

Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Abderahmane Mira de Bejaia
Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences
commerciales

Mémoire

En vu de l'obtention

Du diplôme de magister en science de gestion
Option : **Management Economique des Territoires et**
Entrepreneuriat

Thème

Essai d'analyse des facteurs déterminant la localisation
des PME, cas de la wilaya de Jijel

Préparé par
DJEMAI Sabrina

Jury

Directeur de recherche : **KHERBACHI Hamid**
Professeur à l'université de Bejaia

Président : **KHELADI Mokhtar**
Professeur à l'université de Bejaia

Examineurs : **BELATTAF Matouk**
Professeur à l'université de Bejaia

TESSA Ahmed
Docteur à l'université de Tizi ousou

Année 2010

Remerciements

S'il est vrai que le travail de mémoire constitue avant tout un exercice solitaire. La présente recherche n'aurait pu aboutir sans le concours de nombreuses personnes, qui ont travaillées dans l'ombre. C'est l'occasion de les remercier pour leurs précieux conseils qui ont enrichi ce travail.

Mes remerciements s'adressent en premier lieu à mon directeur de mémoire, Monsieur le Pr. Hamid KHERBACHI. En fait, ce présent mémoire n'existerait pas s'il n'avait pas accepté de le diriger. Je le remercie pour son grand soutien pour la préparation de cette thèse, pour ses conseils et pertinentes remarques qui m'ont guidée dans la réflexion théorique et méthodologique.

Je remercie également Monsieur KHELIFA Lyes, alors qu'il était avec moi sur le terrain lors de collectes de données.

Enfin, je remercie tous ceux qui de près ou de loin, m'ont permis de réaliser cette recherche.

TABLES DES MATIERES

Abréviations utilisées.....	5
Introduction générale et problématique.....	6

PREMIERE PARTIE

Localisation des activités productives : Débat entre aménagement et attractivité territoriale.

Introduction a la première partie.....	14
CHAPITRE 1: L'espace et la localisation des activités productives.	16
Section 1 : Quelques éléments théoriques.....	17
1.1- Définition d'un facteur de localisation.....	17
1.2- L'origine de débat sur les facteurs de localisation.....	18
1.3- Les deux notions élémentaires de localisation : L'espace et le territoire.....	20
Section 2 : Les modèles classiques de localisation.....	21
2.1- Problématique de l'économie régionale et urbaine.....	22
2.2- Les modèles de l'économie régionale et urbaine.....	22
2.2.1- Von Thünen (1826) : La localisation agricole.....	22
2.2.2- Alfred Weber (1909) : La localisation industrielle.....	27
2.2.3- Walter Christaller (1933) : La place centrale.....	32
2.2.4- Harold Hotelling (1929): La concurrence spatiale.....	35
Section 3 : Les modèles de la nouvelle économie géographique (NEG).....	37
3.1- Problématique et origine de la NEG.	37
3.2 - Paul Krugman (1998) : Les économies d'agglomération.....	38
3.3- Les travaux d'Avinash Dixit & Joseph Stiglitz (1977): La préférence pour la variété...39	
3.4 - Causalité circulaire dans l'agglomération spatiales des firmes et des travailleurs.....	40
Conclusion.	45
Chapitre 2 : Les modèles de la territorialisation des firmes.....	47
Section 1 : L'émergence de la notion du territoire.....	47
1.1- Le fondement conceptuel des modèles de la territorialisation des firmes	49
1.1.1-Les externalités de réseau.	50
1.1.2- Les proximités.....	52
1.1.3- Les ressources et actif territoriaux.....	55
Section 2 : Les modèles de la territorialisation des firmes.....	58
2.1- Trois modèles archétypaux de territorialisation de firme.....	59

	3
2.1.1- Le district industriel.....	60
2.1.2- Le milieu innovateur.....	61
2.1.3- La technopole.....	62
2.2- Les caractéristiques de ces trois modèles.....	63
2.2.1- Logique d’interaction.....	63
2.2.2- Logique d’apprentissage.....	64
Conclusion.....	68
Chapitre 3: Les PME en l’Algérie et leurs localisation spatiale.....	69
Section 1 : Aperçu sur la PME Algérienne.....	69
1.1-Définition de la PME en l’Algérie.....	70
1.2-Localisation géographique des PME en l’Algérie.....	75
Section 2 : Classification des facteurs de localisation des PME.....	77
2.1- Facteurs économiques de localisation.....	78
2.2- Facteurs extra économiques de localisation.....	82
Section 3 : Localisation des PME et l’aménagement du territoire.....	86
3.1- L’aménagement du territoire comme politique publique pour renforcer l’attractivité des territoires.....	88
3.2- Les deux paradigmes de l’aménagement du territoire : Attractivité et Compétitivité.....	90
3.2.1- L’attractivité territoriale : éléments de définition.....	90
3.2.2 - La compétitivité territoriale.....	94
3.3- Les instruments et le niveau de la politique de l’aménagement du territoire.....	95
3.4- Les objectifs de l’aménagement du territoire.....	101
3.5- Les acteurs de l’Aménagement du territoire.....	101
3.6- Les moyens de l’aménagement du territoire.....	102
Conclusion.....	103
Conclusion de la première partie.....	105

DEUXIEME PARTIE

Les facteurs déterminant la localisation des PME dans la wilaya de Jijel

Introduction a la deuxième partie.....	106
CHAPITRE 4 : Présentation synthétique de la wilaya de JIJEL.....	108
Section1 : La situation géographique de la wilaya de Jijel.....	108
1.1- Le climat.....	110

1.2- Le relief.....	111
1.3- Les ressources hydrauliques.....	112
Section 2 : La population et la formation.....	113
2.1- La population.....	113
2.2- La formation.....	116
Section 3 : Les infrastructures de base et foncier industriel.....	118
4.1- Les infrastructures de base.....	121
4.2- Le foncier industriel.....	127
Section 4 : Présentation du secteur industriel de la wilaya de Jijel.....	...128
4.1-L'industrie dans la wilaya.....	128
4.2- La répartition des PME industrielle selon des branches d'activités.....	129
Conclusion	130
Chapitre 5 : Etude analytique des facteurs de localisation des PME.....	131
Section 1 : Le secteur des PME dans la wilaya de Jijel.....	132
1.1- Présentation des secteurs d'activités des PME et de l'artisanat de Jijel.....	132
1.2- Les liens entre secteurs d'activités et localisation.....	136
Section 2 : La géographie économique des PME à Jijel.....	145
2.1-Aspect physique du territoire et répartition des PME.....	145
2.2- La comparaison entre la répartition des PME et celle de la population.....	146
2.3-La formation et la répartition des PME.....	146
2.4-Les infrastructures de base et répartition des PME.....	148
Conclusion.....	150
CHAPITRE 6 : Enquête sur les facteurs de localisation des PME.....	151
Section 1 : Méthodologie de recherche.....	151
1.1- Le choix de type de recherche.....	152
1.2- L'échantillon du terrain.....	153
1.3- Présentation du contenu du questionnaire d'enquête.....	153
1.4- Le déroulement de l'enquête.....	155
1.5-Présentation du l'échantillon du l'enquête.....	155
Section 2 : L'analyse des facteurs de localisation des PME enquêtés.....	158
2.1- Le traitement du questionnaire.....	158
2.2- Les facteurs déterminant la localisation des PME dans la wilaya de Jijel.....	159

2.2.1- Analyse des facteurs liés aux infrastructures.....	159
2.2.2- Analyse des facteurs liés au tissu local.....	160
2.2.3- Analyse des facteurs liés à la main d'œuvres.....	164
Conclusion.....	165
Conclusion de la deuxième partie.....	165
Conclusion générale.....	167
Bibliographie.....	171
Annexes.....	176
Liste des tableaux et figures.....	189

Abréviations utilisées	
ANAT	Agence National d'Aménagement du Territoire
ANDI	Agence Nationale de Développement de l'Investissement.
ANGEM	Agence National de Gestion de Miro crédit
BTP (H)	Bâtiment et Travaux Publics (et Hydrauliques).
°C	Degré Celsius.
CFPA	Centre de Formation Professionnelle et d'Apprentissage
CNAS	Caisse Nationale d'Assurance Sociale
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
CNES	Conseil National Economique et Social.
CW	Chemin de Wilaya
DPAT	Direction de Planification et d'Aménagement du Territoire
FGAR	Fonds de Garantie des crédits aux PME
Ha	Hectare.
Hab.	Habitants
IAA	Industrie Agro-Alimentaire
ICA	Investment Climat Assessment
ISMME	Industrie Sidérurgique, Métallique, Mécanique et Electronique
MATE	Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement.
Km	Kilomètre
ONS	Office National des Statistiques
OMC	Organisation Mondiale de Commerce
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PMI	Petites et Moyennes Industries
PIB	Produit Intérieur Brut
RGPH	Recensement Général de la Population et de l'Habitat
RN	Route Nationale
ZA	Zone Aménagée
ZI	Zone Industrielle.
ZAC	Zone d'Activité

Introduction générale et problématique

L'objectif de ce travail est d'essayer d'analyser l'attractivité de la wilaya de Jijel à travers l'analyse des facteurs de localisation des PME. Il sera question de répondre à deux questions de recherche relatives au phénomène d'agglomération de PME et de choix de localisation des activités productives dans la wilaya. L'introduction au thème de facteurs de localisation des PME a été faite sous l'angle de recherche des territoires offreurs des facteurs de compétitivités aux entreprises.

Aujourd'hui, avec l'accélération de la mondialisation, caractérisée par l'évolution rapide des technologies, le choix d'implantation d'une entreprise sur un territoire donné est très important pour la survie et la compétitivité d'une entreprise. Il ne s'agit plus d'avoir simplement une bonne idée et les fonds nécessaires pour créer une entreprise, mais plutôt de savoir la planter dans un territoire fertile, où elle aura plus de chance d'évoluer et c'est pour cette raison que l'une des préoccupations majeures des entrepreneurs est de trouver les meilleurs emplacements possibles en fonction de critères rationnels tels que le profit et l'efficacité.

La détermination des facteurs de localisation des entreprises sur un territoire donné permet de traiter plusieurs problématiques de recherche, à savoir : l'analyse des logiques d'agglomérations et de l'existence de réseau interentreprises, l'explication du déséquilibre en terme de développement, l'explication de la distribution spatiale des activités économiques, voir si le territoire en question offre des facteurs de compétitivités aux entreprises, prévoir le destin économique d'un tissu d'entreprises données ainsi que celui du territoire d'implantation, etc.

Afin de guider notre réflexion sur l'importance de la détermination des facteurs de localisation dans un territoire donnée, il nous est indispensable d'introduire, dans un premier temps, les deux principales disciplines qui ont appréhendé les facteurs de localisation des entreprises, puis l'origine du débat sur le thème des facteurs de localisation. Le thème des facteurs de localisation des entreprises a retenu l'attention de différents champs disciplinaires : l'économie, la géographie, la sociologie, dont le phénomène d'agglomération d'entreprises a été le stimulus des recherches sur le sujet.

Initialement, l'économie régionale et urbaine est considérée comme la première discipline qui a penché sur la détermination des facteurs de localisation des activités économiques. Ainsi, le phénomène d'agglomération d'entreprises est expliqué comme le résultat de recherche de localisation optimale de la part des entrepreneurs.

Actuellement, les recherches s'ouvrent vers une nouvelle discipline dite la nouvelle économie géographique. Celle-ci a déterminé d'autres catégories de facteurs de localisation d'entreprise sur un territoire donné. L'explication du phénomène d'agglomération est faite à partir de deux forces opposées : les forces centripètes ou gravitaires conduisant à l'agglomération des activités économiques sur un espace réduit (rendements d'échelle croissants, externalités technologiques et pécuniaires, externalités input outputs, externalités liées à la demande, biens publics, mobilité de l'offre de travail, etc.) et les forces centrifuges conduisant au contraire à une dispersion des activités dans l'espace (externalités négatives, coûts de transport et de transaction, coûts de congestion).¹ Par ailleurs, ces deux disciplines ont fourni de nombreux travaux de recherches, théoriques et empiriques, visant à identifier les facteurs déterminant la localisation des entreprises.

La raison principale de l'identification des facteurs de localisation était, d'une part, l'explication de l'inégale répartition des activités économiques dans l'espace géographique et d'autre part, la compréhension de phénomène d'agglomération des entreprises de même secteur d'activité dans quelques aires géographiques. Parallèlement, il y a essentiellement deux approches qui ont appréhendé les choix de localisation des entreprises. La première modélise les choix de localisation des entreprises avec la prise en compte de l'espace géographique, en tant que distance, à travers des coûts de transport. Ainsi, le point de localisation est celui qui minimise les coûts de transport entre lieux de production et lieux d'échange et d'approvisionnement. La deuxième approche appréhende les choix de localisation des entreprises en intégrant les avantages que peut apporter l'espace, considéré comme un ensemble de lieux aux entreprises qui l'occupent. Dans le cadre de cette approche, l'espace local est appréhendé comme un territoire au sens où il est « *un produit original, aménagé, géré et défendu dans les intérêts du groupe dominant. En ce sens les pratiques spatiales font de chaque territoire un espace produit original avec ses structures historiques, sociales, culturelles et économiques* »².

Dans cette perspective, l'espace n'est plus considéré comme un support passif des activités économiques caractérisé par un ensemble statique de variables. Il apparaît au contraire comme un construit résultant des interactions entre acteurs locaux.

¹ HATEM (Fabrice), « Investissement international : quel attractivité pour les IDE ». Edition, Economica, 2004.p.18

² AURAY (Jean Paul), BAILLY (Antoine), DERYCKE P.H, HURIOT (Jean Marie): « Territoires et territorialités », in Encyclopédie d'économie spatiale, édition, Economica, Paris, 1994. p. 275-279

Ces deux approches de localisation des entreprises permettront d'assurer la bonne conduite de cette recherche, et de comprendre, entre autres, l'interdépendance existante entre ces deux approches et le niveau d'attraction d'un territoire.

Ainsi, il se dégage des idées éclairant notre concept central de « facteur de localisation ». Celui-ci se rattache à un ensemble de variables géographiques, économiques, sociologiques et culturelles visant l'évaluation d'une localisation existante ou la sélection de meilleurs emplacements possibles de localisation.

Le choix des PME comme objet de recherche dans notre exposé se justifie par :

- **Justification empirique** : Les PME occupent une place importante dans l'économie Algérienne et constituent une grande partie du tissu industriel. Aujourd'hui, le pays compte plus de 350 000 PME. D'après le rapport de ministère de PME et de l'artisanat¹, la PME a réalisé des progrès considérables ces dernières années, ce dont témoigne la progression régulière de sa part dans les principaux indicateurs économiques :
 - ⇒ En effet en (PIB) hors hydrocarbures, les PME ont contribué à hauteur de 78 % pour l'année 2005.
 - ⇒ En produit intérieur brut (PIB), hydrocarbures compris, la PME privée a connu une évolution constante. Sa contribution est passée de 45,7% à 47% pour la période 2001-2005
 - ⇒ L'indice de la valeur ajoutée globale hors hydrocarbures, est aussi en nette amélioration, passant de 75,3% en 2001 à 78,2% en 2005.
 - ⇒ En matière d'emplois, la PME participe à hauteur de 1 157 856 emplois dont 888 829 salariés dans les PME privées et 192 744 artisans.
- **Justification politique** : Depuis les années quatre-vingt-dix, le gouvernement algérien n'a cessé d'accorder une importance grandissante aux PME. Cette importance se manifeste dans le programme de restructuration des entreprises publiques qui consistait en une décentralisation des grandes entreprises en moyennes entités et leur privatisation, et aussi dans la création d'organismes institutionnels (ANSEJ, ANDI, FGAR, CNAC, ANGEM, etc.), en vue de stimuler et de soutenir l'initiative individuelle, et d'encourager la création de PME.

¹ Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de L'Artisanat « Politique d'appui à l'innovation dans la PME », février 2007, p.7.

➤ **Justification théorique :** Depuis ces trente dernières années, en même temps que l'accélération de la mondialisation, on assiste dans le monde à un regain d'intérêt pour la PME. L'apparition des groupements spatiaux de PME de même secteur d'activité (district industriel) a révélé leurs créativité et leurs capacités d'innovation. Ce fait a relancé le débat sur les nouvelles formes d'organisation de la production, le renouvellement des approches du développement territorial et local, désormais, fondé sur une multiplicité d'acteurs organisés en réseaux formels et informels entretenant entre eux des relations intenses et économiquement fécondes. Dans cette nouvelle approche, la PME est considérée comme levier de développement local et économique, grâce aux relations mutuellement avantageuses que les PME nouent entre elles et avec leurs territoires de localisation. L'agglomération des PME est considérée comme un atout pour le développement. Plus encore que les grandes entreprises, les PME ont besoin d'accéder à des sources externes d'information, de connaissance, de savoir-faire et de technologie pour bâtir leur propre capacité d'innovation et cibler les marchés qu'elles visent. Toutes les PME doivent donc être connectées aux sources les plus prolifiques de connaissances et de compétences nouvelles et seule l'agglomération encourage le développement de réseaux humains et facilite la création de flux de connaissances. Les PME ne sont plus alors isolées dans un territoire qui ne représente pour elle qu'une contrainte externe, elle contribue à créer son environnement en instaurant un réseau de relations partenariales tant avec d'autres entreprises (sous-traitants, clients, fournisseurs) qu'avec des centres de formation, de recherche, privée ou publique, de transfert de technologie et des collectivités publiques locales.

Cette dernière justification nous intéressera dans cette recherche, et constituera notre objet d'analyse.

Problématique

Dans tous les pays, y compris l'Algérie, l'importance de la PME (petite et moyenne entreprises) a été reconnue et encouragée. Toute la littérature contemporaine préconise l'encouragement de l'entrepreneuriat afin de dynamiser l'économie du pays et aussi d'assurer le développement économique et social des territoires.

Les PME occupent une place très importante depuis les années 70. Il est reconnu que leur dynamisme lié en partie aux mutations économiques et technologiques qui se sont produites au cours de cette période a fortement contribué à la création d'emploi, au renouveau économique de certaines régions et à l'accroissement de leurs compétitivités.

Le cadre local de notre étude des facteurs de localisation des PME est le cas de la région de Jijel. Les statistiques déclarent une dynamique entrepreneuriale forte durant ces 10 dernières années. Même si les événements liés au terrorisme ont ralenti cette progression pendant les années les plus sanglantes, les PME privées connaissent une très forte progression depuis les années 90. Par ailleurs, c'est la seule qui dispose d'une zone de libre échange, zone de Bellara.

En 1999, Jijel est classée 40^{ème} wilaya en terme de densité d'entreprises, avec 100 PME pour 100000 habitants¹. Actuellement, elle est 20^{ème}, avec 987 PME pour 100000 habitants². Cependant, cette dynamique de création de PME, s'est accompagnée d'un creusement de fossé en matière de répartition des entreprises entre les communes de la wilaya. Alors, un phénomène d'inégale répartition des PME commence à prendre de l'ampleur. On note particulièrement que plus de la moitié (54,3 %) du total des PME est concentrée dans deux communes seulement (Jijel) et (Taher) représentant une faible part de la superficie totale de la wilaya, tandis que l'autre moitié (45,7%) se répartit entre les 26 communes restantes. Alors, l'intérêt poursuivi derrière cette recherche est d'identifier les facteurs qui ont poussé à cette concentration spatiale des activités dans la wilaya de Jijel afin de déterminer les facteurs d'attraction de PME dans cette wilaya et par la suite prévoir l'avenir du tissu des PME existantes, et de tirer des conclusions sur la logique de leurs localisation.

Aujourd'hui, les facteurs de localisation suscitent une attention croissante de la part de l'opinion et des pouvoirs publics. Derrière cette question se profile en effet un enjeu encore plus large, celle de la capacité de l'échelle territoriale étudiée à offrir aux entreprises un environnement favorable à leur fonctionnement et à leur développement. Ainsi, les acteurs

¹ BOUYACOUB (Ahmed) : « Les PME en Algérie : Quelles réalités ? », in *Entrepreneurs et PME : Approche Algéro-Française*. Edition L'Harmattan, 2004. p.75-94.

² Bulletin d'Information Economique N°12, Année 2007, Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat. Site web : <http://www.pmeart-dz.org>

économiques tels les acteurs publics cherchent à accroître l'efficacité de leur politique d'attraction et les entrepreneurs cherchent la compétitivité de leurs entreprises.

Ainsi, pour que les acteurs publics parviennent à attirer et retenir sur leurs territoires des activités représentant un fort potentiel d'emplois, ils doivent répondre aux besoins des entrepreneurs. C'est dans cette idée que l'identification des facteurs de localisation devient un sujet de préoccupation des acteurs publics qui cherchent à attirer des investisseurs, à susciter le développement économique et social de leurs territoires. Les recherches effectuées sur ce thème permettront de déterminer les facteurs attractifs de localisation des PME, et permettront aux acteurs locaux d'accroître l'efficacité de leurs politiques d'attraction des investissements.

Nous essayerons d'apporter des éléments de réponse à la question suivante :

⇒ Quels sont les facteurs incitatifs de localisation qui ont poussé à l'agglomération des PME dans la wilaya de Jijel?

Nous répondons à cette interrogation par une enquête auprès d'un échantillon de PME existant au niveau des zones les plus agglomérées de la wilaya, à savoir (zone d'activité El hadada, zone d'activité Emir abdelkader, zone extra portuaire, zone urbaine). Cela nous permettra de visualiser les véritables facteurs de localisation des PME et d'enrichir notre savoir et d'attirer l'attention sur l'importance de l'économie spatiale. Répondre à cette question nous permettra de bien comprendre la réalité de fonctionnement et les réactions des entreprises agglomérées, c'est-à-dire déceler s'il y a des réseaux de PME dans la wilaya.

Cependant, étudier ce sujet soulève aussi d'autres questions découlant directement de la question de recherche qui deviennent des objectifs spécifiques de notre étude. Nous les définissons en quatre points.

- ⇒ Mesuré le degré de présence sur ce territoire des facteurs recherchés par les entrepreneurs ;
- ⇒ Les motivations des entrepreneurs d'investir à Jijel dans les deux communes en question;
- ⇒ La révélation des facteurs attractifs de localisation de territoire du Jijel ;
- ⇒ L'explication de la répartition spatiale des PME de la wilaya.

Les hypothèses de notre recherche s'énoncent comme suit :

Hypothèse 1: Les facteurs de localisation des PME sont de natures diverses. La diversité réfère aux facteurs exogènes ou bien traditionnels de localisation et endogènes du territoire de localisation.

Hypothèse 2 : Certaines communes disposent de potentialités nécessaires pour attirer les entrepreneurs.

Notre travail sera organisé de la manière suivante. Une première partie expose les principaux faits stylisés dont nous disposons pour caractériser la géographie des activités économiques ainsi que les références théoriques à partir desquelles nous pouvons en expliquer la localisation. La deuxième partie, méthodologique, présente les données du cadre local de notre étude pour tenter une explication de la répartition des PME qui prévaut, d'abord, à partir de données statistiques recueillies auprès des organismes compétents (DPAT, CNAS) puis à travers une enquête de terrain que nous comptons effectuer auprès des PME concernées. Au début, nous avons ciblé les PME de la zone de Bellara. Malheureusement, peu d'entreprises ont réellement démarré et cette zone n'est pas fonctionnelle. Pour cela, nous avons opté pour la zone de Jijel et celle de Taher.

La localisation d'une PME résulte d'un nombre assez important de facteurs dans le poids et la diversité varient fortement d'un secteur d'activité à un autre. Ceci signifie qu'il est pratiquement impossible d'appréhender dans une étude empirique tous les facteurs déterminant la localisation d'une PME. Nous avons alors choisi dans notre enquête une liste aussi exhaustive que possible de facteur de localisation, afin d'appréhender la réalité. Les PME choisies sont situées dans et à proximités des zones les plus agglomérées de la wilaya, à savoir (zone d'activité El hadada, zone extra portuaire, zone industrielle Taher) et elles représentent les principaux secteurs d'activités de la wilaya de Jijel. La démarche méthodologique suivie est une approche empirico-inductive visant à identifier les facteurs de localisation qui guident, dans les faits, les entrepreneurs dans leurs choix de localisations.

Première partie :

La localisation des activités productives :
Débat théorique entre l'aménagement du
territoire et attractivité territoriale.

INTRODUCTION A LA PREMIERE PARTIE

Aujourd'hui, la disposition dans l'espace des activités économiques et des hommes n'est pas sans importance pour les performances économiques des Etats et des firmes. De cette découverte tardive sont nées de nombreuses disciplines scientifiques; l'économie spatiale, et industrielle, l'économie régionale et urbaine, la nouvelle économie géographique. Chacune d'elles a appréhendé l'espace en fonction des problèmes qu'elle a à résoudre.

Ces disciplines, ont étudié la problématique de localisation et de distribution des activités économiques dans l'espace et de l'inégal développement des régions. L'objectif est d'identifier les facteurs de localisation qui guident, dans les faits les entreprises dans leurs choix de localisations. Deux notions essentielles, espace et territoire, ont été le sujet du débat sur la localisation des activités économiques.

L'espace est défini comme le coût de franchissement de la distance, en tenant compte des contraintes physiques et de l'organisation du système de transport qui relie les centres de productions agricoles et industrielles aux lieux de consommation. Il s'agit fondamentalement d'identifier les déterminants de la localisation optimale des activités.

La conception de l'espace, pour les économistes classiques et néoclassiques, est réduite à un point où l'espace distance dominera longtemps et fournira certains outils puissants comme la centralité, la concurrence spatiale et les aires de marché. Puis ils ont commencé à produire une géométrie de l'espace, cercles, triangles, hexagones, en cherchant à optimiser la localisation dans un espace supposé homogène et la satisfaction des consommateurs en minimisant leur distance de déplacement. L'ensemble des conceptions ont été défini comme des modèles classiques de localisations.

Mais l'influence de nouveaux paradigmes productifs (District industriel, milieu innovateur, etc.) et les hypothèses restrictives des modèles classiques de localisation ont conduit à rechercher l'explication du phénomène observé à partir de l'espace comme un lieu différencié porteur d'externalités. La notion de l'espace source de coûts et support passif de facteurs de production sera remplacée par celle du territoire qui est beaucoup plus qu'un fragment d'espace neutre mais un acteur capable d'assurer un développement économique et plus un développement industriel.

Désormais, le territoire est considéré comme un nouveau facteur de production. Il représente l'ensemble des interactions entre acteurs locaux partageant une culture commune. Les réflexions théoriques s'attachent à conceptualiser les externalités territoriales dont bénéficient les entreprises qui s'agglomèrent, les actifs spécifiques territoriaux, et l'impact de la proximité sur la performance des firmes et des territoires.

Aujourd'hui, le phénomène de l'internationalisation croissante des économies qui se traduit par un renforcement général de la concurrence et des exigences de la compétitivité affecte l'ensemble des secteurs d'activités et l'ensemble des entreprises quelle que soit leur dimension. Le « choix du site » joue un rôle important comme facteur de compétitivité, car un choix optimal influencera positivement sur le coût de production et la position concurrentielle de l'entreprise par la suite.

La détermination des facteurs de choix de localisation intéresse les pouvoirs publics qui cherchent à attirer des investisseurs, à susciter le développement régional ou local et à connaître les nouveaux besoins des entreprises en facteurs de localisation afin d'assurer un développement territorial harmonieux sur un territoire donné. Cela est possible par une politique d'aménagement du territoire efficace et efficiente dégagée suite à l'analyse des facteurs clés de la localisation.

Dans cette partie, notre travail sera divisé en trois chapitres. Le premier est consacré à l'espace et localisation des activités productives. Dans le deuxième, on mettra l'accent sur l'émergence de la notion du territoire en économie et les modèles de la territorialisation des firmes. Le troisième chapitre examine la relation existante entre la localisation des PME et l'aménagement du territoire et l'enjeu de renforcer la concentration économique tout en limitant les disparités territoriales.

Chapitre 1

L'espace et la localisation des activités productives

Aujourd'hui, l'espace est intégré dans la théorie économique grâce à deux principaux courants de recherches qui sont l'économie régionale et urbaine et la nouvelle économie géographique. En effet, l'agglomération des activités économiques a été le fil de débat sur la notion de l'espace ou plus précisément sur la localisation des activités économiques dans l'analyse économique.

Les allemands ont été les premiers à avoir abordé l'espace dans l'analyse économique. En proposant des constructions conceptuelles de l'espace à partir d'une élaboration théorique centrée sur la question de la localisation : La localisation agricole tout d'abord, la localisation industrielle, et théorie générale de la localisation, dans une perspective inspirée de la théorie de l'équilibre général¹.

Le premier à avoir proposé une construction conceptuelle de l'espace est l'allemand Von Thünen au 18^{ème} siècle. L'économie Allemande est alors dominée par l'agriculture, ce qui l'a poussée à chercher la répartition optimale des cultures dans l'espace. Ainsi, il a développé une répartition des cultures par cercles concentriques. Ce qui a fait de lui le pionnier de l'économie spatiale. En 1964, ce modèle est réinterprété par Alonso qui transpose l'analyse de la production agricole au contexte urbain : habitants de la périphérie au lieu des fermiers, agglomération (central business district) à la place de la ville campagne².

Toutefois, jusqu'au début du 20^{ème} siècle, aucune théorie majeure n'a été développée. Ainsi, à l'heure de la révolution industrielle, l'apparition du phénomène d'agglomération des entreprises industrielles a suscité la curiosité des chercheurs de comprendre ce phénomène spatial. Ainsi, un nouveau modèle de localisation reposant sur l'industrie a été élaboré. Celui-ci a été l'œuvre de Weber en 1909.

Les travaux de weber furent repris par walter Isard en 1954. Ainsi, une nouvelle discipline dite la science régionale est née. La raison est de fournir une théorie macro-

¹COLLETIS (Gabriel) & GIANFALDONI (Patrick) & RICHEZ-BATTESTA (Nadine) : « territoires et économie sociale et solidaire : in Recma [Revue des études coopératives, mutualistes et associatives], n°296, 2005, p.2.

² COMBES (Pierre- Philippe) & THISSE (Jacques François) & MAYER (Thierry), « Leçons d'économie géographique », chapitre2: l'espace dans la pensée économique, 2006.p.6.

économique et de se concentrer sur les décisions de localisation ayant une portée géographique la plus grande c'est-à-dire sur les choix de lieux d'implantation à l'échelle interurbaine, interrégionale voire internationale.

Enfin, le modèle de concurrence spatiale créée par Hotelling (1929), de stratégie de localisation et de prix de deux producteurs se disputant un même marché.

Alors, nous allons tenter de présenter les fondements théoriques des recherches sur les facteurs de localisations des activités économiques. On exposant l'essentiel des modèles de la localisation qui résument le mieux l'intérêt qu'auraient les économistes à intégrer l'espace dans l'analyse économique. Parmi eux, citons les travaux de (Von Thünen, Alfred Weber, Walter Christaller, Auguste Lösch, Harold Hotteling). Enfin, nous arrêtons aux travaux de la nouvelle économie géographique, le contexte de l'émergence de la discipline et la place qu'elle occupe au sein de la pensée économique.

Section 1 : Quelques éléments théoriques

1.1-Définition d'un facteur de localisation

La définition d'un facteur de localisation est extrêmement nécessaire pour une analyse pertinente et complète de sujet. Selon **Philippe Aydalot** (1985), *un facteur de localisation est tout ce qui susceptible de différencier l'espace pour l'entreprise : deux lieux offrant le même coût de production n'en font qu'un aux yeux de l'entreprise*¹.

Selon **Mérrenne Schoumaker** (1996), *on entend par facteur de localisation, tout phénomène susceptible d'influer d'une manière ou d'une autre sur le choix d'une localisation. Selon elle, dans la majorité des travaux consacrés aux localisations, on peut dégager les quatre grands principes suivants*² :

1. Un facteur ne peut à lui seul expliquer une localisation; même la présence d'une matière première ne peut être la seule cause d'une implantation ;
2. Un même facteur peut exercer des influences diverses; ainsi la présence d'une main-d'oeuvre qualifiée peut attirer certaines entreprises et en repousser d'autres;
3. Le choix d'une localisation est la résultante d'un nombre plus ou moins grand de facteurs dont le poids et la diversité varient fortement d'une situation à l'autre;

¹ YADALOT (Philippe) : « économie régionale et urbaine ». Édition, Economica. Paris, 1985.p.69

² VICTOR (Andy) : « Les décisions de localisation des entreprises dans les provinces canadiennes ». Rapport de recherche rédigé pour le grade de Maîtrise en Sciences Economiques. Département de sciences économique, faculté des arts et sciences. Université de Québec. Août 2004.p.3

4. La sélection finale d'une localisation est toujours une question de compromis et d'options car, comme le dit **R. Muther**¹, "il est rare de trouver un emplacement parfait, permettant une implantation parfaite pour un prix parfait". Les dirigeants choisissent donc "ce qui convient le mieux" à partir de "ce qu'ils veulent" et en fonction de "ce qui est disponible".

1.2-L'origine du débat sur les facteurs de localisations

Le processus de concentration spatiale des activités de production amorcé depuis la deuxième révolution industrielle², a suscité l'intérêt des économistes et géographes, notamment Allemands, pour la conceptualisation de ce phénomène spatial. La recherche de la cause a fait l'objet d'un ensemble de travaux théoriques et empiriques visant à l'identification des facteurs de choix de localisation des entreprises.

Les économistes et géographes ont essentiellement distingués principalement deux constats qui ont conduit au débat sur les facteurs de localisation³. L'inégale répartition des activités économiques dans l'espace géographique est considérée comme le premier stimulus des recherches sur les facteurs de localisation des entreprises. Cette inégalité régionale entrée en scène avec la révolution industrielle a motivé les économistes et également les géographes d'effectuer des recherches sur les comportements de localisation de l'activité industrielle. Dans son ouvrage « Geography and Trade »⁴, Krugman avait remarqué que les entreprises industrielles d'un même secteur d'activité tendent manifestement à s'agglomérer dans certaines aires géographiques particulières telles que l'industrie du décolletage dans la vallée de l'Arve et du tapis en Georgie, etc.

Dés lors, l'objectif premier de ses recherches est d'expliquer l'émergence de ces configurations spatiales concentrées. Alors, elles mettent en évidence des facteurs qui, au niveau des décisions de localisation des entreprises individuelles, sont les mieux à même de l'expliquer. A partir de ces deux constats, l'ensemble des recherches d'inspiration économique et géographique cherchent à répondre à la même question générale : « Pourquoi

¹ AJABID (Mina), BONNET (Karine), DA SILVA (David), GUERNUT (Jérémy), JAMOT (Dimitri), ROHART (Pascal), WANG (Dongming) : « Facteur de localisation des entreprises de la Silicone valley à Agadir » document de travail N°51 université du Littoral- Côte d'opale, mars 2002.p.17

² COMBES (Pierre- Philippe) & THISSE (Jacques François) & MAYER (Thierry), « Leçons d'économie géographique », chapitre 1 : l'espace dans la pensée économique, 2006.p.2

³ SERGOT (Bertrand) : « Les déterminants des décisions de Localisation : Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services ». Thèse doctorat en sciences de gestion, université Paris I- Panthéon Sorbonne. December, 2004.p.40

⁴ KRUGMAN (Paul): « Geography and Trade», MIT Press, Cambridge, Massachusetts London, England, 1991.p.35

là ?». En d'autres termes, ces recherches visent à l'identification des caractéristiques de localisation, appelées « facteurs de localisation ». Ces derniers, regroupent tout un ensemble de variables (économique, géographique, sociologique, Etc.) et varient d'un lieu géographique à un autre.

1.3- Définition de la notion de localisation

Afin de mettre de l'ordre dans le débat sur les facteurs de localisation, il est important de procéder à la définition de la notion de localisation. Cette dernière est extrêmement nécessaire pour une analyse pertinente et complète de sujet. Selon **Mérenne Schoumaker** : « *La localisation est une propriété spatiale essentielle en géographie. Si cette propriété désigne d'abord la position absolue d'un lieu ou d'un phénomène (exprimée en coordonnées géographiques : latitude et longitude), elle exprime surtout sa position relative, c'est-à-dire sa situation géographique vis-à-vis d'autres lieux ou d'autres phénomènes (par exemple, un port, une grande ville, etc.)* »¹.

Selon **Denise Pumain et Thérèse Saint-Junien** « *la localisation définit l'emplacement d'un objet sur la surface terrestre, dans un système de référence explicite. Le plus souvent, elle s'exprime par les coordonnées géographiques : la longitude, que nous noterons Y , soit Y_i pour la longitude d'un point i et la latitude, que nous noterons X , soit X_i pour le point i .* »².

De ces définitions, on constate que la géographie semble à priori la mieux indiquée pour l'étude de la distribution des activités économiques dans l'espace géographique. Ce ne sont pourtant pas les géographes qui ont été les premiers à s'intéresser à l'appréhension de l'espace par les entreprises, mais les économistes qui se sont attachés à définir les variables qui différencient l'espace géographique aux yeux des entreprises et qui, à ce titre, influent sur leurs choix de localisation.

¹ SCHOUMAKER (Bernadette Mérenne), « la localisation des industries », Edition Nathan, 1991.

² PUMAIN (Denise) et SAINT-JULIEN (Thérèse), « l'analyse spatiale : localisation dans l'espace », édition Armand Colin, Paris, 2004, p.9.

1.4- Les deux notions élémentaires de la localisation : L'espace et le territoire

L'espace et le territoire représentent les deux notions élémentaires sur lesquelles se sont établis les modèles de localisation en économie. D'une part, avec la notion de l'espace, le point de localisation des entreprises est celui qui minimise les coûts de transport entre lieux de production et lieux d'échange et d'approvisionnement. La notion de l'espace est considérée comme un bloc de facteurs de production et la prise en compte de la localisation de ces facteurs constitue les fondements des choix de localisation des activités économiques.

« Dans la théorie économique, la notion de l'espace apparaît comme modelée par une dotation de facteurs, vis-à-vis desquels le problème de la localisation de l'entreprise repose sur la détermination du lieu d'installation d'une activité productive, préalablement définis par la prise en compte de prix relatifs des facteurs et des coûts de transport, aussi bien d'acheminement des matières premières et biens intermédiaires, que d'accès aux marchés. »¹

D'autre part, avec la notion du territoire, le point de localisation résulte d'un arbitrage entre une multitude d'attributs matériels et immatériels. Ces derniers confèrent aux territoires une réalité beaucoup plus abstraite que physique. Par ailleurs, les logiques de localisation englobent à la fois celles retenues par les modèles classiques de localisation et les dépassants. Ici, le territoire ne peut être réduit à une dotation en facteur de production. Il est une construction complexe dont la nature et l'évolution résultent² :

- D'activités productives et de relations inter- entreprises ;
- De comportements et stratégies d'institution (notamment publiques et parapubliques) ;
- D'un environnement de services, recherche, formation, cadre de vie...

Les entreprises recherchent des territoires propices à l'innovation afin de localiser leurs entreprises. Le tableau suivant nous renvoie aux principaux points de différence entre « espace » et « territoire »³.

¹ ZIMMERMANN (Jean -Benoît) : « l'entreprise et le territoire, partenaires pour créer et développer. », GREQAM/ EHESS- CNRS, université d'Aix-Marseille, novembre, 1998.P.45.

² ZIMMERMANN (Jean -Benoît).Op.cit.p.47.

³ LEON A. et SAUVAIN T., « De l'économie internationale à l'économie globale », Ellipses. Coll. « Transversale », 2005.p. 148.

Tableau 1
Distinction entre espace et territoire

<i>L'espace</i>	<i>Le territoire</i>
Homogène et isotrope	Hétérogène
Substituable	Spécifique
Continu	Discontinu
Mesurable	Non mesurable
Transparent	Complexe
Appropriable	Non appropriable
Primat de la dimension économique	Approche multidimensionnelle
Relation de marché	Marché et hors marché
Collection d'individus	Acteurs auteurs

Source : LEON A. et SAUVAIN T., « De l'économie internationale à l'économie globale », Ellipses. Coll. « Transversale », 2005.p.148

Section2 : Les modèles classiques de localisation.

La recherche de l'optimalité constitue l'objectif des modèles de localisation des activités économiques. Ceux-ci mettent l'accent sur des paramètres géographiques (coût de transport, degré de mobilité des individus, transportabilités des inputs et outputs) et économiques (préférence pour la variété, complémentarité entre industries liées) dans leurs champs d'investigation afin d'éclairer la formation des agglomérations, et font ainsi des catégories de facteurs de localisation d'entreprises.

Parallèlement, il y a essentiellement deux théories, correspondant aux préoccupations spatiales. La première est celle de l'équilibre partiel, c'est-à-dire celle de la localisation optimale d'une entité économique dans un environnement donné qu'elle ne peut modifier¹. Chacun choisit la localisation qui minimise ses coûts. Pour chaque entreprise il y a une localisation optimale différente, et donc pas de concurrence (weber). Ce modèle intègre à la fois le paradigme concurrentiel classique concurrence parfaite et rendement constant. La deuxième est celle de l'équilibre général, visant la recherche macro géographique d'une configuration spatiale optimale de l'ensemble des agents économiques. Chacun des agents a la même localisation optimale. Les localisations sont donc le fruit de la concurrence qui intègre paradigme de concurrence imparfaite et rendement croissant. Les modèles les plus

¹ VANDERMOTTEN (Christian) & MARISSAL (Pierre) : « la production des espaces économiques ». Édition de l'université de bruxelles. Tome I, 2004.p.19.

fréquents sont la théorie des places centrales de Christaller, les modèles de la nouvelle économie géographique.

2.1- Problématique de l'économie régionale et urbaine

La littérature sur l'économie régionale et urbaine nous fournit un abondant champ de recherche sur les facteurs déterminant la répartition spatiale des activités économiques.

Les chercheurs qui s'intéressent à ce courant de recherche partagent généralement une interrogation de fond qui pourrait se résumer ainsi : pourquoi les choses se passent-elles « ici » et pas « ailleurs » ? Toute activité économique, peu importe sa nature, est exercée sur un site. Mais pourquoi celui-ci et non un autre ? Comment expliquer le « comportement spatial » des agents économiques ? Pourquoi les industries se concentrent-elles dans telle ville ou dans tel quartier ? Peut-on proposer des « lois » économiques pour expliquer les choix de localisation des entreprises, etc.

D'autres questions peuvent intéresser la personne qui aborde l'économie régionale et urbaine. Celle qui nous intéresse est, de présenter les pères fondateurs de cette discipline spatiale, tout en mettant l'accent sur les facteurs de localisation développés par chacun d'eux.

2.2- Les modèles de localisation de l'économie régionale et urbaine

2.2.1- Von Thünen (1826) : La localisation agricole.

En 1826, apparaît l'ouvrage de Johann Heinrich Von Thünen intitulé : « *der isolierte Staat in beziehung auf landwirtschaft und nationalökonomie* »¹. Dans cet ouvrage Von Thünen a proposé une analyse de la configuration spatiale de l'espace rural tout en conservant les hypothèses du paradigme concurrentiel : rendements constant et concurrence pure et parfaite. Dans son modèle d'utilisation de la terre, il propose d'expliquer la localisation des activités agricoles autour des villes Allemandes. Il suppose une ville isolée qui constitue un lieu de marché, où les fermiers des environs offrent leur production agricole. L'espace rural est caractérisé par un certain nombre de facteurs tels que le relief, la distance qui sépare le lieu de production de la ville, les qualités du sol. Ainsi, il existe une rente foncière qui varie avec les caractéristiques de la terre et les coûts de transport pour acheminer la production jusqu'au marché local (la ville). Von Thünen montre alors que les activités

¹ « L'Etat isolé et son rapport à l'économie agricole et nationale ». NUSSBAUMER (Jacques) : « Le rôle des débats méthodologiques dans la constitution de l'économie spatiale: la contribution de l'école historique allemande à une approche institutionnaliste du développement local » ? In séminaire du MATISSE, Université de Lille, 11 février 2005.p.5.

agricoles se localisent de sorte que la rente foncière nette des coûts de transport soit maximisée.

Le modèle de localisation de *Von Thünen* suppose un certain nombre d'hypothèses qui sont¹:

- Une plaine homogène, sans accidents géographique.
- Une même fertilité sur toute la plaine ;
- La place de marché est au centre de la plaine ;
- Les coûts de transport sont une fonction linéaire de la distance.

Par conséquent, les cultivateurs doivent se mettre à la culture des produits qui leur permettent l'utilisation du sol de la manière la plus avantageuse, c'est-à-dire de sorte à tirer la plus haute rente foncière. La fonction de la rente est formulée comme suit :

$$R = P - C - T \quad \text{où} \quad \left\{ \begin{array}{l} \mathbf{R} : \text{rente foncière.} \\ \mathbf{P} : \text{prix de vente (supposé constant)} \\ \mathbf{C} : \text{coût de production qui est fixe} \\ \mathbf{T} : \text{coût de transport, qui varie linéairement avec la distance.} \end{array} \right.$$

Ainsi, la rente foncière représente la différence entre le prix de vente sur le marché et le coût de production auquel s'ajoute le coût de transport qui s'élève proportionnellement avec la distance. Elle est, une fonction linéaire décroissante de la distance. Formellement, le modèle de localisation de *Von Thünen* peut être résumé par l'exemple suivant²: Deux produits agricoles (le blé et les petit pois), dont les conditions de production sont différentes.

Tableau 2
Les conditions de production de blé et de petit pois.

	Rendement à l'hectare	Coût de production à l'hectare	Coût de transport de la récolte d'un hectare
Blé	100\$	50 \$	5\$ le kilomètre
Petit Pois	150\$	75\$	10\$ le kilomètre

Pour l'explication de la logique de la localisation, commençons par le blé. Si, par exemple, le coût de transport de la récolte d'un hectare, sur une distance de 5 kilomètres, en coûtera 25\$, cela laissera alors, au cultivateur une marge de profit de 25 \$. Nous appelons

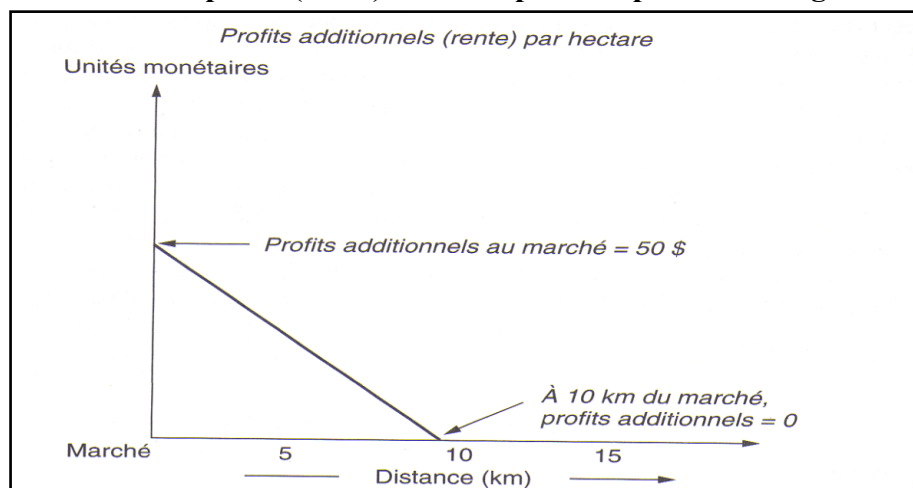
¹ POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard) « Economie régionale et urbaine », Introduction à la géographie économique, Deuxième Edition, Economica, Paris, 2005.p.258

² POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard). Op.cit.p.258.

cette marge de profit « la rente » car les revenus supplémentaires ne sont attribuables à aucun surcroît d'effort de la part du producteur car il découle uniquement du terrain.

En regardant la figure N°1 on constate que le cultivateur a tout intérêt à se rapprocher du marché; c'est là que ses profits supplémentaires atteignent leur maximum et qu'il touche 50 \$ pour la récolte d'un hectare. Il sera donc prêt à payer d'autant plus cher l'hectare que la terre est plus proche du marché. Au marché même, il sera disposé à déboursier jusqu'à 50 \$ par hectare, mais il offrira un prix de moins en moins élevé à mesure qu'augmente l'éloignement de la terre par rapport au marché. Son offre tombera à zéro à 10 kilomètres.

Figure 1
Relation profit (rente)-distance pour un producteur agricole.



Source : POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard) « Economie régionale et urbaine », Introduction à la géographie économique, Deuxième Edition, Economica, Paris, 2005.p.259

Introduisons maintenant un deuxième producteur agricole dans le Modèle. Au marché même, selon les conditions décrites dans le tableau N°2, le producteur de petit pois, sera lui prêt à déboursier 75 \$ l'hectare, donc plus que le producteur de blé. Cependant, sa récolte est plus sensible à la distance si bien que le prix qu'il est prêt à payer pour un hectare diminue plus rapidement (sa courbe de rente est donc plus accentuée). Lorsque la distance entre le terrain et le marché atteint 7,5 kilomètres, son offre de prix tombe à zéro.

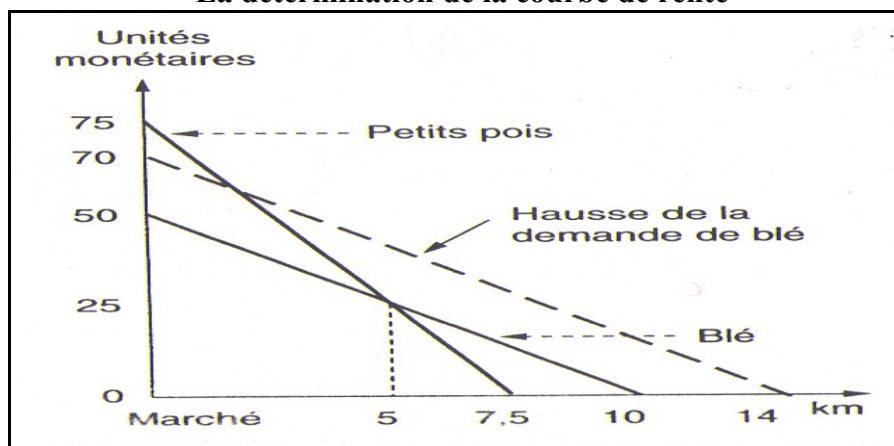
Alors, le problème qui se pose est de voir comment les deux producteurs se diviseront-ils le territoire? Les deux courbes de rente se croisent à une distance de 5 kilomètres du marché. A 5 kilomètres, les rentes des deux producteurs sont de 25 \$. Le producteur du blé: débourse 25 \$ par hectare pour transporter sa récolte au marché (5 X 5 \$),

ce qui lui laisse une «rente» possible de 25 \$. Le producteur de petits pois paie 50 \$ de coûts de transport (5×10 \$), et jouie d'une «rente» de 25 \$.

À 5 kilomètres du marché, les deux cultivateurs sont donc prêts à offrir jusqu'à 25 \$ pour occuper un hectare de terrain. Mais le producteur de petits pois est prêt à offrir plus pour tout terrain plus proche du marché, et l'inverse est vrai pour les terrains situés au-delà de 5 kilomètres du marché.

La Figure N°2 présente une courbe de rente qui illustre le prix à l'hectare offert par les producteurs de blé à différentes localisations. Si les acheteurs (ou utilisateurs) du sol finissent effectivement par payer le plein prix indiqué par la courbe, la rente sera, de fait, encaissée par les propriétaires.

Figure 2
La détermination de la courbe de rente

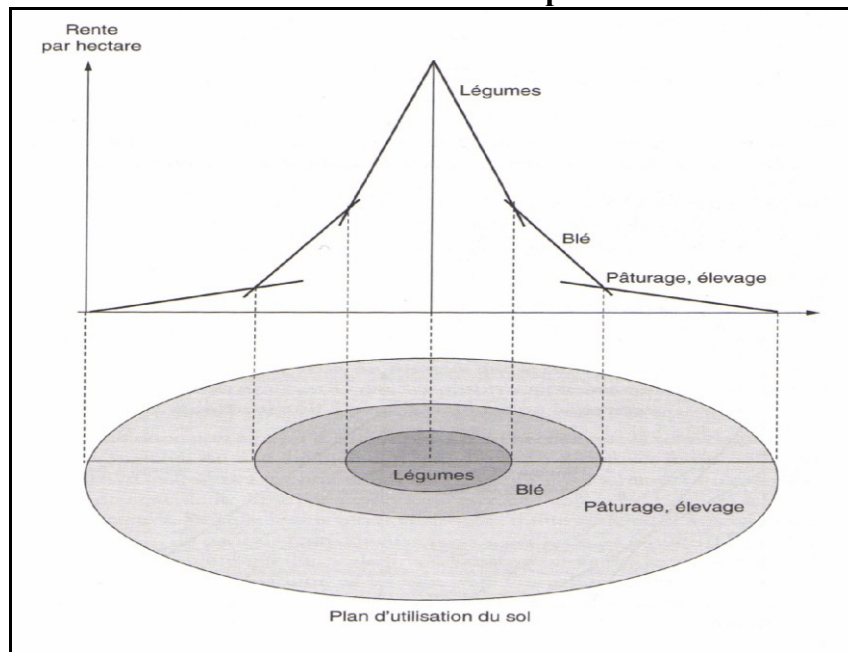


Source : POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard) « Economie régionale et urbaine », Introduction à la géographie économique, deuxième édition, Economica, Paris, 2005.p.259

Dans la figure N°2, la hausse de la demande de blé se traduit au marché par une hausse du prix du blé (ligne pointillée). Si le prix de blé au marché montait à 120 \$, le producteur de blé serait prêt à payer jusqu'à 70 \$ l'hectare pour un terrain situé au centre. Dans cet exemple, les cultures de blé empièteront sur les cultures de petits pois en direction du centre, et sur les pâturages dans les zones plus éloignées.

Dans un espace parfaitement homogène, la division du territoire entre les deux affectations possibles prendra la forme de zones concentriques de production autour du point central. Pour une meilleure illustration une troisième production est ajoutée comme on le voit dans la figure N°3.

Figure 3
Courbe de rente autour d'un point central.



Source : POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard) « économie régionale et urbaine », Introduction à la géographie économique, deuxième Edition, Economica, Paris, 2005.p.260

En conclusion on peut dire que l'activité agricole doit s'implanter le plus près possible du lieu de vente. Ainsi, les biens les moins facilement transportables seront produits à proximité de la ville. Ceci explique la structure particulière de l'espace rural : des cercles concentriques autour du lieu de consommation (la ville) où l'offre est égale à la demande et les rentes sont égales à zéro. Chaque localisation est alors spécialisée dans un type de production et séparée des autres productions. La localisation des productions agricoles dépend des frais de transport, qui détermineront la répartition des cultures autour de la ville. Au fur et à mesure qu'on s'éloigne du centre, les coûts de transport augmentent, réduisant par conséquent la rente.

A une distance donnée du centre, la production du bien ne permet pas de rente. C'est la limite de la zone de production. La solution à la localisation agricole est celles des iso lignes qui dessinent des cercles concentriques autour de la ville, lieu unique de vente des biens agricoles, en fonction du coût décroissant du transport et le caractère intensif ou extensif de la production: cultures maraîchères, puis sylviculture, céréales et élevage.

2.2.2- Alfred Weber (1909): La localisation industrielle :

Un siècle après la formulation de modèle de localisation agricole, un autre modèle dit « industriel » naît aux cours de la révolution industrielle. Le père fondateur est l'économiste allemand Alfred Weber, dont son l'ouvrage « Über der Standort der Industrie »¹, publié en 1909. Weber tente d'expliquer le phénomène d'agglomération des entreprises industrielle en dégagant trois principaux facteurs de localisation. L'objectif est de déterminer la localisation optimale d'une entreprise en sélectionnant le facteur le plus déterminant dans le choix de la localisation.

Il considère une entreprise isolée et s'efforce de dégager sa localisation optimale, tout en fixant d'abord les hypothèses de l'univers dans lequel les décisions de localisation se prennent².

1. une plaine homogène sans accidents géographique ;
2. l'emplacement des intrants matériel est connu;
3. le lieu du marché est connu;
4. la demande est parfaitement élastique;
5. les coûts de transport sont une fonction linéaire de la distance;
6. les coûts de main-d'oeuvre sont donnés; ils ne varient pas d'un endroit à l'autre
7. les technologies (donc les fonctions de production) sont connues et fixes.

A partir de ces hypothèses et en étudiant les divers éléments pouvant influencer le choix de l'implantation de l'entreprise, il distingue trois facteurs principaux sur lesquels il construit sa théorie, à savoir³ :

- 1) Le point minimum des frais de transport qui sont les coûts de transport des intrants depuis les ressource d'approvisionnement nécessaires pour amener les matières premières sur le lieu de production et ceux pour livrer les produits finis jusqu'aux marchés.
- 2) La distorsion du travail qui résulte de la différence dans les coûts de la main-d'oeuvre.
- 3) Le jeu des forces agglomératives et désagglomératives qui résulte du regroupement d'entreprise dans un espace restreint.

Dans un premier temps, Weber suppose une entreprise qui ne fabrique qu'un seul bien qu'elle écoule sur le marché, en utilisant deux matières premières provenant de deux

¹ « La localisation des industries », NUSSBAUMER (Jacques). Op.cit. p.11.

² POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard) « économie régionale et urbaine », Introduction à la géographie économique, deuxième édition, Economica, Paris, 2005. pp.221

³ BEDJGULEL (Fatah) « Essai d'analyse des déterminant de la localisation des entreprises, cas de la wilaya de Bejaia » thèse de magistère option : (espace, développement et mondialisation). Université du Bejaia, 2007

sources d'extraction distinctes. Étant donné que la demande, les prix et la combinaison des facteurs sont fixes, le lieu d'implantation va être déterminé à partir de la comparaison entre les frais de transport des matières premières et ceux des produits finis. Dans ce cas, le point qui minimise ces frais est déterminé par la méthode du « *triangle de localisation* ». Le triangle est formé par les droites reliant les deux sources de matières premières et le centre de consommation (marché). Toutefois, Weber ne dispose d'aucune technique mathématique pour résoudre ces trois problèmes à la fois. Il propose alors de les étudier un par un. Il cherche donc à minimiser les frais de transports et ceux de main d'œuvre, et regarde en quoi les forces d'agglomération modifient la localisation obtenue.

Weber se donne une entreprise ayant besoin de deux matières premières localisées en M_1 et M_2 , en quantité illimitée, et un marché localisé où elle écoule le produit fabriqué. La demande et les prix sont supposés fixes et la combinaison des facteurs de production est invariable quelle que soit la localisation de l'entreprise. La production peut s'effectuer en un point quelconque L et, de ce point, il est possible de se rendre en ligne droite en M_1 , M_2 , et le marché. Il s'agit donc d'un espace parfaitement homogène en termes de déplacements. C'est ce qu'on appelle le **triangle de localisation (a)**. Dans la figure N°4, M_1 et M_2 représentent les lieux d'extraction des matières premières. **Marché** est le centre de consommation. **L** est le lieu d'implantation de l'entreprise.

Dans la surface de ce triangle, les forces d'attraction des matières premières et du produit fini, s'exercent pour déterminer le point de leur équilibre, le lieu qui minimise les coûts de transport. Ce dernier est matérialisé par Weber, par un indice qui met en rapport le poids des matières premières et celui du produit fini, qu'on peut noter comme suit¹ :

$$I_M = P_i / P_e$$

$$\left\{ \begin{array}{l} I_M = \text{Indice matériel de l'entreprise.} \\ P_i = \text{Le poids totale des intrants matériels localisés.} \\ P_e = \text{Le poids total des extrants.} \end{array} \right.$$

Ainsi, si le rapport est supérieur à 1 ($I_M > 1$), l'attraction des matières premières est déterminante et l'entreprise se localisera à proximité des lieux d'extraction. Dans le cas contraire, si le rapport est inférieur à 1 ($I_M < 1$), l'influence du produit fini est plus importante

¹ POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard) « économie régionale et urbaine », Introduction à la géographie économique, deuxième Edition, Economica, Paris, 2005. p.224

que celle des matières premières, et le lieu d'implantation sera à proximité du lieu de consommation.

Le point de localisation optimale de l'industrie en fonction des coûts de transport est désormais connu. Toutefois, Weber suppose que ce point n'est pas optimal car il ne prend pas en compte la main d'œuvre. Nous allons donc voir en quoi la main d'œuvre va influencer la localisation de l'industrie. Weber fait l'hypothèse que la main d'œuvre est localisée en un certain nombre de points et en quantité suffisante en chacun de ces points. En se délocalisant du point minimum de transport vers un centre de main d'œuvre meilleur marché, l'entrepreneur accroît ses coûts de transports mais diminue ses coûts de main d'œuvre. Il n'aura intérêt à une telle opération que si l'augmentation des coûts de transport est au moins compensée par l'économie sur la main d'œuvre. Weber construit alors ce qu'il nomme « **une isodapane critique** », c'est-à-dire celle pour laquelle les économies réalisées du côté de la main d'œuvre sont égales aux pertes subies du côté des transports. Si le centre de main d'œuvre est à l'intérieur de cette isodapane, l'entrepreneur a intérêt à retenir comme localisation définitive le centre de main d'œuvre plutôt que le point minimum de transport. Il reste en ce dernier point dans le cas contraire.

Pour les économies d'agglomération nous raisonnons avec plusieurs entreprises appartenant à la même branche. La question qui se pose est de savoir à partir de quel moment plusieurs entreprises ont intérêt à se regrouper en un seul lieu pour bénéficier d'économies d'agglomération. Pour résoudre ce problème, Weber utilise un réseau d'isodapanes. Pour lui, le regroupement de plusieurs entreprises en un seul lieu entraîne deux conséquences¹ :

- Une conséquence désavantageuse, résultant de l'élévation de la rente foncière que Claude Ponsard (1958) qualifie de « force de dés agglomération » et qui n'est rien d'autre qu'une déséconomie externe.
- Une conséquence avantageuse, résultant de la possibilité, pour les entreprises qui se rassemblent, de générer des économies externes résultent de la concentration géographique des entreprises, à travers la baisse des frais généraux, la disponibilité d'une main-d'oeuvre spécialisée et d'autres avantages dont bénéficient les entreprises dans ce cas. Elles ont donc pour effet, de pousser les entreprises à se regrouper sur un même lieu.

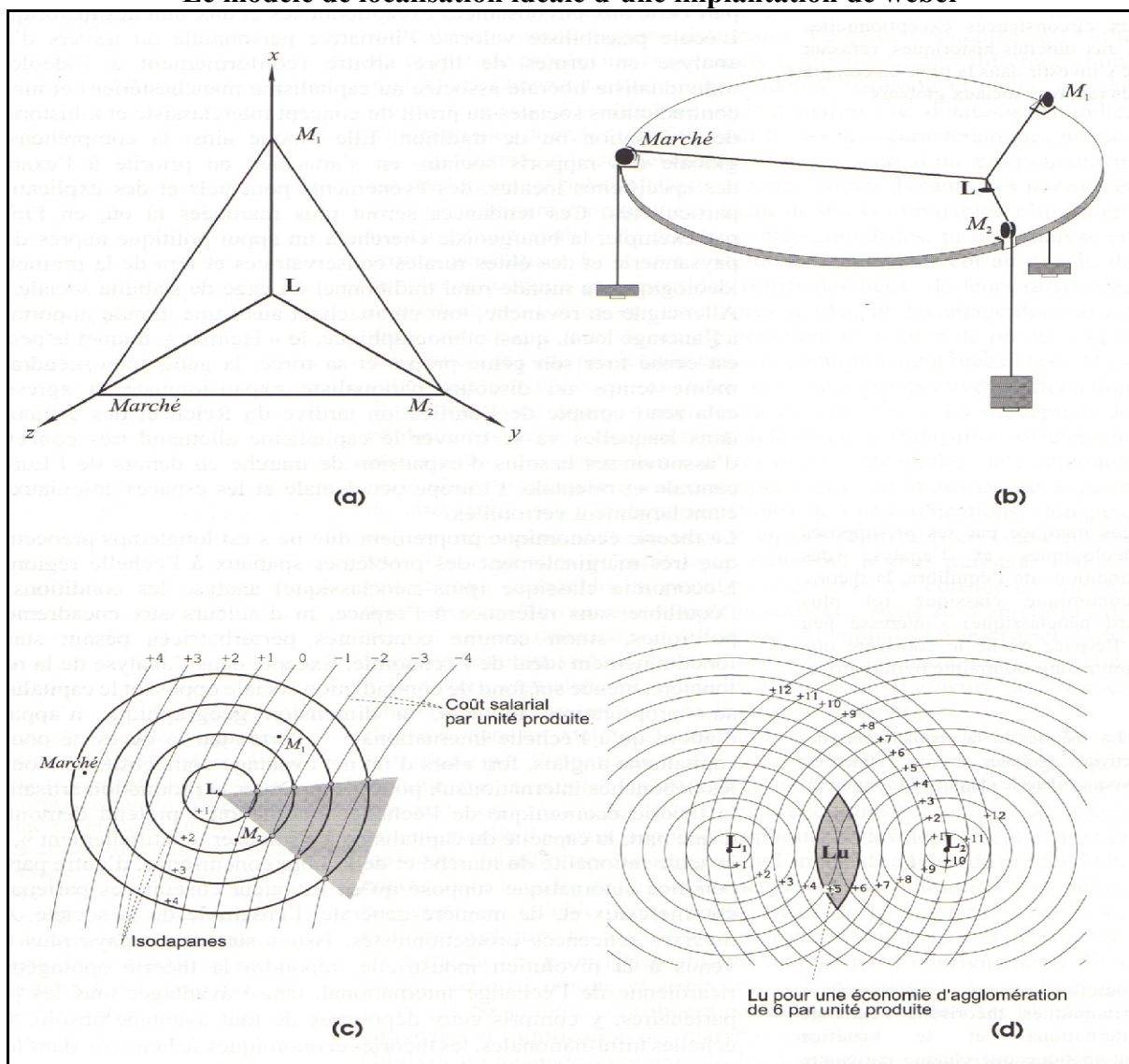
¹ LAJUGIE (Joseph), DELFAUD (Pierre), LACOUR (Claude) : « Espace régional et aménagement du territoire », Edition DALLOZ, Paris, 1979. p.26.

Ces deux forces (agglomération et désagglomération) peuvent entraîner une déviation par rapport aux deux emplacements déterminés à partir des deux premiers facteurs (les frais minimum de transport et la main-d'oeuvre). De ce fait, et à partir des techniques d'isoligne, Weber détermine une aire commune où les entreprises ont intérêt à se regrouper pour bénéficier des avantages de leur agglomération. L'hypothèse de Weber est qu'il est possible de calculer soit un indice d'économie d'agglomération, si le niveau de concentration est fixe, soit une fonction d'économie d'agglomération.

On construit alors pour chaque entreprise un isodapane critique, c'est-à-dire telle que l'avantage d'agglomération soit exactement compensé par le supplément de coût de transport. La figure N°4 résume le modèle de localisation idéale de weber¹ tel qu'il est introduit.

¹ VANDERMOTTEN (Christian) & MARISSAL (Pierre) : Op. Cit. p.18.

Figure 4
Le modèle de localisation idéale d'une implantation de weber



Source : VANDERMOTTEN (Christian) & MARISSAL (Pierre) : « La production des espaces économiques ». Édition de l'université de bruxelles. Tome I, 2004.p.18.

- weber suppose que l'entreprise utilise deux sites d'extraction de matières premières et fournit un site donné de marché. Chaque matière première, ainsi que le produit fini, ont un poids et un coût de transport spécifique.
- Un modèle physique, le triangle de Varignon, détermine le point d'équilibre L censé être la localisation idéale.
- Toute déviation par rapport à ce point entraînerait une augmentation des coûts de transport. Les isodapanes sont les lieux d'égale augmentation des coûts de transport. Une déviation par rapport à la localisation L serait rationnelle si elle permettait de bénéficier d'une réduction des coûts salariaux (également donnés) supérieurs aux surcoûts de transport.
- Une entreprise unique dans un site L_u , remplaçant deux implantations L_1 et L_2 , serait aussi rationnelle si les économies d'échelle résultantes étaient supérieures aux surcoûts de transport.

En conclusion des travaux d'Alfred Weber, les facteurs de localisation introduits sont (le coût de transport, le coût de main d'œuvre, et les économies d'agglomération). Voir tableau 3

Tableau 3
Les facteurs explicatifs des choix de localisation chez Weber (1909)

Facteurs explicatifs	
Inclus dans l'analyse	Non inclus dans l'analyse mais considérés comme importants par Weber
Coûts de transport : - des intrants depuis les sources d'approvisionnement - des produits finis jusqu'aux marchés	Facteurs généraux : - climat - topographie
Différentiels de coûts de main d'œuvre entre localisations alternatives	Facteurs institutionnels (taux d'intérêt, niveau des impôts, qualité du management...)
Economies et déséconomies d'agglomération	

Source : cité in SERGOT (Bertrand) : « Les déterminants des décisions de Localisation : Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services ». Thèse doctorat en sciences de gestion, université Paris I- Panthéon Sorbonne. Décembre, 2004.p.44

Ces facteurs ont permis d'expliquer la formation des agglomérations d'entreprise industrielle. Le fameux triangle de la localisation a été complété par la prise en compte des différentiels dans les coûts de main d'oeuvre entre localisations alternatives. Ces différentiels sont liés au fait que la main d'oeuvre est supposée être regroupée en certains points de l'espace au lieu d'être dispersée de manière régulière.

L'introduction dans l'analyse des différentiels de coûts de main d'oeuvre conduit l'entreprise à choisir une localisation différente de celle qui minimise les coûts de transport totaux. En effet, le problème de l'identification de la localisation optimale se présente alors comme la recherche du meilleur compromis entre la minimisation des coûts de transport et celle des coûts de main d'œuvre. Dans un troisième temps, Weber a même tenté d'introduire, dans le calcul de l'entreprise, les économies d'agglomération et, de manière symétrique, les dés économies d'agglomération associées à la concentration spatiale de la production.

2.2.3- Walter Christaller (1933) : Les lieux centraux

Le modèle des lieux centraux a pour but la compréhension de la distribution des activités économiques et des populations. Il a été formulé par le géographe Allemand Christaller en 1933, dans son l'ouvrage intitulé « *Die zentralen Orte in Süddeutschland* ». Il

avait remarqué que la distribution des villes ne se faisait pas au hasard en Allemagne du sud¹ mais obéit à une logique mathématique rigoureuse.

A partir de ce constat naît l'idée que les activités économiques et les populations se distribuent dans l'espace d'une manière ordonnée pour donner naissance à des hiérarchies, réseaux ou système urbains. La place centrale émerge de l'arbitrage entre coûts de transport et des économies d'échelle de certaines activités qui ne peuvent être réparties d'une façon égalitaire sur tout le territoire en raison de l'existence sur les lieux de disponibilité des facteurs de production nécessaires à leur fabrication.

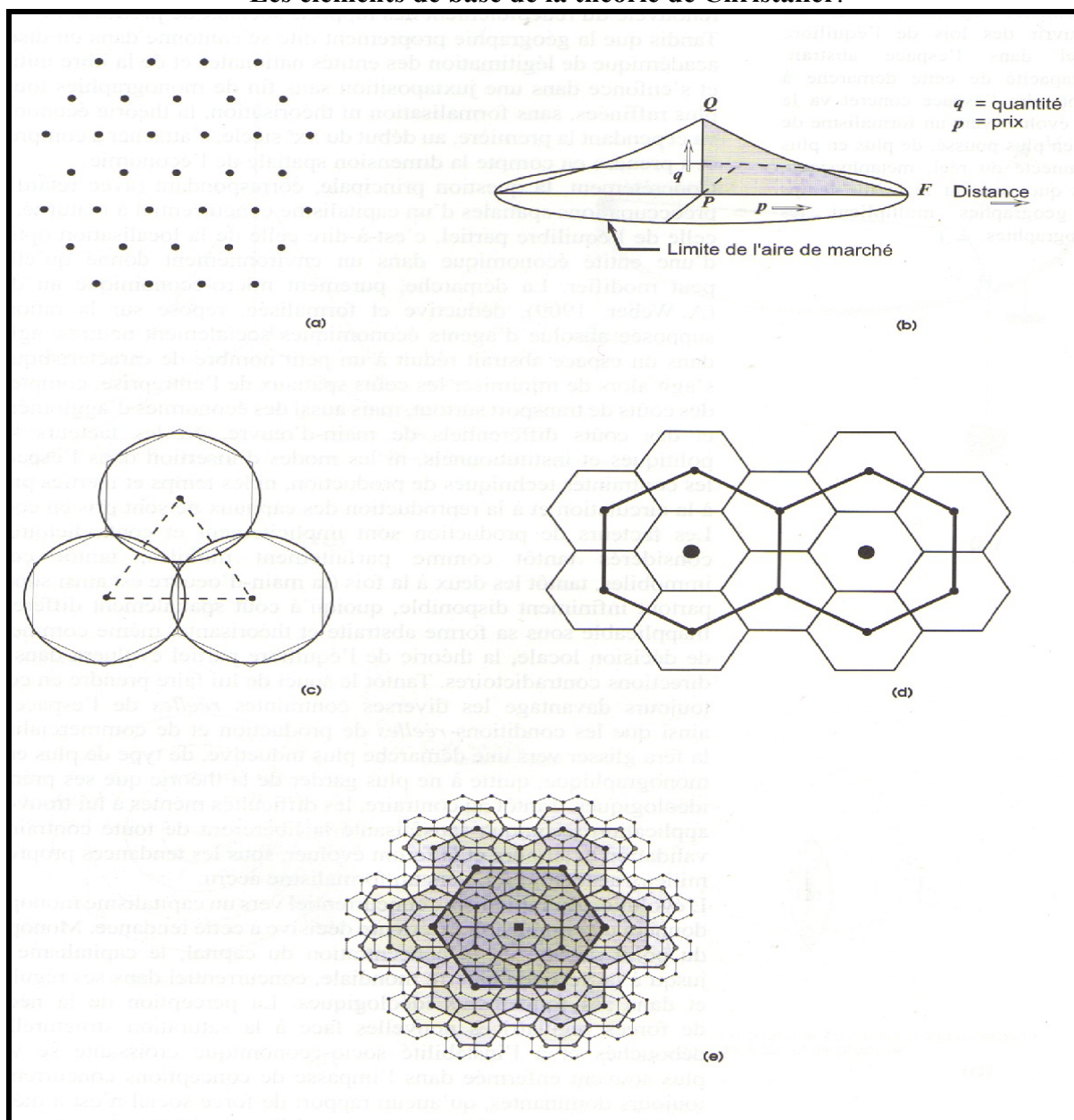
Les lieux centraux ou bien centre urbain peuvent être de tailles différentes et cela dépend de la taille de la population à desservir et du type du bien et services². Plus la population est grande et plus les clients viennent de loin, plus la place centrale sera importante. Ainsi, les types de biens et services qui sont de faible fréquence de consommation, les services supérieurs (médecins spécialiste, avocat, dentiste etc.), qui nécessitent une demande plus élevée, sont plus regroupés sur quelques points du territoire, autour de grandes agglomérations. Les consommateurs sont disposés à se déplacer sur une longue distance pour les obtenir. Les relations sont inversées dans le cas des biens et services de forte fréquence de consommation tels que les produits alimentaires. Leur production se disperse sur tout le territoire.

A partir de là, l'importance du centre et l'étendue de la zone desservie dépendront du type du produit et de l'importance de la population. Ce qui induit une hiérarchie des centres urbains et des lieux centraux de taille différente, appelés « des aires de marché », représentés par des hexagones. Cette forme géométrique permet la projection d'un paysage économique où tout le territoire est desservi, sans espace vide entre les aires. La figure N°5 inclut les éléments de base de cette théorie. Son modèle est donc le premier à intégrer l'arbitrage entre les coûts de transport faibles et les rendements d'échelle croissants comme explication à la concentration. Cette approche permet de formuler une conclusion fondamentale : l'existence d'économie d'échelle est la condition nécessaire à l'existence des villes. L'existence de la hiérarchie des villes est le résultat de deux facteurs, les économies d'échelle et la distance.

¹ VANDERMOTTEN (Christian) & MARISSAL (Pierre) : Op. Cit. p.21.

² POLESE (Mario) & SHEARMUR (Richard):Op. cit. pp.238-241

Figure 5
Les éléments de base de la théorie de Christaller.



Source : VANDERMOTTEN (Christian) & MARISSAL (Pierre) : « la production des espace économiques ». Édition de l'université de bruxelles. Tome I, 2004.p.20.

- (a) La distribution isotrope des places centrales de base.
- (b) La délimitation circulaire de l'aire de marché élémentaire.
- (c) L'imbrication des aires de marché circulaires, de manière à ne laisser aucun point de l'espace sans desserte, dessine des cellules hexagonales.
- (d) Des aires de marché plus vastes, pour des biens plus rares, déterminent un système hexagonal de second ordre et une armature de places centrales hiérarchiquement supérieures.
- (e) Christaller détermine ainsi une succession d'armatures hexagonales emboîtées. Ici, un réseau de places centrales à cinq niveaux hiérarchiques, chaque place centrale de niveau supérieur desservant, outre la sienne propre, l'aire de marché de deux places de niveau immédiatement inférieur.

2.2.4- Harold Hotelling 1929: La concurrence spatiale

En 1929, l'Américain Harold Hotelling, dans son célèbre article « stability and competition »¹ a élaboré un modèle original de concurrence spatiale à travers l'exemple de deux vendeurs de glace. Ces deux vendeurs ou entrepreneurs cherchent à maximiser leurs profits tout en vendant la même glace au même prix. Ils sont donc en concurrence pour se localiser à proximité du plus grand nombre de consommateurs. Où chacun doit-il se situer pour toucher la plus grande clientèle ? Il se propose ainsi d'étudier les décisions de localisation et de prix de deux vendeurs de glace sur une plage (représentée sous la forme d'un segment de droite).

Les hypothèses du modèle de Hotelling sont les suivantes²: Le marché supposé linéaire, est représenté par un segment de droite. La répartition des consommateurs sur la plage est donnée et uniforme. Les acheteurs sont supposés se répartir entre les deux vendeurs en comparant les prix totaux, c'est-à-dire la somme du prix de la glace et du coût de transport, proportionnel à la distance les séparant du vendeur. Comme les consommateurs chercheront à s'approvisionner à moindre coût, les entrepreneurs ne peuvent fixer leur prix de vente indépendamment l'un de l'autre en raison de la mobilité des consommateurs. Néanmoins, les consommateurs les plus éloignés doivent supporter des coûts de transport. Ainsi, le prix de référence pour la comparaison est le prix de vente majoré des coûts de transport.

Hotelling suppose alors un jeu en deux étapes dans lequel les firmes décident simultanément de leur localisation lors de la première étape et décident, ensuite, du prix de vente lors de la seconde étape. Le fait de séparer chacune des décisions permet de rendre compte du caractère stratégique de la localisation. Les entrepreneurs choisissent leur localisation dans l'espace tout en anticipant la concurrence en termes de prix de vente. Une fois la localisation décidée, les consommateurs se répartissent en deux segments pour lesquels la demande agrégée de chacun d'eux représente le segment de marché capturé par chacun des entrepreneurs. Au milieu des deux segments se trouve le consommateur marginal qui est indifférent entre acheter sa glace chez l'un ou l'autre marchand. Dès lors, une variation marginale du prix de vente affecte la détermination de la frontière entre les deux segments.

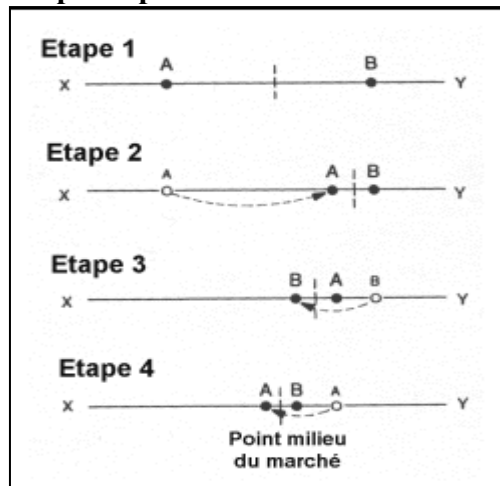
¹ SAMSON (Ivan) « l'économie contemporaine en 10 leçons », Edition Sirey, 2002.P.197.

² DERRYCKE (Pierre-Henri) : « Espace et dynamiques territoriales », Edition, Economica. Paris. 1992. P.123.

Hotelling montre que ce jeu de concurrence spatiale admet deux solutions en fonction du comportement des consommateurs face aux prix et au transport. La première est celle où les deux vendeurs se localisent au centre du marché, c'est la solution de *différenciation minimale*. La seconde, est celle où chacune des deux firmes se localise à une extrémité du segment.

La figure N°6 montre les différentes localisations des deux entreprises déterminées, l'une d'entre elles (soit A) change d'emplacement de sorte à attirer le maximum de clientèle, en s'approchant de l'entreprise B (Etape 2), ce qui poussera la première à faire de même, c'est-à-dire changer sa localisation de manière à s'accaparer la part la plus importante du marché (Etape 3).

Figure 6
Le principe de différenciation minimale



Source : www.géomarketing.com

Ce processus se poursuivra jusqu'à ce que les deux entreprises se retrouvent situées l'une à côté de l'autre au centre du marché où chacune attire la moitié des consommateurs. C'est l'une des deux solutions stables auxquelles a abouti Hotelling et qu'il distingue par la «Solution de différenciation minimale». La deuxième étant celle où chacune des deux entreprises se situe à une extrémité du marché. Ces répartitions spatiales extrêmes sont le résultat d'un arbitrage entre deux types de forces : la concurrence en terme de prix pousse les entreprises à s'éloigner au maximum l'une de l'autre tandis que la concurrence spatiale les amène à se rassembler en un même point. Hotelling introduit donc ici les ancêtres des forces d'agglomération et de dispersion au cœur de la problématique posée par la NEG. La concurrence en termes de prix est alors assimilée à une force de dispersion.

La théorie de la concurrence spatiale de Hotelling stipule que la concentration géographique des entreprises offrant des produits homogènes est la seule voie de réaliser l'équilibre spatial. En reformulant l'analyse pour la rendre conforme à ce constat, les auteurs trouvent que les entreprises vendant des produits homogènes ont tendance à s'implanter en des lieux géographiquement éloignés pour échapper à la concurrence par les prix qui est d'autant plus vive que les concurrents sont géographiquement proches.

Même à supposer que le résultat obtenu par Hotelling soit conceptuellement correct, le contexte actuel de baisse tendancielle des coûts de transport remet en cause le pouvoir de monopole local des entreprises et, du même coup, les fondations sur lesquelles repose son modèle. Toutefois, que les choix de localisation soient considérés comme interdépendants ou non, le raisonnement est mené en termes d'équilibre statique, les dotations en ressources des différentes régions étant fixées une fois pour toute. Cette approche s'avère cependant limitée pour expliquer les phénomènes continus d'agglomération spatiale des activités économiques tels qu'ils sont observés dans la réalité. Ce constat et les progrès de la modélisation économique, notamment dans le domaine de la concurrence imparfaite sont à l'origine du développement d'un nouveau cadre explicatif des décisions de localisation des entreprises, cette fois-ci centré sur le concept d'économies d'agglomération.

Section 3 : Les modèles de la nouvelle économie géographique

3.1- Problématique et origine de la NEG

L'économie géographique est apparue depuis l'apparition de phénomène de la concentration de la population et de la production dans des aires géographiques restreintes. Ainsi, son champ de préoccupation est l'explication de ces concentrations contractées. En effet, les facteurs déterminants de ces concentrations ont d'abord été naturels: le climat, les ressources naturelles, la position géographique d'une région par rapport à une autre et donc des éventuelles facilités de communication et de transport.

Cependant, le développement économique de certaines régions qui sont peu favorisés par la nature, et l'évolution des échanges mondiaux entre pays ayant les mêmes dotations initiales en facteurs de production a conduit les économistes à introduire une nouvelle catégorie de facteurs de localisation dits « endogènes ». Ces derniers renvoient à la distance et aux interactions entre les agents économiques et les travailleurs et la théorie de la localisation s'intéresse plus particulièrement à ces déterminants.

Aujourd'hui, les exemples de la concentration des activités économiques sont bien connus ; la route 128 et la Silicon Valley, cas de l'industrie du tapis concentrée dans la ville de Dalton, celle du textile à Prato, le cas de la banane bleu en Europeetc.

Longtemps, ce phénomène de concentration a été négligé dans les champs de réflexions des économistes classiques. Ce n'est qu'après la formalisation de la concurrence monopolistique de Chamberlin (1933) opéré par Dixit et Stiglitz en 1977 que le débat sur l'espace et plus particulièrement sur l'analyse de la localisation géographique des activités s'est développé.¹ A partir des années 90, un nouveau corpus théorique s'est constitué appelé: la *Nouvelle Economie Géographique (NEG)*, également appelée centre - périphérie. L'originalité de cette approche spatiale réside dans la prise en compte d'effets d'agglomération et de dispersion complètement absents de la littérature traditionnelle. Ces effets sont dus d'une part aux interactions entre rendement croissant et coût de transport et, d'autre part, à l'existence d'une causalité circulaire entre offre et demande. L'objet de cette section est de présenter les fondements de la NEG. Nous exposons d'abord le modèle de localisation basé sur les économies d'agglomération, concept remontant aux travaux d'Alfred Marshall sur l'agglomération d'entreprise d'un même secteur d'activité pour la formulation de la concurrence monopolistique de Dixit et Stiglitz, enfin, les deux mécanismes conduisant à l'agglomération d'entreprises.

3.2- Paul Krugman (1998) : Les économies d'agglomération.

L'apparition de la ceinture industrielle (manufacturing belt) au USA au milieu du 19^{ème} siècle, a conduit P. Krugman à forger un nouveau modèle de localisation basé sur le concept d'économie d'agglomération afin d'expliquer la concentration spatiale d'entreprise d'un même secteur d'activité². Ce concept est défini à partir de la présentation qui en a été initialement faite par Alfred Marshall dans son ouvrage « principes d'économie politique en 1920 ».

Pour Marshall, les économies d'agglomération sont définies comme le résultat des économies externes de production qui sont une fonction croissante du nombre d'entreprises

¹DARRIGUES (Fabrice) & MONTAUD CATT (Jean-Marc), « Analyse comparatiste des processus d'intégration régionale Nord-Sud », Séminaire EMMA-RINOS, Paris 26-27 Mai 2003.P.3.

² D'après KRUGMAN (Paul): « Geography and Trade ». The Massachusetts institute of technology, 1991, p.11

d'un même secteur implantées dans une aire géographique déterminée. Ainsi, il distingue les principales sources d'économie d'agglomération¹ :

- l'émergence d'un réservoir local de main d'œuvre qualifiée et spécialisée ;
- la constitution d'un pôle local de fournisseurs de biens intermédiaires pour les entreprises implantées localement ;
- l'existence d'externalités informationnelles entre entreprises présentes localement.

La présence d'économies d'agglomération permet d'expliquer les mécanismes cumulatifs de concentration d'activités dans des aires géographiques telles que la Silicon Valley qui ne disposaient pas, à l'origine, de dotations en facteurs particulièrement avantageuses.

P. Krugman a qualifié ces économies d'agglomération de « forces centripètes » c'est-à-dire celles conduisant à la concentration d'entreprises du même secteur. A l'opposé, les forces centrifuges conduisent au contraire à la dispersion des activités économiques. Cette classification simplificatrice est à la base des modèles de localisation de la nouvelle économie géographique.

Le tableau N°4 identifie les forces les plus courantes selon qu'elles favorisent l'agglomération ou la dispersion d'activités. Nous verrons par la suite que ce tableau est incomplet et que nous pourrions aisément trouver d'autres facteurs capables d'expliquer la localisation des activités économiques.

¹ SERGOT (Bertrand) : « Une étude exploratoire du rôle de la préférence pour les aires géographiques connues dans les décisions de localisation des entreprises françaises des secteurs de l'industrie manufacturière et de la réalisation de logiciels ». XIIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique Normandie – Vallée de Seine – 1, 2, 3 et 4 juin 2004

Tableau 4
Les forces affectant la concentration géographique.

<i>Forces centripètes</i>	<i>Forces centrifuges</i>
Effets liés à la taille des marchés	Facteurs immobiliers
Constitution d'un réservoir de main d'œuvre locale spécialisée	Coût des terrains
Economies externes	Dés économies externes

Source: D'après Krugman, « what's new about the new economic geography? » Oxford review of economic policy, vol. 14, No.2, 1998, p.8.

Dans le cadre des modèles de la NEG, les économies et déséconomies externes sont exclues de l'analyse. En effet, cela permettra la modélisation du comportement de localisation des entreprises sous la forme d'un comportement optimisateur rationnel. Dans ce cadre d'analyse, les choix de localisation demeurent donc entièrement déterminés par les caractéristiques économiques et, donc, quantifiables, des lieux géographiques. Afin de mieux saisir l'origine et la dynamique qu'implique ces deux forces, nous essaierons de présenter la formalisation de la concurrence monopolistique de Dixit & Stiglitz et les mécanismes conduisant à l'agglomération d'entreprises

3.3- Les travaux d'Avinash Dixit & Joseph Stiglitz (1977): La concurrence monopolistique.

Dixit et Stiglitz ont posé le premier jalon de la NEG avec la formalisation de *la concurrence monopolistique d'Edward Chamberlin (1933)*. L'idée introduite par ce dernier est que l'existence de coûts fixes et la diversité des biens intermédiaires conduisent à une structure industrielle telle que chaque entreprise produit un bien différencié tout en restant en situation de concurrence étant donné l'existence de substituts à ce bien.

Le modèle de Dixit-Stiglitz de concurrence monopolistique a apporté une ossature utile pour la modélisation de l'agglomération des entreprises. Les modèles de base de la NEG sont issus du modèle de concurrence monopolistique. Ce dernier permet d'intégrer les rendements croissants et la concurrence imparfaite :

⇒ **La concurrence imparfaite** : Du fait que la firme vend un produit spécifique, cela lui permet de choisir son prix de vente. Ce qui lui assure un marché propre. L'existence d'autres variétés restreint la taille de marché, mais les firmes opérant à rendement croissant, les ressources disponibles en économie imposent une limite au nombre de

variétés susceptibles d'être produites. Ce nombre dépend évidemment des éventuelles barrières à l'entrée que les firmes sont susceptibles d'ériger. Dans le cas de la concurrence monopolistique, le coût fixe associé au lancement d'une nouvelle variété, est la seule barrière effective, laquelle ne peut être manipulée par les firmes.

⇒ **Les rendements d'échelles croissants** : Les rendements d'échelles croissants sont supposés internes à la firme par opposition aux rendements externes qui apparaissent au niveau du secteur industriel dans sa globalité. Les rendements internes dépendent donc de la qualité des ressources utilisées par l'entreprise.

Dans ce modèle de concurrence, chaque entreprise d'une industrie propose un produit différent de ceux de ses concurrents (taille, forme, couleurs, caractéristiques) mais de qualité et de prix comparables. Il y a concurrence monopolistique lorsque les trois conditions suivantes sont réunies :

- ✓ Il y a libre entrée et libre sortie des firmes dans l'industrie ;
- ✓ Chaque firme dispose de sa propre clientèle (demande résiduelle). L'importance de cette clientèle dépend du nombre de concurrents sur le marché et du degré de différenciation de leurs produits ;
- ✓ Chaque entreprise considère les prix de ses concurrents comme donnés. Elle ignore donc l'impact de son propre prix sur celui des autres firmes ; ce qui revient à dire qu'elle n'a pas de comportement stratégique, en raison du grand nombre de concurrents présents sur le marché.

Dans le cas de la concurrence monopolistique, le mécanisme d'agglomération d'entreprises est né de l'arbitrage entre rendement d'échelle croissant et coût de transport. Pour bien illustrer ce mécanisme, on présentera le modèle suivant. L'économie est formée de deux secteurs dénommés secteur agricole, et secteur industriel. Dans le secteur agricole, des entreprises produisent à rendements constants un bien homogène qui est vendu sur un marché en concurrence parfaite. Dans le secteur industriel, des entreprises en concurrence monopolistique produisent à rendements croissants un bien différencié, qui peut être localisé dans chacune des régions.

Les agents ont tous les mêmes préférences représentées par une fonction d'utilité qui comprend la consommation de biens agricoles et la consommation de biens différenciés produits par le secteur manufacturé. Les agents expriment une préférence pour la variété :

leur utilité s'accroît avec *le nombre de variétés de biens industriels* consommées. En outre, les biens produits par le secteur manufacturé s'échangent entre les régions moyennant un coût de transport.

Etant donnée l'existence de coûts fixes, à mesure que l'échelle de production s'accroît, la firme réalise des économies d'échelle dues à la baisse des coûts fixes et à une meilleure organisation de la production. Le producteur engage dans la fabrication d'un bien différencié afin de répondre à la demande des consommateurs. En raison des rendements croissants et de la préférence pour la variété des consommateurs, aucune firme n'offre un bien déjà produit par une autre entreprise. Comme il n'existe aucune barrière à l'entrée ou à la sortie du marché, le prix de vente des biens différenciés est celui qui permet seulement de couvrir les coûts. Par conséquent, les firmes évoluent dans le contexte de concurrence monopolistique modélisé par Dixit et Stiglitz (1977). Les rendements croissants incitent les firmes à se localiser à proximité du plus vaste marché et le choix de localisation de l'entreprise est le résultat de l'arbitrage entre rendements croissants et coûts de transport.

Ce mécanisme entraîne l'émergence d'une structure centre périphérie c'est-à-dire des forces centrifuges incitent les firmes à s'implanter loin les une des autres pour satisfaire la demande de divers marchés. A l'inverse, les forces centripètes créent une incitation à la concentration des firmes et des travailleurs. L'enjeu est de connaître pour des valeurs de coûts de transport données, lequel de ces deux ensembles de forces domine.

3.4- Causalité circulaire dans l'agglomération spatiale des firmes et des travailleurs.

Les mécanismes présents dans les modèles d'économie géographique reposent sur une causalité circulaire dans l'agglomération spatiale des firmes et des travailleurs "La production industrielle tend à se concentrer aux endroits où existent des marchés de taille importante, mais le marché sera de taille importante aux endroits où la production est concentré. La circularité créée par ce 'backward linkage' (ou effet d'entraînement aval) Hirschmanien peut être renforcée par l'existence d'un 'forward linkage': toutes choses égales par ailleurs, il sera souhaitable de vivre et de produire à proximité d'une concentration de

productions industrielles en raison du plus faible prix des biens produits par cette place centrale."¹

Les entreprises veulent s'implanter là où se trouve le plus vaste marché afin d'avoir le maximum de débouchés sans supporter de coûts de transport. La taille du marché dépend du nombre de résidents dans cette région et de leurs revenus. Néanmoins, le nombre de résidents est lui-même fonction de la demande de travail formulée par les firmes et donc de la quantité d'emplois disponibles dans la région. Ainsi, la taille du marché dépend du nombre de firmes implantées dans la région. Il faut noter toutefois que le nombre d'entreprises présentes dans la région est lui-même fonction de la taille du marché. En d'autres termes, lorsqu'une nouvelle entreprise s'implante à proximité d'autres firmes, elle profite des externalités marshalliennes.

En outre, l'augmentation des variétés conduit, à des prix plus bas qui augmentent le revenu réel des travailleurs relativement à la localité voisine. En conséquence, de nouveaux consommateurs migrent vers la localité où sont concentrées les entreprises et cela a pour effet d'accroître la demande qui, à son tour, attire de nouveaux producteurs entraînant donc un processus cumulatif. La figure N°7 montre cette causalité circulaire dans l'agglomération spatiale des entreprises et des travailleurs à travers une liaison vers l'aval (où la disponibilité d'une plus grande variété de biens de consommation augmente le revenu réel des travailleurs sur place) et une liaison vers l'amont (où un plus grand nombre de consommateurs peut requérir un plus grand nombre d'entreprises spécialisées)².

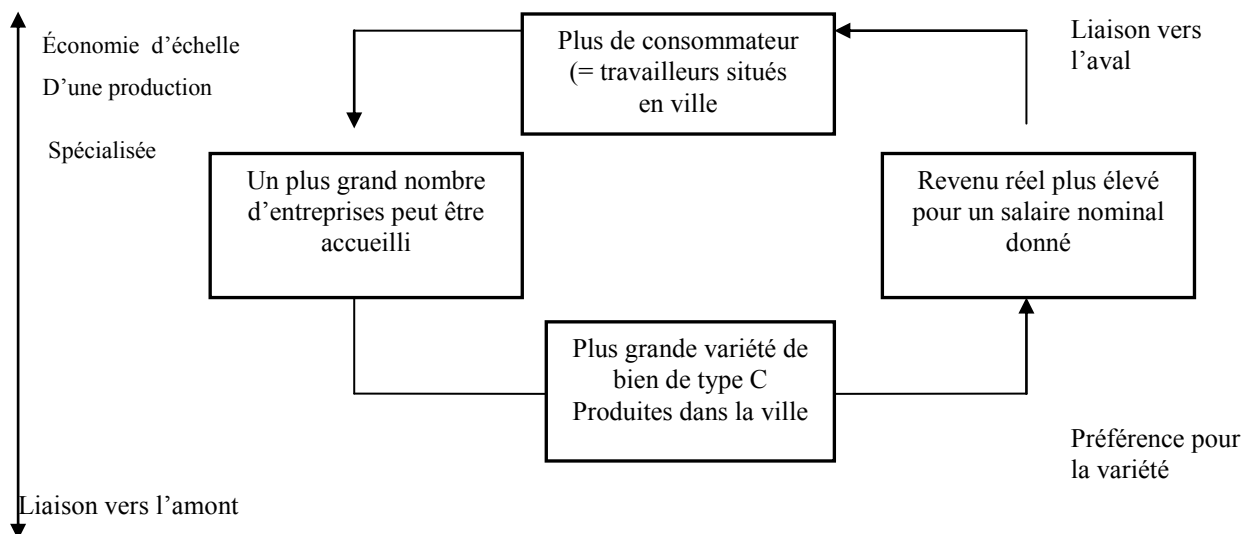
¹ KRUGMAN (Paul): « Rendements croissants et géographie économique ». In « économie industrielle et économie spatiale », Alain RALLET et André TORRE. Traduit de l'anglais par André Torre. P.320.

* Cet article est paru dans le journal of political economy, 1991, 99, 3,483-499 sous le titre "Increasing returns and economic geography".

²AURAY (Jean Paul), BAILLY (Antoine), DERYCKE P.H, HURIOT (Jean Marie): « L'équilibre spatial-l'interaction entreprises ménages », in Encyclopédie d'économie spatiale, édition, Economica, Paris, 1994. p. 214-222.

*un bien de type C : un bien incomplètement homogènes ou différencié.

Figure 7
Causalité circulaire dans l'agglomération spatiale des firmes et des travailleurs



Source : AURAY (Jean Paul), BAILLY (Antoine), DERYCKE P.H, HURIOT (Jean Marie): «L'équilibre spatial-l'interaction entreprises ménages », in Encyclopédie d'économie spatiale, édition, Economica, Paris, 1994. p. 214-222.

P. Krugman a expliqué la distribution spatiale des activités économiques comme le résultat d'un processus impliquant deux types de forces opposées : les forces centrifuges et les forces centripètes. Ces effets sont dus, d'une part aux interactions entre rendement croissant et coût de transport et, d'autre part à l'existence d'une causalité circulaire dans l'agglomération spatiale des firmes et des travailleurs.

La formalisation de la concurrence monopolistique opérée par Dixit & Stiglitz constitue un ingrédient principal pour l'introduction des rendements croissants dans la production pour obtenir un ensemble d'entreprises en situation de monopole pour la production d'un bien différencié mais en concurrence en raison de la substituabilité des biens.

Les hypothèses très restrictives de NEG a permet de développer des modèles formalisés de portée très générale, mais au prix d'un éloignement croissant par rapport aux décisions effectives de localisation. Ainsi, la quasi-totalité des modèles théoriques développés ne traitent que d'entreprises à production et à localisation uniques. Ils sont de ce fait incapables de rendre compte du comportement spatial d'entreprises à établissements ou production multiples, pourtant nombreuses dans la réalité. Alors, le cadre théorique élaboré n'apporte ainsi qu'un éclairage très partiel sur la manière dont les entreprises décident effectivement de l'implantation de leurs activités.

Conclusion

Ce chapitre présente l'ensemble des connaissances pertinentes liées à la problématique de la localisation des activités productives et de concentration des activités économiques. L'analyse économique a fourni des explications cohérentes de la concentration spatiale des activités économiques. Les faibles coûts de transport et l'exploitation des économies d'échelle sur des marchés de grande taille et la présence d'externalités positives ont contribué à la polarisation de l'espace. Cette dernière est renforcée par les interactions avec les choix de localisation des ménages qui trouvent dans les zones polarisées des produits plus différenciés et un marché du travail plus diversifié. À ces forces centripètes s'opposent des forces centrifuges, qui sont liées aux variations des prix du foncier et aux externalités négatives (pollution, congestion).

Deux champs disciplinaires, nous ont permis de tracer la problématique de la localisation des activités économiques. Il s'agit de l'économie régionale et urbaine et de la nouvelle économie géographique. L'économie régionale et urbaine a émis des conclusions claires en ce qui concerne la localisation des activités, sous des conditions de concurrence parfaite, de rendements non croissants, et étant donné l'immobilité d'un ou de plusieurs facteurs de production. Ainsi, des modèles de localisation ont été développés avec les différentes techniques de détermination de la localisation optimale des entreprises, le but étant de révéler les facteurs de localisation explicatifs des choix de localisation des entreprises. L'espace est supposé neutre et l'explication des choix de localisation s'est faite par les coûts de transport et par les différences de dotation en facteurs.

Les modèles de la nouvelle économie géographique (NEG) ont, quant à eux, cherché à endogénéiser la structure centre-périphérie par la prise en compte de processus cumulatifs différents des liens d'offre et de demande existant entre les firmes et les travailleurs/consommateurs. Ils modélisent une structure endogène de localisation déterminée par les caractéristiques spécifiques de l'économie comme la concurrence imparfaite, la différenciation des produits et les rendements croissants...etc. Des processus cumulatifs du côté de l'offre et de la demande expliquent cette localisation des entreprises. Du côté de la demande, le goût pour la diversité des consommateurs les pousse à se regrouper dans des agglomérations, ce qui permet d'accroître les débouchés des entreprises. Du côté de l'offre, la variété des *inputs* présents sur les grands marchés (qualification des travailleurs, diversité des fournisseurs...) constitue un facteur important d'agglomération des entreprises. Ces caractéristiques conduisent généralement à un processus d'agglomération auto-renforcé.

Nous avons mis l'accent aussi sur le concept d'économie d'agglomération afin d'affiner l'analyse des phénomènes d'agglomération. Ainsi, cette approche par les économies d'agglomérations est donc fondamentalement différente de l'approche précédente par la distance (modèle de l'économie régionale et urbaine). En effet, alors que cette dernière envisage l'espace géographique principalement comme un générateur de coûts pour les entreprises, l'approche en termes d'économies d'agglomération cherche à intégrer les avantages que peut apporter l'espace, considéré comme un ensemble de lieux, aux entreprises qui l'occupent.

La prise en compte des économies d'agglomération dans l'analyse ne doit donc pas être considérée comme opposée à la vision plus statique basée sur les dotations en ressources des différentes régions. Ces deux approches sont en fait complémentaires. Dans cette perspective, les économies d'agglomération doivent être considérées comme un moyen d'accroître le pouvoir explicatif des modèles classiques de la localisation et, ainsi, d'améliorer la compréhension des facteurs affectant, dans la réalité économique actuelle, les choix de localisation des entreprises.

Enfin, les résultats de ces recherches permet, plus ou moins, aux acteurs économiques de comprendre la formation des agglomérations et, ainsi, les différents facteurs intervenus dans les choix de localisation des entreprises. Cependant l'émergence de la notion de territoire a introduit une nouvelle approche de localisation et de nouveaux facteurs de localisation qui font que certains territoires se révèlent plus attractifs que d'autres. Cette attractivité est conditionnée par la présence de certains de ces facteurs que nous verrons dans le prochain chapitre.

Chapitre 2

Les modèles de la territorialisation des firmes.

Dans ce deuxième chapitre, nous présenterons un second modèle de localisation d'entreprises dit « les modèles de la territorialisation des firmes », où la PME et le territoire jouent un rôle crucial.

Ce second modèle a émergé suite aux dynamismes économiques observés dans certaines régions géographiques, notamment, la Troisième Italie, les Länder du Sud de l'Allemagne et certaines régions du sud-est de la France. Ceci a conduit les économistes à une révision de la science régionale, désormais fondée sur un nouveau concept dit « territoire » ou « milieu ». Par ailleurs, la résistance de ces régions dans les périodes de crise économique et surtout leur participation à la compétition mondiale ont engendré des interrogations relatives sur les facteurs qui faisaient “gagner” certaines régions. Le résultat de ces interrogations a produit de nouvelles théories du développement et du dynamisme économique, notamment des thèses axées sur l'importance de la coopération et des réseaux d'entreprises.

Les modèles de la territorialisation reposent sur une vision de l'espace géographique très différente de celle des modèles classiques. Il s'articule ainsi autour de la notion du territoire. Il traduit l'importance accordée aux interactions entre acteurs, celle-ci pouvant être marchandes mais aussi hors marché. En réalité, ce nouveau modèle de localisation, n'est que le résultat d'un développement horizontal par l'association de petites industries complémentaires, formant une sorte de réseau d'entreprises localisées dans des aires géographiques limitées.

Dans ce chapitre, nous mettons l'accent d'abord sur la notion du territoire en économie afin d'éclairer en grande partie les modèles de la territorialisation des firmes. Ensuite, nous présenterons les fondements conceptuels de ces modèles. Enfin, nous présenterons trois modèles de territorialisation de firmes comme un approfondissement des modèles classiques de la localisation.

Section 1- L'émergence de la notion du territoire

Dans la littérature économique, la référence à la notion du territoire évoque deux grandes formes d'organisation : celle des collectivités et des structures publiques à vocation

économique (notamment les communes, les régions, les nations, les communautés économiques telles que la CEE.) et celles des « districts » constitués par les entreprises¹.

Le territoire évoqué dans cet exposé est celui d'une structure publique à vocation économique qui n'est pas seulement un découpage institutionnel mais est un concept économique, un complexe localisé, historiquement constitué, de relations économiques entre une diversité d'agents et d'institutions.

Le regain d'intérêt pour cette notion est mis en lumière au début des années 70. La découverte en Italie de performantes petites zones d'industrialisation en période de crise économique a été à l'origine du concept territoire, Jusque là, le territoire se confondait avec l'espace. Depuis, le territoire est devenu un objet de recherche économique. Il apparaît comme une condition incontournable du développement dans une économie mondialisée.

En fait, la puissance et le développement économique observé dans certaines régions au cours des années 1980 ont enrichi les analyses économiques du phénomène d'agglomération d'entreprise. Sur le fond, cet enrichissement trouve son origine dans l'introduction de la notion de territoire en économie spatiale. ***« L'introduction de la notion de territoire constitue une forme de révolution scientifique en économie spatiale. C'est en effet cette notion qui a permis le passage d'une définition classique de l'espace « contenant passif », lieu de déploiement des stratégies de localisation des firmes et simple réceptacle des activités, à une définition plus large d'un espace socialement organisés, producteur de ressources spécifiques et acteur du développement »***².

Le premier à avoir introduit le fondement conceptuel de « territoire », a été Ph. Aydalot, en 1984. Pour lui l'espace ne correspond plus à la notion d'espace telle qu'elle est définie par les néoclassiques, mais c'est un rapport social, économique et technique. ***« L'espace, ce n'est plus un morceau de sol ou un ensemble de distance, mais les rapports techniques, économiques ou sociaux qui se nouent entre agents localisés en des lieux différents. Ces relations définissent des structures qui expriment des relations hiérarchiques et différenciées »***³.

¹ PERRIN (Jean-Claude) : « organisation industrielle : la composante territoriale ». Revue d'économie industrielle n°51, 1990. p.276-303.

² KAHN (René) : « dynamique territoriales » : Débat et enjeux entre différentes approches disciplinaires », XLIII é colloque de l'ASRDLF, Grenoble Chambéry : le 11, 12, 13 juillet 2007.P.2

³ MATTEACCIOLI (Andrée) « Philippe Aydalot: pionnier de l'économie territoriale ». Edition, l'Harmattan, 2004, P.33

Ph. Aydalot a fait avancer l'économie régionale en introduisant les prémices d'un nouveau concept économique dit « territoire ». Ainsi, le territoire est défini comme un construit socio-économique produit par les interactions entre les acteurs locaux : économiques, techniques, sociaux, et institutionnels. Ils renvois aux réseaux, au « vivre ensemble » à un espace qui se crée au delà des limites administratives par la volonté d'un groupe social de tisser des liens sociales localisés, de créer des solidarités dans un espace local. En d'autres termes, ce n'est pas le territoire en tant que tel qui est l'élément essentiel, mais ce qui importe, est le regroupement territorial d'acteurs économiques et de ressources immatérielles (formation, recherche) qui, par leurs interactions, développent des compétences, des savoirs faire, des règles spécifiques associées au territoire.

Le concept du territoire et milieu que la littérature distingue se trouve dans notre exposé associés. « La référence au *milieu* évoque un territoire, une zone, un espace d'intervention consacré souvent par les délimitations administratives et surtout par les traditions susceptibles d'engendrer un sentiment d'appartenance au sein de sa population et de ses principaux acteurs¹ ».

1.1- Le fondement conceptuel des modèles de la territorialisation des firmes

Pour mieux éclairer ces modèles, trois notions essentielles doivent être définies: les externalités de réseau, la proximité, les ressources et actifs territoriaux. Ces notions constituent aujourd'hui les concepts centraux de l'économie régionale et le fondement des modèles de la territorialisation des firmes. La définition de ces notions permet de mieux saisir pourquoi certains territoires ont la capacité à être ce que Markusen appelle des « lieux aimants »², et également de voir en quoi ces notions bouleversent les analyses économiques en matière de localisation d'entreprises.

¹ JOYAL (André) : « Milieu innovateur, développement local et PME québécoises innovantes » Acte du 4^{ème} CIPME, octobre, 1998.p.2.

² Markusen (Ann): « Sticky places in a slippery space: a typology of industrial districts », in Economic Geography, Clark university, 1996. PP 293-313. <http://www.jstor.org/journals/clark.html>

1.1.1- Les externalités

En général, on parle d'externalités ou d'externalités de réseaux chaque fois que sur un marché les décisions ou les actions d'un agent affectent les décisions ou les résultats des actions d'autres agents sans qu'il n'y ait de transaction volontaire¹. Autrement dit, les externalités désignent toutes les situations où un agent économique exerce une influence « *Hors marchés* » sur d'autres agents. Alors, les externalités découlent des mécanismes d'interdépendance. En réalité, cela n'est que les fruits de *réseautage*, i.e. les interrelations hors marché entre les entrepreneurs locaux entre eux et avec tout autre agent d'information².

La découverte d'externalités liées à un lieu permet de dépasser l'explication de la localisation d'entreprises par les dotations en facteurs de production (main-d'œuvre, matière première, etc.). Désormais, l'explication est focalisée sur le concept d'externalités. Ainsi, plusieurs externalités ont été introduites en économie: externalités pécuniaires, technologiques, d'adoption,... etc.

Cet outil d'analyse nous semble particulièrement bien adapté à l'analyse du comportement des entreprises au sein des systèmes territoriaux (district, cluster, milieu innovateur...etc.) auxquels elles participent. Alors, on mettra l'accent sur deux types d'externalités, les externalités pécuniaires et technologiques, qui sont les mieux à même d'expliquer l'agglomération d'activités économiques. La présence locale d'une entreprise est une condition essentielle pour pouvoir bénéficier de ces externalités.

Les externalités pécuniaires résultent de fait de l'exploitation gratuite des facteurs et des produits appartenant à d'autres entreprises. Ce qui se traduit par des effets positifs sur la production. Par exemple, l'adhésion à un réseau donne accès à un vaste ensemble de ressources dont l'acquisition est faible. L'accès à une main d'œuvre qualifiée à faible coût créée par la localisation dans un district industriel peut constituer un exemple typique de ce mécanisme.

Les externalités technologiques correspondent essentiellement aux échanges de connaissances entre les entreprises, et aux relations non économiques de la socialisation. Elles comprennent l'ensemble des transferts informels de technologie et de savoir-faire venant

¹ SAMSON (Ivan) : « Territoire et système économique ». Communication à la 4^{ème} journée de la proximité : proximité, réseaux et coordination. Marseille les 17 et 18 juin 2004.p.4

² JOYAL (André) : op. cit.p.2

améliorer l'efficacité des firmes d'un même milieu de façon imperceptible par la simple observation des marchés¹. L'existence, sur un même territoire, d'entreprises développant des produits utilisant des technologies complémentaires, permet de multiplier les occasions de contact, et d'innovation conjointe. Cela peut se traduire par des partenariats institutionnalisés, des projets communs, ou des licences d'exploitation de la technologie complémentaire.

Les avantages issus de ces deux externalités spatiales permettent, d'une part, d'améliorer la performance des firmes, et d'autre part, d'améliorer la performance des régions. L'appartenance à un réseau permet aux firmes de coopérer et d'exploiter ainsi des externalités de réseau de façon mutuelle et réciproque. Les régions peuvent bénéficier car l'existence et l'exploitation des externalités de réseau ne sont pas limitées au seul niveau des firmes.

L'intérêt de la firme n'est pas de se joindre au plus grand nombre possible de firmes adhérentes à un réseau, mais au plus grand nombre de celles ayant un rapport direct ou indirect avec son activité. Ainsi, la décision d'adhérer au réseau ne dépend pas du nombre de firmes membres de réseau, mais parmi elles du nombre de celles avec lesquelles elle entretient des relations économiques. *« Un réseau est un ensemble formé de liens sélectionnés et explicites avec des partenaires préférentiels inscrits dans la perspective des relations de marché d'une entreprise et de sa recherche de ressources complémentaires ayant comme objectif principal la diminution de l'incertitude² ».*

En fait, deux types de lien ou de connectivité s'établissent entre deux ou plusieurs firmes dans un même réseau :

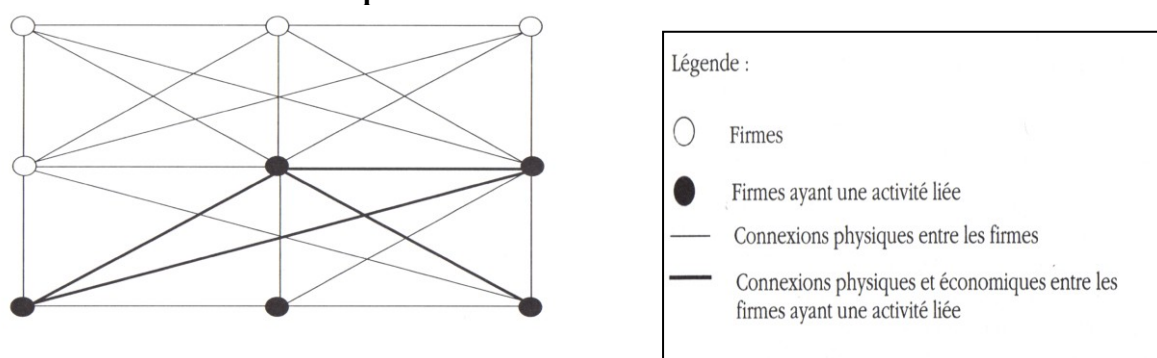
- ⇒ Une connectivité économique qui fait référence aux liens économiques entre les firmes.
- ⇒ Une connectivité physique faisant référence aux liens établis à l'aide d'un réseau de télécommunication.

Nous avançons ici qu'il existe une relation étroite entre ces deux types de connectivité et qu'en particulier, la connectivité physique exige préalablement l'existence d'une connectivité économique. La figure suivante est une représentation schématique de la connectivité physique s'appuyant sur la théorie des graphes.

¹ CROZET (Matthieu) et MAYER (Thierry) : « Entre le global et le local, quelle localisation pour les entreprises ? In les nouvelles logiques de l'entreprise, les cahiers français, N ° 309, juillet - Août 2002

² Maillat (Denis) & Quévit (Michel) & Senn (Lanfranco) « réseau d'innovation et milieu innovateurs : un pari pour le développement régional ». Édition GREMI/EDES 1993.p.8

Figure 8
Graphe de connectivité des firmes



Source : Roberta CAPELLO et Peter NIJKAMP « le rôle des externalités de réseau dans les performances des firmes et des régions : l'exemple des NTIC » in Rallet A., Torre A. (Eds), *Economie industrielle et économie spatiale*, *Economica*, p. 286.

La raison la plus évidente qui pousse la firme à adhérer au réseau réside en fait dans la possibilité de contacter plus facilement et plus rapidement certains groupes de firmes tels que ses fournisseurs, ses clients ou des entreprises avec lesquelles elle entretient des relations horizontales.

1.1.2- Les proximités.

Déjà présente dans les travaux fondateurs d'A. Marshall, la notion de proximité a contribué à expliquer les choix de localisation des entreprises. Selon l'intuition marshallienne, les entreprises ont intérêt à se localiser à proximité d'autres entreprises pour bénéficier des gains de la division spatiale du travail et pour avoir accès à un bassin d'emplois qualifiés. Toutefois, l'origine de la dynamique de proximité est restée pendant longtemps peu explorée.

La notion de proximité est de plus en plus utilisée en économie régionale. Elle permet d'échapper à la traditionnelle réduction de l'espace à la distance « coût de transport ». Les proximités fournissent une grille d'analyse pertinente de la manière dont les acteurs économiques se "situent" aujourd'hui dans l'espace géographique, et permettent également d'enrichir les analyses des interdépendances entre agents.

Dans la lignée des travaux du groupe de recherche « Dynamiques de proximité »¹. Une définition simple repose sur une distinction entre deux types de proximités, respectivement nommées : proximité spatiale et proximité socio-économique. Ces dernières permettent de clarifier les enjeux des différents types de proximité sur la relation d'entreprise et l'espace locale.

¹ BOUBA-OLGA (Olivier) & GROSSETTI (Michel) : « la proximité, entre interaction et institution ». Cinquième journée de la proximité, Bordeaux 28-30 juin 2006.P.7

Tableau 5

Croisement des deux formes basique de proximité

		Proximité socio-économique	
		Oui	Non
Proximité spatiale	Oui	District industriel (Territoire)	Entreprises agglomérées sans lien entre elles (Espaces)
	Non	Firme transnationale (Réseau)	Entreprises distantes sans lien entre elles

Source : BOUBA-OLGA (Olivier) : « les relations entreprises territoires : un construit institutionnel et social ». CRIEF-TEIR, EA 2249, Faculté de Sciences Economiques de Poitiers, mai 2006. p.10

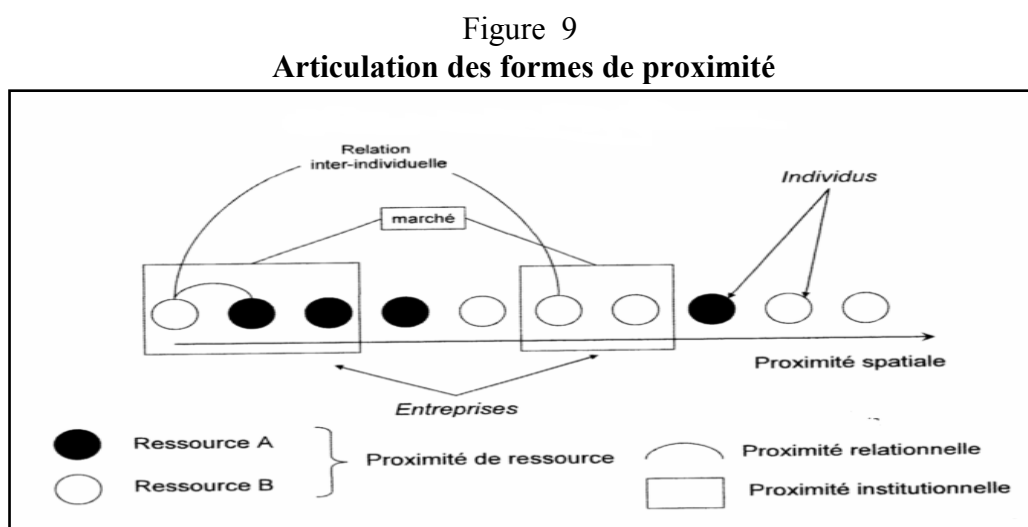
La proximité spatiale traduit la distance kilométrique qui sépare deux unités (individus, organisations, villes....) dans l'espace géographique (proximité physique entre les acteurs). Elle est exprimée en terme de coût et / ou de temps. Elle est évidemment dépendant des infrastructures et services de transports des hommes et de marchandise. La proximité spatiale ou géographique favorise à priori le développement des interactions entre agents. Elle facilite les échanges de produits mais aussi des rencontres, des échanges d'information, et de partage de connaissance. En termes d'indicateurs et de mesures, cette proximité peut être évaluée par des distances physiques, des temps de transport, des coûts de transport, des coûts de communication. Dans certains cas, la mesure peut être fondée sur une topologie (on définit un seuil en dessous duquel on est proche, au-delà duquel on n'est pas proche), ce seuil peut être défini a priori (appartenance à une même région) où être déduit (distance en dessous de laquelle des interactions de face à face sont possibles quotidiennement).

La proximité socio-économique est d'une autre nature. Elle résulte d'un lien social et concerne les interactions entre acteurs à l'intérieur des ou entre les organisations. Elle lie donc des acteurs disposant d'actifs complémentaires participant à une activité finalisée et repose sur un cadre cognitif commun qui concourt à la cohérence de la structure des relations entre acteurs¹. Pour bien saisir les interactions les plus complexe entre acteur a l'intérieur des ou entre organisations, la proximité socio-économique doit être décomposé en une proximité de ressource et de coordination. Cette dernière forme de proximité, enfin, est décomposée en une proximité relationnelle et une proximité institutionnelle. Cette décomposition permet d'illustrer parfaitement les interactions entre acteurs, alors :

¹ GILLY (Jean-Paul) & PERRAT (Jean) : « Développement locale et coopération décentralisée : entre gouvernance locale et régulation global), Colloque Economique Méditerranée Monde Arabe, Sousse 20-21 septembre 2002. p.3

- ⇒ **La proximité de ressource** : Fait référence aux différentes ressources (matérielles et cognitives) détenue par les individus. La proximité de ressources peut être fondée sur la **similarité** (les individus ont des caractéristiques semblables) ou la **complémentarité** (ils sont complémentaires c'est-à-dire du point de vue de leurs activités ou des ressources dont ils disposent).
- ⇒ **La proximité de coordination** : Résulte d'une certaine homogénéité en termes d'organisation (taylorisme, JAT, organisation en réseau). Une organisation commune ou compatible est nécessaire au développement des relations économiques entre les acteurs. La première de ces formes de coordination est constituée par les réseaux sociaux : la structure formée par l'agrégation des relations personnelles influe sur les échanges et les possibilités de coordination. On retrouve là tous les apports de la sociologie économique sur la place des réseaux dans l'action économique. La position des différents acteurs dans les réseaux définit ce que nous appelons une **proximité relationnelle** induite par des relations fondées sur des considérations d'ordre subjectif (partage de préoccupations et de valeurs communes, relations personnalisées, ensemble de références communes engendrant des solidarités et des garanties pour les acteurs). Cette proximité facilite l'échange d'informations et notamment de connaissances tacites qui sont, par nature, difficiles à transmettre. La deuxième forme de coordination est **La proximité institutionnelle ou de médiation** : une grande partie des ressources cognitives peuvent être considérées comme des ressources de médiation : le langage, les normes sociales, etc. Elles sont considérées au niveau collectif comme ressources de coordination partagées.

Le Schéma ci-dessous représente les différentes proximités analysées.



Ces différents types de proximités permettent de clarifier la relation entre entreprises et l'espace local et les comportements d'interaction entre acteurs, en partant d'une proximité rudimentaire et en enrichissant cette notion par la prise en compte d'interrelations plus complexes entre acteurs.

1.1.3- Les ressources et les actifs territoriaux

La compréhension de la notion de ressource et d'actif territoriaux est essentielle pour comprendre ce qui fait la force des territoires. Ainsi, ces deux notions nous permettent de différencier entre l'espace et le territoire et, bien évidemment, saisir l'enjeu stratégique d'implantation géographique des entreprises.

Les ressources peuvent être définies comme un potentiel pour le territoire en ce sens qu'elles ne sont pas en activité. Les ressources sont toujours inventées, parfois après avoir été découvertes (par exemple : la haute montagne est considérée comme un gisement touristique).

Les actifs sont des facteurs en activité, réalisés sur un marché. Il peut s'agir de biens ou de services. La main d'œuvre qui se présente effectivement sur le marché du travail constitue un exemple simple d'actif, tout comme la présence d'équipements ou d'infrastructures.

Il convient de souligner deux cas de figure : le premier est celui où la ressource et l'actifs sont dit génériques et celui où la ressource et l'actifs sont spécifiques.

Les ressources ou les actifs sont dit génériques lorsque leur présence est indépendante du processus de production ou de la dynamique sociale et entrepreneuriale. Alors, le générique est une donnée exogène¹. Les ressources ou actifs génériques ne permettent pas à un territoire de se différencier durablement puisque, par définition, ils existent ailleurs et sont susceptibles d'être transférés. Une différenciation durable, c'est-à-dire non susceptible d'être remise en cause par la mobilité des facteurs, ne peut naître véritablement que des seules ressources spécifiques lesquelles ne sauraient exister indépendamment des conditions dans lesquelles elles sont engendrées.

¹ COLLETIS (Gabriel) & PECQUEUR (Bernard) : « politiques technologiques locales et création de ressources spécifiques ». In Rallet A., Torre A. (Eds), *Economie industrielle et économie spatiale*, Economica, p. 454

La ressource ou l'actif est dit spécifique s'il résulte explicitement de stratégies d'acteurs et s'il est dédié à un usage particulier. Il s'agit des potentiels dont peut se prévaloir un territoire pour se différencier de son voisin². Dans l'optique d'une concurrence entre territoires, une différenciation durable, c'est à dire non susceptible d'être remise en cause par la mobilité des facteurs, ne peut naître véritablement que des seules ressources spécifiques. L'enjeu stratégique est de saisir ces ressources spécifiques. Ces deux tableaux ci-dessous nous permettront de mieux saisir les notions introduites plus haut.

Tableau 6
Une description de facteur de concurrence spatiale

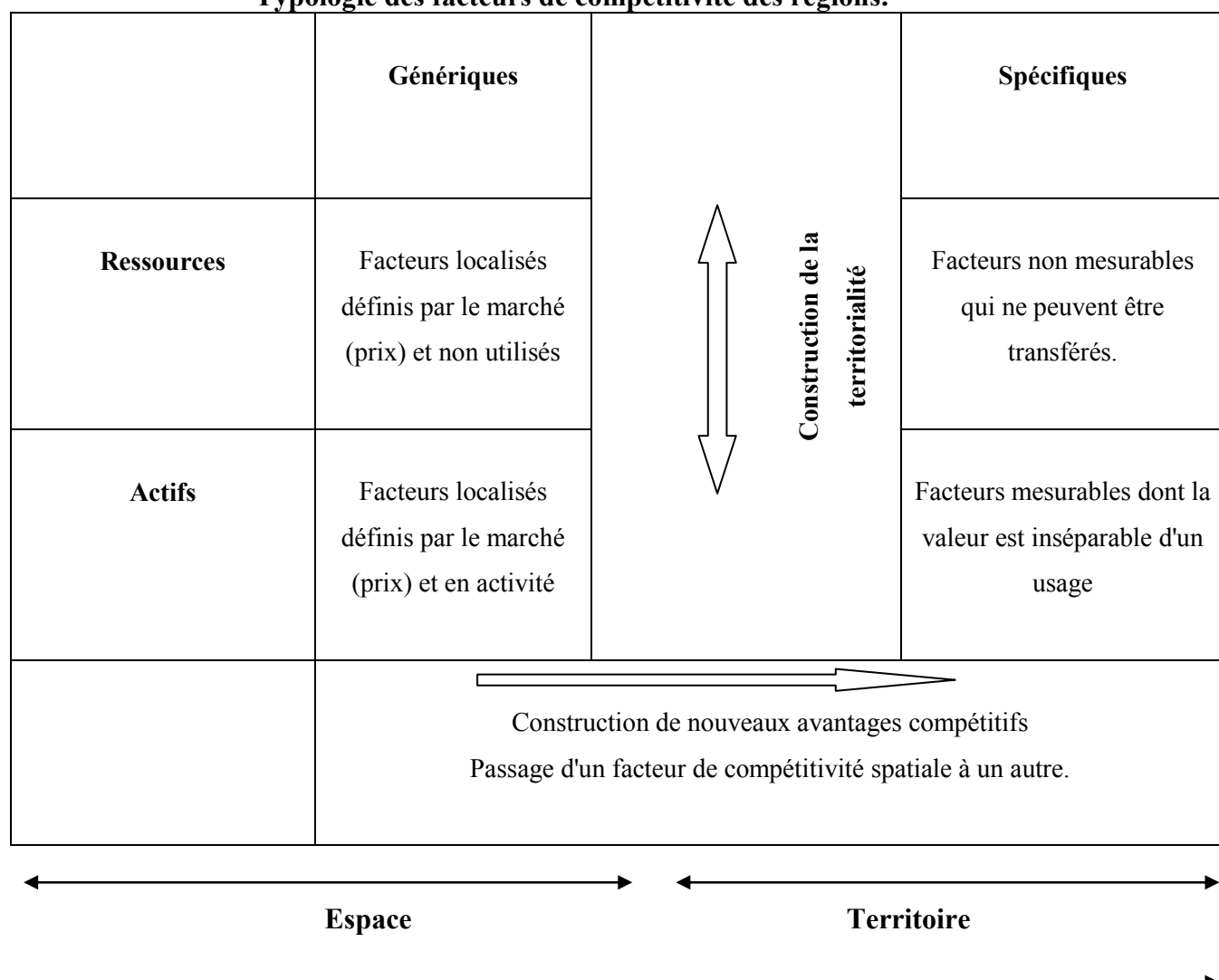
RESSOURCES GENERIQUES	ACTIFS GENERIQUES	ACTIFS SPECIFIQUES	RESSOURCES SPECIFIQUES
Potentielles	Existants totalement transférable	Existants transférabilité partielle	<i>Virtuelles intransférables</i>
Susceptibles d'être activées selon un calcul de rentabilité	Facteurs de localisation discriminés par les prix et le coût de transport	Relative inertie Coûts irrécouvrables de transfert/ coûts de transaction	<i>Les ressources n'apparaissent qu'au moment des combinaisons des stratégies pour résoudre un problème inédit (heuristique)</i>
Susceptible d'être introduites sur le marché	En marché	Quasi-marché	<i>Coordination hors marché Impliquant des institutions, normes, conventions</i>
Matières premières, outils, travail simple, informations, formation de base, non utilisés	Matières premières, outils, travail simple, information, formation de base, en activité	Travail qualifié, connaissances, équipements spécifiques	<i>Atmosphère industrielle</i>
<i>Ressources à révéler sur la base des actifs génériques</i>	<i>Allocation optimale des facteurs, répartition spatiale des activités</i>	<i>Disjonction fonctionnelle organisation spatiale des activités, diffusion</i>	<i>Ressources à révéler sur la base des actifs spécifiques</i>

Source : COLLETIS (Gabriel) & PECQUEUR (Bernard) : « intégration des espace et quasi-intégration des firmes », RERU N°3, 1993.

² COLLETIS (Gabriel) & PECQUEUR (Bernard) : « Intégration des espaces et quasi-intégration des firmes », RERU N°3, 1993.p.454.

Passer des ressources potentielles génériques à des actifs génériques révélés, à des actifs spécifiques locaux ou enfin à des ressources spécifiques potentiellement mobilisables par la firme, c'est construire un réseau de proximité en développant des coopérations marchandes ou non avec les autres acteurs (firmes, établissements financiers, centres de recherche, centres techniques ou encore organismes de formation), en cherchant à bénéficier de quasi-rentes relationnelles dans un espace de proximité géographique.

Tableau 7
Typologie des facteurs de compétitivité des régions.



Source : d'après G. Colletis et B. Pecqueur « les facteurs de la concurrence spatiale et la construction des territoires », dans : Organization of production and territory: local models of development; Ginni Luculado Editore, Pavie, 1994.

Section 2 - Les modèles de la territorialisation des firmes.

Selon Caluer. F (1999)¹, il y a trois formes d'organisation productives territorialisées à considérer qui sont : le « district industriel », la « technopole » et le « milieu innovateur ». Ces trois types de territoire ou de milieu reposent sur la créativité d'entreprises le plus souvent de taille réduites (PME), associées parfois à quelques grandes entreprises. Ils se présentent comme des idéaux-type favorables pour l'innovation des PME.

Les responsables politiques et chercheurs accordent une importance croissante à ces formes, car elles permettraient aux PME d'être plus compétitives sur le marché mondial et d'atteindre collectivement des objectifs, qu'elles ne pourraient pas se fixer individuellement.

Ces milieux fournissent aux entreprises les éléments de leur dynamisme. L'accent est mis sur l'organisation de ces milieux structurés en réseaux, à travers lesquels des relations variées de coopération se tissent entre entreprises, entre clients et fournisseurs, ils recouvrent cinq aspects ²:

1. **Un ensemble spatial**: il s'agit d'un espace géographique qui n'a pas de frontières à priori, qui ne correspond pas à une région donnée, mais qui présente une certaine unité et une certaine homogénéité qui se traduisent par des comportements identifiables et spécifiques et une culture technique;
2. **Un collectif d'acteurs**: Ces acteurs (entreprises, institutions de recherches et de formation, pouvoirs publics locaux, etc.) doivent avoir une relative indépendance décisionnelle et une autonomie dans la formulation des choix stratégiques;
3. **Des éléments matériels** : (entreprises, infrastructures) mais aussi des **éléments immatériels** (savoir-faire), et **institutionnels** (diverses formes de pouvoirs publics locaux ou d'organisations ayant des compétences décisionnelles);
4. **Une logique d'interaction**: Les acteurs doivent être en relation d'interdépendance, ce qui permet une meilleure valorisation des ressources existantes;
5. **Une logique d'apprentissage** : C'est-à-dire une capacité des acteurs, constituée au cours du temps (dimension historique), à modifier leur comportement en fonction des transformations de leur environnement.

¹ FOURCADE (Colette) & MICHKEVITCH (Mikhaïl), « Petites entreprise et territoire dans les pays transition : de nouveaux 'petit mondes' », le 7^{ème} CIFEPME, Octobre 2004, Montpellier.

² MAILLAT (Denis) & QUEVIT (Michel) & SENN (Lanfranco) :op.cit.p.7

2.1- Trois cas de modèles de territorialisation de firme

Ces trois cas définis ci-dessus se révèlent donc comme étant un très bon moyen d'aider les PME à subsister dans une économie libérale. Actuellement, et en raison de la libéralisation économique et de l'intégration internationale des marchés, il peut se révéler difficile pour les entreprises de rester à la fois petites et efficaces. C'est donc dans ce sens que les politiques de plusieurs pays ont décidé d'aller vers la création de réseaux et de grappes d'entreprises en vue de surmonter les contraintes de la petite échelle.

2.1.1- Le district industriel

« Le district industriel peut être défini comme un système de production localisé géographiquement, fondé sur une forte division du travail entre plusieurs petites entreprises flexibles, spécialisées dans un même secteur d'activité, dominant, ou dans quelques secteurs industriels. Cette notion met surtout l'accent sur l'important potentiel de développement endogène d'une collectivité et d'un groupe d'entreprises dans une zone naturellement et historiquement définie, potentiel de développement qui se réalise lorsque certaines activités de coopération et de partenariat se mettent en œuvre ¹».

Tombé dans l'oubli, loin des préoccupations des économistes pendant plusieurs décennies, ce concept a été remis à l'honneur dans les années 1980 à partir des travaux empiriques réalisés par des auteurs italiens d'origines disciplinaires diverses (économistes mais surtout sociologues et historiens) sur les districts industriels du Nord de l'Italie constitués de réseaux de PME spécialisées.

En fait, le concept de « districts industriels », a été évoqué dans l'ouvrage d'A. Marshall (1890) dans le livre 4 des principes d'économie politique, où il développe le concept d'économie externe. *« Les économies externes sont des économies qui résultent de l'organisation industrielle et non de l'organisation propre de chaque firme. Ce sont des formes de socialisation spécifiques à l'organisation industrielle entre les unités élémentaires qui sont à l'origine de ces dernières.²»*. Cette définition a servi pour le district industriel pendant un demi-siècle. Par ailleurs, Alfred Marshall³ a distingué ces économies externes d'une autre sorte d'économie qu'il nomme « économie interne ». Les économies internes sont

¹ TREMBLAY (Diane Gabrielle), « Coopération et réseau de PME : une analyse fondée sur les résultats d'une enquête menée au Québec ». Acte du 4^{ème} CIFPME, octobre, 1998.

² COURLET (Claude) & PECQUEUR (Bernard) & SOUALGE (Bernard), « Industrie et dynamiques de territoires », revue d'économie industrielle, N° 64, 2^{ème} trimestre 1993, p.8

³ AYDALOT (Philippe), « Note sur les économies et quelques notions connexes » revue économique, année 1995, volume 16, n° 6, p.947.

propres à une entreprise. Par contre, les économies externes proviennent de l'organisation des entreprises d'une industrie donnée ou de plusieurs industries.

Giacomo Beccatini (1979) réactualise le concept du district industriel¹. En prenant en compte les études menées par des sociologues et des économistes régionaux sur les régions de la troisième Italie, il définit le district comme suit : « *le district industriel, est une entité socio territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné* »².

Le principal apport du Beccatini réside dans l'existence d'un système de valeurs communes entre acteurs locaux. Ces valeurs partagées permettent de circonscrire les conflits d'intérêt à l'intérieur de l'intérêt communautaire. C'est le sentiment d'appartenance à la communauté industrielle locale qui est l'élément constitutif essentiel du district. Ce fort sentiment d'appartenance perdure du fait de la fréquence des contacts interpersonnels que permet la proximité géographique. Il explique la tendance des acteurs locaux à développer plus facilement des relations, marchandes ou non, avec les autres acteurs du district qu'avec des acteurs extérieurs.

Les mécanismes de concurrence au sein du district sont ainsi tempérés par un certain degré de coopération entre les acteurs liés au respect des règles de la communauté locale. Ce contexte particulier autorise la mise en commun de ressources stratégiques telles que la formation de la main d'oeuvre locale. Parmi les principes organisationnels qui définissent le district industriel, on peut donc retenir les suivants³:

1. Un *partenariat* et une forte *coopération* entre PME d'une communauté, ville ou village donné, celle-ci étant fondée sur une forte cohésion sociale;
2. La coexistence de la coopération et de la concurrence entre les entreprises;
3. L'existence d'une relation de confiance entre les entreprises;
4. Un bassin de main-d'oeuvre qualifiée et des entreprises ayant une tradition de formation dans le domaine de spécialisation du district ou système;
5. Le soutien important d'une institution locale, souvent de l'administration locale.

¹ CLARK (Gordon. L), FELDMAN (Maryann. P) and GERTLER (Meric. S) « The Oxford handbook of economic geography », Oxford University Press 2000.p.417.

² BECATTINI G. : « Le district marshallien : Une notion socio-économique », in BENKO G. & LIPIETZ A. (éds), Les régions qui gagnent, PUF, Paris, 1992), p. 36.

³ TREMBLAY (Diane Gabrielle), op. Cit.

2.1.2- Le milieu innovateur

Dans une perspective plus dynamique que la précédente se déroule parallèlement l'étude des milieux innovateurs. Celle-ci analyse l'entreprise innovatrice comme le produit d'un environnement spécifique et territorialisé capable d'intégrer dans des dynamiques internes des changements venus de l'extérieur. « *Un milieu innovateurs est défini comme un ensemble d'acteurs (entreprise, institutions, etc.) territorialisé, c'est-à-dire localisé et plus ou moins ancré dans un territoire, ensemble dans lequel les interactions se développent de manière multilatérale et sont génératrice d'externalité spécifiques à l'innovation et par la convergence des apprentissages vers des formes de plus en plus performante de gestion de ressources.* »¹

La notion du milieu innovateur a été développée par des auteurs regroupés au sein du GREMI (Groupement de Recherche sur les Milieux Innovateurs, dont la paternité revient à Philippe Aydalot). L'objectif est de comprendre comment et pourquoi certaines régions se révèlent plus innovatrices que d'autres et d'identifier les facteurs nécessaires à l'émergence de l'innovation et au développement des entreprises.

En fait, la révolution électronique dans les années 1980 a provoqué un renversement des hiérarchies spatiales. Certains territoires développés entrent en déclin, alors que d'autres, réputés périphériques, connaissent soudain un essor. Philippe Aydalot a été le premier à s'interroger sur ce phénomène et d'introduire des éléments de compréhension. Dans son ouvrage (*Milieux innovateurs en Europe*, 1986), il remarque que tous les progrès précurseurs de cette technologie apparaissent sur la Côte Est des Etats-Unis. Le développement que connaît ce territoire repose sur l'initiative des petites et moyennes entreprises (PME) et quelques grandes entreprises telles qu'IBM, RCA, Burroughs, ATT², dont le développement des synergies entre ces dernières a favorisé l'innovation et le développement territorial de la région.

L'idée avancée par le GREMI sur les milieux innovateurs vient de la conclusion que l'entreprise innovante ne préexiste pas aux milieux locaux, mais qu'elle est secrétée par eux³. Les entreprises ne préexistent pas aux milieux locaux mais apparaissent au contraire comme

¹ PECQUEUR (Bernard) & ZIMMERMANN (Jean Benoît) : « Economie de proximités », Edition Hermès science, Paris, 2004.p.161.

² AYDALOT (Philippe) : « Trajectoires technologiques et milieux innovateurs ». Colloque GREMI I, Paris.p.19.

³ MATTEACCIOLI (Andrée), « Philippe Aydalot: pionnier de l'économie territoriale », Ed, l'harmattan, 2004.p.139.

le fruit d'un milieu innovateur, associé à une forme de coopération ou encore de liaisons locales.

Les milieux locaux sont considérés comme des incubateurs de l'innovation, comme prisme à travers duquel passeront les incitations à l'innovation et qui lui donnent sur le terrain son visage. Le passé des territoires, leur organisation, leurs comportements collectifs, le consensus qui les structure sont des composantes majeures de l'innovation¹. On peut citer trois caractéristiques principales des milieux innovateurs :

1. Un espace géographique qui n'a pas de frontière au sens strict. Les frontières du milieu sont des bornes mouvantes de réseaux socio-économiques. Il est composé par des ressources matérielles et immatérielles détenues et gérées par différents acteurs. Ces derniers doivent avoir une relative indépendance décisionnelle par rapport à l'extérieur et être capables d'effectuer des choix stratégiques².
2. Une logique d'organisation, permet de structurer les stratégies d'entreprise.
3. Une dynamique d'apprentissage caractérise les capacités des acteurs du milieu à modifier au cours du temps leurs comportements en fonction des transformations de leur environnement.

2.1.3- La technopole.

Elle est définie par Pierre Laffite le fondateur de Sophia-Antipolis comme étant «*La réunion en un même lieu d'activités de haute technologie, de centres de recherche, d'entreprises, d'universités, ainsi que d'organismes financiers facilitant les contacts personnels entre ces milieux produisant un effet de synergie, d'où peuvent surgir des idées nouvelles, des innovations techniques, et donc susciter des créations d'entreprises.*»³ »

Il convient de souligner la différence entre la technopole et le technopôle, selon le dictionnaire Encarta, technopole et technopôle, nom donné à un pôle d'activités associant, sur un même site, la recherche (universités, laboratoires) et l'industrie de haute technologie. On parle d'un technopôle lorsqu'il s'agit d'un parc aménagé à cet effet et d'une technopole

¹ SAMSON (Ivan), « l'économie en 10 leçons », édition Sirey, Paris, 2000.

² COURLET (Claude), PECQUEUR (Bernard), SOULAGE (Bernard) : « industrie et dynamique de territoire, revue d'économie industrielle N° 64, 2^{ème} trimestre 1993. p 12-13.

³ Aissa (Iamai) : « Le rôle du réseau d'acteurs locaux dans la réussite du technopôle agroalimentaire de Bizerte (Tunisie) Pour un meilleur développement du secteur ». CIRAD, Montpellier, France, 16,18 octobre 2002.p.6

lorsque c'est la ville ou la région tout entière qui s'est spécialisée dans les industries et les services de technologie avancée (à l'instar de la Silicon Valley).

Les recherches consacrées aux technopoles mettent en évidence l'intérêt, en termes de production d'innovations, d'un regroupement de firmes de haute technologie sur un même territoire. L'idée originale consiste à rassembler des firmes de haute technologie au sein d'une aire géographique bien définie (souvent de petite dimension) afin de faciliter la communication entre les scientifiques et de susciter les synergies locales en matière d'innovations technologiques. Les technopoles présentent principalement trois caractéristiques fonctionnelles¹ :

1. Entretenir des liens entre les universités, les centres de recherche et l'ensemble des institutions de l'enseignement supérieur;
2. Encourager la formation et le développement d'industries à fort contenu technologique et d'activités de service à forte valeur ajoutée;
3. Favoriser le transfert de technologies et de compétences en faveur des acteurs locaux.

2.2- Les caractéristiques de ces trois modèles :

Ces trois types de milieu, district industriel, le milieu innovateur et la technopole, sont considérés comme le creuset du processus d'adaptation, de transformations et d'évolution permanents actionnés par une logique d'interaction et une dynamique d'apprentissage. On peut simplement définir ces trois types de milieu par celle du GREMI « un milieu est constitué par un ensemble de relations intervenant dans une zone géographique qui regroupe dans un tout cohérent, un système de production, une culture technique et des acteurs. L'esprit d'entreprise, les pratiques organisationnelles, les comportements d'entreprises, la manière d'utiliser les techniques, d'appréhender le marché et le savoir-faire sont à la fois parties intégrantes et parties constitutives du milieu ».

2.2.1- Logique d'interaction

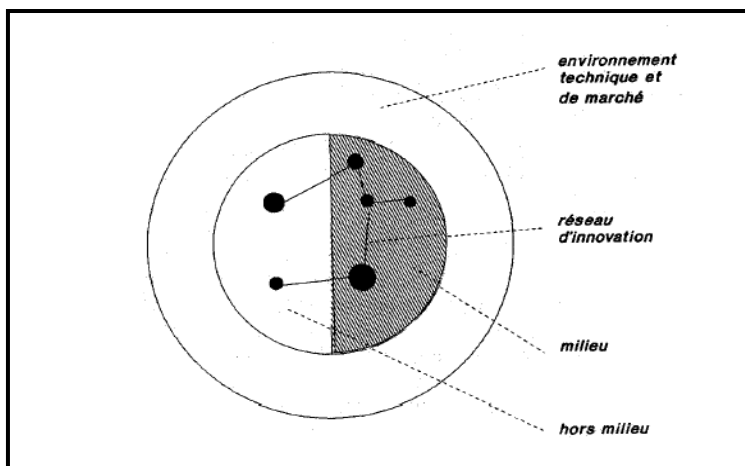
Elle fait traduire la faculté des acteurs à nouer des relations qui engendrent des externalités spécifiques. En fait, c'est l'existence de ces dernières qui permet aux acteurs de constituer des réseaux afin d'utiliser les ressources créées en commun. Ces réseaux caractérisent l'organisation d'un milieu et favorisent la créativité et la résilience de l'entité

¹ MEZOUAGHI (Mihoub) : « L'émergence de technopoles dans les pays du Maghreb : facteur d'intégration industrielle des TIC ou mimétisme institutionnel ? » GDRI EMMA, IRMC, ESSEC Tunis, FSEG Sfax Colloque Economie Méditerranée Monde Arabe, Sousse 20-21 septembre 2002.

socio territoriale ainsi formée. Ainsi, l'environnement contribue au processus d'innovation et à analyser comment la firme innovante structure son environnement au travers des réseaux de relations qu'elle met en place.

La figure 10, illustre parfaitement le lien entre réseau, milieu et environnement.

Figure 10
Milieu, réseau et environnement.



Source : Maillat (Denis) & Quévit (Michel) & Senn (Lanfranco) « réseau d'innovation et milieu innovateurs : un pari pour le développement régional ». Édition GREMI/EDES 1993.p.23

2.2.2- Logique d'apprentissage

Elle traduit la capacité des acteurs du milieu à s'adapter aux transformations de l'environnement, en modifiant leurs comportements au cours de temps. Concrètement, il s'agit de mettre en évidence la création de savoir-faire, de nouvelles règles de régulation du système, la reproduction des compétences spécifiques, les efforts de formation, la transformation des techniques, les changements dans la relation au marché.

Les milieux innovateurs et les technopoles trouvent leur raison d'être dans la flexibilité, source de créations, en particulier par le captage de nouveaux savoirs externes qui fertilisent la connaissance interne et qui sont orientés vers la production de nouveaux savoirs faire. Les districts industriels, quant à eux, s'efforcent d'être en phase avec les changements environnementaux et s'y adaptent en modifiant leurs rapports de coopération concurrence.

Quelques indicateurs caractérisant la dynamique d'apprentissage peuvent être retenus¹ :

- Le taux de création d'entreprises d'origine locale ;
- Le nombre de brevets déposés ;
- Le nombre de marques/modèles déposés ;

¹ MAILLAT (Denis). Op.cit.p.226.

- La croissance des dépenses de formation ;
- La production d'apprentis dans la population active.

A partir de ces deux logiques communes, une classification des organisations productives spatialisées peut être proposée, selon quatre idéaux-types de « milieu » (figure N°11). La typologie est opérée à partir du croisement entre les deux logiques¹:

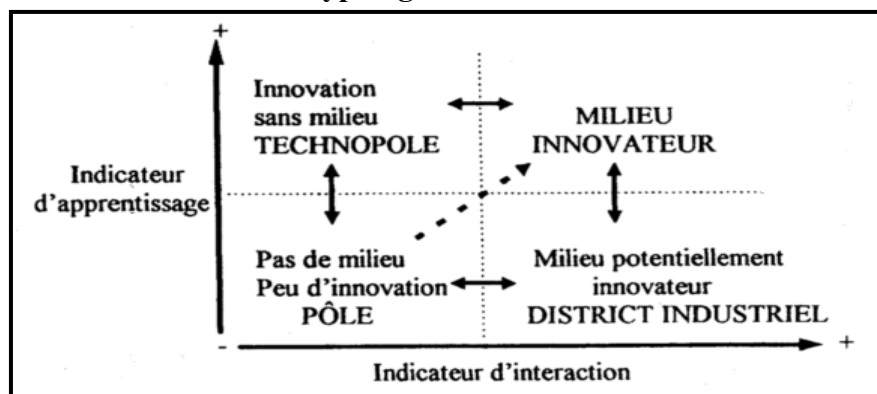
- L'indicateur d'interaction traduit la logique de coopération ;
- L'indicateur d'apprentissage exprime la capacité d'adaptation face aux changements internes et externes, voir la capacité à favoriser le changement.

Les types de milieux sont :

- 1) **Cas de milieu innovateur** : la valeur de l'indicateur d'interaction et d'apprentissage est élevée. MI présente une configuration spatio-économique à part entière, une forme spécifique de système productif territorial. D'où sa position intermédiaire entre le district industriel et la technopole. Au regard de ses caractéristiques typiques, il est indéniablement la forme la plus idéale d'innovation et de développement territorial d'un espace particulier.
- 2) **Cas de la technopole**: la valeur de l'indicateur d'apprentissage est intense, comparativement à l'autre indicateur.
- 3) **Cas de pole** : où il y aurait peu d'innovation et peu de milieu actif. Il peut s'agir par exemple de région dont les systèmes territoriaux de production sont constitués souvent de succursales de production de grandes firmes.
- 4) **Cas de district industriel** : l'interactivité est élevée et l'apprentissage est faible, il s'agit d'un milieu potentiellement innovateur.

¹ CARLUER (Frédéric) « trois cas archétypaux de polarisation spatio-productive : le district industriel, le milieu innovateur et la technopole », Revue d'économie régionale et urbaine n°3, 1999.p. 573.

Figure 11
Typologie des milieux



Source : CARLUER (Frédéric) « trois cas archétypaux de polarisation spatio-productive : le district industriel, le milieu innovateur et la technopole », Revue d'économie régionale et urbaine n°3, 1999.p. 574.

Ces logiques d'interaction et d'apprentissage portent sur¹:

- La formation de savoir-faire, qui permet la maîtrise du processus de production et la création de nouveaux produits et de nouvelles techniques;
- Le développement de "normes de comportement" qui porte sur la relation entre acteurs, la recherche d'un équilibre entre coopération et concurrence afin de construire un espace de travail commun;
- La connaissance et la capacité d'identifier en tant qu'opportunité d'interaction les ressources spécifiques des différents acteurs ainsi que celles du milieu;
- La relation que les acteurs du milieu entretiennent avec l'environnement externe. Le milieu n'est pas isolé, il se situe dans un contexte technique et de marché qui est international et évolutif.

Après l'introduction des modèles de la territorialisation, nous pouvons maintenant synthétiser dans un tableau les principaux traits caractérisant la stratégie de localisation et de la territorialisation.

¹ Maillat (Denis) & Quévrit (Michel) & Senn (Lanfranco) :op. Cit. p.8

Tableau 8
De la stratégie de “localisation” à la stratégie de “territorialisation” :

	Stratégie de localisation	Stratégie de territorialisation
Firme	Logique de choix réversible (firme nomade)	Logique d’ancrage
Appréhension de l’espace	Lieu de proximité géographique	Territoire : proximités géographiques et organisées (technologique, organisationnelle, culturelle, relationnelle, institutionnelle et économique).
Nature des facteurs	mobilisés sur le site Facteurs de localisation, données exogènes	Ressources et aptitudes activées
Modalités d’accès aux facteurs	Marchandes	Processus d’activation simple (autorité) ou complexe (incitation + confiance)
Compétitivité	Par les coûts, logique d’allocation et d’accessibilité (réduction des coûts de transaction)	Par la construction et l’appropriation de rentes diversifiées : rentes et quasi-rentes ricardienne et de monopole, quasi-rentes organisationnelles.
Pérennité de l’avantage concurrentiel “spatial”	Peu abordé dans la littérature (réversibilité)	Abordées par les propriétés des “Ressources et aptitudes” territoriales et de leurs processus de mobilisation : valeur, tacite, spécificité et complexité, concourant à l’inimitabilité, la non substituabilité et à la longévité des avantages concurrentiels construits.
Dynamique du modèle	Réversibilité des choix logique d’allocation optimale ou satisfaisante.	Logique de construction cumulative de capacités dynamiques d’apprentissage.

Source : JAUFFRIT (Marc) : « stratégie de territorialisation versus stratégie de localisation : Le cas de vingt six entreprises dans trois clusters des Pays de l’Adour ». Cahier de recherche N°2, 2004.p.38

Conclusion

Ce chapitre a porté une attention majeure à la notion du territoire, et aux fondements conceptuels des modèles de la territorialisation des firmes afin de redéfinir progressivement la logique de localisation des entreprises et plus particulièrement de la PME. Les apports théoriques des économistes industriels et régionaux nous ont permis de définir le territoire de la firme et de comprendre dès lors le modèle de la territorialisation des firmes comme un approfondissement du modèle classique de la localisation. Ainsi, de nouveaux facteurs de localisation des activités économiques ont été introduits et reposent de moins en moins sur les avantages comparatifs associés au territoire. Mais de plus en plus sur des facteurs micro-économiques résultats d'interaction entre agents économiques d'un environnement local.

L'investigation théorique sur la notion du territoire ou milieu a révélé que cette notion est devenue une forme de développement alternative à l'entreprise, support du groupement du PME appelé plus généralement des formes d'organisation productives localisées. Ces formes d'organisation productives localisées supposent la libération d'un ensemble d'externalités, source de gains de productivité et d'innovation technologique. Dès lors, le territoire dans lequel sont installées les activités n'est pas neutre dans la mesure où les relations de proximité fondent les interdépendances dynamiques entre les acteurs.

L'appropriation de ces externalités territoriales est facilitée par des catalyseurs que sont les jeux de proximités géographique et socio-économique des acteurs du territoire de la firme. Ces dernières permettent de créer des relations de confiance entre les acteurs et assurent la transformation de l'ensemble (simple juxtaposition d'acteurs) en système (ensemble d'acteurs en interaction dynamique). Elle dépend aussi de la disponibilité d'un substrat territorial de ressources, d'aptitudes et notamment de capacités dynamiques locales que sont les capacités dynamiques d'apprentissages et d'interaction avec les acteurs du territoire de la firme.

Chapitre 3

Les PME en l'Algérie et leurs localisations spatiales.

Depuis une vingtaine d'années, l'Algérie vit une transformation radicale de son tissu industriel induite par le passage de l'économie administrée à l'économie de marché. L'engagement résolu du pays dans la voie de l'économie de marché libère les énergies entrepreneuriales, et une certaine dynamique économique est enclenchée, entraînant une floraison de PME de statut privé. Cette dynamique de création de PME ne s'est pas réalisée d'une façon harmonieuse sur le territoire algérien. L'analyse des statistiques de la création d'entreprise fait ressortir l'existence d'un dynamisme dans certaines wilayas et une léthargie dans d'autres. La wilaya de Jijel fait partie du premier lot. Cette dynamique entrepreneuriale est étroitement liée à l'existence d'un environnement favorable à l'investissement qu'on qualifiera de facteurs de localisation de PME. Dans ce chapitre nous allons aborder les PME en Algérie et leurs localisations spatiales, les différents facteurs de localisation et l'influence de chacun d'eux sur le choix de la localisation d'une PME. L'aménagement du territoire en Algérie comme politique permettant le renforcement de l'attractivité territoriale et un moyen de lutter contre les déséquilibres régionaux.

Section 1 : Aperçu sur la PME en Algérie.

Avant d'entamer les facteurs de localisation, il est important de définir la PME. En fait, il n'existe pas de définition communément admise pour la PME. Certains pays industrialisés se sont attachés à distinguer les entreprises selon leur taille mesurée le plus souvent en termes d'effectif ou en montant de chiffre d'affaires. Selon **Morel et Julien** (1986)¹, « la PME est un concept flou dont les définitions varient » et ces auteurs ajoutent que celles « fondées sur le nombre de salariés et le chiffre d'affaires nous semblent à la fois inopérantes et trompeuses », car il existe des petites entreprises d'une certaine autonomie qui appartiennent à de grandes entreprises qui ont moins de 200 employés, et il existe aussi des petites entreprises qui réalisent un chiffre d'affaires égal à celui des grandes entreprises à cause de ce qu'elle produisent. Selon **O.TORRES** « Aux Etats-Unis, une entreprise de 500 salariés est encore considérée comme une PME, en Belgique le seuil est fixé à 200 et seulement à 100 en Suisse. En ce qui concerne la France, la PME a été longtemps définie comme une entreprise de moins de 500 salariés. La mesure de la taille à l'aide du critère de l'effectif n'est pas non

¹ Cité in MOULOUDI (Hocine) : « Identification des facteurs de performance des PME algériennes privées dans le secteur agro-alimentaire et textile ». Université du Québec, octobre 1993. P.32

plus universelle. Par exemple, en Chine, ni le nombre de salariés, ni le chiffre d'affaires ne sont retenus. Le texte officiel retient la capacité de production et l'importance de l'outillage¹».

1.1-Définition de la PME en Algérie

La définition adoptée en Algérie est celle retenue par l'Union Européenne, fondée sur trois critères² : les effectifs, le chiffre d'affaires, l'indépendance de l'entreprise. Dans l'article 4 du journal officiel³, la PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services:

- employant une (1) à (250) personnes,
- dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de Dinars,
- et qui respecte les critères d'indépendance.

Les différents types d'entreprises se présentent comme suit :

1. **Très petites entreprise (TPE)** : est une entreprise dont l'effectif est entre (1-9) salariés et dont le chiffre d'affaire n'excède pas 20 Millions de DA ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 10 Millions de DA.
2. **Petites entreprises (PE)** : est une entreprise dont l'effectif est entre (10-49) salariés et dont le chiffre d'affaire n'excède pas 200 Millions de DA, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 100 Millions de DA.
3. **Moyenne entreprises (ME)** : est une entreprise dont l'effectif est entre (50-250) salariés et dont le chiffre d'affaire est compris entre 200 Millions et 2 Milliards de DA, ou dont le total du bilan annuel est compris entre 100 et 500 Millions de DA.

1.2 – l'essor des PME en l'Algérie

L'essor des PME est relativement récent en Algérie. La majorité des PME ont été créées au cours de la période 1995-2000. Les statistiques démontrent que près de 75% des PME ont été créées entre cette période, et que plus de 35% ont été créées durant 5 années (2000-2005)⁴. Cette attention accordée aux PME en vue d'une libéralisation de l'économie et d'ouverture économique du pays ne s'est réalisée qu'après l'introduction d'un ensemble de réformes

¹ TORRES (Olivier) : « Les PME ». Edition DOMINOS FLAMMARIO, 1999. p.4

² ASSALA (Khalil) : « PME en Algérie : de la création à la mondialisation ». 8^{ème} Congrès international Francophone en entrepreneuriat et PME, 2006, P.3.

³ Journal officiel de la République algérienne démocratique et populaire, Loi n° 01-18 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (P.M.E).

⁴ ASSALA (Khalil) : « PME en Algérie : de la création à la mondialisation ».op. Cit. p. 2

économiques (réformes fiscales, réformes bancaires, libéralisation des prix, libéralisation du commerce extérieur). Cette volonté de la libéralisation est confirmée par le nouveau rôle de l'État facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée et par les moyens mis en œuvre pour atteindre des objectifs fixés.

En 1993, l'adoption d'un nouveau code des investissements¹ a accordé des avantages substantiels pour les investisseurs. En 2000, les pouvoirs publics ont mis en place un programme de mise à niveau co-financé par l'Union Européenne afin d'améliorer l'environnement des entreprises de petite taille et de promouvoir leur développement. Le but de ce programme est d'améliorer les capacités de production de ces entreprises, une meilleure compétitivité et une insertion dans le marché mondial en vue de l'adhésion du pays en 2010 à l'OMC ainsi que l'accession à la zone de libre échange euro méditerranéenne². En 2001, des textes majeurs ont été adoptés, encourageant le développement de l'investissement privé. Des mesures ont été prises se traduisant par une baisse significative des taxes, des redevances fiscales et des charges sociales, ainsi qu'un assouplissement des procédures administratives de création d'entreprises. En 2004, la promulgation de la loi d'orientation pour la promotion de la PME a donné au secteur une grande dynamique par la mise à disposition d'outils de promotion du secteur, notamment, le Fonds de Garantie des crédits aux PME (FGAR), les centres de facilitations, les pépinières d'entreprises, et l'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME).

Aujourd'hui, le poids de la PME dans le tissu national prédomine dans la plupart des secteurs. À la fin de l'année 2008, la population globale des PME, dans ses principales composantes (PME privées, PME publiques et activités artisanales) s'élève à 519 526 unités. Les entreprises privées forment la composante majeure de la population du secteur des PME et de l'artisanat (plus de 61%), et leur nombre total s'élève à 321387. La dynamique de cette catégorie d'entreprises s'est traduite par une croissance annuelle (2007-2008) de 27 441 entreprises, soit un taux d'évolution de l'ordre de 9,34 %.

Par ailleurs, et contrairement aux PME privées, les PME publiques connaissent un déclin continu, puisqu'à la fin 2008, leur nombre a diminué de 40 unités par rapport à l'année 2007, passant ainsi de 666 à 626 unités. Cette diminution est due principalement au processus

¹ Décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement.

² HAUDEVILLE (Bernard) & YOUNES BOUACIDA (Redah) : « Les relations entre activités technologiques, innovation et croissance dans les PME algériennes : une étude empirique basée sur un échantillon d'entreprises. » Université Paul Cézanne - Aix Marseille III, 2006

de privatisation des entreprises publiques, engagé dans le cadre de la restructuration et de la réorganisation du secteur public. La structure du parc des entreprises révèle que la très petite entreprise (TPE) représente une part importante avec un pourcentage de 94 % du total des entreprises¹.

Tableau 9
Taux de croissance du secteur de la PME et l'Artisanat (2007-2008)

<i>Nature des PME</i>	<i>Nombre de PME année 2007</i>	<i>Nombre de PME année 2008</i>	<i>Taux de croissance %</i>
PME privées	293 946	321387	9,34
PME publiques	666	626	-6
Activités artisanales	116347	126887	9,06
Total	410959	519526	26,42

Source : Bulletin 2008 du ministère de la PME.

Il faut souligner que la population des PME aurait été plus importante si on se rend compte de la part des activités non déclarées qui se pratiquent dans l'informel. Les entrepreneurs recourent à ces pratiques comme nécessité de fonctionnement, pour se soulager de certaines charges considérées comme excessives (charges fiscales et charges sociales)².

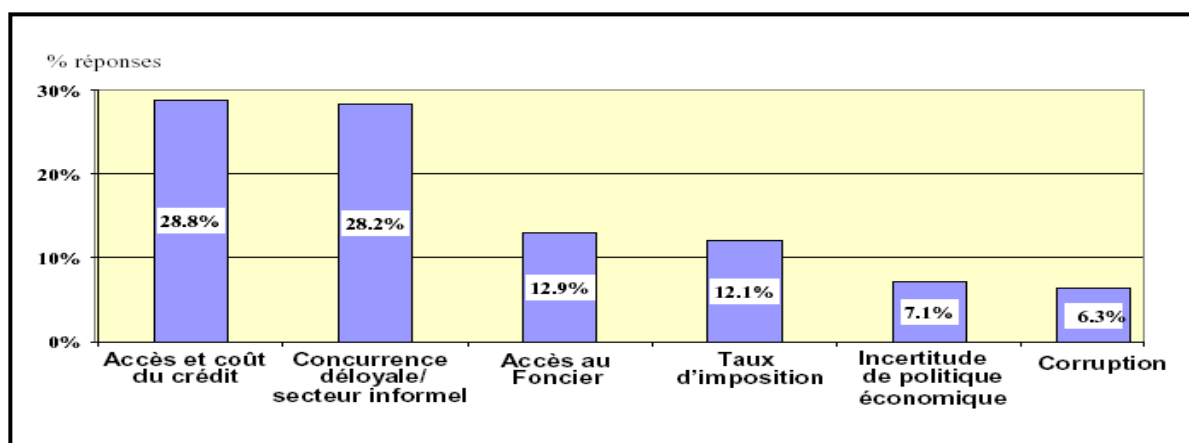
L'entrepreneur fait en effet face en Algérie à un environnement contraignant où diverses contraintes continuent d'entraver le vrai développement du secteur des PME. Ces contraintes sont essentiellement de deux type : celle ayant trait à l'accès aux marchés de facteurs (crédit et terrain industriel), et celles ayant trait, de manière générale, au cadre de gouvernance et les institutions de marché (le secteur informel et la concurrence déloyale se situe en tête de liste, suivis par le taux d'imposition, les incertitudes dans la politique économique et la concurrence). L'accès au crédit et son coût constitue une contrainte majeure pour les PME, suivis de près par la concurrence déloyale du secteur informel³. La figure suivante montre cette réalité. La figure ci-dessous retrace les obstacles les plus contraignants aux opérations commerciales.

¹ Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de L'Artisanat « Politique d'appui à l'innovation dans la PME », février 2007.p.5

² BOUYACOUB (Ahmed) : les PME en Algérie : quelles réalités. Dans : Entrepreneurs et PME, Approches algéro- française. L'Harmattan, Paris 2004

³ BELMIHOUB M.C : « le comportement de l'entrepreneur face aux contraintes institutionnelles : approche à partir de données d'enquête et de panels sur la PME privée en Algérie ». Communication au colloque international « création d'entreprise et territoire ». Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.p.4

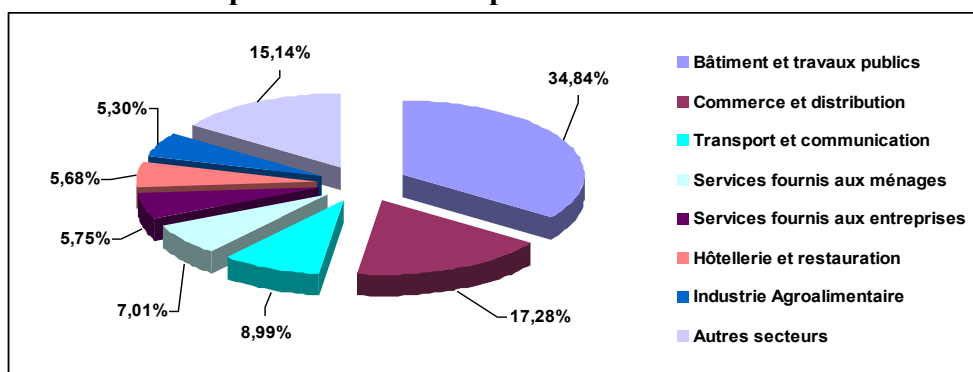
Figure 13
Obstacles les plus contraignants aux opérations commerciales



Source : Rapport de la banque mondiale : « Algeria Investment Climate Assessment », 2003. p.9

Sur le plan sectoriel, on relève la présence de la PME dans l'ensemble des secteurs d'activités avec une prédominance dans le secteur du BTPH qui a été de tout temps l'activité privilégiée de secteur privé. Il reste le secteur le plus dynamique puisque sa part dans la population totale est passée de 6,78 % en 1995 à 34,10 % en 2007. Cela par le fait que les taux de profit dans ce secteur sont très élevés, et la concurrence étrangère est quasiment absente. Toutefois, si l'on observe la répartition des PME par secteur d'activité, nous constatons que les secteurs dominants sont : le Bâtiment & Travaux Publics et les services (commerce et distribution, transport et télécommunication). En un mot, à part le secteur des télécommunications, les secteurs dominants occupés par les PME en Algérie ne sont donc pas des secteurs que l'on peut considérer comme innovants et à forte intensité technologique.

Figure 14
Répartition des PME par secteurs d'activités



Source : Etablie à partir du Bulletin d'information économique N ° 14. Indicateurs 2008. www.pmeart-dz.org

L'analyse des données en termes de groupes de branches, montre que ces PME se concentrent beaucoup plus sur les activités relevant de la branche des services (commerce et distribution, par exemple). Le tableau 10 témoigne de ce processus de tertiarisation avancé.

Tableau 10
Répartition des PME par groupe de branches d'activités l'année 2008.

<i>GROUPE DE BRANCHES</i>	<i>Nbre DES PME PRIVEES</i>	<i>TAUX %</i>	<i>CONTENU</i>
Services	147 582	45,92	Transport et communication Commerce Hotellerie et restauration Services fournis aux entreprises Services fournis aux ménages Affaires immobilières Etablissements financiers Services pour collectivités
Bâtiment et travaux publics	111 978	34,84	Bâtiment et travaux publics
Industries	57352	17,84	Mines et carrières ISMME Matériaux de construction Chimie, plastique Industrie agroalimentaire Industrie du cuir Industrie de textile Industrie du bois et papier Industries diverses
Agriculture et pêche	3599	1.12	Agriculture et pêche
Services liés aux industries	876	0.27	Services et travaux pétroliers Eau et énergie Hydrocarbures
Total	321 387	100	

Source : Source : Bulletin d'information économique N° 14. Indicateurs 2008.

Le peu d'enquêtes et de recherches concernant le secteur de la PME souligne les caractéristiques suivantes des PME algériennes¹ :

- Les PME sont plutôt concentrées dans des niches ou des créneaux que le secteur public a délaissés, ceci leur a donné des positions confortables de monopole, et elles sont de ce fait rentières et peu génératrices d'innovation jusque là.
- Les entreprises sont plutôt familiales et peu enclines à l'ouverture du capital aux étrangers.
- Une partie des activités de l'entreprise se pratique dans l'informel (financement, production, commercialisation, approvisionnement).
- Le marché des entreprises est principalement local et national, très rarement international.

¹ ASSALA (Khalil) :op. Cit. p. 8

- La collaboration entre entrepreneurs et avec les autorités publiques n'est pas assez développée.
- Les techniques de croissance (cession, fusion, regroupement..) sont non maîtrisées et non utilisées.
- les PME algériennes possèdent des ressources sous-utilisées faute d'un environnement propice aux affaires.

1.3 : La localisation géographique des PME en Algérie

Dans ce point, nous allons présenter d'abord les PME en Algérie, puis leur répartition géographique.

En termes de localisation au plan local, il y a une très forte dispersion géographique entre les 48 wilayas du pays. La concentration des PME s'est faite autour des grandes agglomérations dont le nombre des PME excède les 5000 entreprises¹. On relève une concentration des projets autour des grands centres urbains. Alger constitue un pôle de concentration de l'activité économique puisqu'elle enregistre 1486 entreprises pour 100000 habitants (14,86%). 32 wilayets enregistrent un ratio inférieur à 850 entreprises pour 100000 habitant². Il est important de souligner que, parmi les wilayets qui se classent en tête de liste, on en trouve deux du sud (Illizi et Tindouf) réputées comme les plus développées du pays. Le taux de concentration de PME est respectivement de 20,44‰ et 29,23‰ ;

L'analyse de la concentration de PME par wilaya, révèle un réel écart entre le pourcentage des PME et le taux de couverture de la population. Le premier groupe composé de 19 wilayas, et enregistre moins de 700 entreprise pour 100000 habitant. Ce groupe affiche un faible pourcentage de PME, soit un tiers pour la moitié de la population, contrairement au deuxième groupe où on a deux tiers des PME pour la moitié de la population. Ce deuxième groupe n'est composé que de 12 wilayets. Pour le dernier groupe, il recouvre un pourcentage national de 4,19%. Il est composé essentiellement des wilayas de sud. Par ailleurs, ces wilayas sont considérées comme les plus développées en Algérie vu le taux de concentration de PME qui dépasse le 14‰.

¹ Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de L'Artisanat « Politique d'appui à l'innovation dans la PME », février 2007.p.7

² Calculé effectué par nous même : Taux de concentration : (Nbre des entreprises/ population)*100000, à partir du bulletin d'information économique 2005.

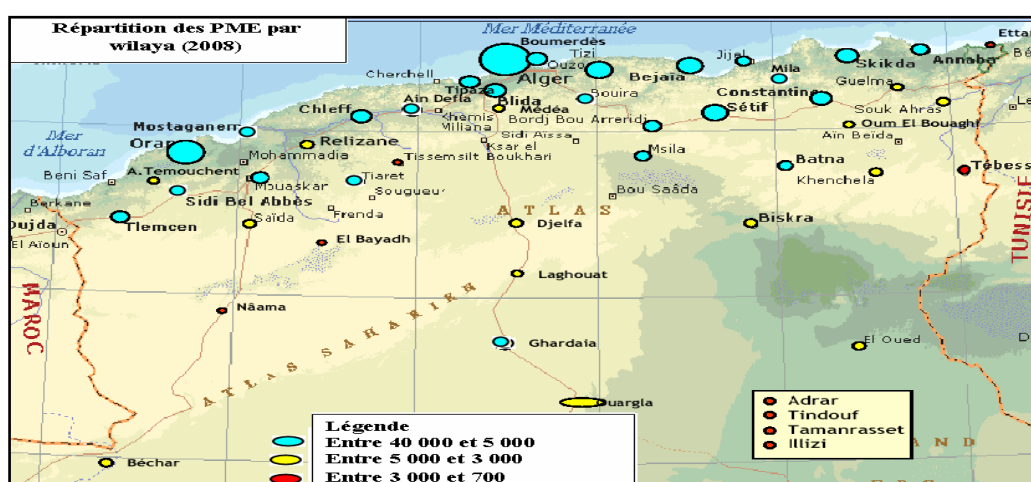
Tableau 11
La répartition des PME et de la population

	Nombre de Wilayas	Pourcentage des PME	Population couverte en %	Taux de concentration pour 1000 habitant
1 groupe	19	27,61	40,95 %	Inférieur à 7 ‰
2 groupe	12	64,62	54,86%	Entre 7‰ et 14‰
3 groupe	6	7,76	4,19%	Supérieur à 14‰
Total	48	100%	100%	

Source : Calcul établi à partir de bulletin d'information économique 2005.

Il faut souligner que le déséquilibre dans la distribution des PME à travers le territoire de l'Algérie s'explique, en premier ordre, par le déséquilibre même dans la distribution des agglomérations et de la population algérienne ; cette dernière se trouve en effet concentrer dans la région du nord, particulièrement dans les zones côtières. Les PME se concentrent ainsi là où il y a une concentration de la population qui leur constitue tout de même son marché d'amont (main d'œuvre, notamment celle qualifiée, les promoteurs...) et celui d'aval (débouchés pour leurs produits et services); les infrastructures économiques de base (les réseaux routiers, les ports...) sont aussi déterminantes dans la mesure où elles sont plus présentes et plus développées dans la région du nord que dans les hauts plateaux ou dans le sud, régions dans lesquelles même les conditions climatiques sont plus sévères et moins favorisant à l'activité économique. La figure ci-dessous retrace le déséquilibre dans la distribution des PME à travers le territoire de l'Algérie.

Figure 15
Répartition des PME par wilaya

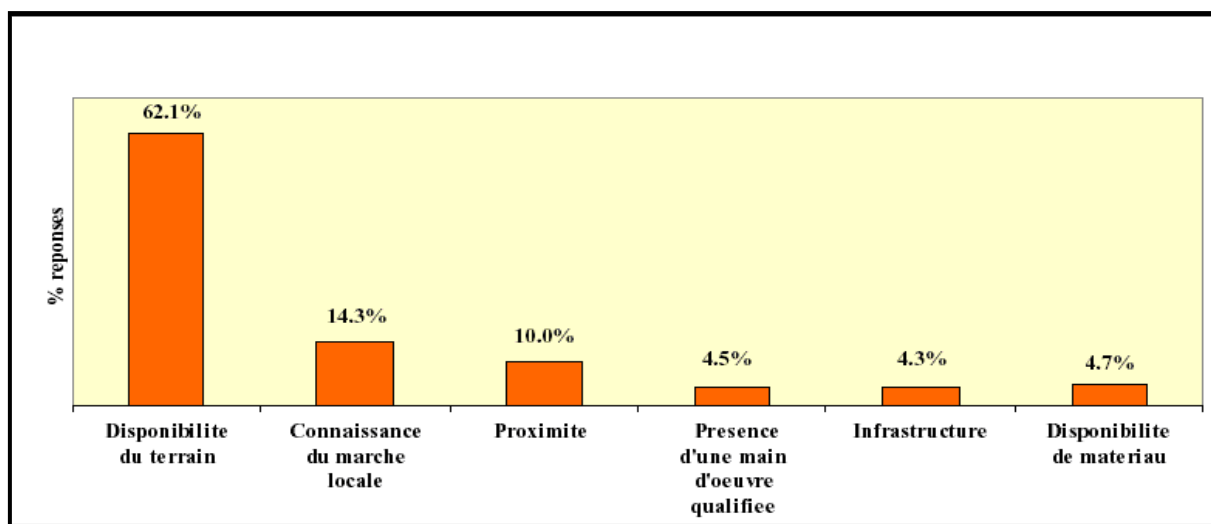


Source : établie par l'auteur, sous la base du bulletin d'information économique du ministère de la PME et de l'artisanat, 2008

Selon l'enquête ICA (Banque Mondiale 2003) qui a couvert neuf régions : Alger, Blida, Boumerdès, Oran, Tlemcen, Ghardaia, Ouargla, Constantine et Annaba). Les entreprises sont créées par des investisseurs, en majorité de la région, déjà installés dans une

activité commerciale ou artisanale, ou bénéficiant d'une solidarité familiale, ou encouragés localement par des relations de proximité avec les administrations locales, en particulier par l'accès au foncier, octroyé par les administrations locales ou acquis sur le domaine privé. (La disponibilité du terrain est considérée comme facteur de localisation par 62% des entrepreneurs).

Figure 16
Raisons de choix de l'emplacement



Source : BELMIHOUB M.C : « le comportement de l'entrepreneur face aux contraintes institutionnelles : approche à partir de données d'enquête et de panels sur la PME privée en Algérie ». Communication au colloque international « création d'entreprise et territoire ». Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.p.3

Section 2 : Les facteurs de localisation des PME

2.1- Classifications des facteurs de localisation des PME.

Pour classifier les facteurs de localisation, nous avons adopté l'analyse effectuée par P.Aydalot (1985)¹ et R.Kahn (1993)² qui ont distingué deux catégories de facteurs de localisation: les facteurs dits « économiques» et l'autre catégorie de facteurs dite « extra économiques».

Cette classification s'avère cruciale pour ce travail. Les modèles classiques de localisation nous on fournit un ensemble de facteurs économiques qui influencent les choix de localisation qui cadrent bien la réalité de la grande entreprise tels que les coûts des facteurs de productions et la proximité des marchés où s'écoulent les produits. Ces considérations s'avèrent toutefois valables pour les localisations des PME. Mais elles négligent les facteurs qui influencent directement la localisation de la PME. Ces facteurs sont d'ordre personnel et

¹ AYDALOT (Philippe) : « Economie régionale et urbaine ». Édition Economica, Paris, 1985, pp. 50-79.

² Kahn (René) : « facteurs de localisation, compétitivité et collectivités territoriales ». RERU, N° 2, 1993 p.309-321.

social. La proximité du lieu de résidence et la disponibilité d'un local, l'existence de réseaux de contact, le cadre de vie en sont des exemples.

On doit souligner que les entrepreneurs n'agissent pas seulement dans un réseau économique, mais interagissent aussi avec d'autres organisations ou institutions sociales. Alors la sphère économique est alors inséparable des sphères sociales. Selon Morvan, « *Pour comprendre les mécanismes de localisation, il faut prendre en compte des forces économiques, mais aussi de porter une attention accrue aux rôles que peuvent jouer les déterminants sociaux et politiques, ainsi que les forces socioculturelles qui poussent (ou non) à l'établissement de rapport de confiance et de mise en convergence des intérêts des uns et des autres¹* »

Selon Keeble-Wever, il existe des différences importantes de localisation entre la grande et la petite et moyenne entreprises. D'après l'auteur, l'implantation de la PME est plus ou moins contrainte par une tradition ou un héritage, la proximité des fournisseurs ou des clients, la proximité des donneurs d'ordre dans le cas des relations de sous-traitance, par une opportunité foncière ou immobilière, par l'existence de relations professionnelles, ... etc.² Il est par conséquent avantageux d'ajouter ces facteurs au cadre théorique car elles viennent compléter et enrichir la littérature sur les facteurs susceptibles d'influencer le choix de localisation des PME. Plusieurs facteurs peuvent influencer la localisation des entreprises. L'objectif est évidemment la minimisation des coûts et par conséquent la maximisation du profit. Nous essayerons d'introduire quelques facteurs de localisations dont la littérature a mis souvent l'accent.

2.1.1- Les facteurs économiques de localisation des PME :

Par facteurs économiques, on entend tous les éléments résultant d'un calcul scientifique, permettant par conséquent de fixer un emplacement rationnel d'une unité de production. Dans cette catégorie de facteurs, on retiendra les coûts de transport et proximités des inputs, la force de travail, la disponibilité et qualités des terrains et bâtiments, la proximité des marchés, l'infrastructure, l'intervention des pouvoirs publics, l'existence d'un milieu industriel.

¹ Morvan (Yves) : « activités économiques et territoires : changement de décor ». édition de l'aube. Année 2004.p7

² Cité in VILLENEUVE (Valérie), « Facteurs de localisation des immigrants entrepreneurs francophones et potentiel attractif du SAGUENAY-LAC-ST-JEAN », Mémoire présenté à l'université du QUÉBEC À CHICOUTIMI, comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des PMO, Novembre 1996. p.28

Les facteurs coûts de transport et proximité des inputs, ont été les premiers à faire débat dans les modèles de localisation des entreprises. Ils estiment, pour qu'une entreprise arrive à minimiser ces coûts de transports, que celle-ci doit s'implanter le plus près possible des sources de matière première, d'énergie, de demi-produit pour réduire au maximum les dépenses de déplacement de ces matières premières de leur lieu d'origine au lieu de production.

Le facteur coût de transport exerce une grande influence sur la localisation de l'entreprise. L'intérêt est de se localiser sur les lieux où les coûts de transport seront minimums. La complexité de ce problème apparaît en prenant en compte les deux composants. Le transport des matières premières de leurs sources vers l'entreprise, et le transport des produits finis de l'entreprise vers le marché.

En considérant qu'il y a une source de matière première et un seul marché et en tenant compte des frais de transport, l'entreprise peut se localiser aux sources des matières premières, au centre des débouchés ou à une distance intermédiaire. (Voir le modèle de Weber). En ce qui concerne l'importance de facteur proximité des inputs, on note que leurs localisations sont restreintes ces dernières années pour plusieurs raisons, à savoir la réduction de coût de transport suite aux progrès massifs réalisés dans le domaine des transports, et du fait que l'élaboration des produits industriels nécessite des volumes réduits et légers des inputs nécessaires.

Le facteur force de travail est l'un des inputs clé dans tout choix de localisation, sa disponibilité et sa qualité dépend en partie de l'appareil de formation national. Le degré de qualification de la main-d'œuvre s'avère être un élément déterminant de la localisation des activités, surtout pour les secteurs moteurs de l'économie pour lesquels les progrès technologiques sont vitaux pour leur croissance. Actuellement, la prise en charge progressive par les régions de la formation professionnelle continue a permis une adaptation rapide des formations techniques aux besoins de l'entreprise¹. Il faut noter que d'une région à une autre, la main d'œuvre n'est homogène ni en rendement ni en salaire ni même en quantité. Donc, toute implantation de l'entreprise doit prendre en compte l'aspect quantitatif et qualitatif de main d'œuvre ainsi que son coût. Pour la plupart des entreprises, la maximisation du profit est conditionnée par le recrutement d'une main d'œuvre qualifiée, notamment celle qui utilise des technologies de pointe, telles que les industries d'électronique, d'électrotechnique,

¹ Kahn (René). Op. Cit. p.314

l'industrie spatiale et d'autres activités de précision. Ainsi, les entreprises ont tendance à se localiser dans des régions qui offrent ce type de main d'œuvre. Bien évidemment la main d'œuvre n'offre pas d'effort gratuit, ce qui engendre pour l'entreprise des dépenses dite de coût de la main d'œuvre. L'entreprise a intérêt à se localiser dans le lieu où les salaires sont les plus faibles. Néanmoins, le coût de la main d'œuvre dépend considérablement de sa qualité et de sa quantité (une main d'œuvre qualifiée revient plus chère qu'une main d'œuvre non qualifiée).

Les entreprises cherchent à s'installer dans les régions qui disposent d'une main d'œuvre abondante pour accroître ses possibilités de recrutement. Les besoins quantitatifs en main d'œuvre varient selon les types d'industries, la taille des unités, et les procédures techniques et technologiques utilisées. Certaines branches industrielles (sidérurgie, pétrochimie, métallurgie,...) nécessitent une grande quantité de main d'œuvre, d'autres comme les industries agroalimentaires et les textiles utilisent moins de main d'œuvre du fait de leur automatisation rapide. Cet aspect doit être accompli par des compétences et une maîtrise de l'activité exercée.

L'accès au foncier demeure incontestablement une contrainte majeure pour les investisseurs. Ces derniers recherchent des terrains équipés aux prix peu élevés situés dans un environnement de qualité. D'où le succès des parcs industriels. Des bâtiments disponibles peuvent aussi être un facteur puissant de localisation à condition qu'il s'agisse d'immeubles récents et/ou en bon état facilement réutilisables. Des immeubles neufs offerts par les promoteurs immobiliers exercent également, beaucoup d'attrait et ce d'autant plus que de telles réalisations sont encore peu fréquent et souvent limitées aux grandes agglomérations.

Il joue un rôle important dans le choix de localisation des entreprises de par son coût et sa qualité, l'entreprise cherche toujours à le minimiser qu'il s'agisse de la rente dans le cas d'une location ou du prix du terrain dans le cas d'achat. Par la qualité du terrain, on entend : le relief et la vocation. En ce qui concerne le relief, les entreprises ont généralement tendance à éviter les zones de montagne, et préfèrent s'implanter dans les zones de plaine qui se caractérisent par une bonne accessibilité. La qualité du terrain est exprimée aussi en termes de sa vocation. Chaque entreprise cherche à se localiser sur les terres adaptées à ses besoins. Par exemple, les localisations des industries sont beaucoup plus attirées par les sols à faible potentialité agricole et à proximité des terres riches en matières premières souterraines.

L'accès aux marchés est important dans les choix de localisation des entreprises. « *La plupart des villes ayant connu un essor précoce ont bénéficié d'une localisation offrant un bon accès aux marchés environnant : ce sont soit des villes portuaires, soit des villes frontalières, soit des villes constituant un réseau de communication dont elles étaient le centre (comme Rome ou les villes de foire du Moyen Age situées sur des nœuds infrastructurels)* »¹.

La recherche d'une localisation auprès des marchés est considérée un facteur déterminant qui influe les décisions de localisation des entreprises. Ainsi, ce facteur prend de l'importance lorsque le coût de transport des produits finis est supérieur à celui des matières premières. D'autres causes incitent pour l'implantation de l'entreprise à proximité des marchés telles que :

- L'encombrement et la fragilité des produits finis;
- La difficulté de transporter certains produits, et dont la production doit s'exécuter en préférence à proximité des lieux de leurs utilisations, c'est le cas des navires par exemple;
- le caractère périssable de certaines marchandises oblige leurs producteurs à les écouler sur les courtes distances;

Les infrastructures jouent un rôle important dans la détermination de choix de localisation des entreprises. L'ensemble des infrastructures de base dont une entreprise souhaite avoir accès constitue des autoroutes, branchement ferroviaire, électricité, port, aéroport. Etc. L'impératif de vitesse impose aux entreprises d'être reliés à des axes de liaison rapide avec les grands centres économiques et aussi d'avoir une desserte de ses établissements qui lui assure un maximum de sécurité, de fiabilité, de fluidité aussi bien pour les déplacements quotidiens de ses salariés que pour les mouvements de marchandises². Cela confère à ce facteur une très forte pondération.

Les pouvoirs publics, dans le cadre d'aménagement territorial, interviennent pour réduire le degré des inégalités régionales afin d'assurer une justice de développement, et ce par l'application de certaines mesures. Ces dernières regroupent une série de mesures financières, fiscales et réglementaires qui encouragent l'implantation d'investissement dans

¹ CROZET (Matthieu) et MAYER (Thierry) : « Entre le global et le local, quelle localisation pour les entreprises ? In les nouvelles logiques de l'entreprise, les cahiers français, N ° 309, juillet - Août 2002.

² Kahn (René) : op. Cit. p.313.

les régions les plus défavorisées en mettant en œuvre une série de mesures correctrices. Les mesures financières sont des mesures qui servent à faciliter aux entreprises leurs financements auprès des établissements de crédit à un taux d'intérêt bonifié. Les mesures fiscales consistent à diminuer ou baisser les charges fiscales pour les installations dans des zones défavorisées pour les promouvoir. La sensibilité des entreprises à la fiscalité est d'autant plus forte qu'elles sont plus petites. Les mesures réglementaires visent à orienter les investissements vers telle ou telle région ou de les centraliser dans des pôles en utilisant des politiques d'un véritable contrôle par lesquelles les pouvoirs publics interdisent des localisations ou les soumettent à l'autorisation.

Le milieu industriel est un facteur important dans la détermination de choix de la localisation des entreprises. Le choix d'une localisation peut être influencé par la recherche de la proximité d'autres entreprises. Une telle décision s'explique d'abord par les relations directes existant entre le nouvel établissement et ceux implantés dans les environs. Un milieu industriel est né de la concentration spatiale des activités économiques. L'existence de cet espace génère différentes économies externes dont l'industrie bénéficie avec le temps. L'existence d'une "atmosphère industrielle" ancrée territorialement au sein d'un district industriel facilite les rapprochements et les interactions hors marché entre acteurs spatialement localisés. Selon Aydalot, « *L'entreprise n'est pas un agent isolé n'ayant de relations avec des fournisseurs de matières brutes d'un côté et un marché final de l'autre, mais un élément d'un processus productif complexe, intégré au sein d'une chaîne de relations annexes. L'établissement d'une proximité élevée avec fournisseurs et clients est nécessaire pour minimiser les coûts de déplacements des biens, des informations et des hommes, pour faciliter les prises de contact, pour permettre à l'information technique, financier, commerciale de circuler.*¹ » Ce facteur est d'autant important pour les petites entreprises qui, du fait de leur faible dimension, sont peu capable de produire elle-même les inputs et service dont elles ont besoins.

2.1.2- Les facteurs extra économiques

Les facteurs extra économiques interviennent d'une façon indirecte et en dernier ressort dans la décision de créer une entreprise. Lorsque les facteurs économiques ne suffisent pas à préciser un choix de localisation, ils jouent un rôle important dans le choix de localisation de la petite et moyenne entreprise. On peut citer à titre d'exemple, les facteurs de qualité de vie, les réseaux de contacts, l'attitude de la population locale envers l'entreprise...

¹ AYDALOT (Philippe) : « Economie régionale et urbaine ». Édition Economica, Paris, 1985, p. 75.

etc. Ils existent autant de facteurs d'influence qui jouent un rôle actif dans le choix d'un lieu d'implantation. Ils sont qualifiés de ressources sociales qui agissent directement sur la propension de l'entrepreneur à démarrer son entreprise.

Le cadre de vie est un facteur de plus en plus évoqué dans les travaux récents, et il renvoie aux principales aménités qui renforcent l'attractivité d'un territoire qui regroupe les éléments suivants :

1. Des coordonnées du cadre physique (beauté des paysages, durée de l'ensoleillement),
2. Les conditions de logement (disponibilités, prix et surtout qualité),
3. L'attrait touristique, la présence d'équipements dans les domaines de l'enseignement (surtout université et école internationale), du commerce, des soins médicaux, de la culture et des loisirs, etc.,
4. Les facilités d'accès à ces équipements ou aux endroits touristiques voisins (en particulier, les facilités de communication avec la métropole ou la grande ville voisine) ;
5. Des facteurs d'ambiance (nombre suffisant de personnes de catégories socioprofessionnelles analogues, habitudes régionales, degré d'ouverture du milieu aux nouveaux arrivants, etc.).

La culture entrepreneuriale est un facteur qui intervient de façon indirecte dans la décision de créer une entreprise et permet de donner une explication au développement économique des régions moins attrayantes. La culture entrepreneuriale est un élément favorisant la création d'entreprises, elle présente une ressource précieuse qui permet d'accroître le tissu industriel.

La situation entrepreneuriale peut être définie par l'engagement d'un individu dans un projet de création d'entreprise, le développement d'un nouveau produit, l'innovation, l'acquisition d'une entreprise. Chaque projet s'insère dans un environnement plus au moins hostile. Une des caractéristiques clés de la situation considérée est l'existence d'incertitudes élevées et l'importance des enjeux individuels et collectifs. Elle est mesurée par le rythme de création d'entreprises pour 100000 habitants dans un pays donné. En Algérie, le taux de création demeure faible comparativement à celui en vigueur dans les pays industrialisés. La

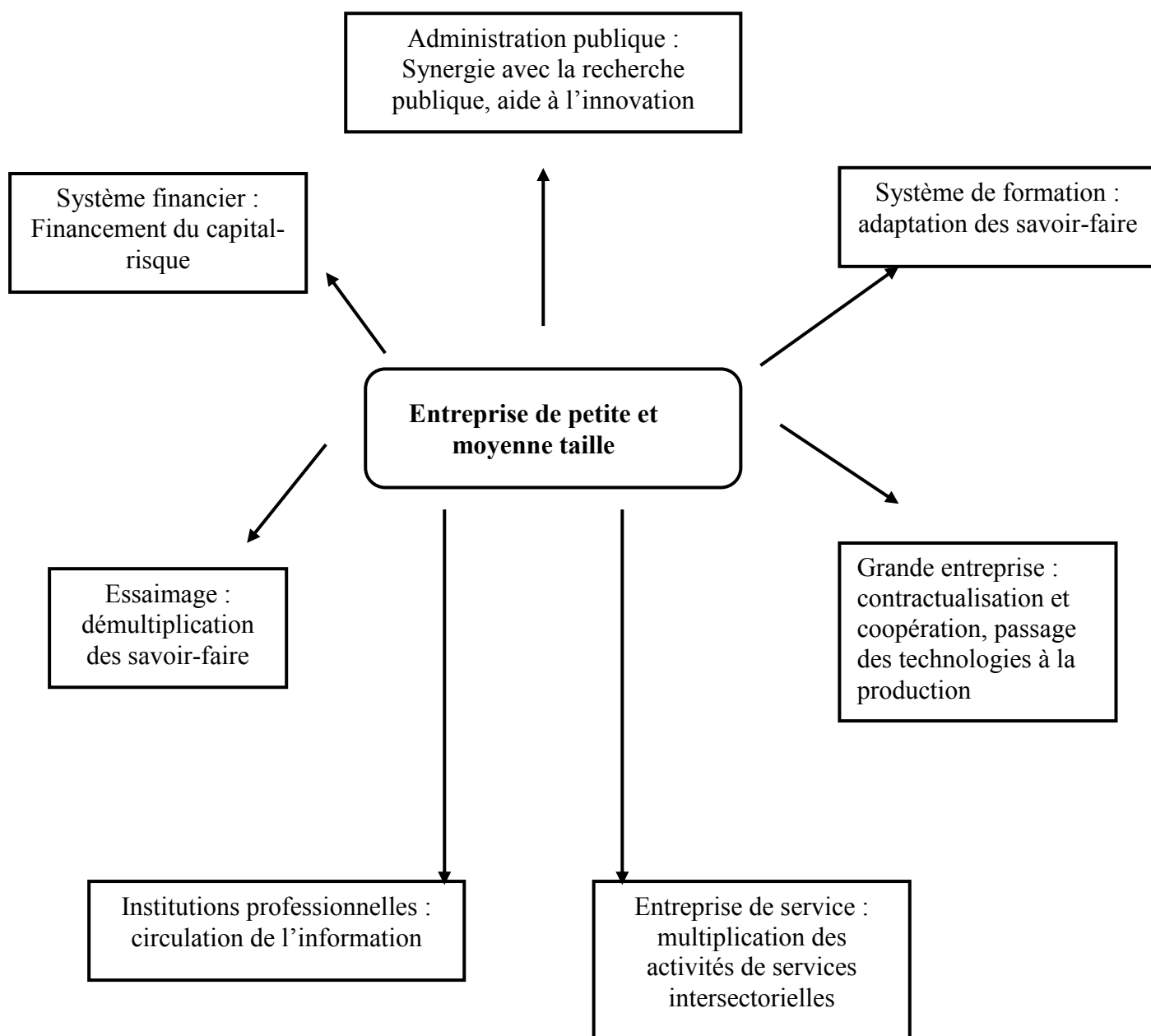
moyenne nationale est de 9,27‰, et témoigne que l'Algérie est très loin des standards internationaux où le taux le plus faible dépasse 45‰ habitants¹.

L'insertion de certaines entreprises, et notamment des PME dont l'activité est concentrée dans une seule et même région, dans des réseaux de relation hors marché, leur permet de bénéficier de plusieurs avantages tel que l'accès à des connaissances techniques ou des opportunités commerciales, la création de structures communes, les relations de partenariat avec d'autres organisations locales...etc. La littérature contemporaine révèle que ces réseaux sociaux ou bien le réseau de relation locale sont considérés une source d'opportunités et de croissance pour l'entreprise. Ils sont même considérés comme une forme particulière de capital, le capital social, à l'origine d'avantages concurrentiels pour certaines entreprises, notamment la PME

La présence de réseaux d'entrepreneurs de nature locale constitue un facteur d'importance dans la décision de localisation des entreprises. Ainsi, les réseaux comportent une nature formelle et informelle. Les réseaux formels sont à finalité productive que les entrepreneurs mobilisent pour accroître l'efficacité productive du réseau. Ils sont représentés par les institutions qui s'intéressent à l'entrepreneuriat (banques, agences gouvernementales, chambres de commerce, etc.). L'ensemble des relations qu'entretiennent ces institutions avec l'entreprise peut être résumé dans le schéma suivant :

¹ DAOUD (Sultana) : « Les nouvelles stratégies d'intervention vis-à-vis de la PME au Maghreb : cas de l'Algérie ». Colloque international 'la vulnérabilité de TPE et des PME dans un environnement mondialisé' 11^{es} journées scientifique du réseau entrepreneuriat, 27 au 29 mai 2009. INRPME, Trois-Rivières, Canada.p7

Schéma N°1
La logique de réseau



Source : PECQUEUR (Bernard) : « le développement local : pour une économie des territoires. Edition LA Découverte & Syros, paris, 2000.p.43

Cependant, les relations institutionnelles ne se limitent pas à l'achat de marchandises ou à l'acquisition de capitaux. Elles concernent tous les transferts de savoir-faire et d'informations qui permettent d'initier et de faciliter l'innovation. Les réseaux formels sont utilisés principalement au moment de la recherche de financement.

Les réseaux informels rassemblent des relations personnelles et informelles, caractéristiques d'une culture locale. Ce sont des relations de solidarité qui sont indispensables pour compléter le réseau institutionnel¹. Ils sont composés essentiellement par les réseaux familiaux, les réseaux professionnels, les réseaux amicaux. Ainsi, les réseaux familiaux permettent de mobiliser le capital et de l'énergie humaine pour la création d'une entreprise, l'exemple de la « troisième Italie » repose en grande partie sur les solidarités familiales. Les réseaux professionnels permettent de créer des connivences qui favoriseront une meilleure circulation informelle des savoirs faire, des solidarités plus fortes qui peuvent aller jusqu'à des prêts de machines, des ententes locales, etc. Les réseaux amicaux jouent un rôle de ciment dans une communauté d'entrepreneurs. Les entrepreneurs utilisent ces réseaux informels afin de rassembler les éléments nécessaires au fonctionnement de l'entreprise (matières premières, équipements, employés, etc.);

Section 3 : Localisation des PME et l'aménagement du territoire.

Une localisation se traduit toujours par une rencontre d'une entreprise et un lieu géographique spécifique pour elle. En ce sens, elle constitue également par la rencontre de deux volontés²: d'une part celle de l'entreprise qui souhaite trouver un lieu d'implantation favorable à son activité, et d'autre part, celle des pouvoirs publics désireux d'infléchir la logique privée de cette entreprise afin de l'amener à s'implanter dans un lieu géographique où cette implantation produira le maximum de bénéfices pour la collectivité. C'est l'idée de prendre en charge la gestion et l'organisation du territoire qui impose la problématique de l'aménagement du territoire. Celui-ci veille à assurer une rationalité et une équité dans son occupation à travers plusieurs moyens, notamment celle d'une localisation harmonieuse des PME.

La PME constitue un enjeu majeur pour l'aménagement du territoire. Elle représente un vecteur efficace pour favoriser une occupation rationnelle du territoire national par les activités et les populations. Au plan de l'aménagement du territoire en Algérie, la répartition spatiale des PME, par régions géographiques se présente comme suit:

¹ PECQUEUR (Pecqueur) : « Le développement local : pour une économie des territoires. Edition LA Découverte & Syros, Paris, 2000, p.43

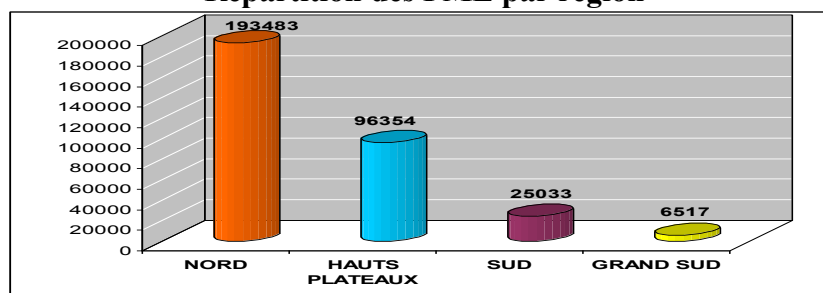
² SERGOT (Bertrand): op. cit. p.30

- ⇒ Le nord du pays renferme **60,2 %** du total des PME inventoriées, les hauts plateaux **30%**, le sud **7,79%** et le grand sud **2,02%**¹;
- ⇒ **(10)** dix wilayas concentrent près de la moitié des entreprises; qui sont généralement localisées au niveau des pôles urbains et industriels. Ces wilayas sont, Alger, Oran, Tizi Ouzou, Sétif, Bejaia, Blida, Chlef, Constantine, Tipaza, Boumerdés. Qui sont des centres urbains où l'infrastructure de base (voies de communication, transport, électricité, eau, gaz, téléphone) est suffisamment développée pour être attractive. C'est à ce niveau qu'intervient la politique d'aménagement du territoire en offrant toutes leurs chances aux régions défavorisées.

Les zones côtières et les pôles urbains et industriels polarisent l'essentiel des PME en Algérie. Cette répartition déséquilibrée est particulièrement dangereuse pour le développement régional. Le développement des PME, constitue l'opportunité qu'il convient de saisir pour une occupation rationnelle du territoire national par les activités et les populations. Leur flexibilité et aptitude d'adaptation constituent un instrument d'aménagement en parfaite harmonie avec le développement du tissu économique régional et local. Elles représentent de ce fait, un stimulant de choix pour la promotion des espaces locaux à travers l'exploitation et la valorisation de leurs ressources aussi bien naturelles qu'humaines.

La politique d'aménagement du territoire doit donc assurer à la PME qui manque de moyens, un cadre adapté à ses besoins. Ce cadre adapté sera donc la correction des handicaps dont souffrent les PME (citant le manque du personnels qualifiés et d'encadrement, faiblesse des fonds propres, contrainte de foncier, contraintes liées au système judiciaire, concurrence déloyale etc.).

Figure 12
Répartition des PME par région



Source : Etablie à partir du Bulletin d'information économique N ° 14. Indicateurs 2008. www.pmeart-dz.org

¹ Calcule effectué par l'auteur.

3.1- L'aménagement du territoire comme politique publique pour renforcer l'attractivité des territoires

L'expression aménagement du territoire englobe l'ensemble des politiques qui agissent sur l'organisation de l'espace (urbanisme, infrastructures, équipements publics, etc.) et visent entre autre à modifier les tendance spontanée de localisation des hommes et des activités en vue de résoudre les problèmes concrets de certains territoires (problèmes de l'emploi, de préservation du milieu naturel, de transport, etc.), et à réduire ou à mettre un terme aux déséquilibres spatiaux en termes de développement et ainsi réaliser un juste équilibre entre efficacité économique et équité spatiale.

De nombreuses définitions ont été attribuées à cette notion d'aménagement du territoire, on citera quelques unes. Selon **J.LAJUGIE P.DELFAUD C.LACOUR**¹ « L'aménagement du territoire a pour fin, à la fois de promouvoir la mise en valeur des ressources régionales et d'améliorer le cadre de vie et les conditions d'existence des habitants, en atténuant les disparités régionales de développement économique et social par une organisation prospective de l'espace, reposant sur une orientation volontariste et concertée des équipements et des activités ». Selon **Yves LEDIASCORN**² « toute politique d'aménagement du territoire traduit une philosophie refusant le laisser-faire libéral. C'est l'application aux espaces géographiques, avec leurs dimensions économiques, démographique et sociales, de l'interventionnisme étatique de l'Etat-providence né de la grande crise de la grande Guerre mondiale. C'est aussi un essai pour substituer une géographie anarchique juxtaposant espace encombrés, ou même saturés, et espaces délaissés, voir abandonnées ».

D'après ces auteurs, l'aménagement du territoire peut prendre trois formes selon le but escompté et surtout selon la nature du problème. Ainsi, l'aménagement du territoire peut être:

- Ordonnateur: basé sur l'usage de l'autorité en imposant des règles strictes.
- Créateur: Il consiste en la création, dans les régions qui souffrent, d'une activité économique susceptible de créer une dynamique.
- Défensif: Il a pour but de sauvegarder les régions qui risquent de connaître une récession.

Toute logique d'aménagement du territoire doit obéir à deux principes fondamentaux, celui de l'efficacité économique et celui de l'équité territoriale. Il s'agit d'assurer une cohérence entre la logique d'aménagement défendue par l'Etat central dont les responsabilités couvrent un large territoire vis-à-vis des collectivités territoriales de rang inférieur. La

¹ LAJUGIE (Joseph), DELFAUD (Pierre), LACOUR (Claude) : « Espace régional et aménagement du territoire », Edition Dalloz, Paris, 1979.

² LE DIASCORN (Yves) : « la France : un territoire à réaménager ». Edition : Ellipses, 1995.p.19

conciliation de l'efficacité et de l'équité territoriale peut être envisagée sous l'angle de localisation d'entreprises. La question de l'arbitrage entre ces deux arguments est cruciale dès lors que l'agglomération des activités économiques en certains points du territoire apparaîtra souvent justifiée en termes d'efficacité, mais peut avoir des conséquences négatives en termes d'«égalité des chances pour les territoires ».

La question fondamentale posée par l'aménagement du territoire paraît pourtant bien être celle de savoir dans quelle mesure il est possible d'agir pour accroître la solidarité entre les régions de développements différents sans freiner la compétitivité des zones les plus productives.

En ce qui concerne l'aménagement du territoire et l'efficacité économique, il s'agit essentiellement de déterminer scientifiquement les conditions d'une utilisation optimale de l'espace national et d'une répartition optimale des ressources privées et publiques¹. Dans le souci de rationalité économique, il sera avantageux pour une entreprise de se localiser dans des espaces qui offrent des facteurs de production les plus proches, les plus abondants et les moins chers. Cela ne se réalisera que dans le cas d'une localisation au sein d'un pôle industriel ou une grande métropole. Ceci provoque l'agglomération des activités économiques et des populations dans des espaces restreints et engendre par la suite des distorsions spatiales qui se manifestent à travers une répartition inégale du développement.

Conjointement au souci d'efficacité, qui favorise la grande concentration d'activités en certains points, l'équité territoriale doit combattre les effets négatifs de la grande concentration d'activités et de permettre une accessibilité optimale de tous les individus aux biens collectifs qui leur sont offerts. Equité territoriale repose sur trois principes : uniformité, proximité et d'équité fiscale. Le principe d'uniformité, est celui d'une équité dans la répartition de l'offre de services sur le territoire. Il s'agit pour notre exposé d'une localisation équilibrée des équipements publics (écoles, centre médicaux, etc.) et des infrastructures de base (ports, aéroports, autoroutes, etc.).

Dans le principe de proximité, il s'agit de déterminer quelle doit être la densité de cette répartition uniforme de l'offre de service public. C'est évidemment tout le débat entre la

¹ MARCHAND (Marie Jacqueline) & GRAVOT (Pierre) & KISSIN (Cécile) : « de développement local a l'aménagement du territoire : les cofinancements du plan université 2000 ». RERU n° 1, 1998.p.111

technique du « saupoudrage »¹ consistant à financer un grand nombre de petites unités éparpillées sur le territoire, et celle de la « polarisation » visant à renforcer les grands pôles existant tout en créant quelques nouveaux pôles structurants (organisés en réseau). Encourager la proximité, en multipliant le nombre d'unités de service, accroîtra le coût de l'offre et dégradera la qualité de l'offre, ce qui va à l'encontre de l'efficacité économique citée précédemment. Les charges fiscales doivent porter sur des agents économiques bénéficiaires d'une aire de localisation d'une façon équitable.

3.2- Les deux paradigmes de l'aménagement du territoire : attractivité et compétitivité.

Attractivité et compétitivité des territoires sont devenus aujourd'hui de véritables paradigmes de l'aménagement du territoire et des mots-clefs dans le vocabulaire des scientifiques et des décideurs. La mise en concurrence des territoires à donner lieu à l'apparition et au développement de nombreux travaux de recherche sur ces deux notions. Alors, dans ce point nous verrons les éléments de définition de ces deux termes afin d'éclairer leurs relation avec les choix de localisation des entreprise et la politique d'aménagement du territoire.

3.2.1 : L'attractivité territoriale : éléments de définition.

La question des fondements de l'attractivité d'une région renvoie à la problématique de l'agglomération géographique des activités économiques. Une région attractive se caractérise par l'existence de certains facteurs capables d'attirer et de retenir des hommes, des capitaux, des investissements, ou des activités économiques venant de l'extérieur du territoire².

Il y'a lieu d'associer 03 types de définitions d'attractivité: l'une, plus «**macro**», s'intéresse au classement des territoires par rapport aux critères globaux de localisation privilégiés par les entreprises. Elle pourra aussi se définir comme l'existence sur le territoire d'une offre compétitive de ressource élémentaire et d'un climat d'affaire favorable. La seconde, plus «**méso**», s'intéresse aux effets de compétitivité sectorielles liée à la concentration sur une zone géographique donnée d'activités complémentaires ou similaires (cluster, district industriels, etc.); ou bien comme la capacité d'offrir un environnement attractif pour l'accueil d'un type particulier d'activités, fondé sur la spécificité du territoire.

¹ MARCHAND (Marie Jacqueline) & GRAVOT (Pierre) & KISSIN (Cécile). Op. Cit.P, 114-115.

² R. Villa Borges & V. Jacquier-Roux & C. Le Bas : « Échelle et variété de l'attractivité technologique d'une région, l'exemple de Rhône-Alpes ». Groupe de recherche en Économie et Management des Organisations (GEMO), Université catholique de Lyon, N° 2006-06-novembre. P.3

La troisième, plus « **micro** », définit l'attractivité comme la capacité à proposer, en réponse à chaque projet mobile, une "offre territoriale complexe" (site, main d'œuvre, infrastructures, etc.) suffisamment compétitive pour décider à localiser son projet sur le territoire considéré.

➤ **L'approche macroéconomique par les critères globaux**

C'est une approche à caractères général dont l'attractivité d'un territoire est définie par son classement au regard des principaux critères de localisation utilisés par les investisseurs. Elle consiste à comparer les territoires en fonction des principaux facteurs de localisation retenus par les entreprises impliquant donc le recueil systématique d'éléments de comparaison agrégés sur l'attractivité: disponibilité, qualité et coût des facteurs, caractéristiques générales de l'environnement d'affaire, marchés, infrastructures. Ces comparaisons peuvent concerner différents niveaux géographiques (pays, région, villes, etc.). Elles sont donc globalement des cas mises en œuvre au niveau national permettant, entre autres, la réalisation d'argumentaires généraux sur le territoire et l'élaboration d'un diagnostic d'ensemble sur son attractivité. Cette approche est basée sur un processus en deux étapes:

- 1) *Identification et hiérarchisation des critères de localisation* : Plusieurs approche peuvent être utilisés afin d'identifier et de classer les facteurs de localisation pour un territoire donné; il s'agit autre outre : d'approches économétriques, d'enquêtes directes auprès des firmes, d'approches mixtes associant économétrie et enquêtes;
- 2) *Classement des territoires au regard de ces critères* : Il s'agit dans cette étape de classe les territoires pour chaque critères analysés.

Cette approche s'appuient sur la constitution d'une base de données comparative dont le contenu (variables prises en compte, territoires concernés par les comparaisons) est très directement issu de ce que nous savons des critères de localisation des projets. Une fois élaborée la liste des critères de localisation, on cherche à comparer systématiquement les territoires selon ces critères. Il faut alors définir la liste des territoires concernés par la comparaison, puis définir pour chaque critère une « **Proxy** » permettant la mise en œuvre des comparaisons fiables à partir des données statistiques existantes.

➤ **L'approche méso-économique par les effets d'agglomération**

Dans cette approche, il s'agit de mettre en évidence, à un niveau très opérationnel, les atouts d'un territoire pour une activité donnée, afin de parvenir à un ciblage bien déterminé

des investisseurs susceptibles de venir s’implanter dans ce territoire. Elle se définira aussi comme la présence sur le territoire d’un certain nombre de « pôles de compétitivités ». La méthodologie consiste à recenser tous les facteurs présents sur le territoire et susceptibles de lui donner une attractivité particulière pour l’activité concernée (entreprises spécialisées, centres de recherche et de formation, infrastructures dédiées, offre immobilière, ressources humaines, réseaux de coopération...). Ces analyses concernent en général le niveau local (région, agglomération urbaine..), même si rien n’empêche en principe de les mener au niveau national. Elles permettent notamment¹ :

- 1) de définir les priorités de prospection en fonction des atouts du territoire;
- 2) de rédiger des argumentaires sectoriels ciblés;
- 3) d’orienter la politique locale de développement de manière à faire face à certaines des faiblesses mises en lumière par l’analyse.

Cette approche nécessite la mise en œuvre de méthodes spécifiques permettant la diffusion de l’information sur le territoire: enquêtes, entretiens, animation d’un groupe de travail ad hoc, utilisation de bases de données spécialisées sur les laboratoires de recherche ou les entreprises. Parmi les nombreuses applications développées sur cette base, on peut citer celle dite «**d’appui au diagnostic et à la construction d’une offre territoriale différenciée** » développées par la Datar et Ernst and Young (2002). En effet partant de l’idée que « l’évolution du contexte économique invite les territoires à choisir un positionnement et à l’adapter en fonction des facteurs de localisation des activités », les auteurs proposent une démarche dite « d’offre territoriale différenciée », reposant sur les étapes suivantes² :

- 1-Analyse du positionnement de l’offre (caractéristiques du territoire, forces et faiblesses en termes d’attractivité, principaux concurrents...).
- 2-Élaboration d’une segmentation stratégique, regroupant des activités de profil comparables et pour lesquelles la région étudiée dispose a priori d’un potentiel significatif (domaines d’action stratégique ou DAS).
- 3-Étude spécifique de chacun des DAS étudiés, à travers une batterie de critères, pour dégager ceux d’entre eux pour lesquels la région dispose –ou pourrait disposer moyennant des actions appropriées d’un potentiel différenciant important.

¹ HATEM (Fabrice), op.cit.p.240.

² Idem. P, 261-262.

4-Évaluation des marges de manœuvre dont dispose le territoire pour chaque DAS, et de l'intérêt de chacun d'entre eux en termes de développement territorial à partir d'une analyse multicritères fine.

5-Définition d'un portefeuille des DAS prioritaires, ainsi que des actions stratégiques à mener dans chacune d'entre elles afin d'accroître la différenciation de l'offre territoriale.

➤ **L'approche microéconomique par « l'offre territoriale complexe »**

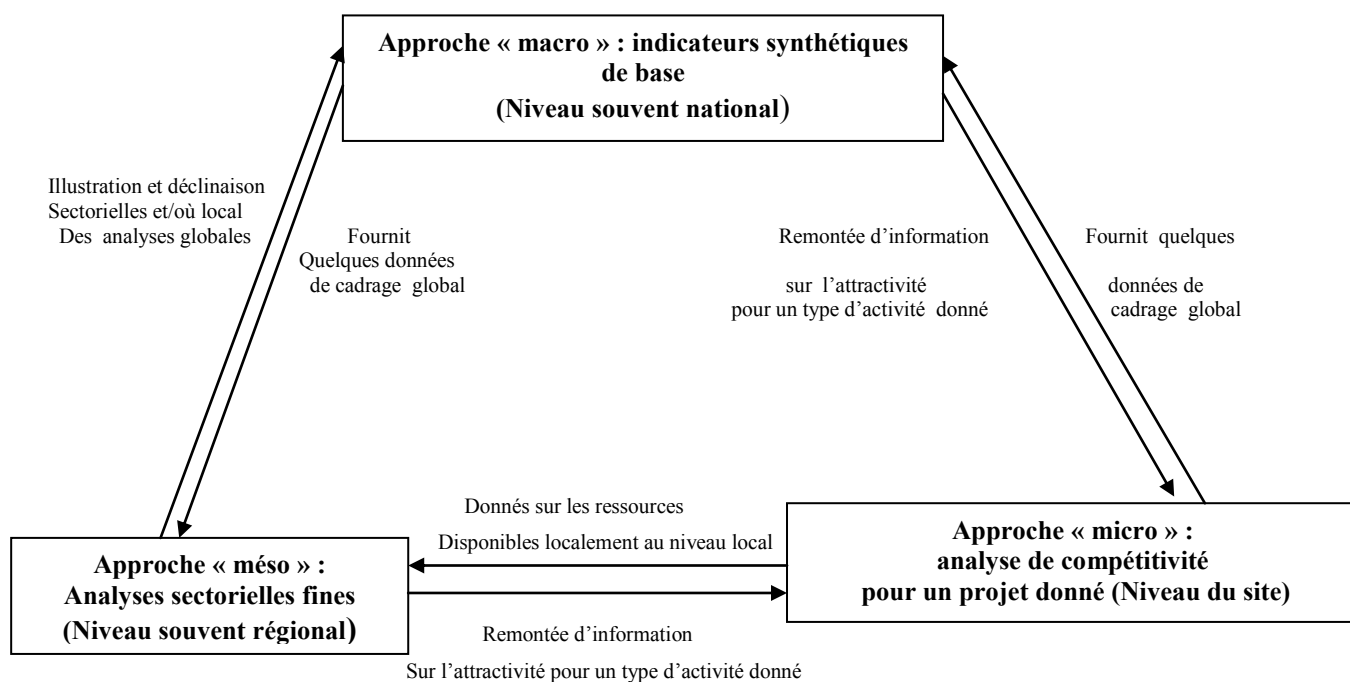
Elle conduit à définir l'attractivité comme la capacité à répondre à un grand nombre de projets individuels d'investissements par un ensemble d'offre de facteurs répondant de manière compétitive aux spécifications exigées par les entreprises. Elle peut s'appuyer sur l'utilisation couplée de "business plans" et de scénarios prospectifs, visant à reconstituer la logique de choix d'investissement entre plusieurs sites concurrents pour un projet donné.

⇒ **Complémentarité entre approches macro, méso et micro**

Les trois approches de l'attractivité qui viennent d'être présentées doivent être utilisées de manière complémentaire pour évaluer l'attractivité territoriale dans ses différentes dimensions (schéma 2).

- ✓ L'approche « macro » fournit aux deux autres approches des données représentées dans un cadre global.
- ✓ L'approche « micro » fournit des informations parcellaires, mais précises sur la compétitivité du territoire pour chaque type de projet, à travers une analyse détaillée et exhaustive des avantages et handicaps. Les résultats agrégés ou rassemblés pour un ensemble représentatif de projets peuvent fournir des éléments utilisables pour l'élaboration d'un diagnostic d'ensemble de l'attractivité du territoire, globalement ou pour un secteur donné.
- ✓ L'approche « méso » fournit des éléments d'analyses spécifiques à un secteur ou une région donnés. Ceux-ci peuvent être utilisés d'une part pour l'illustration des analyses « macro », d'autre part pour la fourniture de données de cadrage pour les études « micro » de comparaisons de sites.

Schéma 2 : complémentarité entre trois approches de l'attractivité.



Source : HATEM (Fabrice), « Investissement international : quel attractivité pour les IDE ». Edition, Economica, 2004, p.242.

On peut alors déduire de ces analyses complémentaires : d'une part des éléments d'argumentaires mettant en valeur les principaux atouts du territoire auprès des investisseurs potentiels, d'autre part des propositions d'action visant à améliorer l'environnement local des affaires dans des domaines où des faiblesses ont pu être détectées.

Afin de nous situer nous dirons que l'attractivité du territoire, ne peut se définir en elle-même, mais de manière relative par rapport à celle des territoires concurrents. Rien ne sert d'avoir des coûts salariaux « bas » pour attirer des industries de main d'œuvre si le pays voisin offre des coûts encore plus bas. Il en résulte que la mesure de l'attractivité, quelle qu'en soit la définition, devra toujours faire intervenir une comparaison systématique entre territoires concurrents. L'attractivité du territoire ne constitue donc pas une notion « absolue », susceptible de faire l'objet d'une mesure unique, ni, a fortiori, d'une notion figée dans le temps.

2.3.2 : La compétitivité territoriale :

La politique d'aménagement du territoire doit favoriser le développement économique du territoire et cela par le renforcement de la compétitivité du territoire. Ce renforcement de la compétitivité doit être compris dans toutes ses dimensions : « *Un territoire devient compétitif*

s'il peut affronter la concurrence du marché tout en assurant une durabilité environnementale, économique, sociale et culturelle fondée sur des logiques de réseau et d'articulation inter-territoriale ». En d'autres termes, la compétitivité territoriale suppose quatre dimensions, à savoir¹:

- **La compétitivité sociale** : capacité des acteurs à agir efficacement ensemble sur la base d'une conception partagée du projet, et encouragée par une concertation entre les différents niveaux institutionnels;
- **La compétitivité environnementale** : capacité des acteurs à mettre en valeur leur environnement en en faisant un élément "distinctif" de leur territoire, tout en assurant la préservation et le renouvellement des ressources naturelles et patrimoniales;
- **La compétitivité économique** : capacité des acteurs à produire et à retenir un maximum de valeur ajoutée sur le territoire en renforçant les liens entre secteurs et en faisant de la combinaison des ressources des atouts pour valoriser le caractère spécifique des produits et services locaux;
- **La compétitivité à l'échelle globale** : capacité des acteurs à trouver leur place par rapport aux autres territoires et au monde extérieur en général, de façon à faire épanouir leur projet territorial et à en assurer la viabilité dans le contexte de la globalisation.

D'après Morvan.Y, la compétitivité territoriale s'articule autour de trois préoccupations majeures, à savoir²:

- En premier lieu, il s'agit de favoriser les déterminants de la compétitivité actuelle et surtout future des économies ;
- En deuxième lieu, le renforcement de certaines formes de polarisation ;
- En troisième lieu, il s'agit d'hierarchiser l'action publique.

2.4- Les instruments et les niveaux de l'aménagement du territoire en Algérie.

Depuis plus d'une décennie, les instruments et les niveaux d'aménagement du territoire ont été modifiés d'une manière importante. Il y a un processus de décentralisations engagé dans le domaine territorial impliqué par la recherche d'une plus grande démocratisation du processus d'élaboration du plan et dans l'objectif de se prémunir contre les dangers de la centralisation.

¹ Farrell (Gilda) & Thirion (Samuel): « La compétitivité des territoires ruraux à l'échelle globale Construire une stratégie de développement territorial à la lumière de l'expérience LEADER Fascicule 5 ». Cahier de l'innovation n°6 –observatoire européen leader février 2001.p.5

² Morvan (Yves) : « activités économiques et territoires » : op.cit.p.144-147.

L'aménagement du territoire en Algérie a connu une innovation majeure. Trois textes de loi marquent ce changement¹ :

- Loi n° 90-08 du 7 avril 1990 relative à la commune,
- Loi n° 90-09 du 7 avril 1990 relative a la wilaya.
- Décret législatif n° 93-12 du 5 octobre 1993 portant code des investissements, qui modifie d'une manière importante la conception de l'aménagement du territoire comme instrument de planification spatiale des investissements.

Les collectivités locales, wilayas et communes, sont explicitement appelées, en tant qu'instance décentralisée, à jouer un rôle essentiel dans l'effort de développement. La décentralisation ou la régionalisation implique l'adhésion, l'implication et la participation active de tous les partis prenants du développement local : structures déconcentrées de l'Etat, partis politiques, élus, organisations syndicales et mouvement associatif, opérateurs économiques publics et privés. Ces dernier auront la tâche de gérer un ensemble de biens et services publics, de mettre en place des plans d'actions qui tracent les démarches à suivre afin d'atteindre les objectifs fixés.

Les avantages de la décentralisation de l'action publique dans le domaine de l'aménagement du territoire peuvent être cités dans les points suivants²:

- Cette décentralisation permet de réduire sensiblement l'effet de la bureaucratie dans la prise de décision concernant la détermination des objectifs à réaliser et leur mise en application ;
- La décentralisation permet d'augmenter le niveau des recettes locales par une collecte locale d'une gamme d'impôts, et par une liberté dans la détermination des prix d'usage des biens et services publics locaux ;
- La contribution des collectivités locales dans le financement des travaux liés à la réalisation d'infrastructures et d'équipement publics « partage des coûts » contribuera à renforcer l'action participative ;
- Une collecte localisée au lieu d'une collecte centralisée de l'information contribue à rendre l'information plus disponible et plus fluide.

¹ FERFERRA (Mohamed-Yassine) & BENABDALLAH (Yousef) : « Administration et locale, décentralisation et gouvernance », Revue IDARA- n°25, p.149-158

² MERADI (Ouari) : « Essai d'analyse de la dynamique de l'aménagement du territoire en espace littoral : cas de la wilaya de Bejaia ; défis et perspectives ». Thèse de magister, université de Bejaia, 2008.

Néanmoins, donner plus de pouvoir aux collectivités locales, en adoptant une politique de décentralisation, permettra de renforcer l'efficacité de toute politique d'aménagement du territoire. Car sont les autorités locales qui disposent en premier lieu de l'information. Elles sont les mieux informées sur les besoins socioéconomiques de la population locale. Aussi, elles sont les mieux placées pour répondre rapidement et efficacement à tous les besoins. Cependant, un degré de centralisation est important pour assurer une complémentarité entre les fonctions attribuées aux pouvoirs centraux et celle attribuées aux pouvoirs locaux. Ainsi, l'Etat garantit une distribution équitable de la richesse globale, et une localisation harmonieuse des infrastructures et des équipements sur le territoire nationale. Les autorités locales veillent à une prise un en charge du développement sur une base locale tout en tenant compte des spécificités de la région à laquelle ils appartiennent et les priorités des actions de développement. Leur participation directe à l'effort de développement implique une réelle capacité de financement qui ne peut exister qu'a travers l'élargissement de leurs ressources financières dont la fiscalité est une des modalités de créer ces ressources financières et de conduire les affaire locales.

Quatre niveaux géographiques et plusieurs types d'acteurs sont aujourd'hui en mesure d'assurer un aménagement territorial en Algérie. Les travaux de préparation du schéma national ont souligné la nécessité de faire évoluer les politiques d'aménagement du territoire de leur logique traditionnelles de redistribution vers une logique de développement. Ils sont également permis de souligner le rôle essentiel de l'organisation des territoires comme facteur de compétitivité des entreprises.

L'Etat, dans ce contexte, doit fixer les grandes orientations. Il lui appartient d'effectuer à long terme de façon à donner un cadre aux politiques publiques et à favoriser la cohérence des actions des collectivités locales et des partenaires socio-économiques.

Au niveau national, l'Etat central élabore une politique globale d'aménagement du territoire qui concerne tout l'espace à travers un schéma directeur qui s'intéresse essentiellement aux déséquilibres entre les grands espaces du territoire (régions) et vise à les corriger. Dans le cas de l'Algérie, il s'agit du schéma national de l'aménagement du territoire (S.N.A.T).

Au niveau régional, à chaque région d'un pays correspond une politique régionale. Pour le cas de l'Algérie, il s'agit du S.R.A.T (Schéma Régional de l'Aménagement du

Territoire). Il concerne l'espace régional et vise essentiellement à concentrer des efforts pour contribuer à renforcer la capacité d'une région à attirer les activités économiques. Cela passe par un investissement dans les équipements collectifs et les infrastructures de base (Routes, aéroports, ports, infrastructures de formations et de recherche).

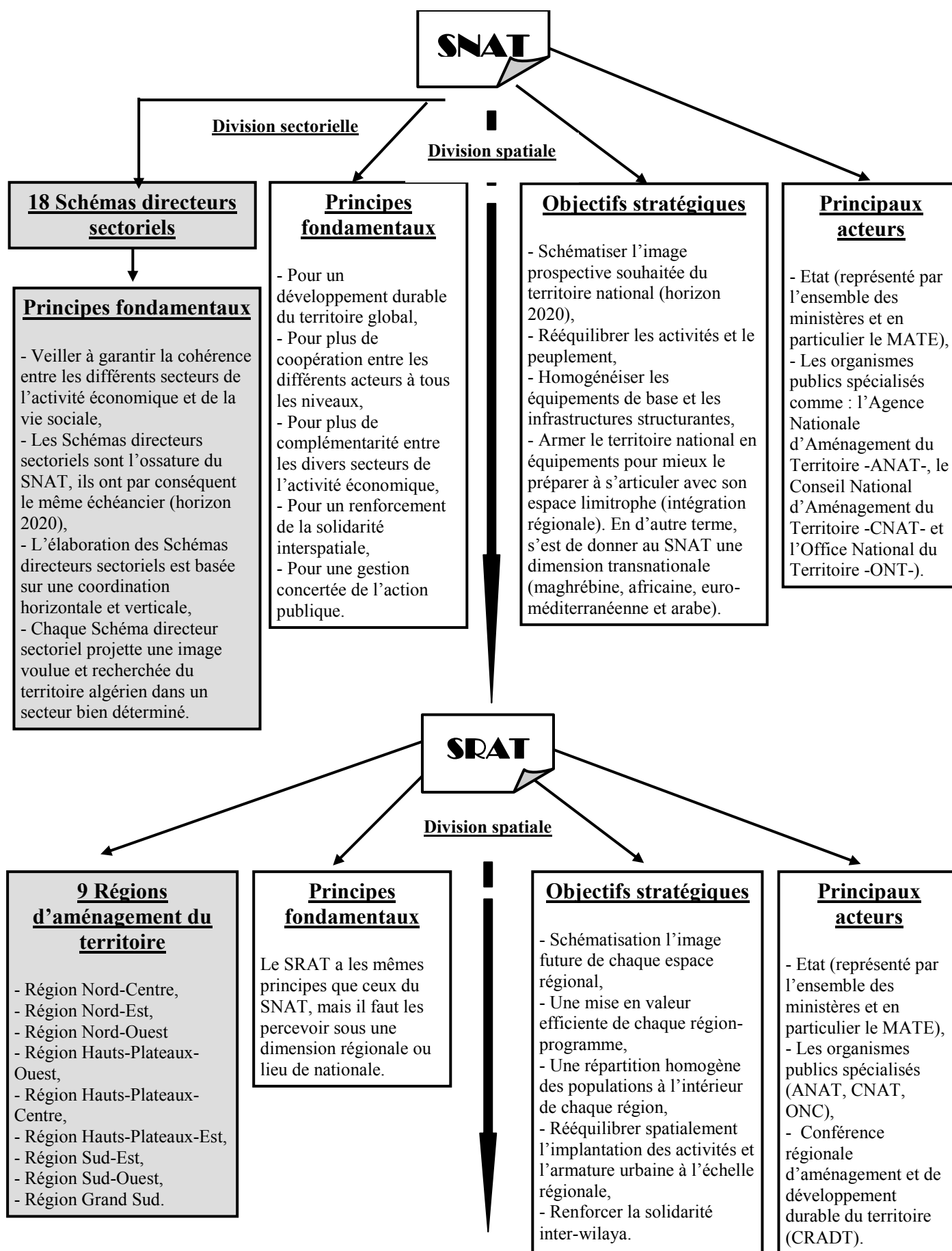
Au niveau wilaya, le rôle de la wilaya est stratégique puisqu'il lui appartient d'élaborer un plan qui doit tenir compte des conséquences spatiales de la politique nationale de développement et d'aménagement du territoire. Le PAW (Plan d'Aménagement de la Wilaya) doit être en cohérence avec le SNAT et le SRAT. Le PAW fixe les vocations des communes des wilayas, distribue les activités et le peuplement à travers leurs territoires, en localisant les infrastructures, les zones d'activités et distribue les services publics dans la wilaya. Il doit tenir compte des spécificités et les priorités des actions de développement qui lui sont propres.

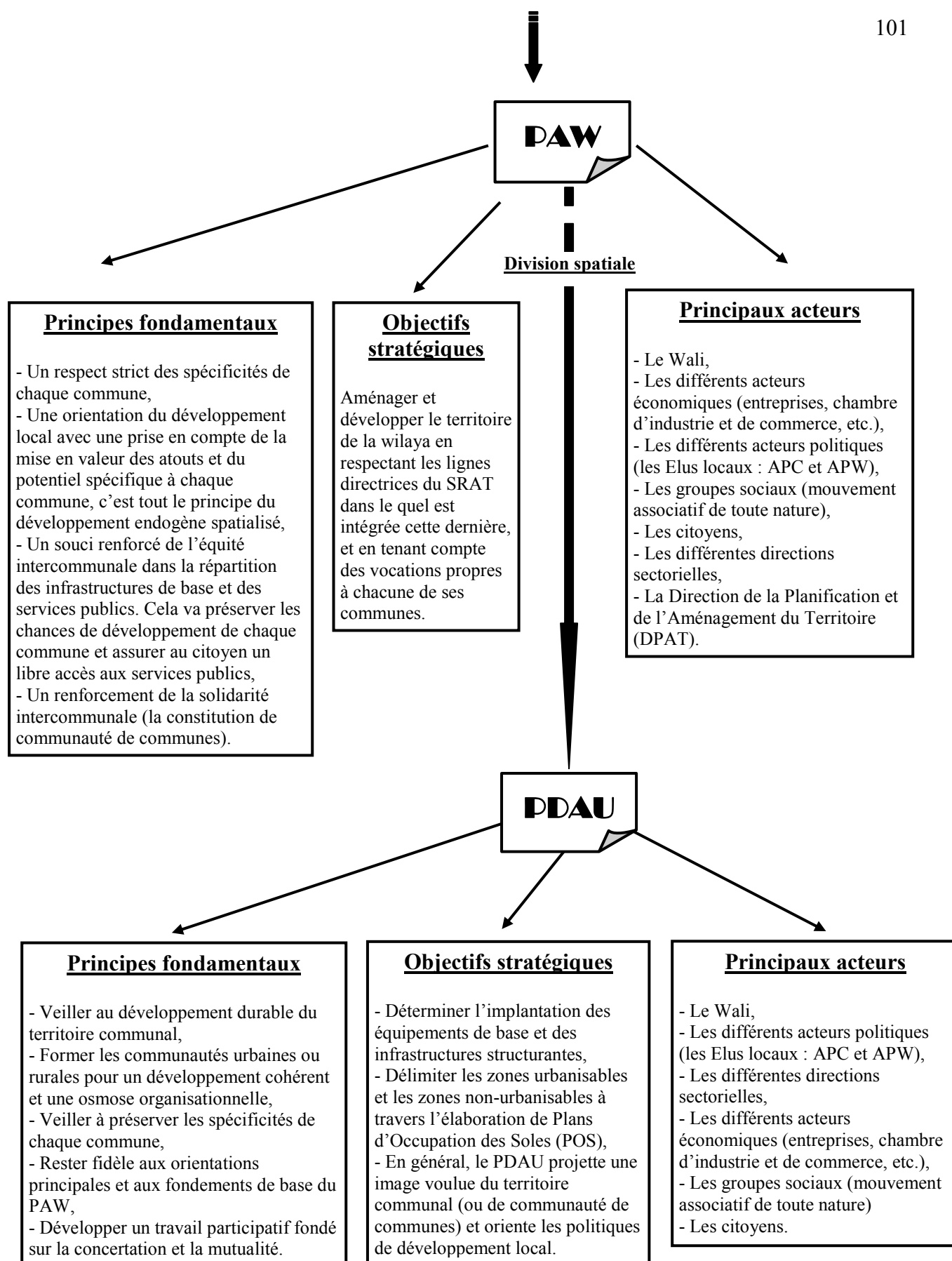
Au niveau communal, le PDAU (Plan Directeur de l'Aménagement et d'Urbanisme) Ces principaux objectifs sont la rationalisation de l'utilisation des espaces urbains, la mise en place d'une urbanisation protectrice et préventive, la réalisation de l'intérêt général, et la prévision de l'urbanisation future et de ses règles, le POS (Plan d'Occupation du Sol). Il est constitué d'un ensemble de document d'urbanisme qui définit les modalités opérationnelles d'aménagement et les règles de l'occupation du sol et de construction pour un territoire communal. Il est le dernier lieu de la démarche de planification urbaine. Il dépend dans son élaboration des autres règles et documents de portée nationale ou régionale (SNAT et SRAT) et des dispositions du PDAU.

Afin d'avoir une vue plénier des notions de base liées à l'aménagement du territoire, on s'est inspiré de SNAT. Le schéma ci-dessous éclaire les échelons géographiques ainsi que les acteurs impliqués selon le SNAT 2020.

Schéma N°3

Organigramme illustrant les principaux acteurs, les principes fondamentaux et les objectifs stratégiques des divers instruments de la politique d'aménagement du territoire





Source : MERADI (Ouari) : « Essai d'analyse de la dynamique de l'aménagement du territoire en espace littoral : cas de la wilaya de Bejaia ; défis et perspectives ». Mémoire de magister, 2008.

2.5- Les objectifs de l'aménagement du territoire

Dans le contexte actuel caractérisé par un renforcement de la mondialisation, les objectifs majeurs de l'aménagement du territoire doivent se définir en tenant compte des tendances lourdes de la mondialisation: ouverture des économies et développement des forces agglomération et de polarisation, émergence de l'économie informationnelle, « tertiarisation » de l'économie, mutation des systèmes productifs, montée des préoccupations environnementales. La conception de l'aménagement de territoire a évolué au delà d'une redistribution des richesses. Il s'agit de valoriser les ressources et les avantages comparatifs de chaque territoire afin de se prémunir contre les effets de la mondialisation. On note les objectifs pour lesquels la littérature met souvent l'accent:

- L'objectif initial de l'aménagement du territoire est d'améliorer le pouvoir attractif des territoires pour influencer le choix d'implantation des entreprises (nationale ou étrangère).
- Toute politique d'aménagement du territoire, au delà des moyens utilisés, vise l'ultime objectif d'assurer une utilisation rationnelle de l'espace et une équité entre les populations des différentes régions du territoire.
- L'aménagement du territoire intervient pour valoriser des espaces délaissés et créer sur eux une dynamique de développement.
- Corriger les différences naturelles qui peuvent exister entre les espaces d'un territoire, de manière à assurer les mêmes conditions d'existence pour tous les habitants d'un territoire quelque soient la région où ils habitent.
- L'aménagement du territoire vise à assurer l'équité entre les habitants de l'ensemble du territoire en leur assurant des conditions de vie favorables.

2.6- Les acteurs du l'aménagement du territoire

Ils sont au nombre de trois : l'Etat, les collectivités locales, les entreprises. L'aménagement du territoire est en premier, lieu l'affaire de l'Etat comme nous l'avons déjà vu. C'est à celui-ci qu'incombe la responsabilité d'assurer l'équité entre la population de l'ensemble du territoire par une politique volontaire. La politique d'aménagement du territoire de l'Etat est confiée selon les pays, à un ministère spécifique (en Algérie par exemple c'est la fonction du ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement -MATE-) aidé dans sa fonction par d'autres organes de même rang (autres ministères) ou de rang inférieur (c'est l'exemple de l'agence nationale d'aménagement du territoire en Algérie –ANAT-).

Si l'Etat se charge de l'aménagement du territoire au niveau national, les collectivités locales s'occupent, quant à elles, de l'aménagement régional et urbain. Elles s'intéressent à

l'espace local. Cependant, les orientations de l'aménagement régional et local doivent être cohérentes avec la politique nationale d'aménagement du territoire.

Les entreprises représentent un acteur primordial de l'aménagement du territoire. D'une part, elles contribuent au développement du territoire et ce, par la création d'emplois, et la création de la richesse. D'autre part, elles renforcent la position du territoire et contribuent à former son offre car, comme nous l'avons déjà vu dans le chapitre consacré aux facteurs de la localisation, les entreprises existant sur un territoire attirent d'autres entreprises. C'est pour ces raisons que les politiques d'aménagement du territoire donnent un grand intérêt à la localisation des entreprises. De nombreuses mesures tendent à inciter les entreprises à se localiser dans des régions déterminées. C'est ainsi que les politiques des petites et moyennes entreprises font partie intégrale de l'aménagement du territoire «La création d'une petite entreprise, surtout innovante, est un acte d'aménagement du territoire ». Les entreprises, particulièrement les petites et moyennes entreprises, sont «l'oxygène du territoire »

2.7- Les moyens de l'aménagement du territoire:

L'aménagement du territoire nécessite la mise en place d'un ensemble de moyens qui permettent d'atteindre les objectifs visés. Les moyens de l'aménagement sont divisés en deux grands groupes¹: les moyens politiques et institutionnels et les moyens techniques.

Les moyens politiques et institutionnels, concentrent l'ensemble des programmes spécifiques de développement, ou bien, sous forme de schémas ou plans directeurs d'aménagements du territoire. Ces moyens politiques orientent les efforts et dictent les démarches à entreprendre à tous les niveaux (national, régional et local) et pour tous les secteurs (industriel, urbain, transport, etc.). En d'autres termes, ces instruments projettent l'image future du territoire. Ils dépendent de la conception et des moyens de l'Etat, et consistent en l'élaboration d'une politique de développement sectoriel et territorial. Cette dernière peut concerner tout le territoire, une partie où même des lieux bien spécifiques. Cela se fait grâce aux différents plans d'aménagement du territoire.

Les moyens techniques, ils sont de deux types : les moyens directs et indirects. Les moyens directs se présentent sous la forme d'aides à l'implantation octroyée sous forme monétaire ou non aux entreprises choisissant de créer un nouveau site dans certaines aires

¹ MERADI (Ouari) : « Essai d'analyse de la dynamique de l'aménagement du territoire en espace littoral : cas de la wilaya de Bejaia ; défis et perspectives ». Thèse de magister, 2008

géographiques particulières. Ils agissent directement sur la répartition spatiale des activités économiques et des populations. Cela se fait à travers une intervention étatique directe pour répartir l'activité économique.

Les moyens indirects visent alors à mettre en place, en particulier à travers de la construction de nouvelles infrastructures (équipements de transports, établissements d'enseignement supérieur, zones industrielles, technopôles...), un environnement socio-économique local qui soit le plus attractif possible pour les entreprises. Contrairement aux méthodes directes, celles-ci visent à concentrer des efforts pour contribuer à renforcer la capacité d'une région à attirer les activités économiques. Cela passe par un investissement dans les équipements collectifs et les infrastructures de base (routes, port, aéroport, ...). C'est un renforcement artificiel du pouvoir d'attraction et des capacités d'accueil des territoires.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons essayé de montrer qu'un facteur ne peut à lui expliquer une localisation. Les raisons de la localisation d'une entreprise dans telle ou telle région sont multiples. Les motivations de localisation sont en générale liées à la recherche de gains d'efficacité : proximités des matières premières, l'exploitation des économies d'échelle, recherche de réseaux de contacte, économies d'agglomérations, d'externalités,...etc.

La localisation des entreprises constitue un moyen efficace pour assurer une organisation et une rationalité pour un équilibre territorial. Cela nécessite dans la majorité des cas un interventionnisme très poussé pour corriger les déséquilibres créés par le laisser faire.

L'inégale répartition des entreprises pose un véritable problème pour le développement régional. A l'échelle nationale, on assiste à une mauvaise répartition du développement entre les régions. Le problème du déséquilibre entre le nord assez développé et peuplé et le sud, se pose avec acuité. Le problème se pose aussi au sein des entités plus restreintes. Il s'agit des écarts entre les communes d'une wilaya où même entre les quartiers d'une ville. Ainsi, il est clair que le déséquilibre de développement est un phénomène général présent à tous les niveaux.

La localisation des entreprises a un rôle très important dans le développement économique. En effet, la concentration des acteurs dans un territoire favorise l'apparition des

externalités positives liées à divers facteurs (l'innovation, l'information, ...). A la base de ces externalités se trouvent les interrelations entre les acteurs qui ne se limitent pas à la concurrence et qui s'étendent à la coopération. On assiste ainsi à des différences de développement, d'un territoire à un autre selon la capacité de chacun à endogénéiser son développement. Le développement d'un territoire dépend de plus en plus de la capacité des acteurs locaux à dialoguer, à s'ouvrir pour prendre, transmettre et transférer le savoir faire. Il dépend également de leurs aptitudes à se mobiliser autour d'un projet d'aménagement efficace pour stimuler l'envie d'entreprendre chez les entrepreneurs. L'aménagement du territoire est une notion axée sur l'avenir. Toutefois, avant, d'entrevoir le futur, un état des lieux se voit nécessaire afin de saisir la spécificité d'une région vis-à-vis des autres régions, mais aussi pour comprendre les divergences qui existent entre ses différentes communes.

Conclusion du la première partie

La recension des écrits réalisée dans cette partie du cadre théorique propose des éléments de réponses aux facteurs de localisation d'entreprise. Le but ultime poursuivi par le dépouillement de la littérature concernant le sujet est de dégager, un cadre conceptuel spécifique aux facteurs de localisation des PME. Au terme de cette partie, nous pouvons déduire que le choix de localisation d'une PME est fonction d'une panoplie de facteurs. L'influence exercée par ces derniers diffère d'un espace à un autre et d'une entreprise à une autre. Les motivations de choix d'une localisation sont en générale liées à la recherche de gains d'efficacité : proximités des matières premières, exploitation des économies d'échelle, recherche de réseaux de contacte, économies d'agglomérations, externalités, ...etc.

Au début, nous avons tenté de cerner la problématique de la localisation à travers le corpus théorique et les travaux empiriques disponibles. La recension des écrits réalisée dans cette partie du cadre théorique propose des éléments de réponses aux facteurs de localisation d'entreprise. Le but ultime poursuivi par le dépouillement de la littérature concernant le sujet est de dégager, un cadre conceptuel spécifique aux facteurs de localisation des PME.

Commençons par mentionner le fait que l'origine de débat sur les facteurs de localisation des activités productives est enclenchée à l'occasion de phénomène d'agglomération d'entreprise de même secteur d'activités et de l'inégale répartition des activités économiques dans l'espace géographique.

Le développement théorique de cette partie s'est réalisé avec la mobilisation des modèles classiques de localisation et des modèles de territorialisations de firmes. Ces derniers nous ont permis d'introduire une panoplie de facteurs de localisation influençant les décisions de localisation des entrepreneurs. Les études effectuées par P. Aydalot et R. Kahn nous ont permis de ressortir un cadre théorique complet pour la localisation de la petite et moyenne entreprise. Nous avons abouti au résultat selon lequel les choix de localisation, sont des outils au service de la réduction des coûts et une source d'avantages concurrentiels.

Une fois que le tour du corpus théorique de notre problématique est fait, il faut revenir au cadre local de notre travail (wilaya de Jijel). Ce qui fera l'objet de la deuxième partie.

Introduction a la deuxième partie

Après le dépouillement de la littérature théorique sur les facteurs déterminant la localisation des activités productives, il est question d'inscrire la problématique de choix de localisation des PME dans le cadre de notre travail. Pour ce faire, nous avons organisé la deuxième partie de notre travail en trois chapitres.

Le premier sera consacré à la présentation du terrain de notre recherche, c'est-à-dire le territoire de la wilaya de Jijel, où nous mettrons l'accent sur les points pouvant jouer un rôle dans l'investigation de notre problématique (agglomération /dispersion) d'entreprises (infrastructures de la wilaya, la population, formation, foncier industriel).

Dans le deuxième chapitre, nous présenterons les PME de notre région d'étude et nous tenterons une explication de l'inégale répartition des PME de la wilaya de Jijel en s'appuyant sur les données recueillies sur les PME (direction de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat de la wilaya de Jijel, DPAT, CNAS). Nous essayerons d'analyser la localisation des PME en mettant l'accent sur les liens entre secteur d'activités et quelques facteurs qui nous paraissent essentiels. Il s'agit, entre autres, de la répartition de la population et des infrastructures (ports, aéroport, route) pour vérifier l'importance des facteurs dans la formation des agglomérations des PME. Enfin, dans le troisième chapitre nous aborderons l'enquête de terrain. A cet effet, le troisième chapitre sera consacré à la présentation de notre enquête (détermination de la population et de l'échantillon à enquêter, présentation du questionnaire, déroulement de l'enquête) et l'analyse des résultats.

Deuxième partie :
Les facteurs déterminant la localisation des
PME dans la wilaya de Jijel.

Chapitre 4

Présentation synthétique de la wilaya de JIJEL.

Dans ce chapitre, nous ferons une présentation de la wilaya d'étude. Ainsi, nous avons structuré ce chapitre en trois sections. Dans la première, nous allons présenter la situation géographique du territoire de la wilaya. La deuxième sera consacrée à la population et à la formation. La troisième est relative aux infrastructures de base et au tissu industriel de la wilaya.

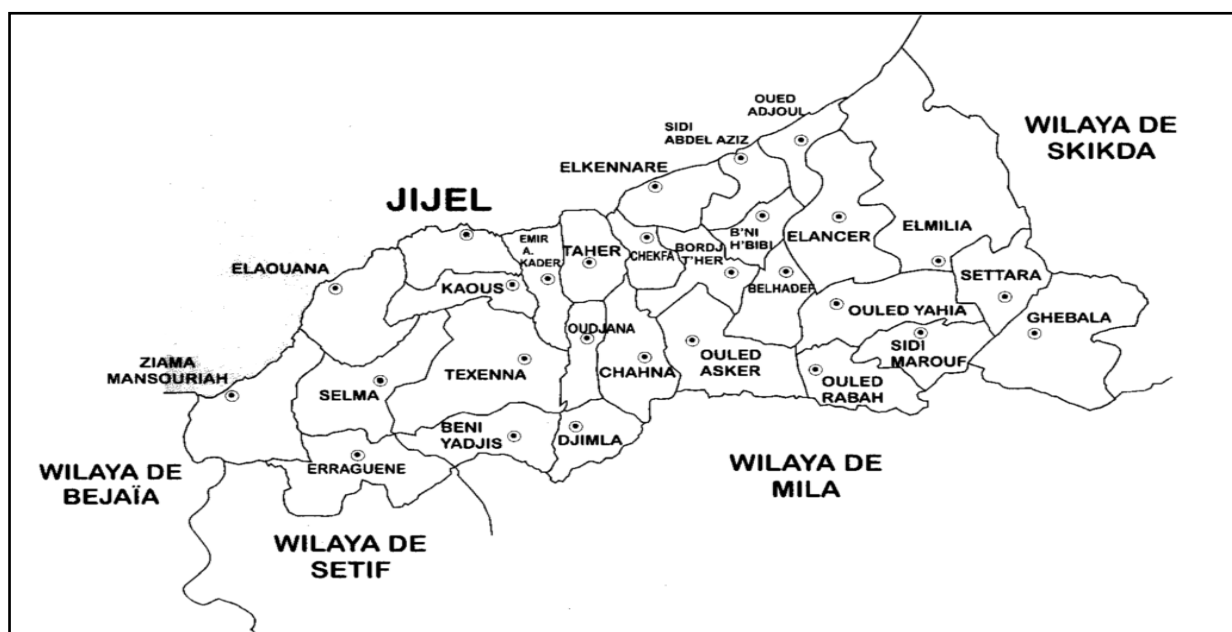
Section 1 : La situation géographique

Forte de sa situation géographique au nord du pays, ouverte sur le bassin méditerranéen, la wilaya de Jijel jouit d'une position géographique qui lui permet de jouer un rôle pivot dans les échanges internationaux, à savoir une proximité du sud de l'Europe et des ports méditerranéens (français, italiens et espagnols) et débouché portuaire préférentiel pour une bonne partie de la région des Hauts Plateaux Est et le Sud du pays. Elle est à 30 mn de vol d'Alger, 1 heure de vol de Naples (Italie), 1 heure de vol de Barcelone (Espagne) et 1 heure de vol de Marseille (France). Jijel est une ville côtière située à environ 300Km à l'est de la capitale ALGER. Elle est connue pour son littoral, ses plages et sa nature vierge. Elle est un port sur la mer Méditerranée.

Le nom de la ville IGILGILI trouve son origine dans l'ère pré-romaine. Cependant, divers noms ont été attribués au fil des diverses occupations IGILGILS, DJIDJEL, DJIDELI et enfin JIJEL. La wilaya de Jijel se situe au Nord-Est de la région centre du pays. Elle s'étale sur une superficie de 2 396,63 km², dont les montagnes et forêt occupent 82%. La façade maritime s'étend sur 120 Kms du littoral de Ziama-Mansouriah à l'ouest, à Oued Zhour à l'est.

Le relief est fortement raviné par de nombreux oueds ramifiés. Les plus importants sont : Oued le-Kebir, Oued Djen Djen, Oued Boussiaba, Oued Mancha et Oued Kessir. La région appartient à la chaîne des Babors. Elle est délimitée par la mer méditerranée au nord, la wilaya de Skikda à l'Est, la wilaya de Bejaia à l'Ouest, et les wilayas de Mila et Sétif au sud

Figure 17
Les frontières géographiques de la wilaya de Jijel



Source : Guide d'investisseur dans la wilaya de Jijel : Direction de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, avril 2007.

Du point de vue administratif, la wilaya se compose de 28 communes regroupées en 11 Daïras indiquées au tableau 12.

Tableau 12
Organisation Administrative de la Wilaya de JIJEL

DAIRATES	CODE & COMMUNES
JIJEL	(01) Jijel
TEXENNA	(24) Texenna, (14) Kaous
TAHER	(05) Taher , (06) Emir Abdelkader, (08) Chahna, (19) Ouled Askeur, (28) Oudjana
EL-MILIA	(09) El-Milia, (21) Ouled Yahia
EL-AOUANA	(03) El-Aouana, (18) Selma Benziada
EL-ANCER	(12) El-Ancer, (16) Bouraoui Belhadef, (23) Kheiri oued Adjoul, (25) Djemaa Béni H'bib
CHEKFA	(07) Chekfa, (13) Sidi Abdelaziz, (20) El-Kennar, (26) Bord T'har
ZIAMA M.	(04) Zياما mansouriah, (02) Erraguene
S/ MAAROUF	(10) Sidi Maarouf, (27) Ouled Rabah
DJIMLA	(17) Djimla, (22) Boudria Béni yadjis
SATTARA	(11) Settara, (15) Ghebala

Source : DPAT, 2008

1.1- Le climat

Le climat joue un rôle important dans la dynamique de l'activité économique et sa concentration. La wilaya de Jijel est caractérisée par un climat méditerranéen pluvieux et froid en hiver, humide et chaud en été. Elle est considérée parmi les régions les plus pluvieuses d'Algérie. La température et la pluviométrie constituent les deux variables climatiques dont il est question. Ainsi, les valeurs mensuelles de la température, maximales, minimales et les températures moyennes, enregistrées dans la région de Jijel, durant une période de 11 ans (1996-2006) sont représentées dans le tableau 13.

Tableau 13

Températures mensuelles minimales, maximales et moyennes exprimées en degrés Celsius (C°) dans la région de Jijel (1996-2006).

T (C°)	Mois											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XIII
MAXIMA	16,4	16,4	18,9	20,7	23,7	27,7	30,4	31,4	28,5	26	20,1	17,7
MINIMA	6,7	6,1	8,1	9,8	13,2	16,6	19,1	20,2	18	14,9	10,2	7,4
MOYENNE	11,5	11,3	13,5	15,2	18,4	22,2	24,7	25,8	23,2	20,4	15,1	12,6

Source : BOUGAHAM (Abdelaziz) : « Contribution à l'étude de la biologie et de l'écologie des oiseaux de la côte à l'ouest de Jijel, cas particulier du Goéland leucophée, Larus michahellis Naumann, 1840 ». Mémoire de Magister, université de Bejaia, 2008

Maxima : Moyenne mensuelle des températures maximales.

Minima : Moyenne mensuelle des températures minimales.

Moyennes : maxima+minima/2, sont les valeurs des températures mensuelles moyennes.

La température annuelle moyenne à Jijel est de 17,84 °C. Il ressort du tableau que les mois les plus chauds sont août et juillet avec une température moyenne de 25,8 °C et de 24,7 °C respectivement. Les moyennes des maxima enregistrées sont de 30,4 °C pour juillet et 31,4 °C pour août. Les mois les plus froids sont février et janvier avec une température moyenne de 11,3°C et de 11,5 °C respectivement. Les minima enregistrés sont 6,18°C pour février et 6,7 °C pour janvier. S'agissant de la pluviométrie, la wilaya de Jijel fait partie des régions les plus arrosées du pays. La saison de pluie dure en moyenne 6 mois.

Tableau 14

La pluviométrie dans la wilaya de Jijel (1996-2006)

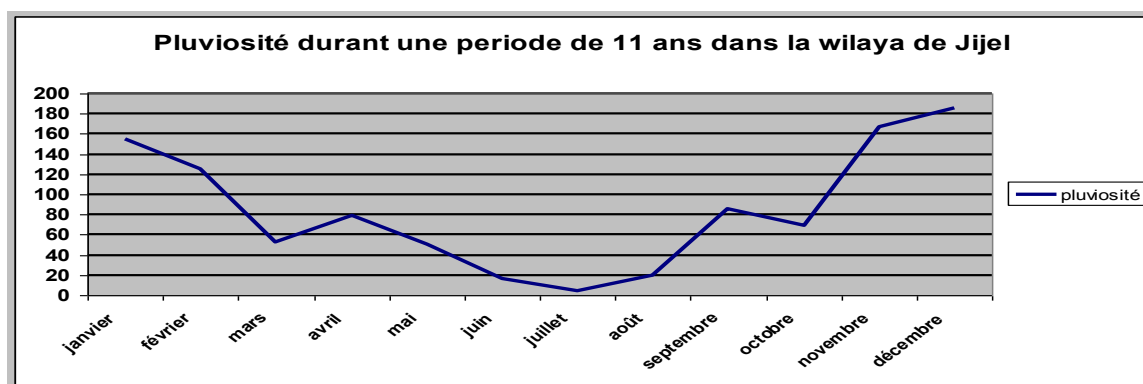
Mois	janvier	février	mars	avril	mai	juin
pluviosité	154,9	125,1	52,7	78,8	50,5	16,9
Mois	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre
Pluviosité	4,6	19,3	85,4	69,7	166,9	185,4
total	1010,2					

Source : BOUGAHAM (Abdelaziz) : « Contribution à l'étude de la biologie et de l'écologie des oiseaux de la côte à l'ouest de Jijel, cas particulier du Goéland leucophée, Larus michahellis Naumann, 1840 ». Mémoire de Magister, université de Bejaia, 2008

La région de Jijel reçoit en moyenne 1010,2 mm de pluie par an. Durant la période allant de 1996 à 2006, les mois où la pluviométrie est la plus importante sont février, janvier,

novembre et décembre avec respectivement des valeurs moyennes mensuelles de 125,1 mm, de 154,9 mm, de 166,9 mm et de 185,4 mm. Les minima sont notés en période estivale, aux mois de juillet et de juin avec respectivement 4,6 mm et 16,9 mm.

Figure 18



Source : établie a partir des données du tableau 14

1.2- Le relief

La région de Jijel est essentiellement montagneuse. Son système orographique occupe 82% de sa superficie totale où plusieurs sommets dépassent les 1 800m d'altitude, on distingue principalement deux régions physiques :

Les zones de plaines sont situées au nord, le long de la bande littorale allant des petites plaines de Jijel, les plaines d'El-Aouana, le bassin de Jijel, les vallées de Oued Kébir, Oued Boussiaba et les petites plaines de Oued Z'hour. Dans cette région, les montagnes tombent souvent à pic dans la mer et forme une côte très découpée appelée Corniche Jijelienne.

Les zones de montagnes constituent l'essentiel du territoire de la wilaya (82 %) et sont composées de deux groupes :

1. Groupe 1 : ce sont des zones moyennes montagnes situées dans la partie littorale et centrale de la wilaya, et caractérisées par une couverture végétale très abondante et un réseau hydrographique important,
2. Groupe 2 : ce sont des zones de montagnes difficiles situées à la limite sud de la wilaya.

Le territoire de la wilaya se répartit comme suit :

Superficie agricole utile	43597 ha
Pacages et parcours	40587 ha
Terres improductives des exploitations	14511 ha
Superficie forestière	115000 ha
Terres non agricoles	25305 ha

On note que le territoire de la wilaya de Jijel recel des potentialités agricoles, il y a lieu de citer les maraîchages, agrumes, fourrages, élevages bovins laitiers et avicoles. Ainsi, un éventail de créneaux susceptibles d'être exploités, entre autres: des filières de valorisation, transformation et de stockage afin de valoriser les activités existantes.

1.3- Les ressources hydrauliques

La wilaya de Jijel bénéficie d'importantes ressources hydriques. Selon les chiffres de la Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire (DPAT), les potentialités totales en eau au 31/12/ 2008, s'élèvent à 310, 783 hm³, dont 236,783 Millions m³ en eaux superficielles. Elles concernent essentiellement les eaux superficielles des deux grands barrages de la wilaya (Barrage Erraguène et Barrage El Agrem) avec 234 hm³. Les eaux souterraines sont estimées à 74 Millions m³. Ces dernières sont mobilisées en grande proportion pour les besoins en eau potable (73%) et en moindre proportion pour l'irrigation (17%) et les besoins du secteur industriel (4%).

Le réseau hydrographique de la wilaya est très dense, en raison des caractéristiques du relief et de fortes précipitations. Il est dominé par une direction principale Sud-Nord et des affluents de directions différentes favorisant l'écoulement des lames d'eau précipitées qui se déversent généralement dans la mer. Les plus importants oueds sont:

Oued El-Kebir qui prend naissance de la jonction de oued Rhumel et oued Endja, traverse El-Milia et El-Ancer et se jette à la mer dans la région de Beni-Belaid.

Oued Djen-Djen qui prend sa source au BABOR (Erraguène), est constitué de trois étages bioclimatiques (partie supérieure Erraguène Barrage, partie centrale oued Missa + Taballout et partie maritime Azzaouane à Taher).

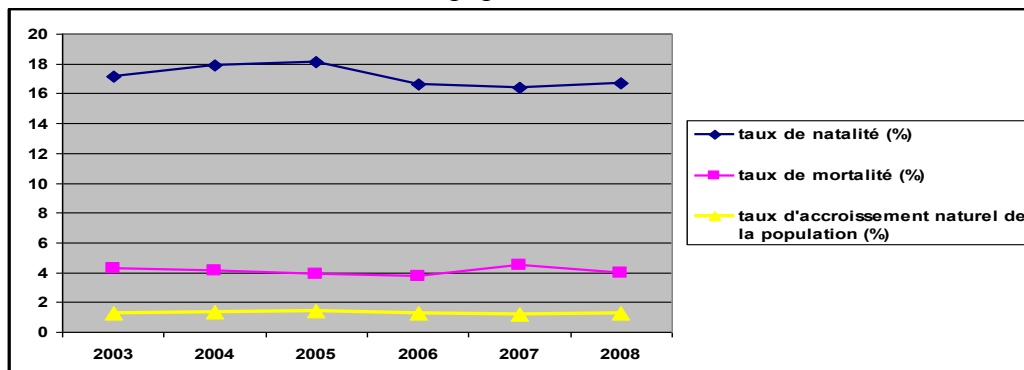
Section 2 : La population et la formation

Dans la première partie de cette sous-section, on s'intéressera essentiellement à la répartition de la population par tranche d'âges et par genre (homme/ femme) pour avoir une idée sur la part de la population qui contribue dans l'activité économique, puis sa répartition par commune. Dans la seconde partie, on mettra l'accent sur la formation.

2.1- La population :

Au dernier RGPH, la population de la wilaya s'élevait à 582.865 habitants, et au 31 décembre 2008, elle est estimée à 660.067 habitants, soit une évolution de 68880 habitants, sur une période de 6 années. Sur cette période, le taux d'accroissement naturel de la population a connu deux phases : d'abord, une phase (2003-2005), caractérisée par une tendance à la hausse soutenue par une hausse considérable de taux de natalité (de 17,15 à 18,10) conjuguée à une forte diminution importante du taux de mortalité (4,29 à 3,93). Ensuite, nous avons une phase caractérisée par une forte diminution du taux de natalité (18,10 à 16,71) et forte hausse de taux de mortalité de (2005-2008). La figure suivante montre cette évolution.

Figure 19
Évolution de la population de 2003 à 2008.



SOURCE : établie à partir des données des annuaires statistiques de la wilaya de Jijel, DPAT, résultats 2003,2004, 2005, 2006, 2007,2008

La structure de la population, appréciée par genres et par tranches, laisse apparaître un certain équilibre au niveau de la répartition par genres, si ce n'est une légère dominance des hommes. Le tableau 17 montre cette répartition.

Tableau 15

Répartition de la population par genres et par tranches d'âges.

TRANCHE D'AGE	FEMMES	HOMMES	TOTAL
04-0	27732	29029	56761
05-09	33406	33673	67079
10-14	35372	36488	71860
15-19	39061	40593	79654
20-24	39462	41073	80535
25-29	33266	32985	66251
30-34	26893	26381	53274
35-39	20496	20130	40626
40-44	17188	16882	34070
45-49	13877	13774	27651
50-54	10226	10132	20358
55-59	8814	8332	17146
60-64	7515	7305	14820
65-69	6034	6019	12053
70-74	4017	3935	7952
75-79	2531	2346	4877
80 et +	2626	2381	5007
N.E	66	27	93
TOTALE	328582	331485	660067

Source : DPAT : « Annuaire statistique de la wilaya de JIJEL » résultat 2007; édition 2008.

De la lecture du tableau 17, il y a lieu de présenter les remarques suivantes¹ :

- Le partage de la population entre hommes et femmes est respectivement de 50,21% et 49,78% de la population totale.
- 41,71 % de la population totale est âgée de moins de 20 ans, ce qui nous renseigne sur la jeunesse de la population de la wilaya.
- La population improductive (celle ayant moins de 20 ans et celle ayant plus de 60 ans) représente (48,14%) de la population totale. Une telle structure montre bien l'importance de la population qui nécessite une prise en charge en matière de santé, d'éducation....etc.
- Il ressort également que la population dont l'âge est inclus entre 15 et 34 ans représente 42,37 %. Ce qui est une part considérable dans la mesure où elle entre dans la détermination de la population active et qu'elle alimente le marché du travail.

¹ Calcul effectué à partir du tableau 15.

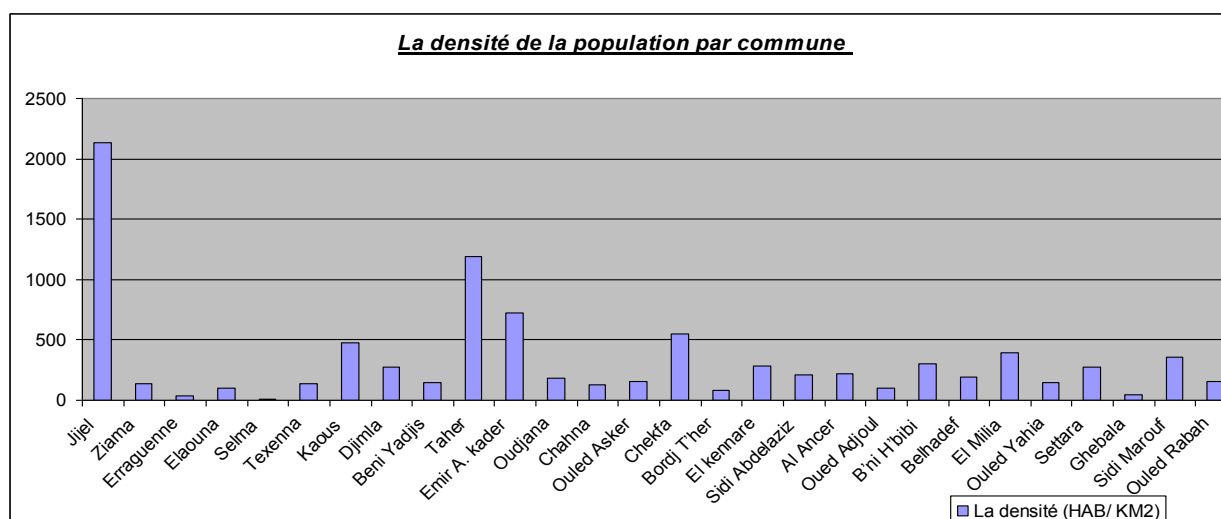
Les caractéristiques physiques de la wilaya donnent un aperçu sur l'inégalité de la répartition de la population. En effet, la prédominance du relief montagneux contraint la population à se localiser sur les plaines et dans un moindre degré sur les versants et replats où l'accès est facile. L'indice d'agglomération de la wilaya (au 31/12/2007) indique que 81% de l'ensemble de la population, soit 539892 habitants, résident dans les agglomérations chefs-lieux et les agglomérations secondaire. Le tableau 18 montre cette répartition spatiale de la population de la wilaya. On peut avoir une idée sur la répartition de l'activité économique sur l'espace de la wilaya. Du ce tableau, on remarque que les plus fortes densités sont enregistrées dans quatre commune (Jijel, Taher, Émir Abdelkader, Checfa, Kaous).

Tableau 16
Répartition de la population par commune.

La commune	Nombre hab.	La surface (KM)	La densité (HAB/ KM)
Jijel	133147	62,38	2134
Ziama	13722	102,31	134
Erraguenne	4683	143,7	33
Elaouna	13309	127,94	104
Selma	1790	133,32	13
Texenna	17278	125,79	137
Kaous	24737	51,92	476
Djimla	17921	65,28	275
Beni Yadjis	11969	80,09	149
Taher	77256	64,88	1191
Emir A. kader	36630	50,52	725
Oudjana	9911	53,66	185
Chahna	10969	87,24	126
Ouled Asker	14882	94,21	158
Chekfa	29087	52,46	554
Bordj T'her	5762	68,17	85
El kennare	16147	56,53	286
Sidi Abdelaziz	10513	50,47	208
Al Ancer	21794	97,44	224
Oued Adjoul	5200	53,37	97
B'ni H'bib	14899	48,75	306
Belhadef	12563	64,38	195
El Milia	80559	206,28	391
Ouled Yahia	20334	134,37	151
Settara	15886	57,63	276
Ghebala	5370	126,70	42
Sidi Marouf	22177	61,89	358
Ouled Rabah	11572	74,95	154
total	660067	2396,63	275

Source : DPAT : « Annuaire statistique de la wilaya de JIJEL » résultat 2007; édition 2008.

Figure 20



Source : établi à partir du tableau 18

2.2- La formation

Dans ce point, on s'intéressera au secteur de la formation professionnelle et de l'enseignement supérieur qui jouent un rôle important dans l'alimentation du marché du travail en main d'œuvre qualifiée.

Le secteur de la formation professionnelle est doté de différents établissements relevant du secteur public et privé. Ils sont au nombre de 25 avec une capacité d'accueil totale de 4415 stagiaires, répartis entre les établissements (selon qu'ils relèvent du secteur public de la formation professionnelle, ou du secteur privé de la formation professionnelle). Les établissements publics sont constitués des CFPA implantés généralement dans les communes les plus peuplées, sinon dans les communes chefs-lieux de Daïra qui regroupent les stagiaires venant des communes qui leur sont rattachées ou limitrophes (16 communes). Le secteur de la formation et de l'enseignement professionnels dans la wilaya de Jijel compte actuellement seize (17) établissements fonctionnels : Un (01) institut national spécialisé de formation professionnelle, treize (13) centres de formation professionnelle (CFPA), et deux (02) annexes de CFPA. Ils fonctionnent avec différents modes de formation, à savoir :

- En résidentiel : elle se déroule au niveau des établissements de formation appuyée par des stages pratiques en fin de cursus
- Par apprentissage avec la majorité du chrono horaire de formation est dispensée en milieu professionnel (chez les maîtres apprentis)

- En cours du soir et a distance, destinée pour les travailleurs et enfin la formation à distance.

A la date du 31/12/2008, La capacité pédagogique de ces établissements est de 3.875 postes de formation et ils assurent la formation de 8.325 stagiaires et apprentis. L'ensemble de ces établissements touche plusieurs spécialités (45 spécialités) dans différents domaines (13 domaines). L'ensemble de ces formations s'articule autour de: la réhabilitation des métiers manuels, la promotion des métiers de l'artisanat, et le développement des spécialités relatives aux nouvelles technologies pour faire face aux défis de la mondialisation.

Quant aux structures de formation du secteur privé qui sont au nombre de huit (08), avec une capacité pédagogique de 510, elles ont accueilli 140 stagiaires poursuivent leur formation.

Tableau 17

Capacités d'accueil des établissements de formation professionnelle.

SECTEUR DES ETABLISSEMENTS DE LA FORMATION (FP)	NOMBRE D'ETABLISSEMENTS	CAPACITE D'ACCUEIL
Établissements publics FP	17	3875
Établissements privés de la FP	8	510
total	25	4385

Source : établi à partir des données de l'annuaire statistique de la wilaya de Jijel, DPAT, résultats 2007, édition 2008.

Les établissements publics, du fait de leur nombre (17) et des équipements mis en œuvre, offrent la plus importante capacité d'accueil (87% de la capacité totale).

La wilaya de Jijel dispose d'une université qui a ouvert ses portes en 1986, Dans son évolution, l'Université de Jijel est passée par plusieurs étapes de restructuration.

- En 1986, création de l'Ecole Nationale Supérieur (ENS) qui avait pour mission la formation des formateurs en sciences fondamentales, licence en mathématiques, en physique et en chimie.
- En juillet 1998 et par le décret présidentiel l'ENS a été dissoute et remplacée par le centre universitaire regroupant quatre instituts: l'institut de Technologie, d'Informatique, de Biologie et de Sciences Exactes.
- En juillet 2003 et par le décret présidentiel n° 03-258 daté du 22 juillet 2003, le centre universitaire a été ériger en université de Jijel, regroupant quatre Facultés : Faculté des

sciences de l'ingénieur; Faculté des sciences, Faculté de droit, Faculté des sciences de gestion. Quatre catégories de diplômes dans deux cycles de formation sont délivrées par ces quatre facultés :

1. Le cycle court où l'on trouve le diplôme d'études universitaires appliquées (DEUA).
2. Le cycle long où on sort avec une licence, un diplôme d'études supérieures (DES) ou un diplôme d'ingénieur.

Le tableau 18 donne le nombre de diplômes délivrés par l'université de Jijel pendant la période 2004-2008

Tableau 18

Le nombre de diplômes délivrés par l'université de Jijel (2004-2007)

Facultés	Le nombre de diplômés			
	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008
Science	242	332	330	391
Science de l'ingénieur	297	419	280	517
Droit	1250	438	450	1428
Science de gestion	361	355	458	466
Total	1250	1544	1608	2802

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Jijel. 2004, 2005, 2006, 2007

* site officiel de l'université de Jijel : www.univ-jijel.dz

Section 3 : Les infrastructures de base et foncier industriel

La wilaya de JIJEL jouit d'une position stratégique à travers un réseau fort d'infrastructures multiformes et complémentaires (port, aéroport, liaison routière transversale, pénétrante nord-sud et liaison ferroviaire) permettant des relations d'échanges et des possibilités de développement interrégional. Les infrastructures de base et plus particulièrement les infrastructures de transport constituent un élément essentiel dans la dynamique économique. La wilaya de Jijel est desservie par les différents modes de transport (routier, ferroviaire, maritime et aérien), et cela lui confère une ouverture sur tous les échelons de l'espace (régional, national et international).

La wilaya de Jijel dispose d'un réseau routier dense et bien maillé. Il constitue le principal moyen de communication aussi bien à l'intérieur de la wilaya qu'avec les wilayas limitrophes. Il totalise 1.756,60 Kms de routes.

La RN 43, RN 27 reliant les pôles de Constantine et Skikda à Jijel traverse la wilaya et se prolonge en direction de Bejaia. Cet axe est le principal organisateur de tous les flux de la wilaya et le support économique de son aménagement. La RN 77 avec son nouveau tracé de la pénétrante Nord-Sud reliant Jijel à Sétif peut jouer un rôle important dans l'intégration économique et spatiale de la wilaya. Il permet de relier directement les installations de Djen-Djen à l'autoroute Est-Ouest au niveau de Sétif (R.N: 5).

Par ailleurs, la wilaya dispose d'axes complémentaires pouvant jouer un rôle important dans l'intégration économique et spatial de son territoire. Ces axes qui assurent des liaisons plutôt internes ont un rôle très important dans l'organisation spatiale de la wilaya et mériteraient d'être développés. Ils irriguent les zones montagneuses et permettent des liens avec les principaux couloirs de transport.

Les chemins de wilaya CW 137, 137 A et 137 B traversent l'espace montagneux de la partie Ouest de la wilaya et relient les agglomérations de Ziama, El-Aouana avec Selma, Erraguène et Texenna et avec Ain-El-Kébira dans la wilaya de Sétif. Ces axes assurent la jonction entre la RN 77 au niveau de Texenna avec la RN 43 au niveau d'El-Aouana et Ziama.

Les chemins de wilaya CW 135, 135 A et 135 B traversent l'espace montagneux de la partie centrale de la wilaya et relient les agglomérations de Taher et Chekfa avec Bordj T'har, Chahna et Ouled Askeur et permettent d'assurer des liaisons avec la wilaya de Mila et avec la RN 43 au niveau d'El-Ancer. Le tableau ci dessous représente l'état du réseau routier de la wilaya.

Tableau 19

L'état du réseau routier (routes nationales et chemins de wilaya)

INTITULE	LONGUEUR KMS	BON ETAT KMS	MOYEN ETAT KMS	MOUVAIS ETAT KMS
Route national N° 43	119,5	94,50	23,50	1,50
Route national N° 77	54,90	23,00	31,90	-
Route national N° 27	17,60	17,60	-	-
Route national N° 27 (ancienne)	3,00	-	-	3,00
Route national N° 77 A	2,00	-	-	2,00
Route national N° 105	7,30	-	7,30	-
<i>TOTAL</i>	<i>204,30</i>	<i>135,10</i>	<i>62,70</i>	<i>6,50</i>
Chemin wilaya N° 39	15,00	15,00	-	-
Chemin wilaya N° 132	30,00	12,00	-	18,00
Chemin wilaya N° 132 B	24,00	11,00	-	13,00
Chemin wilaya N° 135	20,60	7,00	-	13,60
Chemin wilaya N° 135 A	51,30	-	-	51,30
Chemin wilaya N° 135 B	68,00	28,00	-	26,00
Chemin wilaya N° 137	72,00	11,00	-	61,00
Chemin wilaya N° 137 A	22,50	3,00	-	19,50
Chemin wilaya N° 137 B	24,30	17,30	3,00	7,00
Chemin wilaya N° 147	6,00	-	3,30	3,00
Chemin wilaya N° 147 B	3,30	-	3,30	-
Chemin wilaya N° 147 C	3,30	-	-	-
Chemin wilaya N° 150	12,00	12,00	-	-
Chemin wilaya N° 170	14,00	-	-	14,00
<i>TOTAL</i>	<i>366,30</i>	<i>116,30</i>	<i>23,60</i>	<i>226,40</i>

Source : établie à partir de « Annuaire statistique de la wilaya, DPAT, résultats 2007 édition 2008 ».

Selon le tableau 19, l'état du réseau des routes nationales est bon. Plus de la moitié (66,13%) sur sa longueur est en bon état, soit 135.10 km, et l'autre moitié se partage entre un état moyen (30,69%) et un mauvais état (3,18%), soit respectivement 62,70 km et 6,50 km de la longueur. Cela est dû au fait qu'elles sont les mieux entretenues dans la mesure où elles accueillent l'essentiel du trafic.

Le réseau des chemins de wilaya (CW) est relativement moins entretenu, comme le montre le tableau. Sur une longueur qui dépasse celle des routes nationales (366.30 km), du fait de sa densité, le réseau des chemins de wilaya se trouve dans un état déplorable sur presque la moitié (61,81%), soit (226.40 km) est en mauvais état, l'autre moitié est, soit dans un bon état (31,75%) soit dans un état moyen (6,44%). Le tableau 20 donne le réseau routier selon les communes.

Tableau 20

Réseau routier selon les communes

Daïra	Commune	RN	CW	RC	Totale
Z. MANSOURIAH	- Z. MANSOURIAH	15.50	31.00	35.90	82.40
	- ERRAGUENE	0	29.30	56.20	85.50
EL-AOUANA	- EL-AOUANA	21.50	26.00	39.00	86.50
	- SELMA	0	32.70	42.10	75.80
JIJEL	- JIJEL	18.25	3.25	34.10	55.60
TEXENNA	- TEXENNA	21.00	13.80	73.60	44.75
	- KAOUS	7.00	10.75	27.00	108.40
DJIMLA	- DJIMLA	28.80	0	27.50	56.30
	- BENI-YADJIS	5.20	0	58.00	63.20
TAHER	- TAHAER	7.00	29.00	35.70	71.70
	- MIR ABDELKADER	5.15	6.20	27.00	38.35
	- OUDJANA	0	0	26.50	26.50
	- CHAHNA	0	21.00	36.50	57.50
	- OULED-ASKEUR	0	36.5	22.50	59.00
CHEKFA	- CHEKFA	1.48	16.80	29.00	47.28
	- BORDJ- T'HAR	0	17.00	16.50	33.50
	- EL-KENRAR	5.00	0	10.00	15.00
	- SIDI- ABDELAZIZ	13.42	0	8.20	21.60
EL- ANCER	- EL- ANCER	14.50	11.50	76.10	102.10
	- BOURAOUI BELHADEF	0	12.50	41.20	53.70
	- DJEMAA-BENI-H'BIBI	1.90	0	54.80	56.70
	- OUED- ADJOUL	0	22.00	62.90	84.90
EL- MILIA	- EL- MILIA	19.20	47.00	82.00	148.20
	- OULED-YAHIA	0	0	59.00	59.00
SIDI-MAAROUF	- SIDI-MAAROUF	12.90	0	42.00	54.90
	- OULED- RABAH	0	0	42.00	42.00
SETTARA	- SETTARA	6.50	0	70.20	76.70
	- GHEBALA	0	0	50.50	50.50
TOTAL (KM)		204.30	366.30	1186.00	1756.60

Source : « Annuaire statistique de la wilaya, DPAT, résultats 2007 édition 2008 ».

La wilaya de Jijel possède un grand port qui contient tous les équipements nécessaires pour le stockage et le transport. Il dispose de plusieurs atouts qui le prédestinent à occuper une place importante au niveau régional et continental. Le port de Jijel offre de bonnes commodités de par sa proximité aux autres infrastructures de transport (aéroport, voie ferroviaire, infrastructures routières).

La réalisation du port de Djen-Djen, engagée en 1986, a permis de doter le pays, en juin 1991, d'une infrastructure d'envergure internationale. Il a une double vocation, à savoir :

- Favoriser l'émergence d'un pôle économique structurant à fort effet d'entraînement pour ancrer la région de Jijel dans un processus de développement.

- Absorber les excès de trafic des ports algériens dont la majorité sont sous l'effet de congestion.

C'est un port dont les caractéristiques sont axées sur l'étendue des espaces et les profondeurs des bassins, notamment¹ :

- 1- Des quais de moins de 18 mètres de tirant d'eau (l'un des plus importants en méditerranée) avec un linéaire de 2100 mètres et des pentes RO/RO permettant d'accueillir des navires de 125 000 tonnes.
- 2- 104 Ha de terre-plein sous-exploités et une zone extra-portuaire de 75 Ha, alors que l'espace portuaire devient de plus en plus rare sur le plan national, ou l'on recourt actuellement aux « ports secs ».

Cet aspect concurrentiel est d'autant plus crédible lorsque l'on sait que le port de Djen Djen est relié au réseau de chemin de fer national à travers l'importante gare de tri de Bazoul, à la zone de Bellara d'une superficie de 523 Ha érigée en pôle économique industriel intégré, et à la route nationale 77, future pénétrante Nord-Sud.

La proximité de l'aéroport Ferhat Abbas situé à 3 Km au sud du port de DjenDjen constitue un autre élément important de la chaîne logistique à même de favoriser l'émergence d'un pôle de développement autour de Djen Djen, dont l'extension offrirait l'opportunité d'ouverture de lignes internationales et le traitement d'avions cargo (FRET). Les tableaux 21, 22, 23 donnent respectivement le trafic du port, le trafic par catégorie de produits et le trafic par mode de conditionnement.

Tableau 21

Trafic portuaire de port DJENDJEN (tonnes, 2003, 2006).

	2003	2004	2005	2006	Taux de croissance
Trafic Import par port	1.581.000	1.313.965	1.344.800	1.231.757	- 8,0%
Trafic Export par port	21.000	76.629	34.578	147.582	91,5%
Trafic portuaire global	1.602.000	1.390.594	1.379.378	1.379.339	- 4,9%

Source : établie à partir de l'article « Autoroutes de la mer : mise à jours et complément d'informations pour la base de données EuroMed transport » : projet MEDMos rapport Algérie, novembre 2007.

¹ Site officiel de la wilaya de Jijel : www.wilayadejijel.org.

Tableau 22

Trafic par catégorie de produit

RUBRIQUES	2002	2003	2004	2005	2006	Taux de croissance	Répartition 2006
Produits agricoles	1.502.906	903.606	804.673	991.371	854.918	- 13 %	62 %
Denrées alimentaires	56.128	57.858	154.855	119.696	67.531	5%	5%
Minerais & produits métallurgiques	90.866	496.469	157.867	198.082	257.247	30%	19%
Minéraux & matériaux de construction	97.821	141.747	268.554	42.334	165.395	14%	12%
Engrais & produits chimiques	-	-	2.715	26.120	32.845	-	2%
Marchandises diverses	5.323	2.671	1.930	1.775	1.423	28%	0%
TOTAL	1.753.044	1.602.351	1.390.594	1.379.378	1.379.359	-6%	100%

Source : les Autoroutes de la mer : mise à jours et complément d'informations pour la base de données EuroMed transport » : projet MEDMos rapport Algérie, novembre 2007.p.14/27

Tableau 23
Trafic par mode de conditionnement

RUBRIQUES	2004	2005	2006			Variations (05/06)
			entrées	sorties	total	
Vracs liquides	61.689	48.718	49.834	-	49.834	2,3%
Vracs solides	998.166	946.120	804.021		951.623	0,6%
Marchandises diverses	330.739	384.540	377.902	-	377.902	-1,7%
total	1.390.594	1.379.378	1.231.757	147.602	1.379.359	0%

Source : les Autoroutes de la mer : mise à jours et complément d'informations pour la base de données EuroMed transport » : projet MEDMos rapport Algérie, novembre 2007.p.14/27

En ce qui concerne les activités de la pêche et de l'aquaculture, le schéma national de développement des activités de la pêche et de l'aquaculture a classé Jijel dans la zone N° 4 de la région centre-est pour ce qui est de la pêche maritime et océanique. Deux ports essentiels sont retenus comme pôles de production halieutique à Jijel.

Le Port de Ziana Mansouriah, s'étend sur une superficie de 3,9 hectares. Sa capacité de production est de 3000 tonnes/an. Il se trouve à 42 km à l'ouest du chef lieu de wilaya. Nouvellement construit (1994), il présente les caractéristiques suivantes :

- Capacité d'accostage : 90 unités
- Longueur des quais : 550 m
- Superficie des terres pleines : 1.8 Ha

- Superficie de plan d'eau : 2.85 Ha
- Tirant d'eau : 2.5 à 4 m
- Cale de hallage

Le nouveau port de pêche de Boudis, s'étend sur une superficie de 15,19 hectares, la capacité de production est de 12000 tonnes/an. Il présente les caractéristiques suivantes :

- capacité d'accostage : 135 unités
- longueur des quais: 1270 ml
- terre plein : 6.8 Ha
- plan d'eau : 7.2 Ha
- tirant d'eau: 2.5 à 4 m
- quai pour le débarquement
- quai pour l'avitaillement
- bassin pour élévateur à bateau
- cale de hallage

La wilaya de Jijel dispose d'un aéroport, situé a 15Kms à L'Est de la ville de JIJEL, d'une superficie de 132 ha. Actuellement, il assure un vol quotidien (Jijel-Alger) et vise versa avec une capacité est de 5000 voyageurs/an. Sa configuration comprend les infrastructures suivantes :

- 1- Une piste d'atterrissage d'une longueur de 1400 mètres, et de 30 mètres de largeur.
- 2- Une aire de stationnement d'une superficie de 1800 m² (60 mètres de longueur sur 30 mètres de largeur).
- 3- Aérogare: Départ : 1700 M² équipée et en bon état d'exploitation.
Arrivée: 210 M² équipée et en bon état d'exploitation.
- 4- Bloc technique avec vigie.
- 5- Bloc S.S.I.S. (Service Sécurité Incendie et Sauvetage)
- 6- Bloc Centrale énergétique.
- 7- Une station météo (Office National de la Météorologie.)
- 8- Un salon d'honneur.
- 9- Parking véhicules pour 50 places en bon état et exploité.
- 10 - Une bâche à eau de 200m³

Le tableau 24 montre une décroissance continue du trafic de passagers. Cela peut s'explique probablement par la concurrence exercée par le transport terrestre, et par la

tarification appliquée par le transport aérien. Il y a lieu de souligner l'importance de l'aéroport dans l'activité économique de la région, notamment l'activité touristique.

Tableau 24
Le nombre de voyageurs du transport aérien (2001-2005)

ANNEE	2001	2002	2003	2004	2005(au 30/09/05)
Vols effectués	2114	2078	606	696	482
Voyag. Transportés	83764	78524	24917	28558	21758
Compagnies existantes	Air algérie	Air algérie	El Khalifa	Air algérie	Air algérie
	Eco Air	Eco Air	Air algérie	Air algérie	Air algérie
	El Khalifa	El Khalifa	Air algérie	Air algérie	Air algérie

Source : site officiel de la wilaya de jijel.

La wilaya de Jijel dispose d'une seule voie ferrée d'une longueur de 68 km. La ligne ferroviaire relie Jijel au réseau national avec une gare de tri de 08 millions de T/an de marchandises (gare Bazoul). C'est la première plate forme logistique des transports ferroviaires au niveau national, avec une capacité de 08 millions de tonnes par an. La voie ferrée dispose de 9 gares implantées tout au long de cette ligne : La gare de Jijel, El Ancer, gare Bazoul, El milia, Sidi Abdelaziz, Settara. Le rail étant le moyen privilégié pour le transport de masse. Le tableau 25 donne la situation du transport ferroviaire de 2001 à 2005.

Tableau 25
Situation du transport ferroviaire du 2001 au 2005

ANNEE	2001	2002	2003	2004	2005 (au 30/09/2005)
Trans de Voyageurs	46386	35939	25303	17129	0
Trans. marchandise	277529	562692	277610	326660	178098

Source : site officiel de la wilaya de Jijel

Il y a lieu de signaler que cette baisse progressive du nombre de voyageurs par rail, est due essentiellement à la concurrence exercée par le transport par route, depuis l'ouverture de ce secteur à l'opérateur privé, et à d'autres facteurs liés au transport par rail, surtout une lenteur pour les longues distances.

La gare de Bazoul participe dans le meilleur des cas, à concurrence de 30% dans l'évacuation du trafic du port de Djen-Djen portant essentiellement sur les céréales. Sa

rentabilisation demeure tributaire de l'activité portuaire. Elle est appelée à jouer un rôle primordial dans le cadre des projets envisagés pour Djen-Djen, et la zone industrielle BALLARA, à savoir la réalisation d'un silo à céréales à Djen-Djen d'une capacité de stockage de 180.000 tonnes/An par la firme G.M.S. (Grand moulins du sud). Le tableau 26 donne les réalisations en tonnes transportées à partir de la gare de Bazoul.

Tableau 26
Les réalisations de la gare de Bazoul

Année	Produit	Tonnage
1992	Bois	5616
1992	Ferrailles	11140
1995	Céréales	11576
1996	Céréales	174800
1997	Céréales	303197
	Farine semoule	6150
1998	Céréales	267997
	Divers	5141
1999	Céréales	303647
	Divers	3645
2000	Céréales	353516
2001	Céréales	167642
	Sel	37692
	Bobine	42259
2002	Céréales	404132
	Bobine	58809
	Sel	33634
2003	Céréales	135038
	Sel	17370
	Bobine	46963
	Clinker	9857
2004	Céréales	142211
	Bobine	2285
	Tube sandre	1026
	Sel	18879
	Ferrailles	334
	Tube parti	8189

Source : site officiel de la wilaya.

L'activité économique de la wilaya se répartit sur deux zones industrielles et trois zones d'activités. Les zones industrielles sont réservées uniquement aux activités industrielles, les zones d'activités abritent également les activités commerciales et de services. La wilaya de Jijel dispose d'un important portefeuille foncier, réparti au niveau des différentes zones, à savoir industrielles et d'activités.

La zone industrielle Ouled Salah se situe dans la commune Emir-Abdelkader à environ 15 km du sud-Est du chef lieu de la wilaya, pas loin de l'aéroport ferhat Abbas et du port Djen Djen. Le tableau 27 donne sa situation.

Tableau 27
La situation de la zone industrielle Ouled Salah

Superficie total (H.a)	Superficie accessible (H.a)	Superficie attribuée (H.a)	Superficie Excédentaire	Nombre de lots	Nombre de lots cédés
84	73	70	24	58	55

Source : Guide d'investisseur dans la wilaya de Jijel : Direction de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, avril 2007.

La zone industrielle Bellara se trouve dans la commune d'El-Milia à environ 55 km à l'Est du chef lieu de la wilaya et a proximité des routes nationales reliant Jijel-Constantine (RN 43, RN 27) et la voie ferrée reliant les mêmes wilayas. Elle est dotée de toutes les commodités nécessaires (électricité, gaz, eau et voiries). Son étude technique a été achevée. Son emplacement lui confère une situation favorable par rapport à l'environnement infrastructurel existant: route, voie ferré, port, aéroport et centrale électrique. Initialement destiné à recevoir un complexe sidérurgique (SIDER), le site, après abandon de ce projet au début des années 1990, a été reconverti par le conseil des ministres du 04 décembre 2004, de zone franche "BELLARA" en zone industrielle intégrée¹. Le tableau 28 donne sa situation.

Tableau 28
La situation de la zone industrielle Bellara

Superficie totale (H.a)	Superficie aménageable (H.a)	Nombre total des lots	Superficie de lot M2
523	470	354	5000

Source : Guide d'investisseur dans la wilaya de Jijel : Direction de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, avril 2007.

La zone extra portuaire est localisée au nord de la commune de Taher, sur une superficie totale de 350 ha. Les disponibilités foncières susceptibles d'être affectées à l'accueil d'activités économiques sont évaluées à 80 ha, réparti sur trois sites. Le tableau 29 récapitule la situation foncière industrielle dans les différentes zones industrielles et d'activités.

¹ « La zone industrielle intégrée de Bellara » aménagement et prescriptions, décembre 2007, Ministère de l'énergie et des mines de la wilaya de jijel. Direction des mines et de l'industrie

Tableau 29
Situation du foncier industriel

LA ZONE	COMMUNE	LOCALISATION	SUPERFICIE TOTALE (HA)	OBSERVATION
Zones industrielles (ZI)	El- Milia	Bellara	523	En cours d'étude
	Emir Abdelkader	Ouled salah	84	En activité
total	02	02	607	
Zones d'activités (ZA)	Jijel	(M'kaceb)	25	En cours d'étude
		El-Hadada	26	En activité
	Emir Abdelkader	Emir Abdelkader	06	
	El-Milia	El-Milia	6,5	
		Afalaz	04	annuler
	El-Aouana	Bourchaid	08	
	Settara	Settara	09	Non affectées
	Oudjana	Oudjana	10,50	
Kaous	Chadia	60	En cours d'étude	
Total	07	09	155	
Tot.général	07	11	762	

Source : DPAT, 2008.

Section 4 : Le secteur de l'industrie dans la wilaya de Jijel.

Dans cette section, il s'agit de faire un état des lieux du secteur industriel de la wilaya de Jijel. Aujourd'hui, la wilaya compte un tissu industriel important dominé par l'industrie agroalimentaire. Le secteur public qui était dominant jusqu'au milieu des années 90, perd sa prédominance devant un secteur privé très dynamique et qui a pu s'installer et s'imposer très rapidement. L'industrie publique compte, selon les données de la DPAT (2008) 8 unités en activité.

4.1- L'industrie dans la wilaya

L'industrie représente 14 ,16 % du parc de PME de la wilaya et relève des secteurs suivants :

- L'industrie Agro-alimentaire,
- L'industrie du Bois, Liège et Papier,
- L'industrie des Matériaux de construction
- L'industrie de Chimie et plastique
- Industrie du textile et cuir,
- ISMME, et
- Industries diverses

Le tableau ci-dessous nous renseigne sur l'industrie dans la wilaya de Jijel.

Tableau 30
Quelques données sur l'industrie de la wilaya

Secteurs	TPE (1-9)	PE (10-49)	ME (50-250)	Total Privées Publiques	%
Agro-alimentaire	182	7	1	190	35,84
Bois, liège, papier	155	8	3	166	33
Matériaux de construction	30	3	3	36	7,15
Industrie textiles et cuir	33	0	3	36	7,15
Chimie et plastique	6	2	0	8	1,59
ISMME	56	1	1	58	11,53
Industries diverses	8	1	0	9	1,78
total	470	22	11	503	100

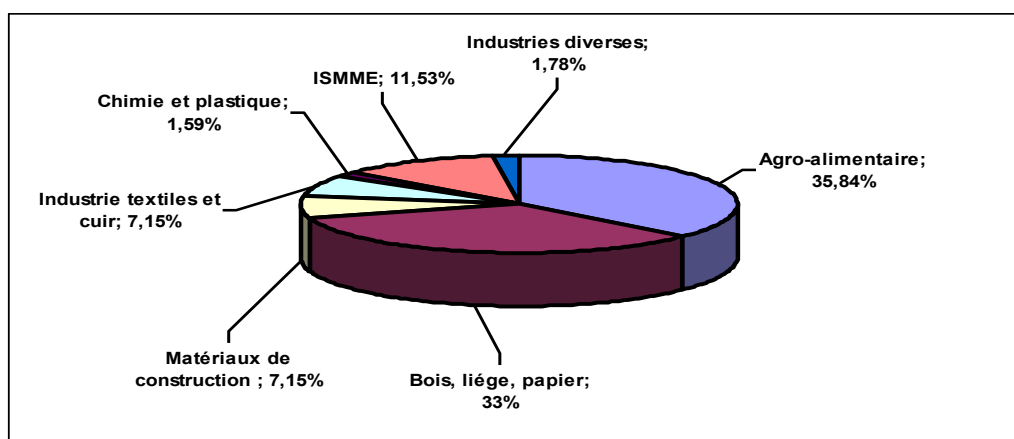
Source : réalisé à partir du fichier la CNAS

La structure du parc des entreprises révèle que la très petite entreprise (TPE) représente un part importante avec un pourcentage de 93,43% du total des entreprises.

4.2- La répartition des PME industrielle selon des branches d'activités

Sur le plan sectoriel, on relève la présence de la PME dans l'ensemble des secteurs d'activités. Par ailleurs, il faut rappeler que la distribution sectorielle des industries est très inégale dans la wilaya, 35,84 % pour l'industrie agroalimentaire, 33 % pour l'industrie du Bois, Liège et Papier, 11,53 % pour ISMME et 7,15 % pour l'industrie des matériaux de construction, 7,15 % pour l'industrie du textile et cuirs, 1,59 % pour l'industrie de chimie et plastique et 1,78 % pour les autres industries.

Figure 21
Répartition des PME industrielle selon les branches d'activités



Source : réalisé à partir du tableau 30

Conclusion

La wilaya de JIJEL offre toutes les conditions pour la réalisation d'investissements économiques importants. Une situation géographique forte et une ouverture sur le bassin méditerranéen, la wilaya de JIJEL jouit d'une position stratégique à travers un réseau fort d'infrastructures multiformes et complémentaires (port, aéroport, liaison routière transversale, pénétrante nord-sud et liaison ferroviaire) permettant des relations d'échanges et des possibilités de développement inter-régional.

Ces infrastructures majeures et sa position géographique lui permettant de jouer un rôle pivot dans les échanges internationaux. Elle constitue pour une bonne partie de l'Est Algérien, notamment pour la région des hauts plateaux, un débouché portuaire préférentiel. Ces infrastructures économiques, notamment le réseau routier relativement dense et maillé, pourra constituer un atout pour la wilaya, lui permettant d'asseoir son développement économique et son organisation spatiale. La wilaya présente un réseau hydrographique propice à l'aménagement de puissantes centrales hydroélectriques. Cela reste une opportunité d'investissement pour le futur. L'état actuel de la RN 43 rend la région difficilement accessible vers Bejaia et, par conséquent à la capitale. Ce qui rend restreint sa capacité d'accueillir des industries de biens tangibles. L'analyse des données de la DPAT et de différents documents révèle que la commune de Jijel et Taher jouit d'une particularité en termes d'infrastructures économiques et de potentialités.

En dépit de son relief montagneux, la wilaya de Jijel présente une activité économique plus dynamique. En effet, privilégié par la présence de bonnes infrastructures de base, notamment de transport, les activités économiques tire son dynamisme du tissu industriel caractérisé par une forte présence du secteur privé et un recul progressif du secteur public.

Une fois que la présentation du territoire de la wilaya (sous l'aspect susceptible d'expliquer et d'influencer la répartition de l'activité économique) achevé, nous allons tenter d'expliquer la répartition spatiale des PME. Cela fera l'objet du prochain chapitre.

Chapitre 5

Les PME à Jijel : Une inégale répartition géographique

Dans la wilaya de Jijel, les PME sont inégalement réparties. La moitié des PME, soit (54,27%), sont implantées dans deux communes uniquement (Jijel et Taher). L'autre moitié se répartit entre les 26 communes restantes. Cette répartition déséquilibrée est la question même de notre problématique de recherche. Dans ce chapitre, nous cherchons à vérifier, notre seconde hypothèse de recherche, à savoir la disposition de quelques communes de potentialités nécessaires pour attirer les entrepreneurs.

Tout d'abord, nous allons présenter l'ensemble des PME (privées, artisanales, publiques) qui activent au sein du territoire d'étude. Ensuite, nous analyserons les liens entre secteurs d'activités et localisation afin de ressortir les facteurs de localisation et les concentrations sectorielles des activités économiques dans la wilaya. Enfin, nous ferons un état des lieux de la répartition des PME de la wilaya, puis d'essayer de faire ressortir les facteurs déterminant cette répartition en référence aux critères que nous avons présentés dans le chapitre précédent (aspect physique, population et formation, infrastructures de base et tissu industriel) pour nous aider à éclairer le pourquoi de la concentration des PME dans quelques communes de la wilaya afin de ressortir les facteurs de localisation qui guident dans les faits le choix d'investir dans la région du Jijel.

Section1 : Le secteur des PME dans la wilaya de Jijel

1.1- Présentation des secteurs d'activités des PME de Jijel.

La wilaya de Jijel est une région très diversifiée sur le plan industriel et tertiaire. Les données du tableau 32 montrent la diversification des groupes de branches d'activités.

Tableau 31
Répartition des PME par groupes de branche d'activités

Groupes de branches	Nbre des PME	Taux%	Contenu
Services	4143	69,71	Transport et communication Commerce Hotellerie et restauration Services fournis aux entreprises Services fournis aux ménages Affaires immobilières Services pour collectivités
Bâtiment et travaux publics	1213	20,41	Bâtiment et travaux publics
Industries	488	8,21	Mines et carrières ISMME Matériaux de construction Chimie, plastique Industrie agroalimentaire Industrie du cuir Industrie de textile Industrie du bois et papier Industries diverses
Agriculture et pêche	94	1.58	Agriculture et pêche
Services liés aux industries	05	0.08	Services et travaux pétroliers Eau et énergie Hydrocarbures
Total	5943	100	

Source : Bulletin d'information économique, wilaya de Jijel, Juillet 2008.

La répartition des PME révèle la dominance des services représentant 69,71% des activités, presque $\frac{3}{4}$ des activités. Le secteur tertiaire prédomine avec les activités de : transport, commerce, l'hotellerie, et restaurant. Le secteur secondaire rassemble les entreprises exerçant dans l'industrie agro-alimentaire et l'industrie des bois, liege, papier, batiment et travaux publics. La branche bâtiments et travaux publics occupe le deuxième rang avec 20,41% et l'industrie a la troisième position avec une part de 8,21%. La décomposition des données, dans le tableau N°33, classe en premier le secteur du transport et communication avec 50,04%, suivi par le secteur batiment et travaux publics avec 20,41%, et le secteur commerce et distribution avec 8,89%. Le tableau 32 donne cette décomposition.

Tableau 32
Les secteurs d'activités dominants

Secteurs d'activités	Nbre d'entreprises	%
Transport et communication	2974	50,04
Batiement et travaux publics	1213	20,41
Commerce et distribution	527	8,86
Services fournis aux ménages	243	4,08
Hotellerie et restauration	166	2,79
Industrie agroalimentaire	188	3,16
Services fournis aux entreprises	209	3,51
Autres secteurs	423	7,11
TOTAL	5943	100

Source : bulletin d'information économique, wilaya de jijel, juillet 2008.

La population des PME, dans ses principales composantes, se présente selon le tableau récapitulatif suivant :

Tableau 33
Population du secteur de la PME et l'artisanat

Nature des PME	Nbre des PME	%
PME privées	5943	56,09
PME publiques	08	0,08
Activités artisanales	4752	43,83

Source : bulletin d'information économique, wilaya de jijel, juillet 2008.

Le secteur privé constitue la composante majeure de la population des PME opérationnelles sur le terrain. Il représente un pourcentage de 56,09% du total des PME et emploie un effectif total de 13886 personnes.

Le secteur étatique occupe une place dérisoire dans tous les secteurs d'activités existants par rapport au secteur privé. En effet, il n'abrite qu'un effectif de 8 entreprises. Les secteurs d'activités d'exercice de ces PME ainsi leurs dénomination sont présentés dans le tableau 34.

Tableau 34
Situation des PME publiques

Secteurs d'activités	Nombre de PME	Effectifs
Industrie	4	769
Services	2	36
Agriculture	1	256
Mines et carrières	1	107
TOTAL	8	1168

- **Le secteur de l'artisanat :** Avec 4752 artisans en activité, la wilaya de Jijel est classée parmi les wilaya les plus artisanales en algérie. On y trouve une multitude de domaine d'activités, comme la couture, la confection, la vannerie, la céramique, la boiserie, la

sculpture sur bois et la ferronnerie. Parmi ceux-ci, il y a trois domaines d'excellence de la wilaya, à savoir :

- La sculpture en bois et la boiserie qui a acquis une renommée internationale grâce au savoir faire localement construit.
- La ferronnerie qui fut jusqu'à l'indépendance du pays « la principale occupation d'un grand nombre de citoyens »
- La confection féminine dont les produits ont acquis des marchés aussi bien à l'échelle nationale qu'au niveau des marchés extérieurs, et ce grâce à la créativité des confectionneuses.

On note les principales filières ci-dessous:

- L'artisanat de production de services, avec 2498 artisans, soit 52,56%
- L'artisanat traditionnel et d'art, avec 546, soit 11,48%
- L'artisanat de production de biens, avec 1708 artisans, soit 35,94%

La répartition géographique des artisans selon les principales filières se présente selon le tableau suivant :

Tableau 35
La répartition des inscrits de secteur d'artisanat pendant l'année 2008.

communes	Artisanat de Production de services	Artisanat traditionnel et D'art	Artisanat de production de biens
JIJEL	57	16	39
TEXENNA	40	8	28
TAHER	66	27	34
EL-MILIA	12	9	6
EL-AOUANA	9	16	3
EL-ANCER	7	5	2
CHEKFA	9	3	2
ZIAMA M.	11	1	3
S/ MAAROUF	9	3	3
DJIMLA	1	2	0
SATTARA	2	4	3
TOTAL	223	94	123

Source : Chambre de l'artisanat et des métiers (CAM) du Jijel , 2008

Après avoir donné une brève présentation de la population des PME, il est maintenant question de faire la répartition spatiale des PME. Le tableau 37 donne cette répartition par commune des PME dans la wilaya du Jijel.

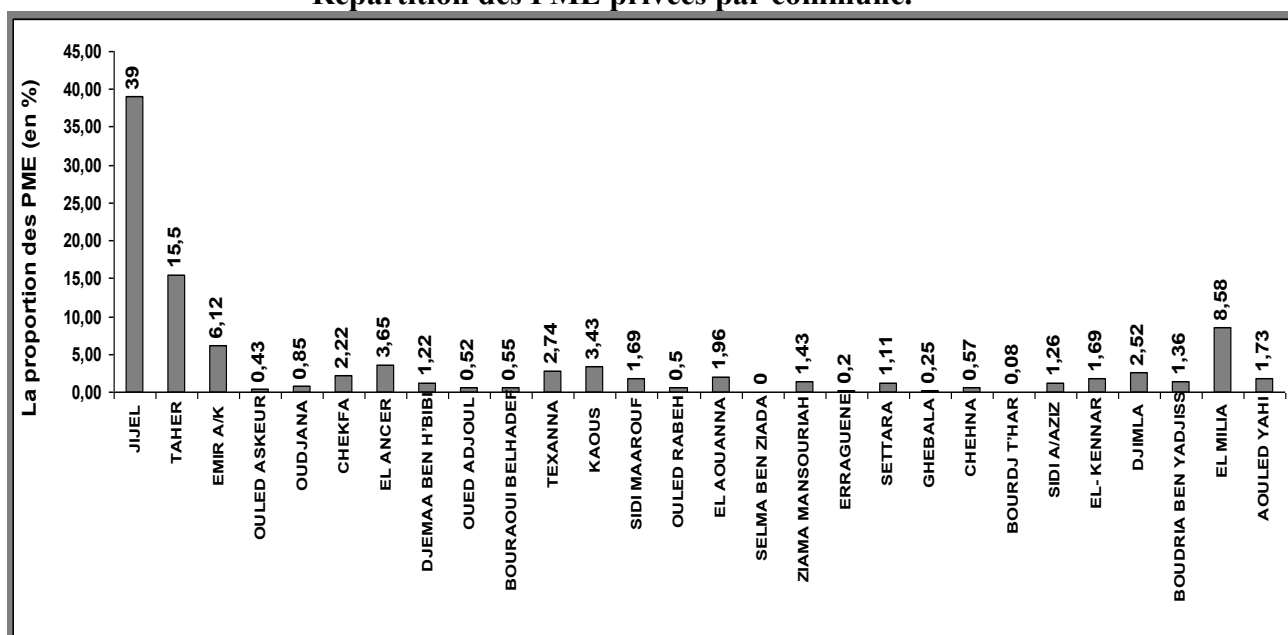
Tableau 36
Répartition des PME privées par commune au 30/06/2008.

	COMMUNES	Nombre du PME	Taux de proportion des PME (%)
1	JIJEL	2320	39,03
2	TAHER	906	15,24
3	EMIR A/K	364	6,12
4	OULED ASKEUR	26	0,43
5	OUDJANA	51	0,85
6	CHEKFA	132	2,22
7	EL ANCER	217	3,65
8	DJEMAA BEN H'BIBI	73	1,22
9	OUED ADJOUL	31	0,52
10	BOURAOUI BELHADEF	33	0,55
11	TEXANNA	163	2,74
12	KAOUS	204	3,43
13	SIDI MAAROUF	101	1,69
14	OULED RABEH	30	0,50
15	EL AOUANNA	117	1,96
16	SELMA BEN ZIADA	00	0
17	ZIAMA MANSOURIAH	85	1,43
18	ERRAGUENE	12	0,20
19	SETTARA	66	1,11
20	GHEBALA	15	0,25
21	CHEHNA	34	0,57
22	BOURDJ T'HAR	05	0,08
23	SIDI A/AZIZ	75	1,26
24	EL- KENNAR	101	1,69
25	DJIMLA	150	2,52
26	BOUDRIA BEN YADJISS	81	1,36
27	EL MILIA	510	8,58
28	OULED YAHIA	103	1,73
	TOTAL WILAYA JIJEL	5943	100

Source : Bulletin d'information économique de la Direction de petite et moyenne entreprise et de l'artisanat de la wilaya de Jijel

De la lecture de tableau 36, il y a lieu de remarquer que 62,85% de la population des PME est localisé dans trois communes seulement (Jijel, Taher, El milia) avec les pourcentages de 39,03%, 15,24%, 8,58% respectivement.

Figure 21
Répartition des PME privées par commune.



Source : Etablie à partir des données du tableau 38

1.2- Les liens entre secteurs d'activités et localisation.

Une analyse, en se plaçant au niveau des secteurs d'activités, est utile pour approcher les facteurs de la localisation et d'envisager d'autres. Alors, l'idée d'affiner l'analyse sur les facteurs de localisation par l'étude des concentrations géographiques des PME par secteur d'activités est très intéressante dans la mesure où les facteurs de localisation diffèrent d'un secteur d'activités à un autre. Dans ce point, nous mettrons l'accent sur la distribution spatiale des secteurs d'activités existant dans la région de Jijel. Il s'agit de dresser un état des lieux de la géographie des activités économiques. Cela fait nettement ressortir des communes plus agricoles et des communes dont les actifs sont davantage orientés vers le secteur tertiaire et les communes les plus industrielles. Le tableau 37 donne la répartition des PME par daïra et secteur d'activités.

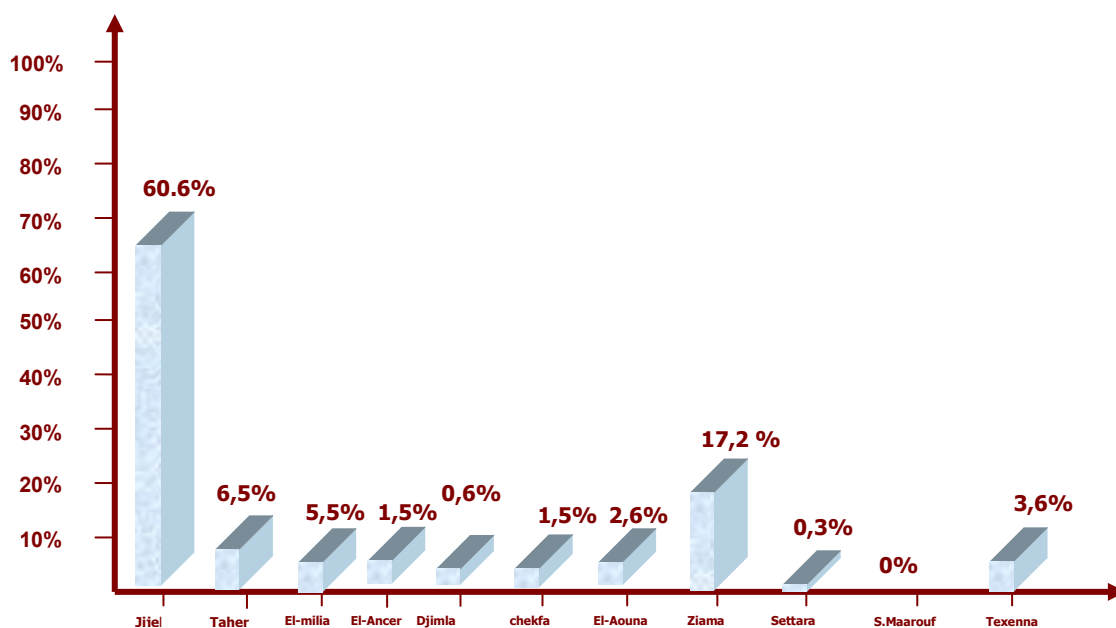
Tableau 37
Répartition des PME par Daira et par secteur d'activité

Secteurs d'activités	Jijel	Taher	El millia	El ancer	Djimla	Chekfa	Ziama	Settara	El aouanna	Sidi maarouf	Texenna	Totaux
Agriculture et pêche	197	50	23	16	4	12	3	2	4	7	7	325
Bâtiments et travaux publics	525	21	18	5	2	5	56	1	8	0	12	1320
Industrie agro-alimentaire	48	26	27	14	1	0	0	1	0	3	2	176
Commerce	235	312	179	24	65	39	17	13	26	20	100	565
Hôtellerie et restaurant	82	65	33	8	2	11	2	1	3	6	9	167
Services aux entreprises	143	120	95	20	6	36	3	3	9	9	29	268
Services aux ménages	121	51	26	8	1	10	7	1	12	3	6	261
Services aux collectivités	139	29	20	6	1	11	3	0	5	3	7	199
Industrie transformatrice	111	66	40	21	2	8	2	2	3	4	12	271
Total	1601	730	444	113	87	136	97	23	77	56	188	3552

Source : Etablie a partir du fichier de la CNAS. PME et PMI actifs de 19/01/2009

Après la décomposition de l'ensemble des PME existantes dans la wilaya de Jijel, deux dairas seulement rassemblent la majorité des PME existantes dans la region, soit 1601 PME pour la daira du Jijel et 730 PME pour la daira de Taher. Elles representent les deux principale agglomérations de la wilaya avec un tissu diversifié. Les deux figures ci-dessous illustrent parfaitement la répartition spatiale des PME dans la daira de Jijel et celle du Taher.

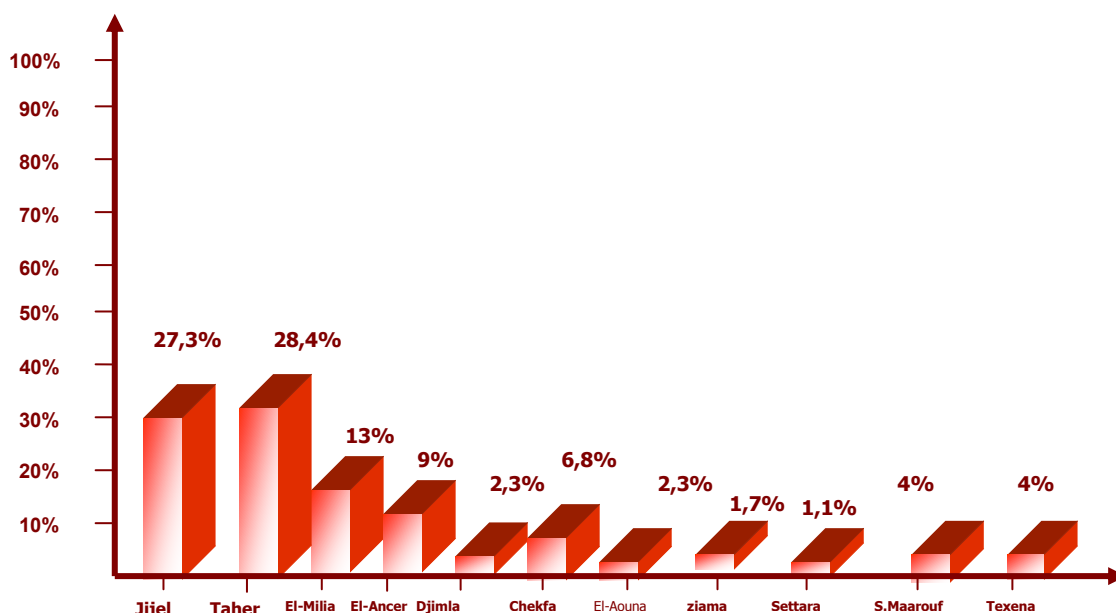
Figure 23
La concentration de PME activant dans le secteur de l'agriculture et Pêche.



Source : établie à partir des données du tableau 37

D'après la figure 23, on remarque que le tissu des PME du secteur de l'agriculture et de pêches est inégalement réparti entre les dairas de la wilaya. La commune de Jijel abrite plus de la moitié des PME du secteur de l'agriculture et de pêches, soit 60,5% de total. La deuxième daïra abritant un pourcentage élevé est celle de Ziama avec 17,2%. Pour le reste, les pourcentages varient entre (6,5 et 0,3%). Cette inégale distribution de cette catégorie de PME dépend directement de la géographie des ressources, de l'existence de facteurs bien spécifiques à la dynamique de ce secteur dans certaines communes tels que des surfaces agricoles utiles, l'eau, ports de pêches, main d'œuvre agricole,... etc.

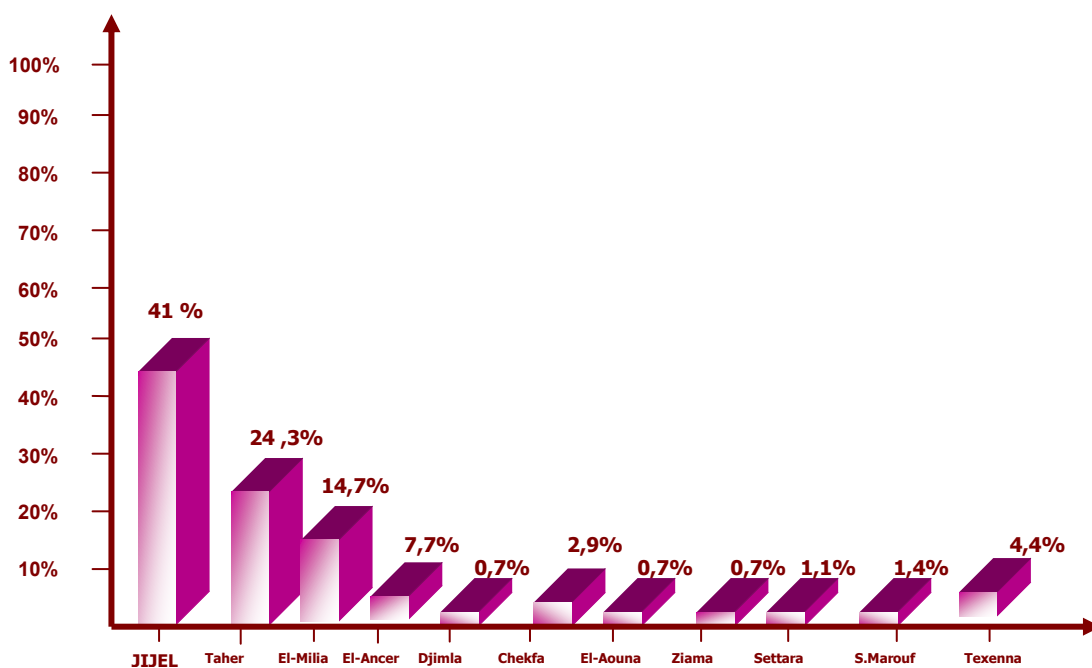
Figure 24
La concentration de PME activant dans le secteur de l'agro-alimentaire



Source : établie à partir des données du tableau 37

Les PME du secteur de l'agro-alimentaire sont majoritairement artisanales à Jijel. Il est représenté par un tissu de petites entreprises artisanales (boulangerie, pâtisserie, fabricant d'aliments de bétail). Il est concentré essentiellement dans deux dairas principales avec des pourcentages de 28,4% pour la daïra de Taher et 27,3% pour la daïra de Jijel. Pour le reste des communes, les pourcentages varient entre (13% et 1,1%). Il apparaît que l'importance de ce secteur dépend de la population ou bien de la demande.

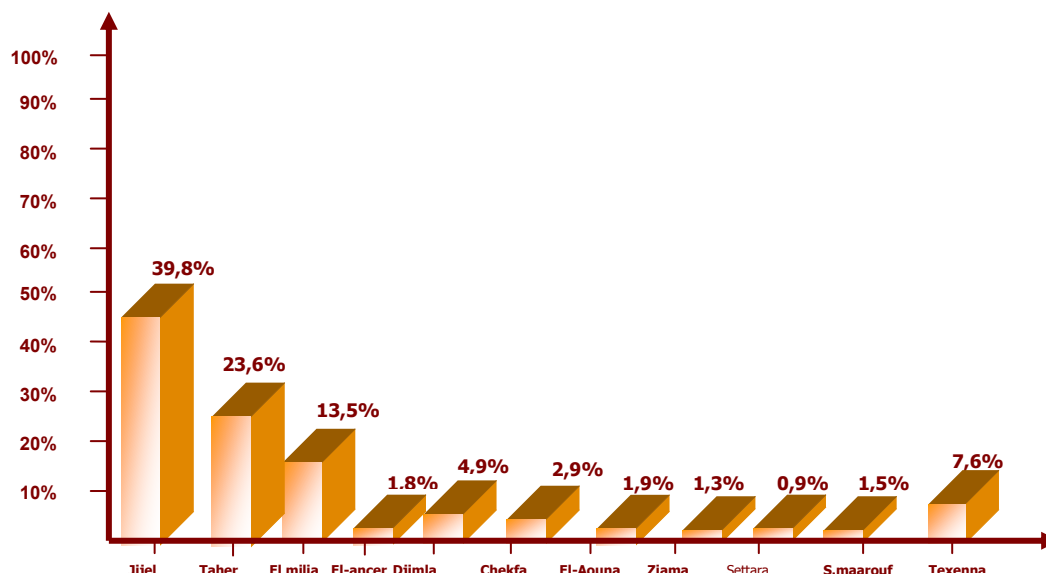
Figure 25
La concentration de PME de secteur de l'industrie de transformation



Source : établie à partir des données du tableau 37

Le secteur de l'industrie de transformation considéré dans notre exposé est constitué des industries de bois et papier, cuir, textile, caoutchouc plastique, ISMME. Géographiquement, il est concentré essentiellement dans deux dairas : Jijel et Taher avec des pourcentages de 41,5% et 27,2% respectivement. Plus précisément, le secteur se base sur la transformation des intrants agricoles et industriels. Alors, le secteur est lié en grand partie au secteur de l'agriculteur et industriel et s'adresse à la fois aux ménages et aux entreprises.

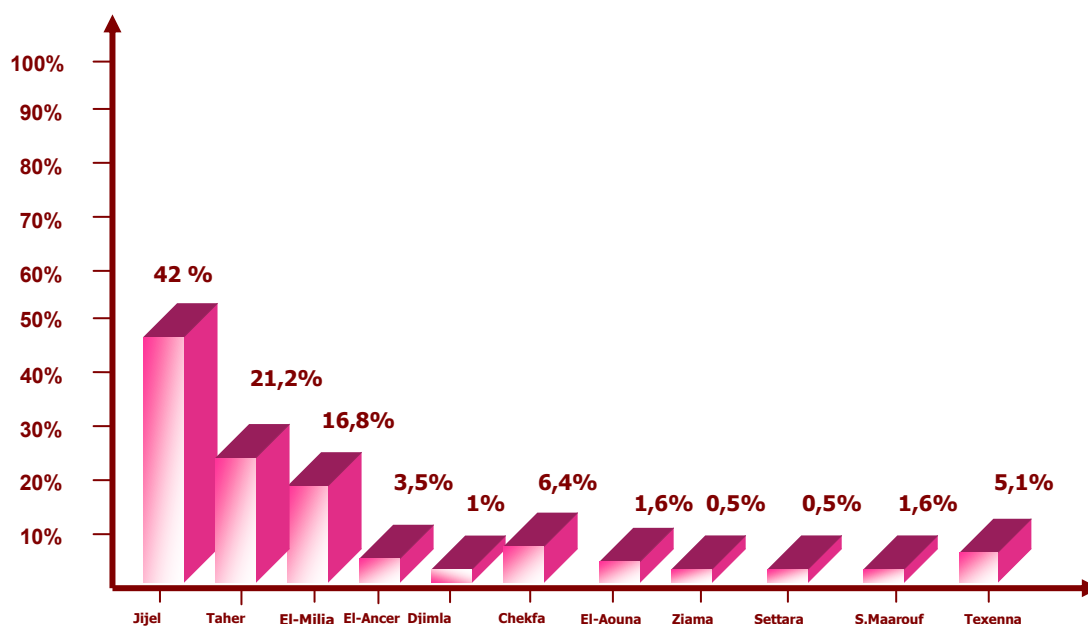
Figure 26
La concentration de PME activant dans le secteur de batimant et travaux public



Source : établie à partir des données du tableau 37

Le secteur économique du Bâtiment et des travaux publics, ou BTP, regroupe toutes les activités de conception et de construction des bâtiments publics et privés, industriels ou non, et des infrastructures telles que les routes ou les canalisations. Il est l'un des premiers secteurs d'activités économiques à Jijel. Le secteur de batiment et travaux public domine dans trois dairas seulement (Jijel, Taher, El-milia) avec des poucentages de 39,8%, 23,6%, 13,5% respectivement. Cela peut s'expliquer par l'existence sur les lieux de matieres premières telles que le marbre, grès quartzeux, gypse...etc. Le secteur est constitué essentiellement d'entreprises d'extractions et de préparations de sable et agrégat, de fabricant de parpaing, de briqueteries, d'entreprise de fabrication de céramique et de granito. Le secteur a besoin d'autres services pour pouvoir fonctionner et consomme des services sur leur lieu de localisation. Signalons par ailleurs que les entreprises du BTP ont une préférence aux centres urbains, car ils comptent un certain nombre d'entreprises telles que les promoteurs immobiliers et les administrations principales demandeurs des produits de ce secteur.

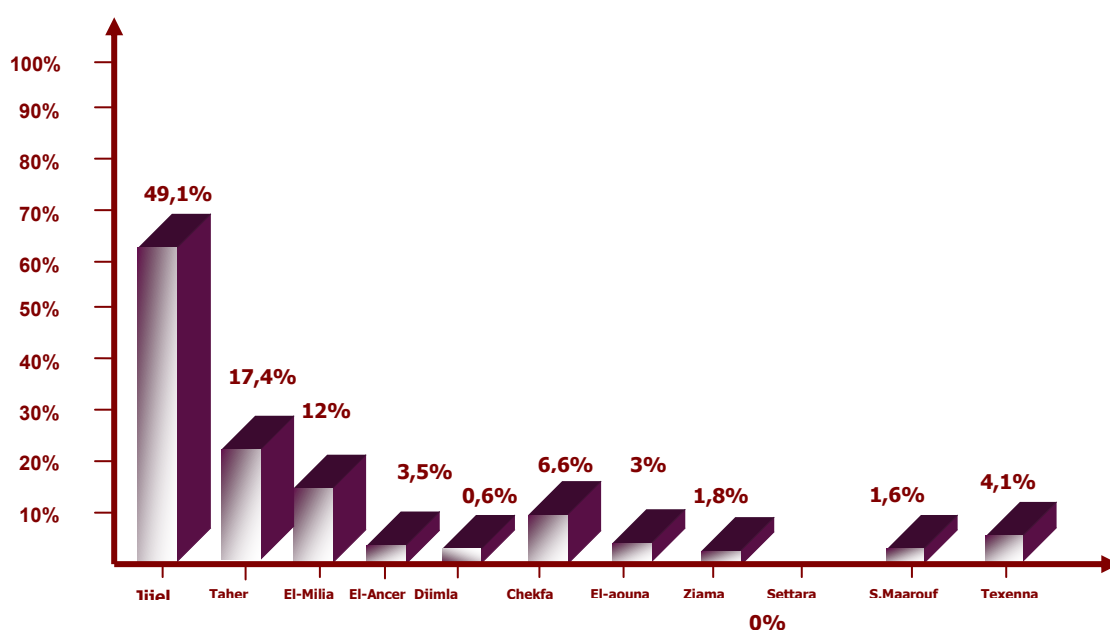
Figure 27
La concentration de PME activant dans le secteur de commerce



Source : établie à partir des données du tableau 37

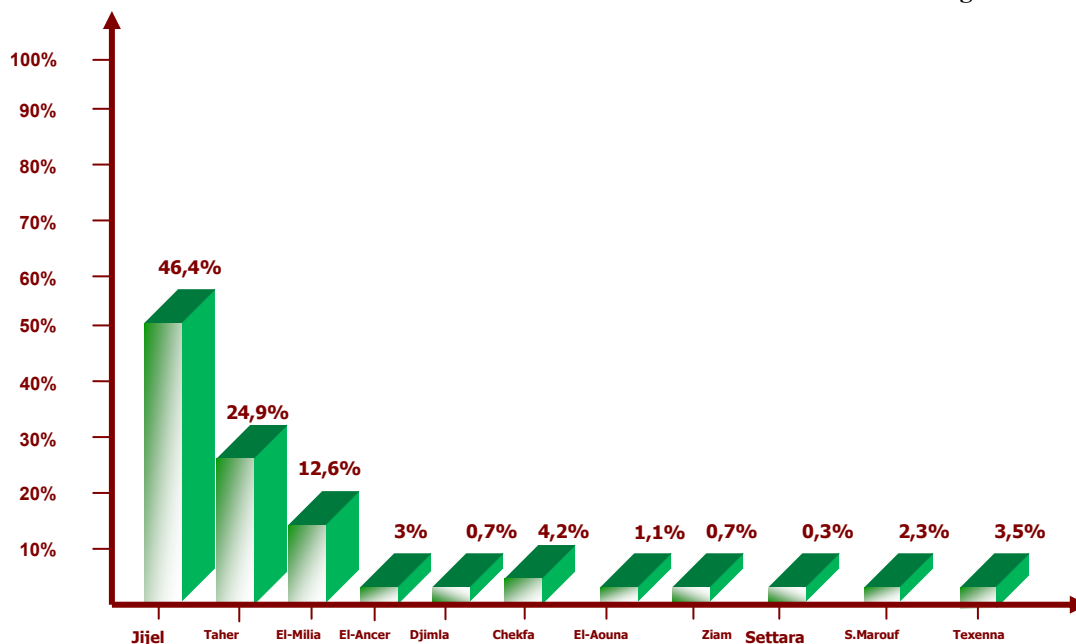
Le secteur de commerce regroupe une large gamme d'activités qui se caractérisent par la diversité de leurs formes (commerce de grand, de détail, centres commerciaux, etc.) Géographiquement, ces derniers sont très concentrés dans trois daïras (Jijel, Taher, El milia) avec des pourcentages de 42%, 21,2% et 16,8% respectivement. Ainsi, la localisation du secteur dépend éventuellement de la population ou bien de la demande.

Figure 28
La concentration de PME activant dans le secteur de l'hôtellerie et restauration



La wilaya du Jijel est une région à vocation touristique. Le secteur de l'hôtellerie et de la restauration constitue un outil privilégié dans la promotion des PME de l'hôtellerie, et de la restauration. L'examen de leurs répartitions nous révèle que la commune de JIJEL abrite la moitié des PME soit 49,1%. A Jijel, le secteur se compose essentiellement de cafés, restaurants, hôtels qui desservent à la fois les résidents et les personnes de passage régulier ou occasionnel et est dit lié au tourisme.

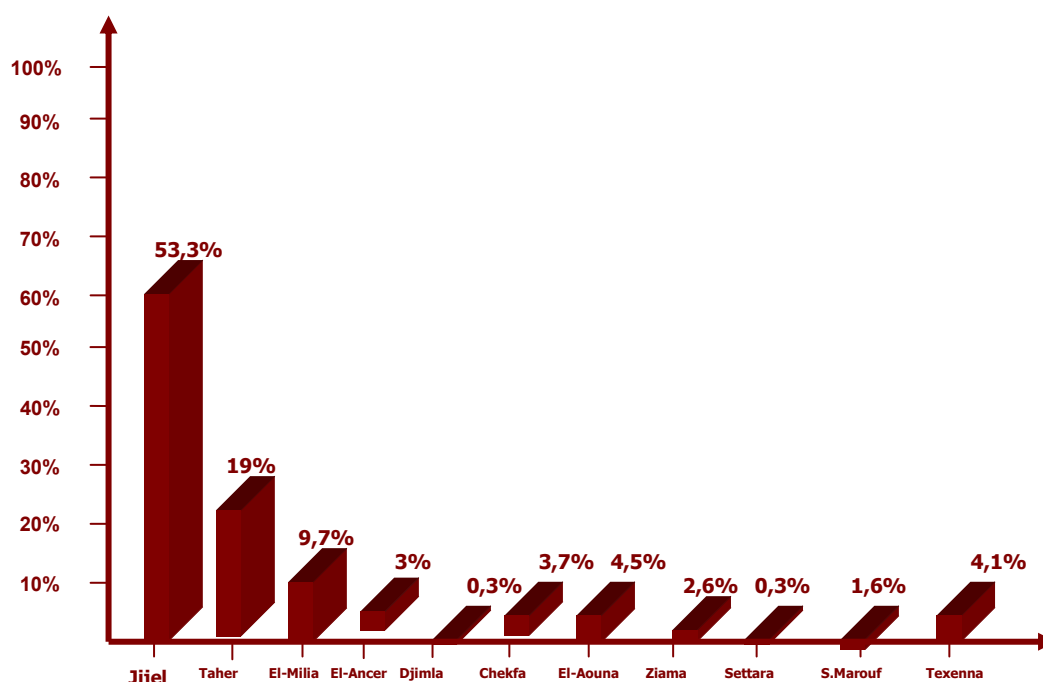
Figure 29
La concentration de PME activant dans le secteur de service fournis aux ménages



Source : établie à partir des données du tableau 37

Les services aux ménages sont des services de base qui ont vocation à être présents dans tout le territoire. Il s'agit essentiellement des services de soins. On remarque leur domination dans la commune de Jijel et Taher avec des pourcentages respectivement de 46,4% et 24,9%. Les services de base qui se développent sont essentiellement publics. Les services aux ménages doivent être accessibles et choisissent donc, comme les entreprises, de s'implanter dans des centres bénéficiant d'une certaine densité de population, la localisation des PME dépend de la demande. Du point de vue de la théorie de la localisation, les services résidentiels relèvent de configurations spatiales déterminées par la localisation des ménages, c'est-à-dire des consommateurs. La répartition des ménages détermine des potentiels de marché favorables à la concentration des services.

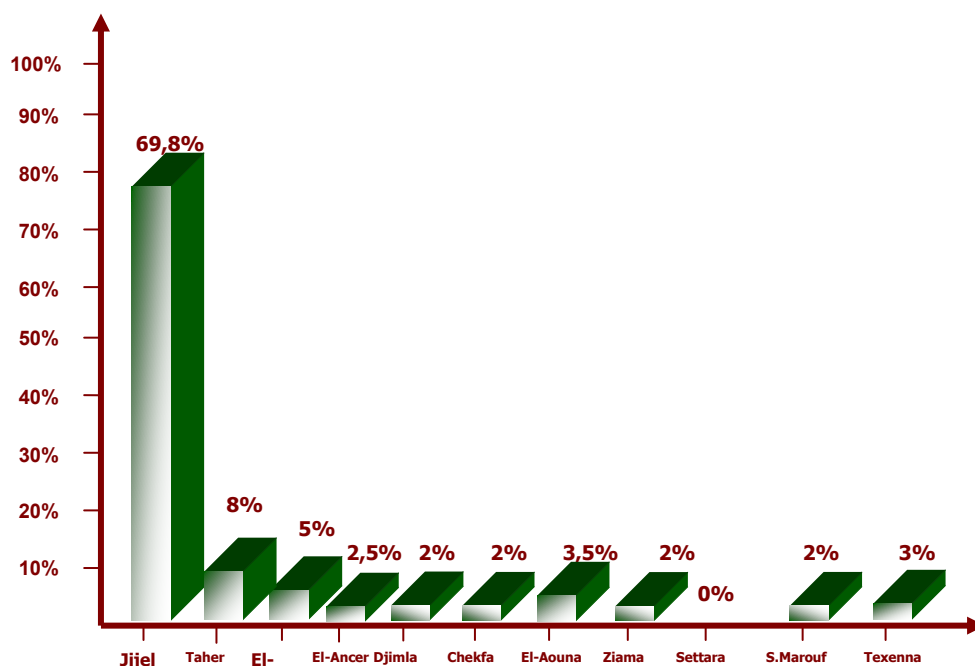
Figure 30
La concentration de PME activant de secteur de service fournis aux entreprises



Source : établie à partir des données du tableau 38

Les services aux entreprises comprennent 268 PME dont plus de la moitié est concentrée dans la commune de JIJEL tandis que le reste se répartit entre les autres communes. Il est constitué des service d'assurance, de photocopies et dactylographies, conseils, services juridiques, comptabilité, ingénierie, et nettoyage. Le secteur des services aux entreprises attire la localisation des entreprises et joue un rôle important dans la compétitivité et la productivité des entreprises. La localisation des services aux entreprises est quant à elle guidée en premier lieu par la proximité géographique avec des clients importants de l'entreprise qui permet de fréquents contacts en face-à-face entre ces clients et le personnel attaché au site. Les services aux entreprises peuvent être considérés comme des biens intermédiaires utilisés par les activités de production manufacturière. Leur localisation est liée à la localisation du secteur industriel par les relations amont.

Figure 31
La concentration de PME activant dans le secteur de service fournis aux collectivités



Source : établie à partir des données du tableau 37

La répartition spatiale des services fournis aux collectivités semble suivre la même tendance que celle des entreprises, tous secteurs confondus. On trouve toujours la commune de Jijel au premier rang avec 69,8% des entreprises du secteur, regroupant les services de santé et d'éducation. Alors, il s'agit de services de base qui ont vocation à être présents dans tout le territoire et il se classe comme des services offerts aux ménages.

En résumé de l'étude de la relation entre secteur d'activités et localisation, nous pouvons constater que les facteurs de localisation des PME peuvent être considéré : la demande de consommation de biens et services de la part des ménages et entreprises, la densité de la population, la proximité des ressources naturelles, l'offre de services aux entreprises et ménages, le tourisme. Ainsi, la répartition spatiale des secteurs d'activités nous conduit à distinguer deux sphères d'activités :

- **La sphère "productive"** est composée de l'industrie, des services aux entreprises, l'agriculture, commerce de gros et plus généralement des établissements dont l'activité économique est orientée vers les marchés extérieurs au territoire local ; celles qui contribuent à la production de biens et services destinés à un marché plus vaste que le seul marché local.

- **La sphère de “l'économie résidentielle”** : contient principalement les services aux particuliers, la construction, la santé, le commerce de détail, le transport de voyageurs. Pour ces activités de proximité, l'emploi suit la population; sont essentiellement destinées à satisfaire les besoins des populations locales.

Section 2 : La géographie économique des PME à Jijel.

Dans l'objectif de ressortir d'autres facteurs de la répartition des PME sur le territoire de la wilaya, nous avons opéré un rapprochement, entre cette dernière et les facteurs caractérisant les sites d'implantations, présentés dans le chapitre 4 (aspect physique du territoire, la population et la formation, les infrastructures de base et tissu industriel) afin de vérifier s'il y a corrélation entre la distribution des PME de tous les secteurs confondus et les caractéristiques des communes de localisation.

2.1- Aspect physique du territoire et répartition des PME :

Les entreprises sont en général à la recherche des espaces plats. La wilaya de Jijel se trouve désavantagée par son relief montagneux. Les zones plaines ne représentent que 12% de la superficie totale. D'après la carte des zones homogènes de la wilaya de Jijel, on constate qu'il y a quatre communes qui sont entièrement des plaines : Jijel, Taher, EmirA/k, Kaous. Quatre autres communes ne le sont que partiellement ; Settara, Oued Adjoul, El Ancer, Oudjana, Chekfa, Ghebala, El Milia. Les dix sept communes restantes sont entièrement montagneuses.

En faisant la jonction entre ces communes et la répartition spatiale des PME dans la wilaya de Jijel, nous constatons les points suivants:

- Les zones de plaine concentrent l'essentiel des PME, soit 63,82% de totale des PME. Quatre communes uniquement (Jijel, Taher, Emir A/K, Kaous) concentrent la forte proportion des PME avec respectivement les pourcentages suivants (39.03%, 15.24%, 6.12%, 3.43%). Les autres communes de la plaine, en faisant partie partiellement, concentrent des proportions allant de 0.52% (Oued Adjoul) à 8.58% (El-milia). Au total, 81% des PME sont réparties dans les zones des plaines.
- Les zones de montagne regroupent dix-sept communes et la proportion de l'ensemble des PME n'est que de 19 %. Il y a lieu de souligner que la proportion des PME est souvent inférieure à 1%, et elle est nulle sur une seule commune.

D'après l'analyse de la corrélation existante entre le relief de la région et la répartition des PME au sein de ce territoire, nous pouvons confirmer que le relief constitue un facteur clé de localisation des PME.

2.2- La comparaison entre la répartition des PME et celle de la population :

Pour l'analyse de la corrélation existante entre la répartition de la population et celle des PME, il y a lieu de mettre l'accent sur deux aspects: la densité et l'agglomération de la population. Nous allons vérifier s'il y a une corrélation entre la distribution des PME et la densité de la population, d'une part, et son agglomération, d'autre part. Le tableau 38 regroupe comparativement les calculs sur le taux d'agglomération de la population et taux de proportion des PME pour chaque commune.

Tableau 38
La densité de la population et proportion des PME.

COMMUNES	Densité de la population (hab. /km ²)	Taux d'agglomération de la population	Taux de proportion des PME (%)
1	JIJEL	2134	97,71
2	TAHER	1191	43,17
3	EMIR A/K	725	27,22
4	OULED ASKEUR	158	38,53
5	OUDJANA	185	46,42
6	CHEKFA	554	46,23
7	EL ANCER	224	73,71
8	DJEMAA BEN H'BIBI	306	52,72
9	OUED ADJOUL	97	4,93
10	BOURAOUI BELHADEF	195	77,03
11	TEXANNA	137	39,46
12	KAOUS	476	87,46
13	SIDI MAAROUF	358	21,64
14	OULED RABEH	154	22,36
15	EL AOUANNA	104	58,40
16	SELMA BEN ZIADA	13	26,91
17	ZIAMA MANSOURIAH	134	64,88
18	ERRAGUENE	33	70,49
19	SETTARA	276	58,55
20	GHEBALA	42	26,57
21	CHEHNA	126	47,87
22	BOURDJ T'HAR	85	13,92
23	SIDI A/AZIZ	208	57,90
24	EL- KENNAR	286	26,55
25	DJIMLA	275	32,60
26	BOUDRIA BEN YADJISS	149	19,70
27	EL MILIA	391	31,76
28	OULED YAHIA	151	29,47
	TOTAL WILAYA JIJEL	275	60%

Source : établie à partir des données du Bulletin d'information économique du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'Artisanat. wilaya de jijel, juillet 2008

2.2.1- La densité de la population :

Dans le tableau 39, nous avons fait un rapprochement entre la densité de la population (Hab./Km²) et la proportion des PME (en %) par commune. Il en ressort, globalement, qu'une forte densité de la population correspond à une importante concentration des PME. C'est notamment le cas pour la commune de Jijel et Taher où l'on observe la plus forte densité de population soit 2134 Hab. / km² et 1191 Hab. / km² respectivement. Cependant, cela ne se vérifie pas pour l'ensemble des communes. Un contraste apparaît pour les communes suivantes: Emir A/K, Chekfa, Kaous, El-Milia où l'on observe de nettes divergences entre les couples « densité de la population ; proportion de PME ». Ainsi, pour ces communes, les résultats sont respectivement de : (725 hab. / km² ; 6.12%), (554 hab. / km²; 2.22%), (476 hab. /km² ; 3.43%), (391 hab. /km², 8.58%). Alors, la densité de la population n'explique pas la répartition des PME sur l'ensemble du territoire de la wilaya. Cela peut être expliqué principalement par l'effet de la superficie. En effet, les communes qui enregistrent une forte densité de la population possèdent une superficie réduite, telles que Jijel, Taher (avec les superficies respectives de 62,38 km², 64,88 km²), tandis que d'autres ont des superficies plutôt vastes, telles que les communes El-Milia, Erraguene, Ouled yahia (aux superficies respectives de 206,28 km², 143,7 km², 134.37 km²) qui n'enregistrent que de faibles proportions de PME (respectivement 8,58%, 0.2 %, 1.37%). La densité n'est pas un critère significatif, il nous semble raisonnable de nous pencher sur un autre : le taux d'agglomération de la population.

2.2.2- Le taux d'agglomération de la population :

Dans ce point, on s'intéressera uniquement aux agglomérations chef lieu des communes, dans la mesure où elle accueille l'essentiel des activités économiques. Concernant le taux d'agglomération de la population, il est donné par le rapport entre la population du chef-lieu et la population totale de la commune. La comparaison entre le taux de concentration des PME et le taux d'agglomération de la population indique que les plus fortes concentrations de PME correspondent aux taux d'agglomération de la population.

Au terme de cette comparaison entre la répartition des PME et la concentration de la population (densité et agglomération), nous avons pu constater qu'une forte densité ne correspond pas forcément à une forte concentration de PME. Il semble, toutefois, que la répartition des PME accompagne celle de la population.

2.3- La formation et la répartition des PME :

Il s'agit d'apprécier l'importance de la localisation des établissements de la formation professionnelle dans la concentration de PME. L'ensemble des établissements publics et privés (25 établissements) est réparti, essentiellement, entre les communes chefs-lieux de daïra.

Tableau 39

Répartition des établissements de formation professionnelle sur le territoire de la wilaya

communes	Nombre d'établissements		Capacités d'accueil
	publics	privés	
JIJEL	4	5	1550
EI-MILIA	2	0	675
TAHER	1	3	460
ZIAMA MANSOURIAH	1	0	250
EL ANCER	1	0	250
SIDI A/AZIZ	1	0	200
EL AOUANNA	1	0	200
CHEKFA	1	0	200
SIDI MAAROUF	1	0	200
GHEBALA	1	0	100
DJIMLA	1	0	100
KAOUS	1	0	100
OULED ASKEUR	1	0	100
TOTAL	17	8	4385

Source : Annuaire statistiques de la wilaya de Jijel, DPAT

Le tableau 39 indique que 13 communes seulement de l'ensemble des 28 communes de la wilaya sont dotées d'établissements publics de formation professionnelle. On note que les communes de Jijel et El Milia sont dotées respectivement de 4 et 2 établissements publics. A coté de cela, la commune de Jijel possède presque la totalité des établissements privés de la wilaya, soit 5/8. Les trois établissements restants sont localisés dans la commune de Taher.

2.4- Les infrastructures de base et répartition des PME :

Les infrastructures de base figurent parmi les déterminants de localisation des entreprises quelle que soit sa taille ou la nature de son activité. De part l'accessibilité qu'elle confère, elles structurent la distribution des entreprises autour des localités les plus desservies. On note que, dans la wilaya de Jijel, les communes où l'on enregistre de fortes proportions de PME sont celles qui contiennent des bifurcations de routes nationales (Jijel, Taher, kaous, Emir A/K, El-Milia). Ces bifurcations permettent aux communes, donc aux zones d'activités qui s'y trouvent, l'accessibilité sur les wilayas limitrophes. Par exemple, on a l'accessibilité à la wilaya de Bejaia à partir de la route nationale 43 et la wilaya de Sétif et Mila à partir de la route nationale 77.

2.5- Tissu industriel et répartition des PME :

L'analyse des adresses de PME, à partir du fichier CNAS, nous a montré que la localisation de l'activité économique s'est faite dans les communes dotées de zones d'activités et industrielles (Jijel, Taher, Emir A/k, El Milia). De part l'environnement favorable qu'elles offrent (infrastructures routières, réseaux d'adduction en eau potable et d'assainissement, électrification...), les zones aménagées accueillent une part importante des PME privées de la wilaya. Il y a environ 78,12 % qui sont implantées dans des zones aménagées (tableau 40).

Tableau 40
Le tissu industriel et répartition des PME

	Nombre de PME	Part (en %)
Dans des zones aménagées	2775	78,12%
En dehors des zones aménagées	777	21,87%
Total	3552	100%

Source : Etablie à partir de fichier CNAS du 19/01/2009

Conclusion

Tout au long de ce chapitre nous avons pu faire ressortir quelques facteurs influençant la répartition des PME dans la wilaya de Jijel. Dans le rapprochement que nous avons fait entre la concentration des PME par secteurs d'activités et leurs localisations spatiales, nous avons montré que la répartition des PME suit la même tendance pour l'ensemble des secteurs d'activités et la commune de Jijel abrite presque l'ensemble des secteurs d'activités existant au niveau la wilaya. L'économie de Jijel repose exclusivement sur l'exploitation et la transformation des ressources naturelles dont le bois, les terres agricoles. Nous avons des unités de PME/PMI orientées vers l'agro-alimentaire, textiles, verre, céramique sanitaires, kaolin, briques rouge, liège. Les PME recherchent un environnement de qualité, assuré par un ensemble de biens publics locaux qui s'adressent aussi bien aux ménages qu'aux entreprises. Il ressort de l'analyse de la relation entre secteur d'activité et localisation de PME un ensemble de facteurs de localisation bien déterminés qui sont la demande de consommation de bien et service de la part des ménages et entreprises, la densité de la population, la proximité des ressource naturelles, l'offre de services aux entreprises et ménages, et le tourisme. Ces derniers constituent des éventuels facteurs de localisation des PME et ouvrent un nouveau champ d'action pour le développement économique local.

Dans le rapprochement effectué entre la concentration des PME et les caractéristiques du territoire de la wilaya d'étude, nous avons abouti à quelques faits caractérisant sa concentration, à savoir : dans les zones de plaines, notamment la plaine Jijel-Taïher, dans les communes les plus peuplées (les agglomérations principales), à proximité des infrastructures de transport (port, aéroport, routes nationales)...etc.

Afin de vérifier l'importance de quelques éléments analysés dans le précédent chapitre, et examiner d'autres facteurs avancés dans la littérature économique, une enquête de terrain est primordiale, et fera l'objet du prochain chapitre.

Chapitre 6

Enquête sur les facteurs de localisation des PME

N'ayant pas d'autres sources d'informations pour enrichir et consolider notre travail théorique, nous avons donc opté pour la collecte de données empiriques au moyen d'une enquête par questionnaire. Cette dernière fera l'objet de notre dernier chapitre qui présentera le choix méthodologique qui va guider la collecte et le traitement des données empiriques et visera aussi à mettre en évidence, à partir de l'exploitation des données d'enquête, de groupes de décision de localisation relativement homogènes du point de vue des motivations qui ont guidé les entrepreneurs dans leurs choix spatiaux de localisation. Aussi, il expose les résultats obtenus auprès des entrepreneurs interrogés. Le choix de l'enquête a été effectué en relation avec la question de recherche posée dans l'introduction et dans une perspective de cohérence de la démarche de recherche et vise aussi à vérifier l'importance des éléments analysés dans le précédent chapitre, et examiner d'autres facteurs avancés dans la littérature économique.

Le questionnaire s'inscrit dans le prolongement de la perspective théorique adoptée et s'articule aussi autour de l'identification des motivations explicites des choix de localisation étudiés. Il permettra également la collecte de données d'autres facteurs non abordés par la littérature. La présentation de ce chapitre suit la logique schématique de notre questionnaire d'enquête (voir annexe 2). Nous introduisons, tout d'abord, la méthodologie de recherche qui comportera le choix du type de recherche et la population étudiée et les données portant sur l'échantillon de l'enquête. Nous abordons ensuite le contenu et la forme du questionnaire puis les différents éléments de réalisation de l'enquête (procédure d'échantillonnage, déroulement de l'enquête ainsi que les techniques statistiques mobilisées pour analyser les données recueillies). Enfin, nous exposons les résultats des données portant sur les facteurs déterminant la localisation des PME et les limites de la démarche de recherche adoptée.

Section 1 : Méthodologie de recherche

L'enquête par questionnaire est un outil fréquemment utilisé dans le cadre des recherches empiriques sur les facteurs déterminant les choix de localisation d'entreprises. Dans cette section, nous présenterons la méthodologie que nous avons adoptée dans notre enquête et expliquerons le contenu. Le premier élément est réservé pour évoquer le choix de type de recherche. Dans le deuxième élément, nous allons présenter la population concernée par notre enquête. L'échantillon représentant cette population sera traité dans le troisième point. Le mode d'administration de l'enquête et le questionnaire que nous avons utilisés pour

déterminer les facteurs de localisation des PME seront traités respectivement dans le quatrième et le cinquième point.

1.1- Le choix de type de recherche

Nous avons opté pour l'enquête comme méthode de collecte de données, laquelle est abondamment utilisée en sciences humaines et sociales. Par son étymologie, elle est fondamentalement une « enquête d'informations orales » au cours de laquelle s'établit une communication directe, entre le chercheur et le répondant et pour lequel un questionnaire écrit est généralement suggéré. Cette méthode est pratique puisqu'elle permet d'obtenir des informations qui facilitent l'identification et l'opérationnalisation du problème. Le choix d'une méthode dépend donc amplement des conditions et de l'objectif poursuivi durant la recherche. Pour notre cas, la méthode choisie est représentée par le questionnaire (support papier), lequel est en mesure de nous permettre de couvrir le nombre le plus élevé possible de PME et surtout de permettre aux répondants de le compléter le moment désiré.

1.2- L'échantillon du terrain

Dans cette enquête du terrain, nous cherchons à vérifier notre première hypothèse. Cette première s'énonce comme suit : les facteurs de localisation sont de nature diverse ; cette diversité se réfère aux facteurs exogènes et endogènes du territoire de localisation. Pour garantir la significativité statistique des résultats, il était essentiel que le terrain d'étude soit de taille suffisante et de prendre l'ensemble des PME de la wilaya. Cependant, notre échantillon d'étude a été déterminé sous des contraintes, hors de notre portée, à savoir le manque de temps et de moyens (moyens de transport et financiers). La délimitation des terrains étudiés et la définition du mode d'accès à ces terrains doivent ainsi être compatibles avec les moyens (temps, ressources financières) disponibles dans le cadre d'un mémoire du magistère. Elles doivent également prendre en compte l'existence de certains obstacles prévisibles (difficultés administratives, disponibilités des données recherchées, problèmes de confidentialité...). En définitive, les contraintes précitées ainsi que les aspects pris en compte nous ont conduits à limiter la taille de l'échantillon à l'ensemble des PME situées dans et à proximité des zones les plus agglomérées (zone d'activités El hadada, zone d'activités Emir abdelkader, zone extra portuaire, zone urbaine).

1.3- Présentation du contenu du questionnaire.

Nous avons élaboré un questionnaire comportant 57 questions, regroupées en six parties distinctes, chacune d'entre elles correspondant à un thème spécifique. Les parties portant sur les facteurs d'attractivités liées au choix de zones industrielles et d'activités, facteurs liés à l'infrastructure, facteurs institutionnels, facteurs liés au tissu local, facteurs liés à la main d'œuvre et enfin, les difficultés liées à l'investissement. Les questions composant le questionnaire appellent des réponses simples et découlent d'une volonté d'introduire une certaine progressivité dans le questionnaire. Le contenu de chacune des parties composant le questionnaire est présenté dans leur ordre d'apparition dans le document adressé aux PME. Il se présente comme suit :

- ⇒ L'introduction du questionnaire contient la lettre de présentation du questionnaire qui a pour objectif d'assurer le meilleur taux de retour possible. Il s'agit en particulier de lever les éventuelles réticences que l'enquête pourrait susciter chez les destinataires du questionnaire, aucune question ne figure sur la page de garde du questionnaire. Celle-ci est réservée à des précisions concernant l'objet de l'enquête.
- ⇒ L'identification des caractéristiques de l'entreprise regroupe douze questions visant à recueillir des renseignements généraux sur les entreprises enquêtées: dénomination, raison sociale, adresse, code postal, ville, wilaya, téléphone, fax, E-mail, forme juridique, capital social en milliers de dinars, secteur d'activité.
- ⇒ Les facteurs liés au choix de zones industrielles et d'activités visant à accueillir les raisons ou bien les facteurs de choix de la wilaya d'investissement, et les recommandations pour l'amélioration de climat d'investissement dans la wilaya en question.
- ⇒ Les facteurs liés à l'infrastructure. Il s'agit des facteurs suivant (état des infrastructures routiers locales, état des réseaux de transports, état de réseaux de communication, état des réseaux d'électricité, gaz et eau).
- ⇒ Les facteurs institutionnels regroupent l'ensemble des avantages dont peut bénéficier une entreprise (terrains bâtis disponibles, avantages financiers, qualité du contact avec les collectivités locales, aides à l'implantation accordées par les pouvoirs publics, niveau des impôts locaux, etc.). Ce sont alors, les différents avantages offerts par les politiques publiques d'attraction des entreprises dans certaines aires géographiques.
- ⇒ Les facteurs liés au tissu local abordent particulièrement l'environnement économique de l'entreprise. Les informations sur les fournisseurs et les clients visent à mieux appréhender l'importance de la proximité à ceux-ci. Ces renseignements sont certes

imprécis, en termes de distance aux fournisseurs et aux clients. Néanmoins, ils donnent une idée sur le rôle qu'ils peuvent jouer dans le choix de la localisation de l'entreprise. D'autres questions traitent des relations de l'entreprise avec son environnement, à savoir : ses relations avec les entreprises environnantes (concurrence ou coopération), l'état de ses relations avec les collectivités locales, et de l'existence ou non de rapports avec le milieu universitaire.

- ⇒ Les facteurs liés à la main d'œuvre précisent les différents niveaux d'importance de la main d'œuvre (main d'œuvre qualifiée, savoir faire local, main d'œuvre bon marché, compétences de la main d'œuvre...etc.), il s'agit de savoir le rôle joué par ces derniers dans le choix de localisation.
- ⇒ Les difficultés liées à l'investissement sont divisées en contraintes externe et internes à l'investissement, qui ont pour objectif d'évaluer le climat d'investissement dans la wilaya

Il faut souligner que le questionnaire contient deux grandes catégories de questions : des questions avec échelle de notation, des questions semi-ouvertes précodées. La forme des questions posées a été guidée par la double volonté de faciliter la tâche des répondants et de simplifier le codage des réponses et leur analyse statistique. Les questions avec échelle de notation ont pour objet de traduire la perception que les répondants ont sur les facteurs de choix spatiaux de localisation. Le recours à ce format de questions a donc été privilégié, dans la mesure du possible, afin de compenser la longueur du questionnaire. Il était clairement spécifié dans le questionnaire que le répondant devait alors noter chacun des items listés individuellement, un item « autre » à formulation libre étant généralement proposé à la fin de la liste afin que le répondant puisse la compléter si nécessaire.

Des questions semi-ouvertes précodées prennent la forme de questions ouvertes accompagnées d'un nombre limité de réponses possibles associées à des cases à cocher parmi lesquelles le répondant devait choisir en cochant la ou, pour certaines questions, les cases correspondant à celle de son entreprise. Dans nombre de cas, il existait un risque que la liste de réponses possibles proposée aux répondants soit incomplète. Une catégorie « autre » est alors été ajoutée en fin de liste afin que les répondants puissent écrire en clair les réponses non prévues initialement. Ce format de questions constitue un moyen terme entre questions fermées et questions ouvertes. C'est en ce sens que l'on peut parler de questions semi-ouvertes. Par rapport aux questions ouvertes, elles présentent l'avantage, lorsque les listes de

réponses possibles sont bien conçues, de simplifier considérablement le codage des données recueillies.

1.4- Le déroulement de l'enquête :

L'enquête sur le terrain a duré plus de six mois. Nous avons pu distribuer 60 questionnaires auprès des PME situées dans les zones les plus agglomérées en termes d'activités économiques. La remise des questionnaires a été effectuée par nos soins pour la plupart des PME, du moins pour celles qui ont accepté de nous recevoir. Nous avons préféré être présents lors des réponses aux questionnaires afin d'éclaircir certaines questions, notamment certains facteurs de localisation, qui peuvent sembler ambiguës pour le répondant. Cependant, en raison d'absence ou de non disponibilité du responsable, nous avons été amenés à remettre le questionnaire pour le récupérer lors d'une autre visite. Cependant, le taux de non-réponse est très élevé pour les questionnaires laissés au niveau des directions des PME. Cela s'explique en grande partie par l'absence de relation directe entre enquêteur et enquêté, peu propice à la motivation de ce dernier. La prise de contacts téléphoniques directs avec les entreprises nous a ainsi permis de remplir plusieurs questionnaires et d'améliorer le taux et la qualité de ses résultats statistiques obtenus et de savoir aussi ce qu'il était advenu du questionnaire. Soit le destinataire du questionnaire l'avait effectivement reçu mais n'avait pas jugé bon que son entreprise y réponde. Les raisons de cette non-réponse sont généralement le manque de temps qui a été mis en avant par nos interlocuteurs. Dans ces cas, nous n'avons pas insisté, les entreprises étant déjà assaillies de multiples questionnaires d'enquête de provenances diverses. A la fin de l'enquête, sur les 60 questionnaires distribués, nous n'avons pu récupérer que 30 exploitables.

1.5- Présentation de l'échantillon de l'enquête

Le phénomène de localisation des PME est aussi bien perceptible dans la commune de Jijel et Taher qui possède une infrastructure économique (réseau routier, port, aéroport chemin de fer ...) d'une zone industrielle et d'activités. L'enquête a porté sur un échantillon de 60 PME, choisies selon leur lieu de localisation. Ainsi, un total de 30 PME a été récupéré de différentes zones ciblées. Il s'agit de 22 PME privées et 8 PME publiques. Bien que nous n'ayons pas atteint l'objectif fixé, c'est-à-dire un échantillon de 60 PME, les informations tirées de notre enquête peuvent nous permettre de tirer quelques conclusions par rapport aux facteurs qui ont le plus incité le choix des entrepreneurs pour la localisation de leurs entreprises.

Les 30 PME sont réparties dans les trois zones les plus agglomérées en termes d'activités économiques à savoir : le chef lieu de la wilaya (zone d'activité El Haddada), zone portuaire et la zone urbaine; à Taher (zone d'activités Emir A/k).

Comme dicté, les PME de l'échantillon sont localisées dans les zones les plus agglomérées en termes d'activités économiques de la wilaya de Jijel et sont réparties comme suit :

A. Au niveau du chef lieu de la wilaya : Nous avons un total de onze PME dont huit entreprises du secteur privé et les quatre autres relèvent du secteur public.

B. Au niveau des zones d'activités et industrielle : Un total de sept PME ont fait objet de participation à l'enquête. Parmi, nous avons deux du secteur public et cinq autres du secteur privé.

C. Au niveau de la zone extra-portuaire : Deux PME de statut juridique distinct.

D. A proximité des zones d'activités et industrielles : Un total de dix PME de statut privés.

Section 2 : L'analyse des facteurs de localisation des PME enquêtés

Dans cette section, il est important de mettre l'accent sur les parties qui feront l'objet d'analyse. Ainsi, le choix des parties ne s'est pas fait d'une manière aléatoire mais relève de l'objectif poursuivi. Il s'agit bien des facteurs liés à l'infrastructure (question 25), au tissu local (de la question 30 jusqu'à la question 43) et facteurs liés à la main d'œuvre (question 44). Ces derniers nous permettent de classer les facteurs qui ont poussé à l'agglomération des PME et ainsi de comprendre la réalité de fonctionnement et les réactions des PME agglomérés, c'est-à-dire de déceler s'il y a des réseaux interentreprises mais aussi de celui du territoire de localisation, c'est-à-dire des relations avec les organismes locaux, l'université, relation de coopération, relation de sous-traitance. Il s'agit aussi de mettre l'accent sur le rôle du local dans les relations fonctionnelles des PME et l'importance de la localisation des partenaires du tertiaires supérieurs (expert comptable, conseiller juridiques et financiers, bureaux de consulting...).

2.1- Le traitement du questionnaire :

Nous avons eu recours au logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Science) pour analyser et visualiser les résultats du questionnaire. Il est l'un des logiciels de gestion et d'analyse de données statistiques de portée générale. Il est relativement facile à utiliser, vu que

de nombreuses analyses statistiques peuvent être effectuées sans ligne de programmation. SPSS offre toutes les techniques de statistiques descriptives nécessaires à la valorisation des données: classification et description de populations, regroupement d'individus similaires, tests et détection de tendances, croisement de critères descriptifs, des graphiques interactifs assurent une exploitation poussée des données et garantissent une présentation optimale des résultats, etc.

2.2- Analyse des facteurs déterminant la localisation des PME dans la wilaya de JIJEL.

Les facteurs influençant le choix de la localisation dépend d'une attractivité territoriale, c'est-à-dire des facteurs d'attractivité spécifiques à la région en question. Au-delà des facteurs communs à toutes les régions d'un même pays (tels que la stabilité économique et politique, les facteurs institutionnels globaux, etc.), certaines régions peuvent présenter des facteurs d'attractivité qui leurs sont propres (incitations spécifiques, coûts, qualité des institutions et infrastructures, existence d'un tissu d'entreprise de même secteur, etc.).

2.2.1- Analyse des facteurs liés aux infrastructures :

Cet axe indique l'importance accordée à l'infrastructure locale. Il s'agit principalement des infrastructures routières, des réseaux de transports, de communication, d'électricité, gaz et eau, proximités des ports et aéroports, enfin d'une incitation locale qui est le coût d'acquisition du terrain ou de l'immobilier. Le tableau ci dessous indique les résultats obtenus auprès des PME interrogées.

Tableau 42
Classification des facteurs liés aux infrastructures

Facteurs de localisation	Niveau de réponse (%)				
	Sans importance	Peu important	Moyennement important	Assez important	Très important
1-état des infrastructures routières locales	10	16,7	50	16,7	6,7
2-état des réseaux de transports	6,7	10	70	10	3,3
3-état des réseaux de communication	20	40	20	20	0
4-état des réseaux d'électricité, gaz et eau	13,3	36,7	10	26,7	13,3
5-Proximité des ports et aéroports	6,7	6,7	13,3	30	43,3
6-Couts du terrain et de l'immobilier	0	50	30	16,7	3,3

Source : résultat de l'enquête

Globalement, il ressort du tableau que l'état des réseaux de transport, proximités de port et aéroport et, dans une moindre mesure, l'état des infrastructures locales apparaît comme les facteurs de localisations primordiaux aux yeux des entrepreneurs interrogés. En bas du classement, l'enquête fait ressortir la faible importance des critères de l'état des réseaux de

communication et réseaux d'électricités, gaz, eau et coût de terrain et l'immobilier. A partir de ces résultats, on peut tirer des remarques essentielles : à savoir que la primauté de ces trois critères est due essentiellement aux relations qu'entretiennent les PME avec leurs marchés en amont et en aval.

Celles-ci peuvent être appréhendées à travers la provenance de ses matières premières utilisées et l'étendue du marché d'écoulement de ses produits. Pour ce qui est des matières premières, les infrastructures portuaires jouent un rôle majeur dans l'approvisionnement des PME soit des autres wilayas ou de l'étranger. Quant aux infrastructures routières (routes nationales), elles sont mises en évidence par l'étendue du marché des entreprises enquêtées. Cela montre que le marché des entreprises s'étend sur plusieurs wilayas, où l'acheminement des produits se fait principalement par voie routière. Alors, on peut dire que la théorie de la localisation, développée par A. Weber 1909, fondée sur la minimisation par les entreprises, des coûts de transport par rapport aux localisations de leurs fournisseurs et de leurs marchés, semble conserver une certaine légitimité, malgré les critiques dont elle a fait l'objet.

2.3- Les facteurs liés au tissu local :

Concernant l'importance accordée par les entreprises aux effets d'agglomération dans le choix de localisation, il indique l'importance accordée à l'existence d'un tissu d'entreprises du même secteur, d'autres secteurs, d'entreprise étrangères, d'entreprises fournisseurs et de clients. Leurs analyses permettent de déterminer la nature de l'agglomération. Le tableau ci-dessous révèle les facteurs liés au tissu local.

Tableau 43
Classification des facteurs liés au tissu local

Facteurs de localisation	Niveau de réponse (%)				
	Sans importance	Peu important	Moyennement important	Assez important	Très important
1-Existence d'un tissu d'entreprises du même secteur	10	50	30	6,7	3,3
2-Existence d'un tissu d'entreprises d'autres secteurs	6,7	23,7	33,3	36,7	0
3-Existence d'entreprises étrangères	33,3	30	26,7	6,7	3,3
4-Existence d'un tissu d'entreprises fournisseurs	3,3	33,3	36,7	20	6,7
5-Existence d'un tissu d'entreprises clients	6,7	10	33,3	20	26,7

Les résultats font ressortir que l'existence d'entreprises d'autres secteurs et d'entreprises clients et fournisseurs figurent en bonne place et constituent les critères de sélection dans le choix de localisation des PME enquêtées. L'existence d'un tissu d'entreprises de même secteur et l'existence d'un tissu d'entreprises étrangères se classe en

deuxième position, et est considéré également comme des facteurs déterminant dans le choix de localisation des entrepreneurs interrogés. En effet, le nombre d'entreprises déjà installées dans la région peut jouer le rôle de forces centripète ou centrifuge. Selon les théories de la localisation, le nombre d'entreprises augmente le degré de concurrence locale et réduit donc l'attractivité du territoire. La présence d'entreprises dans une localisation crée alors des forces de dispersion. Par contre, l'existence d'externalités positives (liées à la diffusion des connaissances technologiques, à l'existence d'un marché du travail local spécialisé, à la production de biens intermédiaires spécifiques, etc.) pousse les entreprises à s'agglomérer géographiquement et crée des réseaux d'innovation. Dans notre cas, il semble que la préférence pour les PME d'autres secteurs peut s'expliquer par la crainte d'une concurrence locale des entreprises de même secteur et la proximité des fournisseurs et client par l'objectif d'échange qui se traduit par une ouverture sur la formulation de nouvelles demandes à partir des besoins exposés.

2.3.1- Relation avec les fournisseurs :

Dans ce point, il s'agit d'apprécier l'interaction entre PME et fournisseurs. Ainsi, il se dégage de l'enquête que la wilaya offre la part la plus importante en matière d'offres de matériels, de logiciel. La wilaya abrite 53,3% interactions avec les fournisseurs locaux et 30% avec les autres wilayas.

Tableau 44
Relation avec les fournisseurs

	Fréquence	Pour cent
meme wilaya	16	53,3
autres wilaya en Algérie	9	30,0
Non	5	16,7
Total	30	100,0

2.3.2- Les sources d'approvisionnement des PME enquêtées.

Dans ce point, il s'agit de mesurer le rôle joué par la proximité des matières premières et des produits semi finis dans le choix de localisation des PME enquêtées, c'est-à-dire les sources d'approvisionnements en matières premières et produits semi finis utilisés par les PME. Il ressort de l'enquête les résultats suivants :

Tableau 45
Source d'approvisionnement des PME enquêtée

Sources d'approvisionnement	Matières premières	Produits semi finis
De la même wilaya	19,7	25,3
D'autres wilayas en Algérie	43,3	35
De l'étranger	37	39,7

Source : enquête du terrain

Le territoire de la wilaya de Jijel ne fournit pas l'approvisionnement nécessaire à l'activité de ses PME. L'approvisionnement en input, soit en matières premières, emballage, et produit semis finis, provient essentiellement d'autres wilayas et de l'étranger. Cet état de fait montre l'appauvrissement du territoire local comme fournisseur de la première matière et produits semi finis nécessaires à la production de ces PME.

- Dans 37% des cas, l'approvisionnement en matières premières est étranger (union européenne, Egypte, Corée, etc.).
- Dans 43,3 des cas, il provient des autres wilayas (Alger, Blida, Bejaia, Constantine, Oran, Annaba, Tlemcen ...).
- Pour l'approvisionnement en produits semi finis, il provient essentiellement de l'étranger, soit 39,7, et 35% d'autres wilayas en Algérie.

2.3.3- La relation université-PME

Dans ce point, il s'agit d'apprécier le rôle des réseaux de recherche dans l'innovation des PME car l'interaction avec l'université autorise les flux de connaissances vers l'entreprise, et non la simple proximité géographique entre université et entreprises. Il ressort de l'enquête que les liens université-PME sont très faiblement marqués, avec une part de 10% seulement avec l'université de la wilaya et d'autres wilayas et 80% nous ont confirmé qu'elles n'ont aucun lien.

Tableau 46
Relation avec l'université

	Fréquence	Pour cent
meme wilaya	3	10,0
autres wilayas	3	10,0
non	24	80,0
Total	30	100,0

2.3.3- Relation avec les organismes locaux

Les relations avec les organismes locaux est un signe de l'ancrage territorial des entreprises. Les entreprises imbriquées dans leurs territoires de localisation cherchent à créer des réseaux de relations avec l'ensemble des acteurs de leur territoire dont les organismes

locaux. Dans le présent point, nous allons aborder les relations qu'entretiennent les entreprises enquêtées avec les organismes locaux. Les résultats obtenus sont consignés dans le tableau 47. On note que 70% ont des relations avec les organismes locaux de la même wilaya. Il demeure que 26,7% n'ont aucun lien.

Tableau 47
Relation avec les organismes locaux

	Fréquence	Pour cent
meme wilaya	21	70,0
autres wilayas	1	3,3
non	8	26,7
Total	30	100,0

2.3.4- Le poids de la sous-traitance du tissu de PME étudié

En répondant à cette question, nous voulons montrer la place qu'occupe le territoire dans l'offre des services de sous-traitance. Les résultats de tableau N°48 nous permettent de constater que les entreprises enquêtées ont recours soit aux entreprises situées dans le territoire national/régional (dans d'autres wilayas du pays) soit étrangères pour sous traiter une partie de leurs production.

Tableau 48
Relation avec les sous traitants

	Fréquence	Pour cent
meme wilaya	15	50,0
autres wilayas	11	36,7
étranger	4	13,3
Total	30	100,0

- Concernant la sous-traitance d'une partie du produit, tels que l'emballage, les produits semi finis, le transport, nous avons un pourcentage important soit 50% des PME qui ont recours à la sous-traitance avec des entreprises de leur territoire local.

- Un pourcentage de 36,7% montre qu'au-delà de leur territoire local, le recours au territoire national, régional trouve aussi son importance. Dans 13,3% des cas, la sous-traitance d'une partie du produit exige le recours à des fournisseurs étrangers.

2.3.5- Accords de coopération implicite ou explicite :

Dans ce point, il s'agit d'apprécier l'existence de relations interentreprises qui désignent des ententes généralement contractuelles entre entreprises pour réaliser des projets communs alors que les parties prenantes conservent leurs identités propres et leur autonomie. Il ressort de notre enquête que les relations entre PME sont fréquentes pour les PME

enquêtées. L'analyse des résultats montre que les réseaux sont plutôt rares. En effet, pour 13,3 % des cas, leur réseau de relations est local. Ils sont aussi de 43.3% à ne pas entretenir des relations de coopération.

Tableau 49
Les relations de coopération

	Fréquence	Pour cent
des entreprises locales du meme secteur	4	13,3
des entreprises d'autres secteurs	10	33,3
des entreprises d'autres wilayas en Algérie	3	10,0
pas d'accord de coopération	13	43,3
Total	30	100,0

2.3.6- Le rôle des partenaires du tertiaires supérieurs (expert comptable, conseillers juridique et financiers, bureaux de consulting.)

Les services aux entreprises représentent un puissant facteur de compétitivité des entreprises. Selon les données du tableau 50, nous constatons une multiplicité des relations des entreprises de l'échantillon avec des entreprises locales et nationales, et une faible part pour les entreprises étrangères. Cela nous laisse bien évidemment confirmer le rôle des services offerts aux entreprises comme facteur déterminant de localisation.

Tableau 50
Le rôle des partenaires du tertiaire supérieurs

	Fréquence	Pour cent
meme wilaya	14	46,7
autres wilayas	13	43,3
étranger	3	10,0
Total	30	100,0

2.4- Les facteurs liés a la main d'oeuvre:

Dans ce point, il s'agit de classier les facteurs liés à la main d'œuvre et de vérifier le niveau d'importance des facteurs liés à la main d'œuvre. Il ressort de l'analyse des résultats du l'enquête la faible importance accordée aux facteurs liés la main d'œuvre pour l'ensemble des PME enquêtées. L'absence d'une main-d'œuvre constitue un obstacle majeur dans l'utilisation optimale de machines et limite la clientèle potentielle. L'idée de départ est qu'il existe dans la région un potentiel de compétences, de main-d'œuvre qualifiée, d'un savoir faire local qui attireront les PME à s'agglomérer dans les deux communes Jijel et Taher. Alors, nous avons démontré à travers l'enquête du terrain que ce facteur n'est pas significatif pour l'ensemble des PME enquêtées. Le tableau suivant témoigne de ces résultats.

Tableau 51
Classification des facteurs liés à la main d'œuvre

Facteurs	Niveau d'importance				
	Sans importance	Peu important	Moyennement important	Assez important	Très important
1-Existence d'une main d'œuvre qualifiée	6	26,7	50	13	3,3
2-Existence d'un savoir-faire local	13,3	50	20	13,3	3,3
3-Existence d'une main d'œuvre bon marché	13	40	33,3	13,3	0
4-Existence des compétences de la main d'œuvre	3,3	53,3	36,7	6,7	0
5-Autres critères.....					

Conclusion du sixième chapitre

L'exploitation statistique des résultats des 30 questionnaires retournés auprès des PME concernés, révèle que la proximité de port et de l'aéroport est l'unique facteur considéré « très important » par l'ensemble des PME enquêtées. Il ressort de notre étude que la localisation relève de facteurs exogènes au territoire de la localisation. Les facteurs liés au réseau sont quasi absents, cela nous confirme que les PME sont agglomérées sans logique organisationnelle puisque les allusions aux réseaux locaux sont plutôt rares. Il y a une répugnance envers les PME de même secteurs et une faiblesse de relation de coopération interentreprises au niveau local. Les facteurs liés à la main d'œuvre n'ont pas été significatifs pour l'ensemble des PME enquêtées. On est certainement, en raison de la petitesse de notre échantillon incapable de remettre en cause les apports théoriques relatifs au fait que les relations des PME sont essentiellement de type local. Cependant, nous ne pouvons pas ignorer leur capacité à entretenir des relations avec d'autres entreprises au delà de leur territoire local. Ce chapitre nous a donc permis, après l'examen des résultats de l'enquête, de mettre en exergue le rôle de certains facteurs, soulignés dans le chapitre précédent, dans la configuration de l'espace industriel de la wilaya de Jijel. Il s'agit, bien entendu, de la disponibilité des infrastructures de transport, notamment portuaires et routières, et de la disponibilité du terrain qui explique la forte concentration d'entreprises dans certaines zones de plaines.

Conclusion de la deuxième partie

Dans la wilaya du Jijel, la répartition spatiale des PME est très déséquilibrée entre les communes de la wilaya. Cela a contribué considérablement à renforcer les inégalités communales de développement. On trouve ainsi des communes développées concentrant activités économiques et population, et offrant d'importants services publics, et d'autres déshéritées. Dans cette partie, nous avons abouti au résultat selon lequel les deux communes

les plus pourvues en activités économiques sont bien Jijel et Taher. Ces dernières, jouissent de nombreuses potentialités qui leur permettront d'attirer les activités économiques.

L'analyse des sources de données relative au PME de la région de JIJEL nous ont révélé une parfaite corrélation entre la concentration des PME et les caractéristiques des sites d'implantations. Cela nous laisse envisager l'existence de nombreux facteurs dans les sites d'implantation. Aussi, l'étude analytique par secteur d'activité et le rapprochement fait entre cette répartition et celle des caractéristiques des sites d'implantation et les facteurs de localisation nous ont permis de dégager des corrélations entre la concentration des PME et l'existence d'une panoplie de facteurs de localisation au niveau de deux communes principales: ressources naturelles, centres urbains, taille du marché, l'offre de services, la demande des consommateurs en biens de consommation , biens industriels et agricoles, zones de plaines, proximité des infrastructures de transport (port, aéroport, routes nationales)...etc. Cependant, le point de vue des entrepreneurs quant aux motivations de leurs choix de localisation nous a apparu primordial pour mieux cerner la question et les résultats obtenus ont été complétés par une enquête auprès d'un échantillon bien ciblé de PME. Ainsi, nous avons abouti au résultat selon lequel l'agglomération des PME est déterminée essentiellement par la proximité des sources d'approvisionnements en matières premières.

Nous avons aussi abouti au résultat selon lequel l'agglomération des PME obéit à une logique fonctionnelle, c'est-à-dire absence de relation avec le territoire d'implantation et de réseau d'échanges et de coopérations dans leur espace de localisation. Le territoire ne leur apporte pas l'appui logistique essentiel à leur développement (externalités technologiques, effets de proximité, etc.). C'est la conception traditionnelle de localisation qui domine, et l'accent est mis sur les relations fournisseurs-clients (c'est-à-dire sur les facteurs de localisation traditionnels (matières premières et le marché), les facteurs de localisation liés à la technologie (universités, labo de recherche, centres techniques...) sont quasi absents. Alors, l'innovation dépend des réseaux quotidiens de marché que les PME entretiennent avec leurs clients et leurs fournisseurs. Ce type d'innovation correspond à l'innovation la plus courante qu'on peut observer dans les entreprises.

Conclusion générale

Objectifs et apports de la recherche

L'objectif de ce travail a été posé dès l'introduction et développé tout au long de ce mémoire. Il s'agit d'identifier et d'analyser les facteurs attractifs de localisation des PME au sein du territoire de la wilaya de Jijel afin de répondre aux besoins des entrepreneurs visés et de guider les actions et les réflexions futures concernant le développement économique et territorial de la wilaya de Jijel. Notre problématique de recherche a pris contexte dans l'inégale répartition des PME dans la wilaya de Jijel. Ce contexte exige de trouver les facteurs déterminant les localisations contrastées et les moyens pour dynamiser les autres communes.

Pour répondre à cette problématique de recherche, nous avons partagé ce travail de recherche en une partie théorique et pratique. Ainsi, le cadre théorique mobilisé a apporté un éclairage sur la manière dont les activités se répartissent dans l'espace et se polarisent. Ce qui a permis d'expliquer la localisation des entreprises et la formation des structures spatiales, et de mettre en avant le rôle de certains facteurs dans la localisation des activités productives. Cependant, il y a lieu de signaler que ces théories sont très abstraites et éloignées de la réalité spatiale.

Le cadre pratique nous a permis de faire ressortir les facteurs de localisation motivant l'implantation d'une PME au sein du territoire Jijelien à travers le rapprochement que nous avons fait entre la concentration des PME et les caractéristiques du territoire de la wilaya de Jijel et de l'étude des liens entre secteurs d'activités et localisation spatiale des PME. Enfin, une enquête du terrain a été effectuée auprès des PME implantées dans et à proximité des zones aménagées. Le rapprochement fait entre la concentration des PME et les caractéristiques du territoire de la wilaya de Jijel nous a révélé que l'essentiel des PME de la wilaya de Jijel est concentré dans les plaines et collines de Jijel-Taher, dans les communes aux taux d'agglomération élevés, les plus pourvues en infrastructures routière (routes nationales), pourvues en établissements de formation professionnelles, et dotées des zones aménagées, notamment de zone d'activité. L'étude de lien entre secteurs d'activités et localisation nous a permis d'affiner l'analyse des facteurs de localisation et de faire ressortir une panoplie de facteurs par secteur et des interrelations entre secteurs. Les PME recherchent un environnement de qualité, assuré par un ensemble de biens publics locaux qui s'adressent aussi bien aux ménages qu'aux entreprises.

Les résultats de notre enquête nous ont permis d'enrichir la liste des facteurs de choix de localisation des PME et dévoilent que la répartition des PME est déterminée essentiellement par le facteur suivant: proximité du port et aéroport. En effet, tant que le système administratif et le pouvoir de décision sont fortement centralisés, les territoires ne peuvent pas, ou très difficilement, produire de la différenciation ni encore moins offrir des facteurs de compétitivités aux entreprises, en dehors des facteurs de proximité des matières premières, ou d'un marché. Hormis l'accès au foncier industriel (en zones industrielles ou sur le domaine public) dont les administrations locales ont un réel pouvoir, les autres facteurs potentiels d'attractivité d'un investissement sont quasi-absents. Le choix de la localisation des projets d'investissements reste subordonné à la disponibilité des infrastructures et à la proximité des centres d'intérêts, notamment au niveau des wilayas du nord. Alors, on peut dire que les choix de localisation apparaissent en partie « irrationnels » et aléatoire (ou sens où ils échappent à toute logique organisationnelle, c'est-à-dire absence de réseautage de PME. car on a noté, à partir de l'enquête, faible importance accordée à la proximité des entreprises de même secteur et faiblesse des accords de coopération entre PME, etc.

Afin de renforcer l'attractivité de la wilaya et offrir des facteurs de localisation qui assureront la compétitivité du tissu des entreprises existantes, la politique d'aménagement du territoire devra dépasser la conception traditionnelle de l'interventionnisme publique relevant de préoccupations d'équité et d'une logique d'intervention redistributive, à une conception davantage allocative, non dénuée de préoccupations d'efficacité, qui se concrétisent dans des dispositifs visant à améliorer la compétitivité des entreprises et des territoires. Alors qu'auparavant l'intervention publique cherchait à infléchir la géographie économique jugée trop concentrée et inégalitaire, le dispositif des pôles de compétitivité se fonde au contraire sur l'idée que le regroupement d'entreprises et de centres de recherche d'un même secteur sur un territoire donné permet d'augmenter leur productivité et leur compétitivité.

De nos jours, la relation entre l'entreprise et son territoire est clairement posée. L'entreprise trouve les ressources multiples pour son fonctionnement et le développement de son territoire. Elle contribue à son tour au développement de ce dernier (création d'emploi, attraction des entreprises lui servant de clients et de fournisseurs, versement de la fiscalité, diffusion des innovations...). Il est urgent pour les pouvoirs publics d'intervenir,

notamment en influençant la localisation des PME de telle manière à doter les communes pauvres en activités économiques, susceptibles de contribuer à leur tour à leur développement. Cela doit se faire dans un schéma d'aménagement communal qui doit prendre en considération les atouts et les prédispositions de chaque commune. Nous pouvons donner quelques orientations qui, à notre sens, doivent guider toute mesure tendant à mettre fin à ces déséquilibres.

D'abord, il est impératif de mettre en place un schéma d'aménagement pour la wilaya qui contiendra un ensemble d'actions très efficaces destinées à faire propager le développement sur l'ensemble du territoire. Ce schéma d'aménagement doit être axé sur la localisation des PME. En effet, il nous paraît primordial d'agir sur la localisation des PME pour redynamiser les régions pauvres et accroître la productivité des communes riches. Cependant, nous avons vu que les entreprises fuient ces régions du fait qu'elles n'ont aucun élément qui peut les attirer. Il s'agit alors :

- De faire un effort d'investissement en infrastructure, un investissement public qui attirera l'investissement privé.
- De développer le marketing local de la part des communes pour faire connaître leurs atouts et les offres de terrains dont elles disposent.
- D'accorder des avantages et des financements à taux bonifiés.
- De réhabiliter la zone montagneuse par le redéploiement de l'activité économique au profit des zones montagneuses et de rééquilibrer l'armature urbaine et rurale.
- De renforcer et de développer des axes de liaison et de transport d'importance régionale et nationale afin d'intégrer la wilaya dans l'espace régional, national et international.
- De renforcer et de promouvoir des fonctions urbaines et métropolitaines du pôle de Jijel qui est appelé à jouer un rôle pivot dans les échanges Euro-Africains.
- D'exploiter et de valoriser toutes les potentialités naturelles : dynamisation et promotion des activités touristiques et de services et d'intensification et développement des activités agricoles, forestières et halieutiques.
- De valoriser et de rentabiliser des infrastructures lourdes et installations économiques existantes par la création de nouvelles zones industrielles et d'activités et par l'exploitation optimale du port de Djen-Djen.

Par ailleurs, le développement dans la wilaya de Jijel doit s'appuyer sur les atouts dont dispose chaque commune. A ce propos, nous signalons la possibilité d'un développement par le tourisme pour un nombre important de communes qui disposent d'importants atouts touristiques. On peut citer les communes de la zone ouest: Jijel, Kaous, Texenna, Djimla, Béni-yadjis, El-Aouana, Selma, Ziama Mansouriah et Erraguène. Par ailleurs, les communes de la zone centrale Taher, Emir Abdelkader, Oudjana, Chekfa, Bordj t'har, El-Kennar, Sidi-Abdelaziz, Chahna, Ouled Askeur ont des vocations multiples (agriculture, industrie et services). Les communes de la zone Est d'EL-Milia, Ouled yahia, Settara, Ghebala, Sidi-Maarouf, Ouled-Rabah, El-Ancer, Oued Adjoul, Béni H'bib, Belhadef, ont des vocations définies (industrie, agriculture et tourisme).

Limites et perspectives de recherche futures

L'identification des facteurs de localisation des PME, au moyen d'enquête par questionnaire nous permet de nous rapprocher de la réalité des comportements de localisation des PME. L'enquête par questionnaire est fondée sur la collecte directe des perceptions des décideurs quant à la nature des facteurs de localisation « ayant eu une grande influence sur le choix de la localisation ». Ce type d'enquête doit permettre de classer les facteurs de localisation en fonction de leur importance aux yeux des décideurs. La popularité de cette démarche méthodologique s'explique en grande partie par le fait que de telles enquêtes permettent d'obtenir directement de l'information auprès des décideurs.

Néanmoins, l'utilisation de cette approche comporte des contraintes. En premier lieu, la liste des facteurs de localisation proposée aux répondants doit être aussi exhaustive que possible, toute omission étant de nature à entraîner des biais considérables dans les réponses car une analyse plus concrète trouvera plusieurs différenciations possibles de l'espace, et donc plusieurs facteurs de localisation. En deuxième lieu, il convient de rappeler le caractère exploratoire de la recherche. Les réponses faites par les entrepreneurs aux questionnaires ne recouvrent pas nécessairement leurs motivations réelles de choix de localisation. Ces biais dans les réponses données peuvent être dus à des problèmes de confidentialités. Il pourrait fort bien s'agir des « facteurs personnels » non cités dans le questionnaire. Alors, la méthodologie de l'enquête par questionnaire présente de nombreuses sources potentielles de biais qui peuvent également nuire à la validité de la recherche, c'est-à-dire à la capacité d'extrapoler les résultats obtenus à partir de l'échantillon de réponses à l'ensemble de la population étudiée.

Bibliographie

1- Les ouvrages :

- ✓ **AKTOUF (Omar):** Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations : Une introduction à la démarche classique et une critique. Les Presses de l'Université du Québec, 1987. Version numérique produit par Marcelle Bergeron, bénévole, Dans le cadre de la collection : "Les classiques des sciences sociales".
- ✓ **ABDOU (Abderahmane) & BOUYACOUB (Ahmed) & LALLEMENT (Michel) & MADOU (Mohamed)** : « Entrepreneurs et PME : approches algéro-françaises ». Edition l'harmattan, 2004.
- ✓ **AYDALOT (Philippe)** : « Dynamique spatiale et développement inégale», deuxième édition, Economica, 1980.
- ✓ **AURAY (Jean Paul), BAILLY (Antoine), DERYCKE P.H, HURIOT (Jean Marie)**: « L'équilibre spatial- l'interaction entreprises ménages», in Encyclopédie d'économie spatiale, édition, Economica, Paris, 1994.
- ✓ **BELATTAF (Matouk)**: « Localisation industrielle et aménagement du territoire : aspects théoriques et pratiques », Centre Universitaire de Bejaia, 1995.
- ✓ **CLARK (Gordon. L), FELDMAN (Maryann. P) and GERTLER (Meric. S)** « The Oxford handbook of economic geography », Oxford University Press 2000.
- ✓ **COMBES (Pierre-Philippe), MAYER (Thierry) ET THISSE (Jacques François)**: « Leçons d'économie géographique», 2006.
- ✓ **HATEM (Fabrice)**:« Investissement international et politiques d'attractivités », Édition economica, 2004.
- ✓ **PECQUEUR (Bernard) & ZIMMERMANN (Jean- Benoît)** : « Economie de proximités » édition, Hermès science. 2004, p.220
- ✓ **POLESE (Mario) ET SHEARMUR (Richard)** « Economie urbaine et régionale » deuxième édition, Economica ,2005.
- ✓ **DERRYCKE (Pierre-Henri)** : « Espace et dynamiques territoriales », Edition, Economica. Paris. 1992.
- ✓ **HATEM (Fabrice)**, « Investissement international : quel attractivité pour les IDE ». Edition, Economica, 2004
- ✓ **FUJITA (Masahisa) et THISSE (Jacques François)** « Economie des villes et de la localisation » traduit de L'anglais par Carl Gagné et Bertrand Schmitt, édition de Boeck, 2004.
- ✓ **FRAGNIERE (Jean-pierre)** : « comment réussir un mémoire ».Edition Dunod, Paris, 2001.
- ✓ **KRUGMAN (Paul)**: «Geography and trade » published jointly by leuven, university press leuven, Belgium and MIT press London, England, 1991.
- ✓ **LAJUGIE (Joseph), DELFAUD (Pierre), LACOUR (Claude)** : « Espace régional et aménagement du territoire », Edition DALLOZ, Paris, 1979.
- ✓ **LE GALLO (Julie)** : « Econométrie spatiale »,
- ✓ **LEON A. et SAUVAIN T.**, « De l'économie internationale à l'économie globale », Ellipses. Coll. « Transversale », 2005
- ✓ **MORVAN (Yves)** :« Activités économique et territoires ». Edition de l'aube DATAR ,2004.
- ✓ **MILLION (François)** :« territoires et action publique territorial : nouvelles ressources pour le développement régional». 45^e colloque de l'ASRDLF, 25, 26, 27 août 2008, Rimouski (UQAR).
- ✓ **MATTEACCIOLI (Andrée)** «Philippe Aydalot: pionnier de l'économie territoriale ». Edition, l'Harmattan, 2004.
- ✓ **PUMAIN (Denise) et SAINT JULIEN (Julien)** « L'analyse spatiale: localisation dans l'espace » édition Armand colin, 2005.

- ✓ **ROUSSEAU (Michel)** « Management local et réseaux d'entreprises », Edition Economica, 2004.
- ✓ **Rallet (Alain) & Torre (André)** : « Economie industrielle et économie spatiale ». Edition, Economica. Paris, 1995
- ✓ **SAMSON (Ivan)** : « Economie contemporaine en 10 leçons », édition Dalloz, 2004
- ✓ **TORRE (Olivier)** : « Les PME », édition dominos Flammarion, paris
- ✓ **VANDERMOTTEN (Christian) & MARISSAL (Pierre)** : « La production des espaces économiques ». Édition de l'université de bruxelles. Tome I, 2004.

2- Articles et communications Internet :

- ✓ **AMEZIANE (FERGUENE) ET ABDERRAOUF (HSAINI)** : « Développement endogène et articulation entre globalisation et territorialisation »: éléments d'analyse a partir du cas de Ksar Hellal (Tunisie), revue régional et développement N°7-1998.
- ✓ **AMEZIANE (Ferguene)**: « PME, territoire et développement local » : le cas des pays du sud. MARRAKECH, 10 ET 11 October 2002.
- ✓ **BALDWIN (Richard)** « Industry location: the causes ». Swedish economic policy review 12 (2005) P. 9-27
- ✓ **BEGUIN (Hubert)** « Aspects géographiques de la polarisation » revue d'économie industrielle, 1965.
- ✓ **BELMIHOUB M.C** : « Le comportement de l'entrepreneur face aux contraintes institutionnelles : approche à partir de données d'enquête et de panels sur la PME privée en Algérie ». Communication au colloque international « création d'entreprise et territoire ». Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.
- ✓ **BOUYACOUB (Ahmed) & MADAOUI (Mohamed)** : « Entreprise, entrepreneurs et gouvernance des pme-pmi, approches franco-algériennes ». Document de travail Griot : Groupe de recherche interdisciplinaire sur les organisations et le travail, 2003.
- ✓ **BOUKHALFA (Kherdjemil)** : « Territoire, mondialisation et développement ». RERU, n°2,1999.
- ✓ **BOUBA OLGA (Olivier)** : « Les relations entreprises territoires : un construit institutionnel et social ». CRIEF-TEIR, EA, faculté de science économique de Poitiers, mai, 2006.
- ✓ **BROUSOLLE (Claude)** : « Localisation des entreprises et développement territorial ».
- ✓ **CARLUER (Frédéric)** « Trois cas archétypaux de polarisation spatio-productive : le district industriel, le milieu innovateur et la technopole », Revue d'économie régionale et urbaine n°3, 1999.
- ✓ **CAMAGNI (Roberto)** : « Attractivité et compétitivité : un binôme à repenser »:
- ✓ **COURLET (Claude) et PECQUEUR (Bernard) et SOULAGE (Bernard)** « Industrie et dynamique de territoires ». Revue d'économie industrielle n° 64,1993
- ✓ **CROZET (Mathieu), MAYER (Thierry)**: « Entre le global et le local, quelle localisation pour les entreprises ? les déterminants de la localisation des firmes » in les nouvelle logique de l'entreprise, les cahiers français, N° 309, juillet- août 2002.
- ✓ **DENIS (Maillat) ET KEBIR (Leila)** « Learning region et systèmes territoriaux de production. »RERU N°3, 1999.
- ✓ **DAVIN (Louis)** « Facteurs de localisation des industries nouvelles »revue économie industrielle N°5, 1969.
- ✓ **DARRIGUES (Fabrice) & MONTAUD CATT (Jean-Marc)**, « Analyse comparatiste des processus d'intégration régionale Nord-Sud », Séminaire EMMA-RINOS, Paris 26-27 Mai 2003

- ✓ **DEJARDIN (Marcus) ET FRIPIAT (Bernard)** « Une description a priori de facteurs de développement économique et régional », document de travail, septembre 1998.
- ✓ **DENIEUIL (Pierre- Noël)** : « Introduction aux théories et à quelques pratiques du développement local et territorial. » Analyse et synthèse bibliographique en écho au séminaire de Tanger (25-27 novembre 1999), Genève, bureau international du travail, 2005
- ✓ **FERFERRA (Mohamed-Yassine) & BENABDALLAH (Yousef)** : « Administration et locale, décentralisation et gouvernance », Revue IDARA- n°25.p.149-158
- ✓ **FOURCADE (Colette) ET MARCHESNAY (Michel)** : « Rationalisation des politiques de développement local et PME », acte du 4^{ème} CIFPME, octobre, 1998.
- ✓ **FOURCADE (Colette) et MICHKEVITCH (Michel)**, 2004, « Petite entreprise et territoire dans les pays en transition : de nouveau petits mondes », actes du 7^{ème} CIFPME. OCTOBRE, Montpellier.
- ✓ **GAROFOLI (Gioachino)** : « Economic development, organization of production and territory » revue d'économie industrielle N°64, 2eme trimestre 1993.
- ✓ **GAUDEMAR (Jean Paul) et GAFFARD (Jean Luc) et MOUGEOT (Michel)** « L'économiste face à la localisation des activités » revue d'économie industrielle.
- ✓ **HUGUES. F, MAUD. H, NICOLAS. S** : « Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressource ». RERU, N°4, 2005.
- ✓ **KAHN (René)** : « dynamique territoriales » : Débat et enjeux entre différente approches disciplinaires », XLIII é colloque de l'ASRDLF, Grenoble Chambéry : le 11, 12, 13 juillet 2007.
- ✓ **KAHN (René)** : « Facteurs de localisation, compétitivité et collectivités territoriales ». RERU n°2, 1993.
- ✓ **KRUGMAN (Paul)** : « Increasing returns and economic geography », Massachusetts institute of technology. Journal of political economy, 1991, vol.99. N° 3.
- ✓ **KRUGMAN (Paul)** « what's new about the new economic geography? » Oxford review of economic policy, vol. 14, No.2, 1998.
- ✓ **KEBIR (Leila)** « Ressource et développement régional, quel enjeux ? ».RERU N°5, 2006
- ✓ **Markusen (Ann)** : « Sticky places in a slippery space: a typology of industrial districts », in Economic Geography, Clark university, 1996. PP 293-313
- ✓ **MAILLAT (Denis)** : « Milieus innovateurs et dynamique territoriale », In Rallet (Alain) & Torre (André): Economie industrielle et économie spatiale, Edition, Economica. Paris, 1995. P.225
- ✓ **PERRIN (Jean Claude)** : « Organisation industrielle : la composante territoriale » revue d'économie industrielle N°50 1990.
- ✓ **PERRAT (Jacques) ET ZIMMERMANN (Jean-Benoît)** « Stratégies des firmes et dynamique territorial. » document de travail N°02B07. GREQAM
- ✓ **PREVOST (Paul)** « Développement local » ; in cahier de recherche IREC de 10-05
- ✓ **RAVIX (Joël Thomas)** « Economie internationale et économie industrielle » : une mise en perspective de quelque travaux récents, revue d'économie industrielle, n° 55 ,1991.
- ✓ **TREMBLAY (Diane Gabrielle)**, « Coopération et réseau de PME : une analyse fondée sur les résultats d'une enquête menée au Québec ». acte du 4^{ème} CIFPME, octobre, 1998
- ✓ **SAMSON (Ivan)** : « Territoire et système économique », communication aux 4eme journées de la proximité, réseaux et coordination, Marseille les 17 et 18 juin 2004.
- ✓ **VICTOR (Andy)** : « Les décisions de localisation des entreprises dans les provinces canadiennes » Rapport de recherche rédigé pour le grade de Maîtrise en Sciences Economiques, UNIVERSITE DE MONTREAL, Août 2004

- ✓ **ZIMMERMANN (Jean-Benoît)** « L'entreprise et le territoire, partenaire pour créer et développer ». GREQAM/EHESS-CNRS, université d'Aix-Marseille, novembre, 1998.
- ✓ « Facteur de localisation des entreprises pour le bas saint laurent, Québec » : rapport du ministre de l'industrie et du commerce, mai 1999.

3- Thèses et mémoires

- ✓ **BEDJGULEL (Fatah)** « Essai d'analyse des déterminants de la localisation des entreprises, cas de la wilaya de Bejaia » mémoire de magistère option : (espace, développement et mondialisation). Université du Bejaia, 2007
- ✓ **BENALLAOUA (Abdoune)** : « contribution à l'étude de la localisation des entreprises en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia », mémoire de magister en science économiques option : gestion de développement, université de Bejaia, septembre 2002.
- ✓ **MERADI (Ouari)** : « Essai d'analyse de la dynamique de l'aménagement du territoire en espace littoral : cas de la wilaya de Bejaia ; défis et perspectives ». Mémoire de magister, 2008.
- ✓ **MOULOUDI (Hocine)** : « Identification des facteurs de concurrence des PME Algériennes privées dans le secteur agro-alimentaire et textile ». Mémoire présenté à l'université du Québec à Trois-Rivières, comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des PME et leur environnement. Octobre 1993.
- ✓ **SERGOT (Bertrand)** : « Les déterminants des décisions de localisation : Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services ». Thèse de Doctorat en science de gestion, 6 décembre 2004
- ✓ **VILLENEUVE (Valérie)** : « facteurs de localisation des immigrants entrepreneurs francophones et potentiel attractif du Saguenay Lac St Jean ». Baccalauréat en sciences sociales. Mémoire présenté à l'université du Québec à Chicoutimi, comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des PMO, Novembre 1996.

4- Textes de loi et réglementations

- 1- Décret législatif n° 93-12 du 19 Rabie Ethani 1414 correspondant au 5 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement.
- 2- Décret exécutif n° 97-320 du 21 Rabie Ethani 1418 correspondant au 24 août 1997 fixant les modalités d'application de l'article 43 du décret législatif n° 93-12 du 19 Rabie Ethani 1414 correspondant au 5 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement.
- 3- Ordonnance n°01-03 du Aouel jourmada Ethania 1422 correspondant au 20 août 2001 relative au développement de l'investissement.
- 4- Loi n° 01-18 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (P.M.E).
- 5- Décret exécutif n° 05-01 du 22 Dhou El Kaada 1425 correspondant au 3 janvier 2005 portant abrogation du décret exécutif n° 97-106 du 28 Dhou El Kaada 1417 correspondant au 5 avril 1997 portant création de la zone franche de Bellara (Wilaya de Jijel).

5- Rapports et documents statistiques

- 1- Les Bulletins d'information économiques du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat, données des années (2005, 2006, 2007, 2008)
- 2- DPAT, « annuaire statistique de la wilaya de Jijel », résultats (2001 jusqu'à 2008).

- 11- Rapport conseil national économique et social « pour une politique de développement de la PME en Algérie, Edition CNES, 2002, Alger.
- 12- La Lettre d'information trimestrielle du Groupe de la Banque mondiale au Maghreb (NAWAFID). Janvier 2006 - N°1.
- 13- Rapport de la banque mondiale sur le climat des investissements en Algérie. World Bank, pilot investment climate assessment, Algeria investment climate assessment, Washington, D.C. 2003.
- 14-OCDE l'Observateur. « Les petites et moyennes entreprises : force locale, action mondiale ». Juin 2000.
- 15- OCDE. « La Déclaration Ministérielle d'Istanbul : Promouvoir la croissance des PME innovantes et compétitives sur le plan international ». Juin 2004.
- 16- OCDE. « Améliorer la compétitivité des PME dans l'économie mondiale : Stratégies et politiques ». Atelier 2 : partenariats locaux, agglomérations d'entreprises et mondialisation des pme, Conférence des ministres responsables des PME et ministres de l'industrie Bologne, Italie, les 14-15 juin 2000.

6- Site Internet

- 1- Site Internet du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat: www.pmeart-dz.org.
- 2-Site de l'association internationale de recherche en entrepreneuriat et PME: www.airepme.org .
- 3- Site de l'institut canadien de recherche en PME : www.uqtr.quebec.ca
- 4-Site de l'association de l'entrepreneurship de canada : www.entrepreneurship.qc.ca
- 5- Site de l'association internationale de management stratégique : www.strategie-aims.com
- 6- Site de revue économique : www.persee.fr
- 7- Site de centre de recherche en économie appliquées : www.cread.edu.dz
- 8- Site de la banque mondiale : www.worldbank.org
- 9- Site de la wilaya de JIJEL : www.wilayadejjel.org
- 10- site de organisation économique commerce et développement : www.ocde.org
- 11- site de consultation des ouvrages sur internet : www.googlebook.com.

Annexes

Annexe 3 : Infrastructures portuaires :

Ouvrage de protection	Longueur (M)
Digue ouest	3000
Digue est	900

Désignation	Longueur (m)	Tirant d'eau (m)	affectation
Quai marchandise générale	769	-11	Marchandise générale
Quai mixte	250	-11	Conteneur
Quai roulier	-	-11	RoRo
Quai ouest	1060	(-10.5, -18.2)	Ex quai sidérurgique
Quai 1	320	-18.2	
Quai 2	490	-10.5	
Quai 3	250	-12.5	

Terre-plein, surface et magasins

Désignation	Surface (ha)
Quai marchandise générale	15
Quai mixte	7.5
Quai roulier	9
Quai ouest	20

Outillage

matériel	capacité	Nombre
Chariots élévateurs	3 tonnes	1
	4 tonnes	6
	5 tonnes	5
	7 tonnes	2
	8 tonnes	1
	10 tonnes	2
	15 tonnes	4
	18 tonnes	2
	38 tonnes	2
Portiques à céréales	250 tonnes/heure	2
Grues mobiles	65 tonnes	3

<i>Tracteurs RoRo</i>	<i>90 tonnes</i>	<i>1</i>
<i>Chouleurs</i>	<i>28 tonnes</i>	<i>1</i>
<i>Chassis portuaire</i>	<i>40 tonnes</i>	<i>2</i>
<i>Rampes RoRo</i>	-	<i>2</i>
	-	<i>2</i>
	-	<i>3</i>

Source : les Autoroutes de la mer : mise a jours et complément d'informations pour la base de données EuroMed transport : projet MEDMos rapport Algérie, novembre 2007.

Tableau 52: Les matières crues pour l'exploitation

MATIERES	SITE	COMMUNE	USAGE	RESERVE	
Argile	AIN ARSA	El-Milia	BRIQUE ET TUILE	02 Millions m	
	BORDJ EL KOUDIAT			03 Millions	
	EL HAMARA			/	
	TAMZERT			01 millions	
	BENI AHMED			SETTARA	/
	BOU CHKAIF			EL ANCER	/
Marbre	DJ ESCHEFRA	CHAHNA	TOUS LES TYPES MARBRE	10 Millions	
	DJ. BOUAZZA				
kaolin	TAMAZERT	EL-MILIA	CERAMIQUE	7,5 Millions T	
	EL ADJARDA	CHEKFA		400.000 T	
	TEXENNA	TEXENNA		/	
Gypse	KEF EL DJIBS	BENI YADJIS	PLATRE	Très importantes	
	O. DJEN DJEN			50.000	
	AFEDJOU			importantes	
Gres Quartzeux	OUED Z' HOUR	EL MILIA	MOULES, VITRES	500.000	
	DJ. HADJAR			05 Millions	
	KEF HEDJIRET	JIJEL		02 Millions	
	BOUCHAREF	SETTARA		1.000.000	
Fer	KEF SIDI MAAROUF	SDI MAAROUF	FER BRUT	20 Millions T	
	TISSEMIRAN			08 Millions T	
	DJ. HADID	ZIAMA		Non évaluées	
	BOUDOUAS	MANSOURAIH		200.000 T	
Cuivre	BOUSSOUFA	EL AOUANA	INDUSTRIE ELECTRONIQUE ET CHIMIQUE	2,234 Millions T	
Zinc-plomb	OUED EL KEBIR			8,045 Millions T	
	ACHAICHE			SETTARA	350.000 T
	KEF SEMMA			GH'BALA	Non évaluées

Source : Guide d'investisseur dans la wilaya de Jijel : Direction de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, avril



Source: Site officiel du port DJEN DJEN. www.djendjen-port.com. Ou www.epdjendjen@wissal.com.dz



Tableau 53: Infrastructure et ouvrages électronique et gaziers
A) Ouvrages électriques

Activité	Désignation	Localités	Nbre	Caractéristiques			Date de mise en service
				P (MW-KVA)	T (KV)	L (KM)	
Production	Centrale Thermique	El-Achouat	01	3X210			Groupe n°1 : 06/06/1992 Groupe n°2 : 02/06/1993 Groupe n°3 07/02/94
	Centrale Hydro-Electrique	ZiamaMansouriah	01	2X50			1963
		Erraguène	01	1X16			1962
Transformation	Poste THT/HT	Chekfa (Boudekak)	01	2X60	220/60		17/08/1994
	Poste HT/MT	Jijel	01	2X40	60/30		Etage 10KV : 24/12/94 Etage 30KV : 12/05/96
		Boutias (El-Milia)	01	2X40	60/30		28/12/2004
		Bouhamdoune (Chekfa)	01	2X40	60/30		22/06/2007
Transport	Ligne THT	Centrale thermique - Chekfa	04		220	08	11/02/1994
		Chekfa -Ain M'ila	01		220	94	11/06/1993
		Chekfa – El Hassi	01		220	95	28/04/1998
		Chekfa-Ramdane Djamel	02		220	79	24/02/1999
		Chekfa-El Kseur	01		220	118	31/12/2005
		Chekfa Béni-Haroune	01		220	55	En cours de réalisation
	Ligne HT	El-Milia - Mila	01		60	45	1994
		Chekfa -Jijel	02		60	25	17/08/1994
		Chekfa – El Milia	02		60	23	1 ^{ère} tranche : 07/08/2002 2 ^{ème} tranche : En cours
		Chekfa -Bouhamdoune	01		60	23	En cours de réalisation
Distribution	Ligne MT	A travers le territoire de la wilaya				1.473	
	Ligne BT					3.289	

P : Puissance T : tension L : longueur
THT : Très haute tension (plus de 220KV)
HT : Haute tension (plus de 60 KV)
BT : Baisse tension

B) Taux d'électrification

Daira	Commune	ZONES RURALES				ZONES URBAINES				Taux Global
		Nbre total de foyers	dont électr.	dont non électr.	Taux	Nbre total de foyers	dont électr.	dont non électr.	Taux EU	
JIJEL	Jijel	735	735	0	100%	19419	19379	40	100%	100%
	1	735	735	0	100%	19419	19379	40	100%	100%
EL-MILIA	El-Milia	6247	5920	327	95%	6900	6492	408	94%	94%
	O.Yahia	2735	2735	0	100%	80	80	0	100%	100%
	2	8982	8655	327	96%	6980	6572	408	94%	95%
TAHER	Taher	2624	2624	0	100%	9164	9164	0	100%	100%
	Chahna	1018	1018	0	100%	942	942	0	100%	100%
	Oudjana	1219	1107	112	91%	286	286	0	100%	93%
	E.A.Kader	2696	2676	20	99%	3206	3206	0	100%	100%
	O.Asker	2023	2023	0	100%	519	519	0	100%	100%
	5	9580	9448	132	99%	14117	14117	0	100%	99%
CHEKFA	Chekfa	3081	3081	0	100%	1027	1027	0	100%	100%
	B.T'har	1288	1268	20	98%	326	326	0	100%	99%
	S.A.Aziz	429	429	0	100%	1200	1200	0	100%	100%
	El-Kennar	827	827	0	100%	1478	1478	0	100%	100%
	4	5625	5605	20	100%	4031	4031	0	100%	100%
EL-ANCER	El-Ancer	2470	2404	66	97%	2142	2142	0	100%	99%
	D.B.H'bibbi	1447	1447	0	100%	848	848	0	100%	100%
	Belhadef	1631	1631	0	100%	136	136	0	100%	100%
	O.Adjoul	322	322	0	100%	895	895	0	100%	100%
	4	5870	5804	66	99%	4021	4021	0	100%	99%
SETTARA	Settara	674	674	0	100%	1244	1244	0	100%	100%
	Gh'bala	661	661	0	100%	121	121	0	100%	100%
	2	1335	1335	0	100%	1365	1365	0	100%	100%
SIDI MAAROUF	S.Maarouf	1927	1927	0	100%	1617	1617	0	100%	100%
	O.Rabah	1546	1546	0	100%	736	716	20	97%	99%
	2	3473	3473	0	100%	2353	2333	20	99%	100%
DJIMLA	Djimla	1813	1801	12	99%	550	550	0	100%	99%
	B.Yadjis	2606	2468	138	95%	24	24	0	100%	95%
	2	4419	4269	150	97%	574	574	0	100%	97%
TEXENNA	Texenna	3852	3739	113	97%	1095	1095	0	100%	98%
	Kaous	1280	1280	0	100%	2069	2051	18	99%	99%
	2	5132	5019	113	98%	3164	3146	18	99%	98%
EL-AOUANA	El-Aouana	1982	1581	401	80%	1473	1473	0	100%	88%
	Selma	1051	762	289	73%	69	69	0	100%	74%
	2	3033	2343	690	77%	1542	1542	0	100%	85%
ZIAMA.M.	Ziama.M	456	456	0	100%	1113	1113	0	100%	100%
	Erraguene	1009	739	270	73%	122	122	0	100%	76%
	2	1465	1195	270	82%	1235	1235	0	100%	90%
TOTAL	28	49649	47881	1768	97%	58801	58315	486	99%	98%

Tableau 54: Ouvrages gaziers

Activité	Désignation	Localités	Nbre	Caractéristiques			Date de mise en service
				Débit NM3/h	P (bar)	L (KM)	
Transport	Gazoduc HP 28"	Ramdane Djamel-Tassoust	01	10 ⁶	70	122	22/08/1991
	Gazoduc HP 8"	Tassoust - Jijel	01		20	08	09/02/1992
		Jijel - Kaous	01		20	0,73	29/06/2005
		Jijel - EAK	01		20	6,16	29/06/2005
Distribution	Poste prédétente	El-Achouat	01	50.000	70/20		1991
	Poste détente	Jijel	01	20.000	20/04		09/1992
		Taher	01	10.000	70/04		29/11/92
		El-Milia	01	10.000	70/04		13/12/93
		El-Kennar	01	3.000	70/04		07/12/99
		El-Ancer	01	3.000	70/04		07/09/2000
		Sidi-Abdelaziz	01	3.000	70/04		23/03/2003
		Settara	01	2.500	70/04		11/2003
		Kaous	01	2.500	20/04		01/11/2005
		EAK	01	5.000	20/04		
		Bazoul	01	2.500	70/04		09/08/2006
		Chekfa	01	2.500	70/04		01/10/2006
		El-Aouana	01	2.500	70/04		Achevé

L : longueur P : pression

HP : haute pression

MP : moyenne pression

NM : nanomètre cube.

Tableau 55: Localités alimentées en gaze naturel

Daira	Communes	Localités	Consistances physiques		Nombre abonnés	Date de mise en service
			RT (Km)	RD (Km)		
JIJEL	JIJEL	Jijel	61	196	18.096	09/02/1992
TAHER	TAHER	Taher	6	106	7.484	29/11/1992
EL-MILIA	EL-MILIA	El-Milia	1,5	79,8	5.859	13/12/1993
CHEKFA	EL-KENNAR	El-Kennar	0,9	17	900	07/12/1999
EL-ANCER	EL-ANCER	El-Ancer	0,1	16,6	788	13/09/2000
		Belghimouz	0	10	650	08/04/2001
CHEKFA	EL-KENNAR	El-M'zair	0	10	414	04/01/2003
	SIDI-ABDELAZIZ	Sidi Abdelaziz	0	22,6	1.268	07/01/2003
D.B.H'BIBI	D.B.H'BIBI	D.B.H'bibbi	0	11	659	31/03/2003
SETTARA	SETTARA	Settara	0	20	1.068	04/01/2004
TEXENNA	KAOUS	Kaous	0,73	33,8	1.780	28/09/2005
TAHER	E.ABDELKADER	E.Akader	6,60	38	1.934	28/09/2005
		Knidel	0	2,04	150	14/03/2006
		Mirra				24/05/2006
		D.Rekba	0	4,848	150	10/05/2006
		H'Mara				12/07/2006
CHEKFA	CHEKFA	Boudekak	0	6,309	500	18/07/2006
TEXENNA	KAOUS	Ben Ayad	0	2,505	500	01/08/2006
		Chemachema 2	0	5,502	200	02/08/2006
TAHER	TAHER	Bazoul	0	16	1.400	09/08/2006
CHEKFA	CHEKFA	Chekfa	6	31	2.000	01/10/2006
		Djimar I et II	0	22,671	1.000	06/10/2006
TEXENNA	KAOUS	Beni Ahmed	0	22	1.200	22/10/2007
11 TOTAL WILAYA	11	23	83	674	48.000	
			757			
Taux de raccordement de la wilaya					49%	

Répartition spatiale du foncier industriel existant



LEGENDE



Zone industrielle

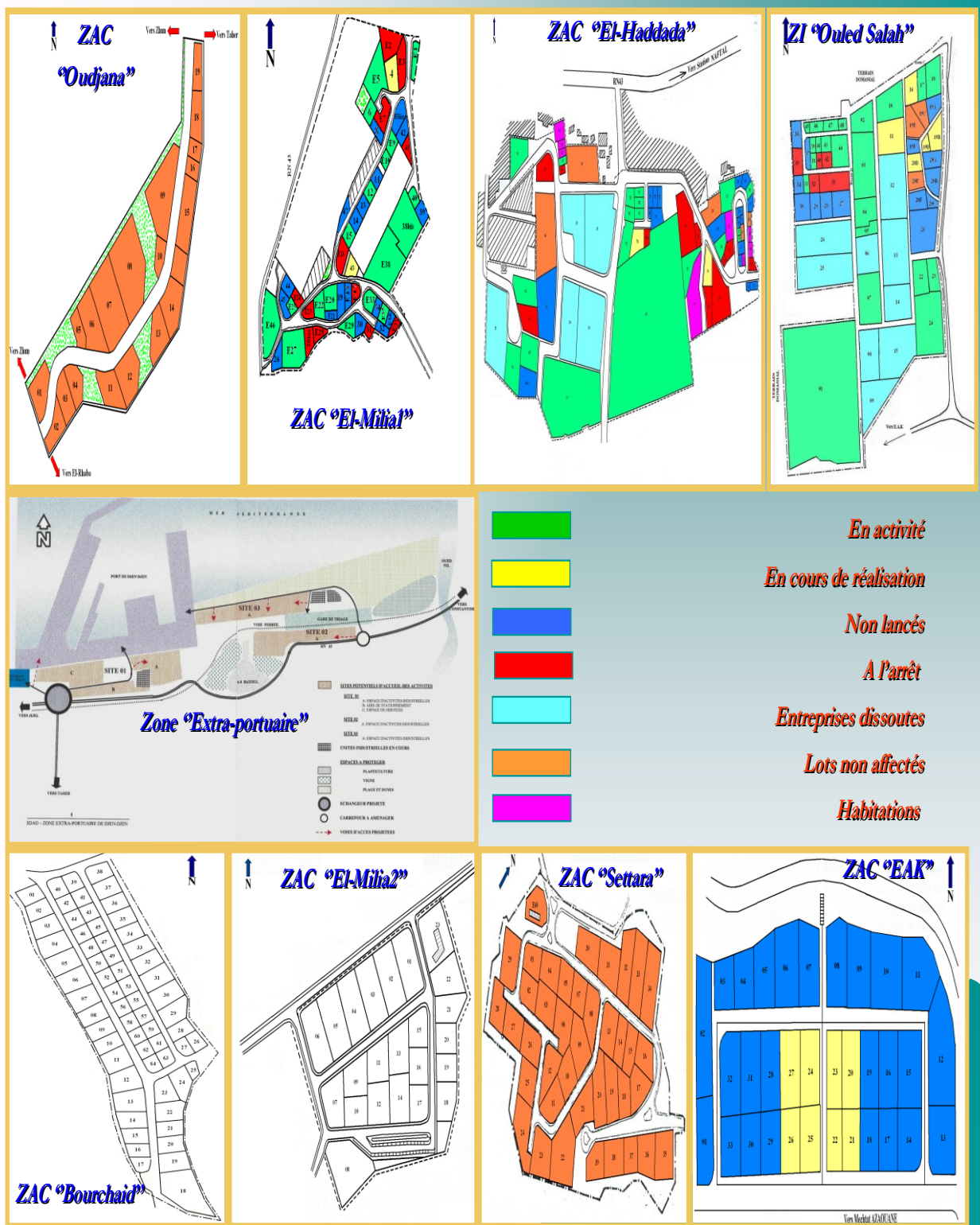


Zones d'activités viabilisées

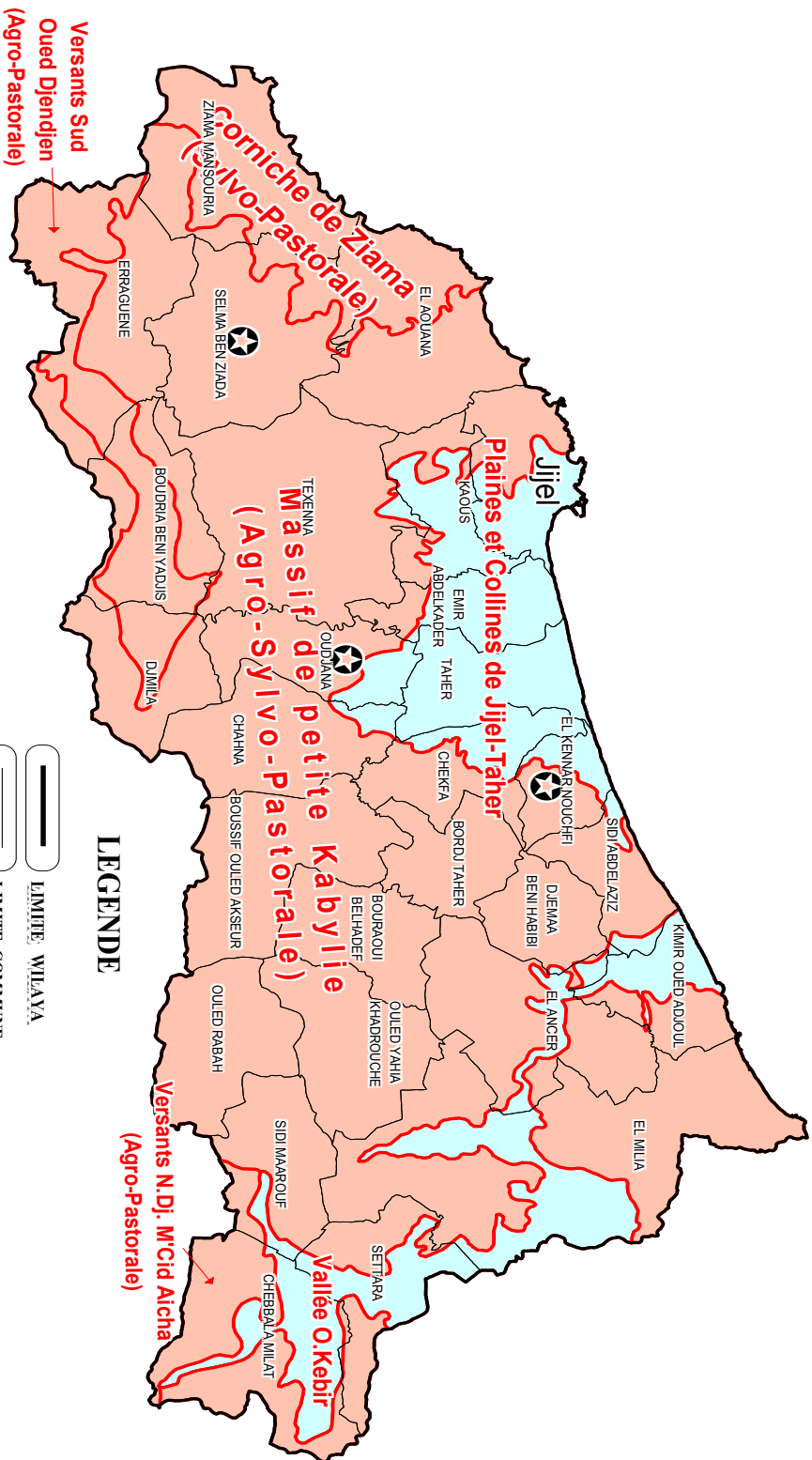


Zones d'activités non viabilisées





ZONES HOMOGENES WILAYA DE JIJEL

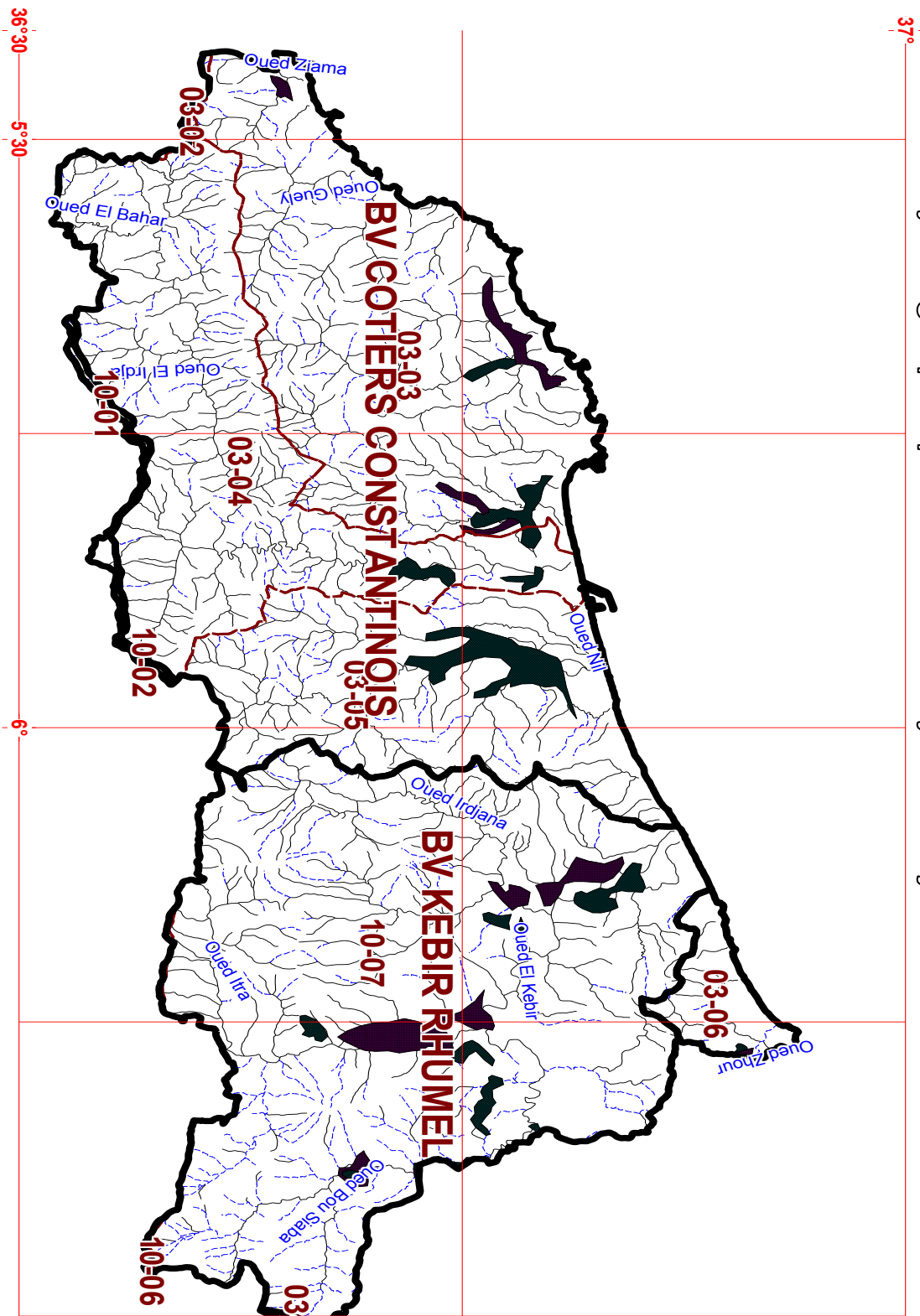


LEGENDE

- LIMITE WILAYA
- LIMITE COMMUNE
- LIMITE DE ZONE HOMOGENE
- BASSES PLAINES ET VALLEES
- PIEMONTS ET MONTAGNES
- Communes à l'indier



Carte hydrographique de la Wilaya de Jijel



Listes des tableaux et figures

1-Liste des tableaux :

- Tableau 1 : Distinction entre espace et territoire.
- Tableau 2 : Les conditions de production de blé et de petit pois.
- Tableau 3 : Les facteurs explicatifs des choix de localisation chez weber.
- Tableau 4 : Les forces affectant la concentration géographique des entreprises.
- Tableau 5: Croisement des deux formes basique de proximité
- Tableau 6 : Une description de facteur de concurrence spatiale.
- Tableau 7 : Typologie des facteurs de compétitivité des régions.
- Tableau 8 : De la stratégie de localisation a la stratégie de territorialisation.
- Tableau 9 : Taux de croissance du secteur de la PME et l'Artisanat en Algérie (2007-2008)
- Tableau 10: Répartition des PME par groupe de branches d'activités l'année 2008.
- Tableau 11 : Répartition des PME et de la population
- Tableau 12 : Organisation administrative de la wilaya de Jijel.
- Tableau 13 : Températures mensuelles minimales, maximales et moyennes exprimées en degrés Celsius dans la région de Jijel (1996-2006).
- Tableau 14 : La pluviométrie dans la wilaya de Jijel (1996-2006).
- Tableau 15: Répartition de la population par genres et par tranches d'âges.
- Tableau 16 : Répartition de la population par commune
- Tableau 17: Capacités d'accueil des établissements de formation professionnelle.
- Tableau 18 : Le nombre de diplômés délivrés par l'université de Jijel (2004-2005).
- Tableau 19 : L'état du réseau routier (routes nationales et chemins de wilaya.
- Tableau 20 : Le réseau routier selon les communes.
- Tableau 21 : Le trafic portuaire de port DJEN DJEN (tonnes, 2003, 2006).
- Tableau 22 : Le trafic portuaire de port DJEN DJEN par catégorie de produit.
- Tableau 24 : Le trafic portuaire de port DJEN DJEN par mode de conditionnement.
- Tableau 25 : Le nombre de voyageurs du transport aérien (2001-2005).
- Tableau 26 : la situation de transport ferroviaire du 2001 au 2005.
- Tableau 27 : Les réalisations de la gare de Bazoul.
- Tableau 28: La situation de la zone industrielle Ouled Salah
- Tableau 29: La situation de la zone industrielle Bellara
- Tableau 30: La situation du foncier industriel.
- Tableau 31: Répartition des PME privées par grands secteurs.
- Tableau 32: Les secteurs d'activités dominants.

Tableau 33: Population du secteur de la PME artisanal.

Tableau 34 : Situation des PME publiques.

Tableau 35 : Répartition des inscrits de secteur d'artisanat pendant l'année 2008.

Tableau 36 : Répartition des PME privées par commune au 30/06/2008.

Tableau 37 : Répartition des PME par Daïra et par secteur d'activités.

Tableau 38: La densité de la population et proportion des PME.

Tableau 39: Répartition des établissements de formation professionnelle sur le territoire de la wilaya.

Tableau 40: Tissu industriel et répartition des PME.

Tableau 41 : Présentation de l'échantillon de l'enquête.

Tableau 42 : Classification des facteurs liés aux infrastructures.

Tableau 43 : Classification des facteurs liés au tissu local.

Tableau 44 : Relation avec les fournisseurs.

Tableau 45 : Sources d'approvisionnement des PME enquêtées

Tableau 46 : Relation avec l'université

Tableau 47 : Relation avec les organismes locaux

Tableau 48 : Relation avec les sous traitants

Tableau 49 : Les relations de coopération.

Tableau 50 : Le rôle des partenaires du tertiaire supérieur

Tableau 51 : classification des facteurs liés a la main d'œuvre.

Tableau 52 : les matières crues pour l'exploitation

Tableau 53 : Infrastructure et ouvrages électronique et gaziers

Tableau 54 : Ouvrages gaziers

Tableau 55 : Localités alimentées en gaze naturel

2- Liste des figures

Figure 1 : La relation profit (rente)-distance pour un producteur agricole.

Figure 2: La détermination de la courbe de rente.

Figure 3: Courbe de rente autour d'un point central.

Figure 4: Le modèle de localisation idéale d'une implantation de weber.

Figure 5: Les éléments de base de la théorie de Christaller.

Figure 6: Le principe de différenciation minimale de Hotelling.

Figure 7: Causalité circulaire dans l'agglomération spatiale des firmes et des travailleurs.

Figure 8 : Graphe de connectivite des firmes.

Figure 9: Articulation des formes de proximité.

Figure 10 : Milieu, réseau et environnement.

Figure 11: Typologie des milieux.

Figure 12 : Répartition des PME par région en Algérie.

Figure 14 : Répartition des PME par secteurs d'activités.

Figure 15 : Répartition des PME par wilaya.

Figure 16 : Raisons de choix de l'emplacement.

Figure 17 : Les frontières géographiques de la wilaya du Jijel.

Figure 18 : Les raisons de choix de l'emplacement.

Figure 19: La pluviométrie durant une période de 11 ans dans la wilaya de Jijel.

Figure 20 : Evolution de la population de 2003-2008

Figure 21 : La densité de la population par commune.

Figure 22 : Répartition sectorielle des PME dans la commune de Jijel et Taher.

Figure 23 : La localisation de PME activant dans le secteur de l'agriculture et pêche.

Figure 24 : La concentration de PME activant dans le secteur de l'agro-alimentaire.

Figure 25 : La concentration de PME activant dans le secteur de l'industrie de transformation.

Figure 26 : La localisation de PME activant dans le secteur de bâtiment et travaux public.

Figure 27: La concentration de PME activant dans le secteur de commerce.

Figure 28 : La concentration de PME activant dans le secteur de commerce et hôtellerie et restauration.

Figure 29 : La concentration de PME activant dans le secteur de services fournis aux ménages

Figure 30 : La concentration de PME activant dans le secteur de services fournis aux entreprises

Figure 31 : La concentration de PME activant dans le secteur de services fournis aux collectivités.

Résumé

Dans ce travail, nous avons essayé d'analyser les facteurs déterminant la localisation de la petite et moyenne entreprise (PME), comme moyen d'analyser l'attractivité de la wilaya de Jijel.

La détermination des facteurs de localisation a permis d'éclairer la répartition géographique des PME au sein du territoire Jijelien et aussi la réalité de fonctionnement des PME agglomérées. Nous avons abouti aux résultats selon lequel les facteurs attractifs de localisation des PME sont d'ordre exogène au territoire de localisation. Ce territoire n'offre pas des facteurs de compétitivité aux entreprises, en dehors des facteurs de proximité des sources d'approvisionnements en matières premières, ou d'un marché. Hormis l'accès au foncier industriel (zones industrielles ou d'activités), les autres facteurs potentiels d'attractivité d'un investissement sont quasi-absents. Les PME sont agglomérées sans logique économique et la proximité spatiale des PME ne s'est pas accompagnée d'une proximité socio-économique. Cela signifie l'inexistence de réseau de PME et de territoire construit dans la wilaya de Jijel.

L'intérêt scientifique de cette recherche est de participer à l'analyse des facteurs déterminant la localisation des PME et de diffuser les résultats obtenus pour qu'ils guident les actions et les réflexions futures concernant l'aménagement territorial de la wilaya de Jijel.

Mots clés : PME, facteur de localisation, territoire, agglomération de PME, réseaux, attractivité, aménagement territoriale, wilaya de Jijel.

Abstract

In this work, we tried to analyze the factors determining the location of the small and medium enterprise (SME) as a means to analyze the attractiveness of the wilaya of Jijel.

The determination of location factors helped to clarify the geographical distribution of SMEs in the territory of Jijel and also the reality of SMEs operating agglomerated. We have produced the results that the factors attractive location for SMEs are exogenous order to territory location. This area does not factor in the competitiveness of enterprises, outside factors near sources of raw materials supply, or market. Apart from access to industrial land (industrial areas or activities), other potential factors in the attractiveness of an investment are virtually absent. SMEs are clustered without economic logic and spatial proximity of SMEs was not accompanied by a socio-economic proximity. This means the absence of an SME network and built area in the wilaya of Jijel.

The scientific value of this research is to participate in the analysis of factors determining the location of SMEs and disseminate the results to guide their actions and reflections on future spatial planning of the wilaya of Jijel.

Keywords: SMEs, location factor, territory, metropolitan SMEs, networks, attractiveness, territorial planning, wilaya of Jijel.

ملخص

في هذا العمل، حاولنا أن نحلل العوامل التي تحدد موقع للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم باعتبارها وسيلة لتحليل جاذبية ولاية جيجل.

إختيار الموقع من العوامل التي ساعدتنا على توضيح التوزيع الجغرافي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في جيجل وأيضا واقع تمركز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. أ ستنتجنا أن من عوامل جذب للشركات الصغيرة والمتوسطة ينحصر في عوامل خارجية لإقليم وهذه العوامل لا تؤثر في القدرة التنافسية للمؤسسات. ومن عوامل التموقع : القرب من مصادر توريد المواد الخام، أو السوق. بصرف النظر عن إمكانية الحصول على الأراضي الصناعية (المناطق الصناعية أو الأنشطة)، العوامل الأخرى المحتملة في جاذبية الاستثمار هي شبه غائبة. الشركات الصغيرة والمتوسطة تتجمع دون المنطق الاقتصادي والقرب المكاني للمشاريع الصغيرة والمتوسطة لم يكن مصحوبا بللقرب الاجتماعي. وهذا يعني عدم وجود شبكة للمؤسسات و لإقليم المبنية في ولاية جيجل.

والقيمة العلمية لهذا البحث هو للمشاركة في تحليل العوامل التي تحدد موقع الشركات الصغيرة والمتوسطة، ونشر النتائج على توجيه التخطيط المكاني المستقبلي لولاية جيجل.

الكلمات الرئيسية : الشركات الصغيرة والمتوسطة ، عامل الموقع ، لإقليم ، الشركات الصغيرة والمتوسطة ، الجاذبية التخطيط الإقليمي، جيجل.