITANT AGRICOLE	23-02-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	13-01-2016
EXPLOITANT AGRICOLE	10-06-2015
EXPLOITANT AGRICOLE	26-11-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	14-12-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	23-12-2014
EXPLOITANT AGRICOLE	09-04-2015
EXPLOITANT AGRICOLE	12-03-2015
EXPLOITANT AGRICOLE	27-03-2016

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

WILAYA DE BEJAIA
DAIRA D'AKBOU
COMMUNE D'AKBOU

Office National des Statistiques
Annexe Régionale d'Alger
RGPH 2008

Type	Dispersion Toponyme	Nombre de construction	Nombre de logements				Population	Observation
			Total	Habités	Inhabités	Usage prof		
ACL	SIDI ALI	1436	1758	1353	405	443	6803	
ACL	IFRENE	711	1076	761	315	149	5050	
ACL	ARAFOU	679	912	653	259	226	4142	
ACL	GUENDOUZA	1206	1766	1368	367	417	8937	
ACL	CITE BOUKTIT	204	495	308	187	42	858	
ACL	CENTRE VILLE	984	1316	872	470	497	4493	
ACL	ZHUN	855	1910	1445	420	563	9914	
AS	AZIB	744	645	461	184	49	2843	
AS	AZAGHAR	412	451	252	199	114	2139	
AS	V.AMIROUCHE	571	631	443	188	85	3584	
AS	TAHARRACHT	408	547	423	176	229	1655	
AS	TIFRIT	690	901	641	260	58	3461	
	ZONE EPARSE	293	331	183	148	98	982	
	TOTAL	9183	12739	9163	3576	2970	54861	

قائمة التجمعات حضري ثانوي

LISTE DES AGGLOMERATIONS SECONDAIRES

1	2	3	4	5	6	7	8
رقم N°	إسم التجمعات ثانوية Nom de l'agglomération Secondaire	رقم المقاطعة N° des districts de l'A.S De à	عدد البنايات Nombre de constructions	عدد المساكن Nombre de logements			
				مشغول Habités	شاغر Inhabités	استعمال مهني Usage professionnel	مجموع المساكن Total logements
1	AZIB FERME Coudrieller	002	100	052	034	017	0103
2	AZIB-TASLENT	003 à 004	326	214	112	012	0338
3	AZIB -CENTRE THANOUDA	005 à 006	316	192	106	018	0316
4	TAHARACHT	007 à 009	397	260	133	098	0491
5	TIFRIT.	010 à 014	640	531	108	070	0709
6	BOUZAROUAL AZAGHAR	015 à 018	638	365	195	045	0605
7	ATH-LAHDIR	019	158	076	060	022	0158
8	VILLAGE COLONNEL AMIROUCHE	020 à 025	758	509	177	082	0768
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16	TOTAL		3333	2199	925	364	3488

الجدول الإجمالي للتجمعات السكنية الثانوية

TABLEAU RECAPITULATIF DES AGGLOMERATIONS SECONDAIRES

1	2	3	4	5	6	7
رقم N°	رقم المقاطعة N° du district	عدد البنايات Nombre de constructions	عدد المساكن Nombre de logements			
			مشمول Habités	شاعر Inhabités	استعمال مهني Usage professionnel	مجموع المساكن Total logements
1	002	100	052	034	017	0103
2	003	151	089	060	009	0158
2	004	175	125	052	003	0180
3	005	143	101	101	005	0143
3	006	173	091	069	013	0173
4	007	185	069	028	088	0185
4	008	093	070	045	004	0119
4	009	119	121	060	006	0187
5	010	077	081	013	010	0104
5	011	107	091	028	001	0120
5	012	132	100	029	004	0133
5	013	178	149	000	005	0154
5	014	146	110	038	050	0198
6	015	168	090	052	026	0168
6	016	227	106	084	018	0208
6	017	138	123	000	001	0124

الجدول الإجمالي للتجمعات السكنية الثانوية
TABLEAU RECAPITULATIF DES AGGLOMERATIONS SECONDAIRES

1	2	3	4	5	6	7
رقم N°	رقم المقاطعة N° du district	عدد البنايات Nombre de constructions	عدد المساكن Nombre de logements			
			مشغول Habités	شاغر Inhabités	استعمال مهني Usage professionnel	مجموع المساكن Total logements
6	018	105	046	059	000	0105
7	019	158	076	060	022	0158
8	020	277	193	063	020	0276
8	021	103	079	019	003	0101
8	022	155	112	044	010	0166
8	023	126	080	030	016	0126
8	024	045	027	013	007	0047
8	025	052	018	008	026	0052

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

FACULTE SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE
GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES GESTION

Le présent questionnaire fait l'objet d'une enquête qui consiste en l'élaboration d'un mémoire de master en sciences de gestion, spécialité ; management économique des territoires et entrepreneuriat à la faculté des sciences économiques des sciences gestion et commerciales de l'université de Bejaia. Ce travail de recherche a pour objectif de présenter les raisons qui poussent certaines entreprises de se localiser hors zone industrielle et l'influences qui peuvent procurer en matière de diffusion du développement au niveau local. Nous vous remercions d'avoir contribué à cette compréhension en remplissant ce questionnaire dont nous vous assurerons que les informations recueillies demeureront confidentielles et seront destinées à des fins pédagogiques et de recherche scientifiques.

Thème de recherche

Localisation des entreprises hors zones d'activité cas de la commune d'Akbou

Les étudiantes

Nait yahia lynda & Abboub Yasmina

I. Identification et caractéristiques de l'entreprise

1. Nom commercial :
2. Raison sociale :
3. Adresse :
4. Date de création et/ou d'implantation :
5. Branche d'activité :
6. Veuillez indiquer l'effectif de votre entreprise, selon les critères du tableau suivant ?

	Masculin	Féminin	Total
Effectif total			
Cadre administratif			
Cadre technique			
Agent de maîtrise			
Agent d'exécution			

7. Quels sont les produits que vous fabriquez et ou les services ?

.....

.....

8. Dans votre entreprise, de qui dépend la direction de l'entreprise ?

- Propriétaire
- Le conseil de l'entreprise (actionnaires)
- Responsables

9. L'entreprise a-t-elle des filiales au niveau national ?

Non ☐

Si Oui, ☐ dans quelle wilaya ?

10. Quel est l'étendu de votre marché ? classez vos fournisseurs et clients selon le tableau ci-dessous :

	local	régional	national	international
Marché des fournisseurs				
Marché des clients				

II. Relation entreprise-territoire

- L'exploitation des ressources

11 Le facteur territoire était-il parmi les facteurs que vous avez considérés lors de votre implantation :

Oui ☐ Non ☐

Si oui quelle est l'importance de ce dernier :

.....

12 L'activité de votre entreprise s'appuie t'elle sur un savoir-faire local ?

Non ☐

Si oui ☐ lequel ?

13 Etes-vous subventionné par l'Etat ?

Oui ☐

Non ☐

14 Parmi les facteurs pris en considération lors de votre implantation ?

- Les réseaux routiers, ferroviaires
- Les institutions financières
- Les administrations locales, publique, privé

15 Quel sont les autres facteurs que vous avez pris en considération ?

- La main d'œuvres
- Le marché
- Territoires natal, d'origine
- Disponibilité des ressources ou matière première

III. Localisation

16 Quelle est la nature de la propriété du terrain de l'entreprise ?

- Achat
- Location
- Héritage

17 Qu'est ce qui a motivé la création de votre entreprise ?

.....

.....

.....

.....

18 Avant de choisir le lieu d'implantation, avez-vous effectué une étude de site ?

☐ Non

☐ Oui

19 Quelles sont les raisons de l'implantation de l'entreprise hors zone ?

.....

.....

.....

20 Est-ce que vous envisagez de délocaliser votre entreprise ailleurs ?

☐ Non

☐ Si oui, où ? Et pourquoi ?

21 Est-ce que vous envisagez de localiser votre entreprise au niveau de la zone
Taharacht ?

Non ☐

☐ oui, pour quelles raisons ?

.....

IV. Développement local

22 Avez-vous remarqué des mutations causées par votre implantation ?

☐ Non

☐ Si oui les quelles ?

.....

23 Est-ce que votre entreprise produit des recettes fiscales importantes pour la commune ?

.....

24 Dans quel(s) domaine(s) intervient votre entreprise ?

- Economique
- Social
- Culturel et sportif
- Associatif et personnel
- Politique

25 Votre entreprise contribuât- elle au développement de la commune d'Akbou ?

.....

26 Avez-vous rencontré des obstacles durant votre implantation hors zone ?

Non ☐

Oui ☐

si oui les quelle ?

27 Quels sont vos rapports avec les entreprises voisines ?

- Rapport de concurrence ☐
- Rapport de coopération ☐
- Autre ☐

La quelle

28 Est-ce que vous faites parti d'une association d'entrepreneur ?

☐

Non

☐ Si oui, laquelle ?

29 Que conseillez-vous aux créateurs potentiels d'entreprises qui souhaiteront s'implanter hors zone ?

.....

30 Comment vous évaluez la relation avec les administrations publiques ?

.....

31 Quelles sont à votre avis les conditions de développement de votre commune ?

.....

Merci pour votre collaboration

Tables des matières

Remerciement

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale.....01

Chapitre I : Aspects théorique de la localisation des entreprises.

Introduction.....03

1. La localisation industrielle.....04

1.1. Définition de la localisation04

1.3. Les principales théories de localisation04

1.3.1. La théorie d'affectation du sol de VON THÜNEN.....04

1.3.2. La localisation industrielle d'ALFRED WEBER05

1.3.3. La théorie des lieux centraux de WALTER CHRISTALLER07

1.3.4. La théorie des marchés d'AUGUSTE LOSCH08

1.3.5. L'approche d'EDGAR HOOVER.....08

2. L'attractivité du territoire09

2.1. Définition du territoire.....09

2.1.1. Le territoire « un concept polysémique ».....09

2.1.2. La nouvelle économie géographique « NEG ».....10

2.1.3. L'économie industrielle11

2.2. Les indicateurs de mesure de l'attractivité territoriale12

2.2.1. Les approches économiques.....12

2.2.2. Les enquêtes d'opinions12

2.3. L'offre territoriale et l'avantage comparatif des territoires13

2.3.1. L'offre territoriale.....13

Tables des matières

2.3.2. L'avantage comparatif des territoires	14
2.4. Quelques instruments théorique de la politique d'attractivité.....	15
2.4.1. Les aides financières et les infrastructures.....	15
2.4.2. Les marketing territorial	16
3. La localisation hors zone industrielle	17
3.1. Déterminants fondamentaux de la localisation.....	17
3.1.1. Les couts de production et la localisation des activités industrielles.....	17
3.1.2. La demande du marché	17
3.1.3. La concurrence.....	18
3.2. L'attractivité territoriale, facteur de localisation.....	18
3.2.1. La localisation	18
3.2.2. Choix de la zone d'implantation.....	19
3.2.3. Attractivité et choix du site final	20
3.3. L'intégration des activités économiques participées à la vitalité de la ville.....	21
3.4. Les critères de localisation urbaine des entreprises	21
3.4.1. La connectivité	22
3.4.2. La visibilité commerciale et les économies d'agglomération.....	22
3.4.3. Les capacités à recruter ou fidéliser le personnel.....	23
3.5. Des frais foncières et immobilières limités.....	24
3.6. Des conditions d'implantation rapide.....	25
3.7. Des facilitées de fonctionnement au quotidien.....	26
3.8. Des capacités pour répondre aux évolutions conjoncturelles ou structurelles de sont activité.....	26
3.9. La localisation en ville peut être avantageuse pour certaines entreprises	27
Conclusion	28

Chapitre 02 : Présentation monographique de la commune d'Akbou

Introduction	29
1 : Caractéristique de la commune d'Akbou.....	30
1.1 : Historique, situation géographique et découpage administrative.....	30
1.1.1. Historique.....	30
1.1.2. Situation géographique et découpage administratif	31
1.2. Climat et relief	31
1.2.1. Relief	31
1.2.2. Climat	31
1.3. Hydrographie	32
2. Situation démographique	34
2.1 : l'évolution de la population	34
2.2 : Répartition de la population d'Akbou selon la dispersion géographique.....	35
2.3 : Répartition de la population de la commune d'Akbou par sexe.....	35
2.4 : La structure de la population d'Akbou par âge.....	36
3. Environnement socio-économique de la commune d'Akbou.....	37
3.1 : L'emploi.....	37
3.1.1. Population active.....	37
3.1.2. Population occupé	37
3.1.3. Situation de la demande et placement	39
3.2 : L'éducation dans la commune et la formation professionnelle.....	39
3.3 : Les infrastructures et la télécommunication de la commune	41
3.3.1. Education.....	41

Tables des matières

3.3.2. Santé	42
3.3.3. Culture	43
3.3.4. La télécommunication	43
3.4. L'agriculture	43
3.5. L'industrie dans la commune d'Akbou	44
3.6. L'industrie hors zone.....	46
3.6.1. ARFOU.....	47
3.6.2. GEUNDOUZA.....	48
3.6.3. AZAGHAR.....	48
3.6.4. BOUZAROUAL.....	49
Conclusion.....	50

Chapitre 03. Résultat et analyse de données

Introduction	51
1. Présentation de l'enquête.....	52
1.1. Le déroulement de l'enquête de terrain	52
1.2. L'objectif de l'enquête de terrain	52
1.3. La présentation du questionnaire	52
1.4. La constitution de l'échantillon.....	54
1.5. L'administration du questionnaire	55
1.6. La période de l'enquête.....	55
2. L'analyse de questionnaire	56
2.1. Analyses de la première section de questionnaire « Identification et caractéristique de l'entreprise ».....	56
2.2.1. Caractéristique générales des entreprises enquêtées.....	56

Tables des matières	
2.2. Analyse de la deuxième section de questionnaire	62
2.2.1. Les facteurs déterminant de l'implantation.....	64
2.3. L'analyse de la section trois du questionnaire « La localisation ».....	67
2.4. L'analyse de la section quatre de questionnaire « Développement locale ».....	69
Conclusion	75
Conclusion générale	76
Bibliographie	77
Liste des tableaux.....	79
Liste des figures.....	80
Annexes	81
Tables des matières	98

Résumé

L'étude que nous avons réalisée démontre les facteurs de localisation des entreprises hors zones (d'activité et industrielle) dans la commune d'Akbou.

Les principaux axes analysés lors de notre enquête, nous ont permis d'éclairer et d'attirer l'attention sur les différentes caractéristiques des entreprises localisées hors zone, dans la commune d'Akbou, à savoir : les raisons de leur implantation et les relations entre entreprise et territoire. Cette recherche a montré l'influence des entreprises sur la vitalité de la ville et l'amélioration du quotidien de la population locale.