

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA –BEJAIA

FACULTÉ DES SCIENCES ECONOMIQUES DE GESTION ET
COMMERCIALE

DÉPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

MÉMOIRE

EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME DE MASTER EN SCIENCE DE GESTION

OPTION

MANAGEMENT ECONOMIQUE DES TERRITOIRES ET ENTREPRENEURIAT

Thème

*Stratégie de localisation des entreprises dans les territoires
ruraux et son impact sur le développement local : cas du
Groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de
SEDDOUK*

Présenté est soutenu publiquement par :

M^r BOUDJIET Lyes

Juin 2013

Sous la direction du : D^r. Samir BOUMOULA, Université de Bejaia.

Composition du jury de soutenance :

Président : BIATOUR Elhoucine.

Examineur : MOKHTARI Ali.

Promotion 2012/2013

À mes deux chers parents

À mes deux frères Mohand Tayeb et Massinissa

&

À ma fiancée

Remerciement

Ce travail de recherche n'aurait pu être aboutir sans le concours de plusieurs personnes, qui chacune à leur manière et a des degrés divers, l'ont soutenu, contribuer à sa maturation et à son aboutissement. Je tiens ici à leur exprimer ma profonde gratitude.

Mes remerciements s'adressent en premier lieu à Monsieur BOUMOULA Samir, pour avoir accepté de diriger ce mémoire et pour ses recommandations tout au long de ce travail, Madame ARABI Khaloudja pour son appui et ses orientations, je tiens à remercier également Mr HADDOUCHE Hakim et Mr BEN SLIMANE Hakim pour avoir lu et corrigé ce travail. Le personnel du Groupe Amimer Energie en particulier Mr BOUKADAMI Amar PDG de l'entreprise ainsi que Mr BELDJOURI Houcine pour avoir répondu au questionnaire et les documents qui m'ont offert, le personnel de la recette fiscale communal et Mr TIGRINE Djamel (P.APC), qui m'ont permis d'accéder à des documents particulièrement sensibles

Mes remerciements vont aussi aux membres de jury de soutenance, pour la peine qu'ils se sont donnés pour lire ce mémoire.

Enfin je remercie tous mes amis, qui m'ont aidé et encouragé.

Liste des abréviations

- **AC** : Amimer Construction.
- **ANGEM** : Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit.
- **ANSEJ**: Agence Nationale de soutien aux emplois des Jeunes.
- **APG** : Amimer Power Génération.
- **APS** : Amimer Power Système.
- **BADR** : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.
- **BEA** : Banque Extérieur d'Algérie.
- **BNA** : Banque Nationale d'Algérie.
- **BRC**: Brown and Root Condor.
- **CNAC** : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.
- **DAS** : Domaine d'Activité Stratégique.
- **DI** : Docks Industrie.
- **DL** : Développement Local.
- **ENSP** : Entreprise Nationale des Services aux Puits.
- **EPLF** : Entreprise de Promotion du Logement Familial de Bejaia.
- **IDE** : Investissement Direct Etranger.
- **IFU** : Impôt Forfaitaire Unique.
- **ISO** : International Standard Organisation.
- **LSP** : Logements Sociaux Participatifs.
- **NEG**: Nouvelle Economies Géographique.
- **O.C.D.E**: Organisation de Coopération et de Développement Economique.
- **OPGI** : Office Promotionnelle de Gestion Immobilière.
- **PDG** : Président Directeur Général.
- **PNB**: Produit National Brut.
- **PNDAR** : Programme National de Développement Agricole et Rural.
- **PPDRI**: Programme de Proximité pour le Développement Rural intégré.
- **RMQ**: Responsable Management Qualité.
- **SPA**: Société Par Action.
- **TAP**: Taxe sur Activité Professionnelle.
- **TVA** : Taxe sur la Valeur Ajouté.

Sommaire

Remerciements	III
Sommaire	V

INTRODUCTION GENERALE	01
------------------------------------	----

CHAPITRE 1 :

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Introduction	06
1.1. Fondement théorique sur quelque notion de base de la localisation	07
1.2. Les modèles classiques de la localisation industrielle.....	13
1.3. Les déterminants de la localisation des entreprises	21
Conclusion	30

CHAPITRE 2 :

Localisation rurale des entreprises et développement local

Introduction	31
2.1. Espace rural et facteur de localisation	32
2.2. Les modèles et les mécanismes de la nouvelle économie géographique de la localisation industrielle.....	39
2.3. Les notions du développement local	46
2.4. Le développement local passe par l'implantation des entreprises.....	50
Conclusion	54

CHAPITRE 3 :

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de SEDDOUK

Introduction	55
3.1. Méthodologie de recherche.....	56

3.2. Orientations statistiques.....	57
3.3. Présentation du groupe	58
3.4. Analyse des déterminants de la création du groupe	69
3.5. Analyse des déterminants de localisation du groupe dans la commune de Seddouk	73
Conclusion	80

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

Introduction	81
4.1. Méthodologie de recherche.....	82
4.2. Présentation de la commune de Seddouk.....	82
4.3. Le rôle du Groupe Amimer Energie dans le développement de la commune de Seddouk	93
Conclusion	102
CONCLUSION GENERALE	103
Références bibliographiques	106
Annexes	113

INTRODUCTION GENERALE

Aujourd'hui la notion du territoire est devenue de plus en plus complexe¹, d'où l'émergence des nouvelles contraintes économiques et sociales et les relations d'interdépendance entre les éléments qui les composent, ceux-ci ont engendré une forte mutation sur la structure et la dynamique du territoire, à cet effet ; chaque type ou élément référentiel à cette notion, génère des tendances étalées dans des sens différents. En effet, il associe sur un côté matériel objectif, une dimension subjective liée aux sentiments d'appartenance, mais aussi aux pratiques et aux perceptions qui ne sont ni strictement individuelles ni entièrement collectives.

Face à cette interaction intensive d'un ensemble concret ou abstrait que construit le territoire, l'insertion d'une organisation optimale et d'une structuration efficace parait très importante pour sa survie, cela lui permettra de métamorphoser l'environnement en améliorant le niveau de vie et des modalités d'existence des individus et en corrigeant les déséquilibres spatiaux.

Actuellement, plusieurs économistes s'accordent à dire que le meilleur moyen de répondre à ces exigences, s'appuie sur le principe d'aménagement du territoire, à travers des outils, des moyens et des mécanismes misent en œuvres en vue d'assurer un équilibre spatial entre l'efficacité économique et l'équité spatiale voir même l'insertion des principaux mouvements, compositions, recombinaison des facteurs de développement endogène qui ont aptitude à expliquer un phénomène à caractère multidimensionnel (économiques, sociales, culturelles etc....) dont son support déploie une notion capitale ornée par le concept d'attractivité, celle-ci, qui est délimitée par plusieurs facteurs (matières premières, environnement, bassin d'emploi, coûts de la localisation, infrastructures, qualité institutionnelle, la formation etc.) susceptible d'influencer les choix et les décisions de localisation. Alors le territoire est au centre des stratégies d'attractivité pour le développement

¹ Alexandre Moine : « Le territoire comme un système complexe », colloque n°3, Laboratoire ThéMA UMR 6049 Cnrs-Université de Franche-Comté, 32 rue Mégevand, 25030 Besançon Cedex. p.2.

Introduction générale et problématique

économique et devient un véritable sujet de l'action politique au point que l'on confond souvent les acteurs territoriaux avec les territoires qu'ils représentent et dont ils défendent les intérêts économiques².

Introduire l'espace, c'est prendre en considération le fait que les individus et les acteurs sont localisés en des lieux précis et que l'espace engendre des frictions dans leurs mouvements qui ne peut être instantané. Intuitivement, on conçoit l'importance d'être situé au bon endroit³, tous comme le type d'entreprise que nous cherchons à implanter, et que la stratégie de localisation des entreprises à longterm a été dominée par le choix d'un milieu qui génère des divers avantages notamment ceux initiés par les théories de localisation à savoir les externalités positive et les économies d'échelle.

Le mécanisme d'implantation des activités constituent un élément essentiel pour l'image d'un territoire³, cependant, le choix d'un lieu de localisation d'une entité productive est une décision complexe puisque sa survie dépend de lieu de son insertion, mais aussi a cause de nombreux intervenants participants à la prise de la décision. Dans ce contexte, les entreprises cherchent toujours des endroits où elles peuvent générer des économies d'échelle, afin de minimiser les coûts de production et les coûts de transport.

Les stratégies de localisation des entreprises dépendent du degré d'attractivité et de compétitivité du territoire ciblé, si se territoire possède un avantage concurrentiel via une attraction illustrée par des déterminants stratégiques qui les définissent, cela va promouvoir sans cesse les investissements et attirer les agents économiques pour venir s'implanter et mettre en œuvre leurs transactions économiques et participer au développement de cette région afin d'atteindre l'équilibre territorial.

Lorsque L'entrepreneur choisit un territoire donné pour la localisation de son entreprise, cela induit le fait que ce dernier cherche le meilleur emplacement possible en fonction de critères rationnels ou il peut concrétiser des objectifs purement économiques, c'est-à-dire garantir un maximum du profit et réaliser un important chiffre d'affaire. Ces buts dont l'entrepreneur a l'intention d'atteindre, ne seront que dans des territoires (villes, agglomérations) à forte densité économique.

²Hatem F. (2004 a), « Attractivité : de quoi parlons nous? », Pouvoirs Locaux, rapport n°61 II/2004.

³BELLONE. F et MAUPERTUIS M-A : « Nouvelle économie géographique et dynamique de l'innovation : une relecture des configurations centre-périphérie ».Revue Région et Développement 11-2000. Université de Corse.p.9

Introduction générale et problématique

Les comportements des entreprises vis-à-vis du choix du lieu d'implantation est différent d'une entreprise à une autre, cela est déterminé à travers la répartition des activités et leurs présences dans des différents types du territoire (dynamique et/ou non dynamique) même dans des espaces ruraux à faible densité, isolés des milieux urbains et qui ne provoquent pas une attirance particulière, caractérisés à la fois par des critères démographiques (espace peu dense, faible nombre d'emplois) géographique (présence d'espace naturel ou exploité mais aussi handicaps naturels), économique (faible nombre et variété d'emploi, surreprésentation des secteurs primaires et secondaires).

A la lumière de ce qu'on vient d'énoncer, nous focaliseront notre travail sur l'étude des stratégies de localisation des entreprises dans des territoires bien déterminés , ceux qui ne dispose pas suffisamment des déterminants de localisations (zone rurale) , on aura tendance dans cela, à expliquer les raisons et les choix de ce lieu d'implantation,. À partir de ces variables complexes et incertaines formant un sérieux dilemme pour les entreprises, nous essayeront d'apporter quelques éléments de réponse à cette question principale :

« Quels sont les facteurs clés et les acteurs qui interviennent dans le choix de la localisation des entreprises dans ce type de territoire ? (cas d'une entreprise industrielle « Amimer énergie » dans la commune de SEDDOUK) »

De cette question principale, découle un enchainement des questions complémentaires à savoir ;

- Quelle sont les paramètres de motivation qui guident les entrepreneurs ruraux à créer leurs unités productives?

- Quel est l'impact de cette localisation sur le développement local ?

En vue de donner des éléments de réponse à ces questions, nous avons émis les hypothèses suivantes :

- 1) D'après les apports de la Nouvelle Economie Géographique, notre première hypothèse suppose que les entreprises choisissent le territoire rural un lieu d'implantation, en fonction de la disponibilité de la main d'œuvre moins coûteuses.
- 2) Notre deuxième hypothèse, quant à elle, suggère que le la disponibilité et le coût réduit du foncier sont les facteurs clés qui poussent les activités productives à se localiser dans les territoires ruraux.

Introduction générale et problématique

- 3) Notre troisième hypothèse, qui aura tendance d'expliquer l'impact de l'entreprise sur le développement local, présume, que l'entreprise n'est rien d'autre qu'un acteur qui contribue au développement en créant des richesses, des services et d'emplois et même de la valeur ajoutée.

Pour appréhender cette question, nous allons limiter notre étude de cas à une seule entreprise et une seule commune. Dans ce contexte, on a préféré de se pencher aux variables qualitatives au lieu de variables quantitatives, vu que notre travail de recherche tend vers l'étude de cas du leader Algérien de l'installation et de fabrication des groupes électrogènes, et de délimiter les raisons qui ont mené celui-ci à choisir la commune de Seddouk un lieu de localisation, malgré que ce dernier est un lieu enclavé et qui ne dispose pas de facteurs puissants qui puissent attirer les entreprises, cela nous a poussé, de chercher à comprendre pourquoi une grande entreprise tel que Amimer Energie a choisit un territoire de faible densité économique comme la commune de Seddouk un lieu d'implantation ?

Dans cette perspective, il est important de noter que le développement d'un territoire ne peut être abouti sans le développement de tous les sous territoires l'entourant. A ce propos, baser l'effort sur le développement des espaces urbains ne suffit pas pour ancrer les bases d'un réel développement. Il est si important de prendre en considération à ce que les espaces ruraux seront développés afin d'y remédier aux enclavements et évoluer ces milieux vers un stade plus avancé, harmonieux et surtout durable.

A ce titre, en Algérie, les tendances actuelles sont penchées vers l'activité agricole, pour restituer le souffle perdu, mais il se trouve que cette activité n'arrive pas à combler et satisfaire les attentes des citoyens en matière d'emploi et les services rendus, vu que celle-ci demeure insuffisante. Alors, par cette étude nous voulons d'une part, enrichir les recherches destinées aux théories de localisation et au développement local et d'autre part porter quelques solutions concernant les outils qui peuvent désenclaver les territoires ruraux afin d'aboutir à un développement plus équilibré.

Après avoir consulté des documents et mener des enquêtes auprès des entités concernées à savoir : le Groupe Amimer Energie, APC de Seddouk, et la recette fiscale communale, nous avons opté à ce que la présentation de notre travail sera répartie en quatre chapitres. Le premier consiste à porter une analyse théorique sur les déterminants classiques du choix de localisation des entreprises en s'appuyant sur le concept

Introduction générale et problématique

du territoire et les apports de l'économie traditionnelle conçues par Von Thunen, Alfred Weber et Walter Christaller. Le deuxième chapitre, quant à lui, abordera, la localisation rurale des entreprises, et le développement local, cela va permettre de donner les définitions appropriées aux territoires ruraux et d'expliquer à travers les apports de la Nouvelle Economie Géographiques (NEG) et celui de CHEVALIER. P, la localisation des entreprises dans ce type de territoire. Le troisième chapitre sera consacré pour l'étude de la stratégie adoptée par le groupe Amimer Energie afin de s'implanter dans la commune de Seddouk et délimité les facteurs clés qui ont poussé celui-ci à prendre une telle décision. Enfin, le dernier chapitre, quant, à lui, décrit, l'impact du Groupe Amimer Energie sur le développement de la commune de Seddouk en se basant sur l'étude de quelque axe susceptibles d'expliquer le processus de développement notamment celui de la création d'emploi au niveau local, la rente fiscale etc.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

INTRODUCTION

La localisation des activités est de plus en plus considérée comme une composante déterminante de la compétitivité des territoires. Une riche littérature est consacrée pour étudier toutes les dimensions de celle-ci, vu la complexité de l'espace géographique et les opportunités de localisation avantageuses qu'il peut offrir aux entreprises. Cela revient à supposer qu'il existe prématurément une structure géographique exogène préexistante qui contraint les phénomènes économiques qui s'y déploient de façon partiellement endogène¹. Pour ce l'établissement, par les décideurs, d'une relation entre le choix d'un lieu d'implantation particulier pour un nouveau site et la performance de leurs entreprises apparaît en pratique, comme un exercice particulièrement complexe et incertain. Des travaux récents suggèrent que la volonté de surmonter les incertitudes inhérentes aux choix de localisations amenant ainsi les dirigeants d'entreprises ou les entrepreneurs à privilégier délibérément les aires géographiques sur lesquelles ils peuvent disposer de connaissances intimes et spécifiques à leur situation, et dire ainsi que les meilleurs choix de localisation sont déterminés avec ingéniosité et avec une meilleure analyse de l'espace.²

Le cadre conceptuel et les éléments de théorie que nous tenterons de présenter dans ce chapitre visent à contribuer à l'explication de la localisation des activités économiques, dans les différents territoires. A cet effet, nous avons jugé utile de passer en revue quelques éléments théoriques des concepts de territoire et de l'espace, en s'appuyant sur l'analyse des déterminants du choix de localisation des entreprises avec l'essentiel des modèles classiques de la localisation de Von Thünen, Alfred Weber et Walter Christaller.

¹ COSTES (Nicolas) : « choix de localisation des entreprises, intervention publique et efficacité urbaine : une analyse théorique et empirique de la réglementation des choix de localisation des activités de bureau en Île-de-France ». Thèse de doctorat en science : UFR sciences économiques. Université de Paris I. p.2.

²CORIS (Marie), FRIGANT (Vincent) Bernard LAYAN ((Jean), TALBOT (Damien) : « Les dynamiques spatiales des activités productives ». *Cahiers du GREThA* n° 2009-20. Université de Bordeaux. p.5.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

1.1. Fondement théorique sur quelque notion de base de la localisation

1.1.1. Notion de localisation

Pour mieux cerner le travail, il est important de procéder à la définition de la notion de localisation, cette dernière représente un appui primordial pour une analyse pertinente et complète de sujet. Selon **Mérenne Schoumak** : « *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, 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 Thérès 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

A partir de ces définitions on remarque que la géographie semble à priori la mieux indiquée pour l'étude de la distribution et de la répartition des activités économiques dans l'espace géographique ; se sont surtout les économistes que les géographes qui ont essayés d'expliquer les variables qui influencent sur le choix et les décisions de localisation des entreprises.

1.1.2. La notion de l'espace et de territoire

L'espace et le territoire représentent les deux notions élémentaires sur lesquelles se sont établis les modèles de localisation en économie. Actuellement quand on évoque l'espace, on fait référence tout d'abord à la localisation qui est devenue une partie intégrante de l'économie géographique et de l'économie spatiale, en suite à la minimisation du coût de transport entre le lieu de production et le lieu de transaction. Et lorsqu'on introduit le territoire, le point de la localisation résulte d'un arbitrage entre une multitude d'attributs matériels et immatériels.

¹SCHOUMAKER B-M, « la localisation des industries », Edition Nathan, 1996.p.28.

²PUMAIN. D et SAINT-JULIEN. T, « l'analyse spatiale : localisation dans l'espace » Armand Colin, paris.2004.p.9.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

« 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 du prix relatifs aux facteurs et des coûts de transport, aussi bien d'acheminement des matières premières et bien intermédiaires, que d'accès aux marchés. »³.

Le territoire selon **CLAUD Courlet** « est un système complexe entendu comme le lieu de relation particulière entre de nombreux acteurs. Ce système doit être appréhendé sous ses différentes dimensions »⁴.

Par cette définition, il parait que l'auteur à tendance d'expliquer que le territoire est un espace avec des relations marchande et non marchande, un ensemble de relations matérielle et immatérielle, ces derniers confèrent aux territoires une certaine équivoque et une réalité plus abstraite que phasique. Ici la logique de localisation dépasse celle retenue par les modèles classiques de localisation c'est-à-dire que le territoire ne peut être réduit à une dotation en facteur de production, il est une construction complexe dont la nature et l'évolution résultent⁵ :

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

Pour mieux distinguer entre le territoire et l'espace, nous allons tirer parti et constaté dans le tableau N°1.1 les principaux points de différence entre l'espace et le territoire.

³ZIMMERMANN. J-B : « l'entreprise et le territoire, partenaires pour créer et développer. », GREQAM/EHESS-CNRS, université d'aix-Marseille, novembre, 1998.p.45.

⁴CLAUD. C : « économie territorial », 2008.

⁵ ZIMMERMANN. J-B. Op.cit.p.47.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Tableau N°1.1 : Distinction entre espace et territoire

<i>Espace</i>	<i>Territoire</i>
Ensemble	Système
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

D'une manière générale, les deux notions provoquent des tendances différentes, ce qui explique que le territoire est dynamique grâce aux jeux d'acteurs, tandis que l'espace est statique, dépourvue de tous les axes susceptibles de créer un mouvement.

1.1.3. Relation entreprise-territoire

La relation entre l'entreprise et le territoire, est une relation de complémentarité et d'interdépendance, si le territoire dispose du potentiel nécessaire et de ressources indispensables destinées aux attentes des entreprises, cette dernière participe au développement de ce territoire par la création de richesses, de services et d'emplois. En effet, l'entreprise est une partie prenante de l'évolution de territoire qu'elle fait partie, et considérée comme un facteur clé de la richesse et d'attractivité d'une région.

Selon FOURCADE Philippe, la relation entre l'entreprise et son territoire peut être harponnée à travers trois approches⁶, par rapport à l'entreprise, au territoire, et de l'interaction entre l'entreprise et le territoire (approche mixte) :

⁶FOURCADE. C : « le territoire comme atout des processus d'internationalisation des PME : le concept de milieu internationalisant », in XXVIIIème colloque de l'ASRDLF, Trois Rivières (Québec), 21/23 août 2002, p.5.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

1.1.3.1. Par rapport à l'entreprise

La relation de point de vue de l'entreprise s'inscrit dans le contexte de processus du choix du lieu d'implantation, il s'agit donc de s'intéresser aux stratégies de localisation des entreprises avec les déterminants qui motivent les choix de localisation sur le territoire, on parle dans cela sur, l'enracinement de l'entreprise sur le territoire (stratégie d'ancrage), qui aura un impact direct ou indirect, positif ou négatif sur la structure et la dynamique de territoire. Si l'entreprise est en situation de crise, le territoire le sera aussi, même chose pour le cas inverse, on peut traduire cela par la forme d'ancrage traditionnelle, à l'image de sidérurgie en Lorraine (France) écrit par J.B. ZIMMERMANN : « *Cette forme traditionnelle de l'ancrage territorial crée de l'histoire, qui fonde une communauté de destins qui scelle les devenirs à tel point que la crise de l'entreprise devient crise du territoire, le déclin industriel se mue inéluctablement en drame social. C'est typiquement l'exemple de la sidérurgie en Lorraine pour laquelle la crise industrielle a entraîné toute une région dans un déclin économique radical...* »⁷.

En outre ; avec la rivalité économique, les formes de stratégies de localisation des entreprises ont évolué avec l'émergence d'une forme de stratégies que l'on appelle stratégie de « **nomadisme** » que les entreprises adoptent pour garantir leurs survies et conserver une certaine flexibilité territoriale en cherchant à préserver un certain degré de liberté sur le plan spatial.

1.1.3.2. Par rapport au territoire

La relation du point de vue de territoire se manifeste par la formation de système d'organisation ou d'institution territoriale, qui va permettre au territoire de se structurer et d'améliorer sa compétitivité. A cet effet, selon M.SCHWARTZ, qui définit le territoire à travers sa facette organisationnelle, dit : « *La logique organisationnelle suppose la détermination des agents ou acteurs qui contribuent par leurs comportements à l'organisation territoriale...* »⁸.

⁷ ZIMMERMANN. J-B : « entreprise et territoire : entre nomadisme et ancrage territorial », in Revue de l'Institut de Recherches Economiques et Sociales (IRES), n° 47, 1^{er} trimestre 2005, pp.23-24.

⁸ M.SCHWARTZ cité par IKEN. O : « Essai d'analyse des facteurs de localisation des PME sur le territoire de la commune de Bejaia ». Mémoire de master: Science de gestion : université A. Mira de Bejaia. p.27.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Le territoire se construit sous l'impulsion de jeux des acteurs qui le composent, si on parle d'acteurs qui construisent le territoire on fait référence surtout à l'entreprises comme acteur économique qui structure une hiérarchie organisationnelle par son ancrage territoriale sachant que celle-ci est fondé sur la jonction entre les aspects de proximité organisationnelle et de proximité géographique ensuite sur les collectivités locales et les différentes institutions, qui offrent un environnement favorable par les différents équipements et infrastructures qui sont destinés aux attentes des entreprises, notamment celles qui sont inscrites dans un éventuel nomadisme, il ne s'agit pas du point de vue des collectivités locales de les fasciner seulement, mais de les retenir surtout.

1.1.3.3. Par rapport à l'interaction « territoire-entreprise » (approche mixte)

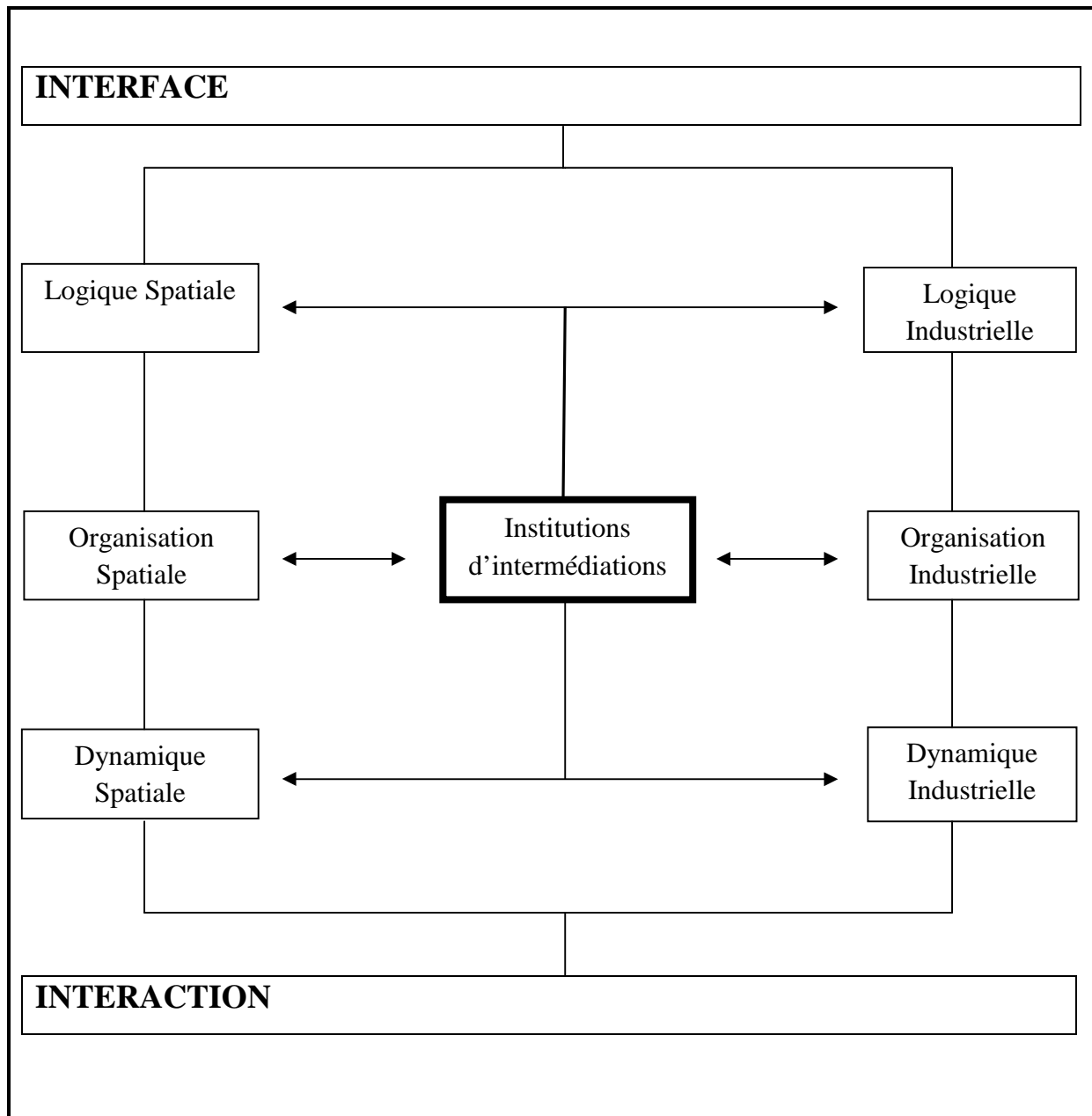
De point de vue de l'interaction entre l'entreprise et le territoire, ce processus peut être constaté à travers les jeux d'acteurs et la construction territoriale, le fonctionnement de ces deux éléments qui s'inter- réagissent donnent un nouveau environnement et une nouvelle dynamique territoriale. Pour mieux comprendre le fonctionnement de ces deux éléments « entreprise-territoire », il est opportun d'abord de savoir et de saisir les différents choix faits par l'entreprise et qui s'opère ainsi entre organisation industrielle et organisation spatiale. Selon C.FOURCADE : « *l'existence d'un système territorialisé de production suppose une interaction entre d'une part une organisation industrielle et d'autre part une organisation spatiale* »⁹. Cette interaction est ornée par la figure N°1.1 qui montre le passage d'une interface, situation de coexistence dans une aire spatialisée à une interaction qui est déterminée par l'impartition ou de co-construction entre les deux mouvements.

⁹ FOURCADE. C cité par BEDJGUELEI. F: « Essai d'analyse des déterminants de localisation des entreprises dans la wilaya de Bejaia » mémoire de Magister : science économique : université A. Mira de Bejaia. p.42.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Figure N°1.1 : Interaction entre « organisation industrielle et une organisation spatiale »



Source : BEDJGUELEI. F: « Essai d'analyse des déterminants de localisation des entreprises dans la wilaya de Bejaia » mémoire de Magister : science économique : université A. Mira de Bejaia. p.42.

La relation de l'entreprise avec son territoire est scrutée comme une construction qui ensuit des activités productives, des corrélations inter-entreprises, qui s'organisent de sorte à maximiser les avantages tirés de leurs relations, il ya lieu de citer aussi des comportements de l'environnement légal et de service, de formation, de recherche, etc. Comme une construction qui soutient le couple entreprise et territoire.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

1.2. Les modèles classiques de la localisation industrielle

Pendant longtemps, l'espace a été mis à l'écart dans l'analyse économique, bien que, des auteurs ont fait parfois allusion d'une manière secondaire. A ce propos ; P. DOCKES note que « *l'homme a toujours su qu'il vivait dans l'espace. L'économiste à fait semblant parfois de l'ignorer* »¹⁰.

En outre, les premiers qui ont essayé d'intégrer l'espace comme variable dans l'analyse économique sont, sans doute les mercantilistes, parmi eux, on trouve William Petty¹¹, d'origine anglaise, qui a fait l'apologie de la concentration industrielle, ensuite, c'est le français Richard Cantillon qui est considéré comme l'avant coureur de l'analyse spatiale, puisqu'il se distingue de Petty par une analyse scientifique de l'espace dans une étude des circuits économiques entre la ville et la campagne. Pour leur part les physiocrates (Stewart, Quesnay)¹² prônent la dispersion industrielle et les classiques ignorent totalement l'espace dans leurs analyses. Ce n'est qu'au début du XIX^e siècle que l'auteur Von Thünen élabore une théorie de la localisation et de l'organisation de l'espace qui a fait de lui le pionnier de l'analyse spatiale. Un siècle plus tard, succèdent les théories de la localisation industrielle.

C'est ce que nous allons approcher dans cette section en essayant d'introduire le modèle classique dont les fondateurs principaux sont (Von Thunen, Max Weber, Walter Christaller etc.), pour comprendre les avancées de ces théories dans le processus de choix de localisation.

Sans revenir aux premières intégrations de l'espace dans l'analyse économique qui remonte à la période des mercantilistes, nous allons nous intéresser dans cette section aux théories qui constituent ou qui sont considérées comme l'appui ou la base de l'économie spatiale.

¹⁰DOCKES.P, cité par : « Pierre Henri Deryche ». Encyclopédie d'économie spatiale.

¹¹Cité par DOCKES P: « l'espace dans la pensée économique : du XVI^e au XVIII^e siècle » Edition Flammarion, Paris, 1969.p.132.

¹²PERREUR.J : « la localisation industrielle : les approches des économistes ».In CLIQUET.G et JOSSELIN. J-M :« stratégies de la localisation des entreprises industrielles et commerciales : de nouvelles perspectives ».Edition De Boeck Université, Bruxelles, 2002.p.22.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

1.2.1. Von Thünen (1826) : la localisation agricole

L'origine des théories de la localisation remonte à 1826, avec l'apparition d'un ouvrage de Johann Hernrich Von Thünen intitulé « *der isolietre staat in beziehung auf landwirtschaft und nationalökonomie* »¹³.une réflexion sur la répartition des activités agricoles sur un territoire donné.

Agronome et exploitant ses domaines à Rostock au Nord de l'Allemagne pendant près de 40 ans, Von Thünen (1783-1850) a tiré les conclusions de son expérience pour en faire une véritable théorie relative à l'affectation agricole du sol à partir d'un marché. Comment se répartissent les cultures sur un territoire organisé autour d'une ville marché ? Comme la fertilité ne dépend pas de la distance ? Elle va être supposée constante. D'un coup, la distance sera au centre de cette problématique. Von Thünen montre alors que les activités agricoles se localisent de sorte que la rente foncière nette des coûts de transport soit maximisée.

Pour montrer comment les activités agricoles se répartissent autour d'une ville, l'auteur donne un certains nombres d'hypothèses abrégées énumérées comme suit :

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

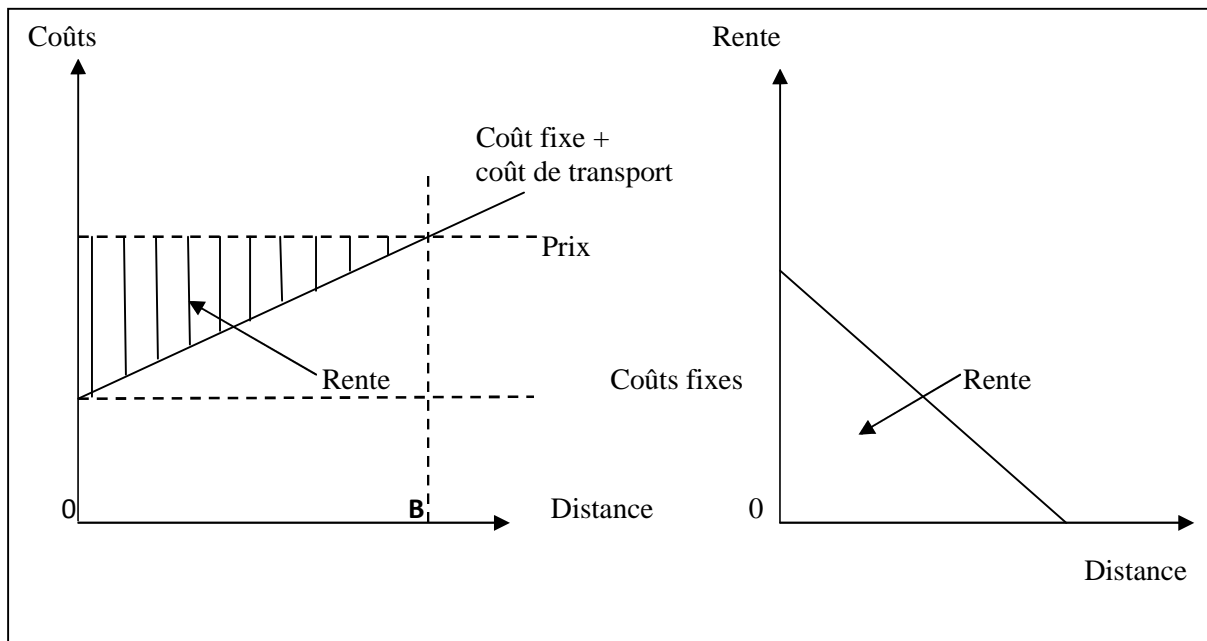
Sachant que, la rente foncière représente la différence entre le prix de vente sur le marché et le coût de production y compris le coût de transport qui s'élève proportionnellement avec la distance. Elle est donc, une fonction décroissante de la distance. Formellement, ce modèle peut être représenté à l'aide d'un graphique (Figure N°1.2). Ce dernier, représente la relation qui existe entre les coûts de transport et la distance qui sépare les lieux de culture du marché et leurs rôles dans la détermination de la rente foncière.

¹³ « L'Etat isolé et son rapport à l'économie agricole et nationale » .NUSSBAUMER. J: « le rôle des débats méthodologiques dans la constitution de l'économie spatiale : la contribution de l'école historique allemande à une approche institutionnaliste du développement local » ? In séminaire d MATISSE, université de Lille, 11 février 2005.p.5.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Figure N°1.2 : La relation entre la rente foncière et la distance



Source : AYDALOT. P : « Economie régionale et urbaine ».Edition Economica, Paris, 1985.p.32.

Le graphique illustré de gauche nous donne, d'une part, la relation positive qui existe entre les coûts de transport qui s'ajoutent aux coûts fixe, autrement dit, chaque éloignement des lieux de production du marché, engendre des coûts de transport plus importants. D'autre part, la relation négative entre les coûts de transport et la rente foncière, c'est-à-dire, l'augmentation des coûts de transport induits la baisse de la rente, jusqu'au point B ou elle s'annule, qui est illustré dans l'intersection des deux droites, celles des coûts (fixe et transport) et celle des prix qui représente le lieu où le coût de production majoré en coûts de transport sont identiques au prix de vente sur le marché. De ce fait, le point B constitue la limite de culture au-delà par laquelle la rente devient négative. Ainsi, une seule culture occupera toute la région circulaire de rayon (OB) où elle procure une rente décroissante par rapport aux frais de transport.

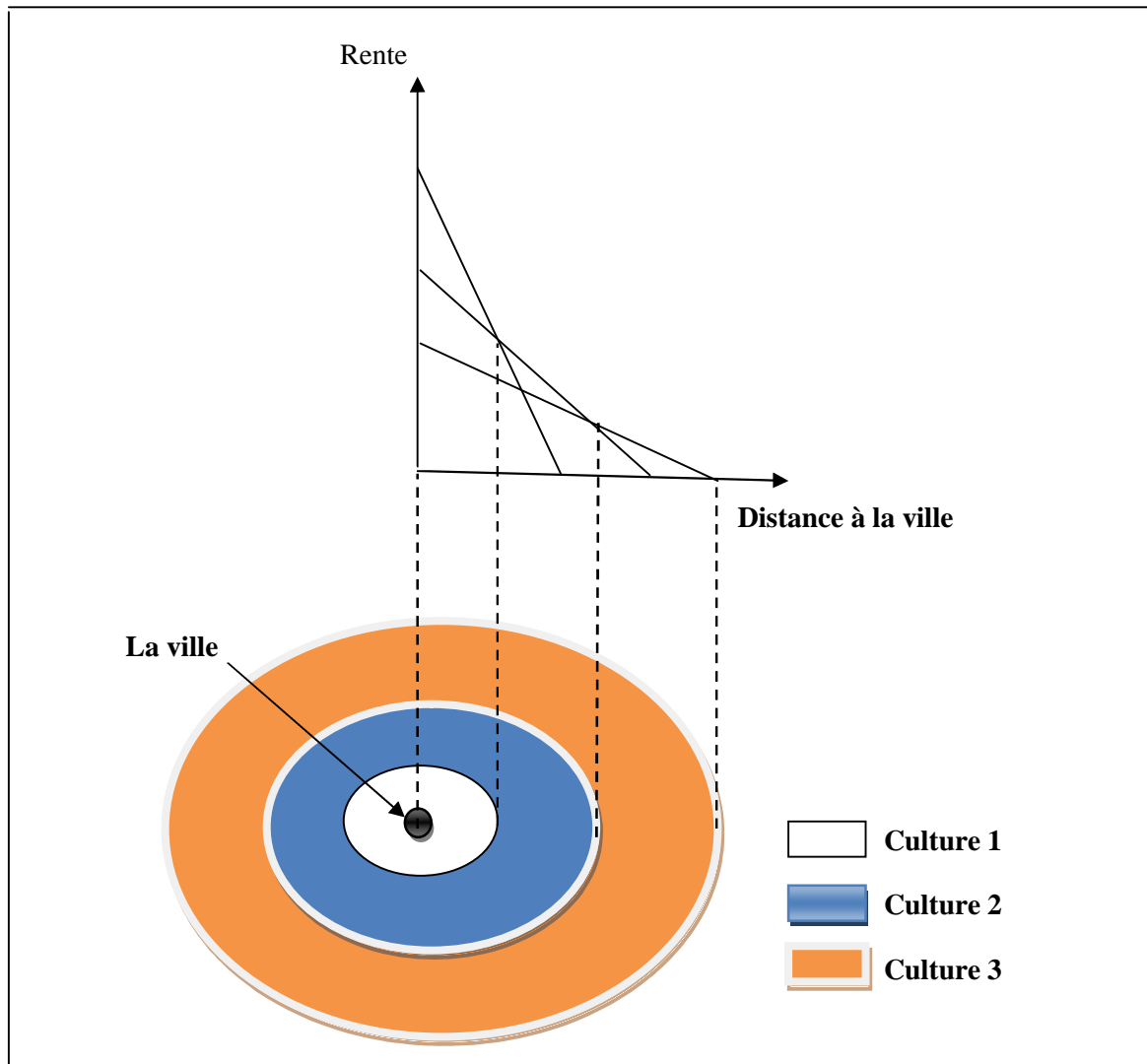
Des deux relations antérieures, on aboutira à la relation négative qui existe entre la rente foncière et la distance qui diverge les lieux de production du marché qui est illustrée par la droite décroissante de la rente (graphique de droite de la figure N°1.2).

Dans ce cas, Von Thünen, essaye d'expliquer ce résultat en introduisant plusieurs cultures, ensuite il les répartit sous forme concentrique par rapport à la ville (Figure N°1.3).

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Figure N°1.3 : La répartition des cultures selon les niveaux de la rente



Source : VICENTE. J : « Economie régionale et urbaine ». Cours de l'Institut d'études politiques de Toulouse.
<http://www.univ-tlse1.fr/lercpe/present/vicente/html>

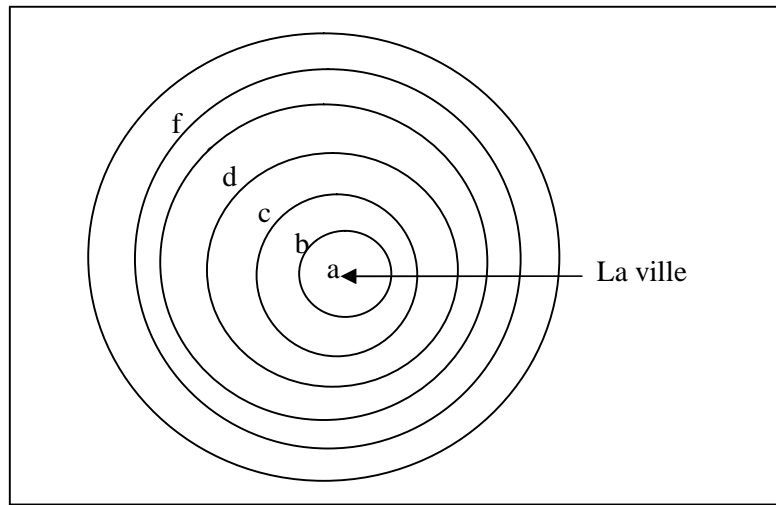
La figure N°1.3, représente la répartition des cultures en fonction de leurs rentes. Avec trois cultures, C1, C2, C3 et leurs rentes respectivement, R1, R2, R3. C1 se situe en voisinage de la ville qui génère R1 qui est supérieur aux autres R2 et R3. Le deuxième cercle est voué à C2 dont R2 est inférieur à R1 mais supérieur à R3. Le dernier cercle donne R3 qui permet de tirer la rente moins élevée.

Suivant ce raisonnement, Von Thünen structure l'espace agricole en six couronnes concentriques par rapport à la ville qui sont représentées du centre vers la périphérie par ordre d'intensité.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Figure N°1.4 : La répartition des cultures selon Von Thünen



Source : BENALLAOUA, A. : « Contribution à l'étude de la localisation des entreprises en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia ». Thèse de Magister : science économiques : université A. Mira de Bejaia.2002.p.18.

Le cercle (a) : consacré à la production des produits périssable.

Le cercle (b) : consacré à la sylviculture.

Le cercle (c) : consacré aux cultures de la terre.

Le cercle (d) : consacré aux cultures pastorales.

Le cercle (e) : consacré aux cultures de la terre.

Le cercle (f) : consacré à l'élevage de bétail.

D'après ce raisonnement relatif à la répartition des cultures, Jean Marie Huriot note que « les cercles proposés par Von Thünen ne sont pas des zones de spécialisation absolue et exclusive », d'où l'existence d'un fleuve négligeable qui traverse la plaine, passant par la ville l'élargissement des cercles sur la longueur. Aussi, l'existence d'une ville secondaire sur les périphéries procréé la naissance des cercles autour d'elle.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

1.2.2. Alfred Weber (1909) : la localisation industrielle

Après la révolution industrielle qui a engendré des profondes mutations, l'économiste allemand Alfred Weber est connu comme l'un des précurseurs des théories de la localisation, il a proposé, en 1909 dans son ouvrage « Über der Standort der Industrie »¹⁴, une théorie qui présente deux aspects :

- Le premier consiste à construire un outil de compréhension de la décision individuelle de la localisation en montrant ses déterminants.
- Le second consiste à expliquer à partir de la décision individuelle de la localisation, la configuration spatiale de l'économie (agglomération, dispersion).

A partir de ces aspects, Weber fait une synthèse de la configuration spatiale de l'espace local et la manière dont s'y organisent les activités économiques, il considère que la localisation optimale des entreprises est réalisée en fonction de trois facteurs, à savoir¹⁵ :

- Un point minimum des frais de transport pour amener la matière première sur le lieu de production et ceux pour livrer le produit finis sur le lieu de consommation (marché).
- La distorsion du travail qui résulte de la différence dans les coûts de la main-d'œuvre.
- Le jeu des forces agglomératives et désagglomératives.

Les décisions de localisation des entreprises industrielles résultent de la comparaison entre les frais de transport de la matière première brute et ceux des produits finis, et le point optimum qui minimise ces coûts. Dans ce cas, le point qui minimise ces frais est déterminé par la méthode du « triangle de la localisation » qui est formé par la droite reliant les deux sources de matière première et le centre de consommation.

¹⁴ « la localisation industrielle », NUSSBAUMER .J, Op.cit. p.12.

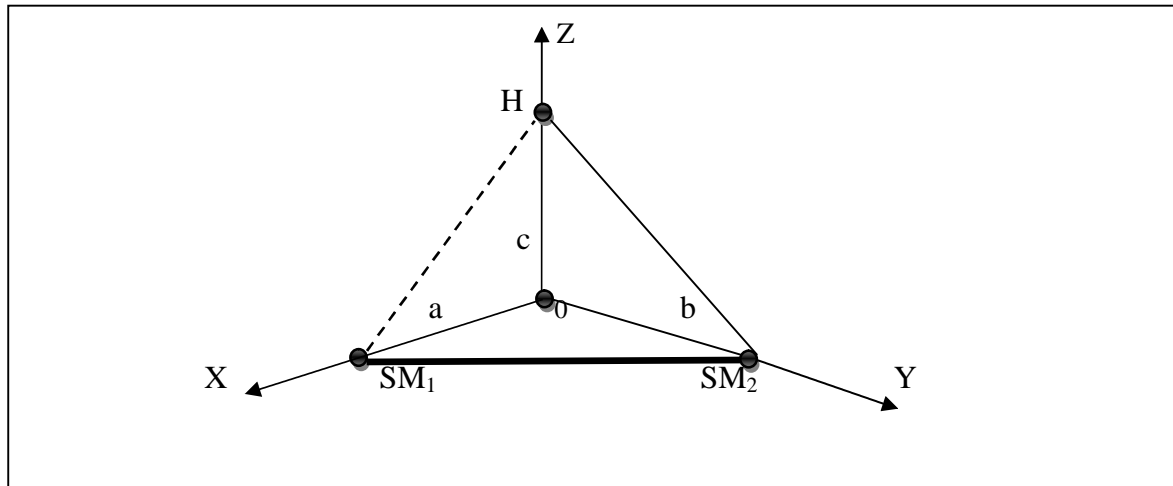
¹⁵BILON-HOEFKENS. I, et LEFEBVRE. G: « L'innovation dans la région Françaises : première analyse des performances générales et des biotechnologies en particulier ».in XIème colloque de l'ASRDLF : « Convergence et disparités régionales au sein de l'espace européen : les politiques régionales à l'épreuve des faits ».Bruxelles, 1-3- septembre 2004.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Weber considère que l'entreprise utilise deux matières premières M_1 et M_2 provenant de deux sources d'extraction distinctes SM_1 et SM_2 . Le produit fini sera vendu dans le marché M . soient a , b et c les distances entre l'entreprise et les lieux des matières premières respectivement M_1 , M_2 et du marché M

Figure N° 1.5 : Le triangle de la localisation de Weber



Source : BENALLAOUA, A. : « Contribution à l'étude de la localisation des entreprises en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia ». Thèses de Magister : science économiques : université A. Mira de Bejaia.2002.p.20.

Les variables X , Y et Z représentent respectivement, les poids des matières premières, M_1 , M_2 et le produit fini. Le lieu 0 indique la localisation qui correspond au minimum du coût total, celui-ci peut s'écrire sous la forme de : $aX+bY+cZ$

Dans la surface de ce triangle, s'exercent les forces d'attraction des matières premières et du produit fini, afin de déterminer, le lieu qui minimise les coûts de transports, 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 à l'aide de la formule ci-après :

$$\frac{N^{\text{bre}} \text{ d'unités de poids des matières premières}}{N^{\text{bre}} \text{ d'unités de poids de produit fini}}$$

NB : ce rapport en termes de poids peut être exprimé en termes de distance¹⁶.

¹⁶TEFRA. M: « économie des transports », Editions Ellipse, paris 1996.p.145.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Ainsi, si le rapport est supérieur à 1, les matières premières sont les plus attractives et l'entreprise se localisera à proximité des lieux d'extraction. Dans le cas inverse, c'est-à-dire si le rapport est inférieur à 1, l'effet des produits finis sont plus déterminants que ceux des matières premières, alors le lieu d'implantation sera à proximité du lieu de consommation (marché).

1.2.3. La théorie des lieux centraux de Walter Christaller (1933)

Dans son ouvrage intitulé « *Die zentralen Orte in Süddeutschland* », l'économiste allemand Walter Christaller élabore une théorie du lieu central qu'il avait appliqué en Allemagne du sud en 1933 sur la hiérarchie urbaine fondée sur les activités tertiaire et les services qu'elles offrent à leur arrière pays. De ce fait, la fonction commerciale est considérée comme la première force d'agglomération, cela permet d'expliquer que certains biens et services ne se trouvent que sur les lieux où la production est rendue possible par la disponibilité des facteurs de production nécessaires à leur fabrication. Ainsi, l'importance du centre de production et l'étendue de la zone desservie varient en fonction de la nature du produit ou des services. L'explication s'appuie dans le fait que certains biens et services moins importants tels que les produits alimentaires et les vêtements courants, faisant l'objet d'une demande massive et régulière, la répartition peut être plus dispersée sur le territoire. Tandis que les biens et services supérieurs, à savoir les biens de luxe et les services spécialisés, dont la fréquence de consommation est plus faible, par conséquent, la production exige une demande plus élevée, sont plus regroupés sur quelque repaire du territoire, c'est-à-dire la construction d'une hiérarchie urbaine.

A partir de ce raisonnement, Christaller a présenté une configuration spatiale fondée sur la hiérarchie des villes et de leurs aires d'influences, ainsi que la population du centre urbain et le nombre de places. (Voir le tableau N°1.2).

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Tableau N°1.2 : la hiérarchie urbaine de Christaller

Type de centre	Distance entre les centres (Km)	Aires d'influence (Km ²)	Population des centres	Population locale de l'aire d'influence	Nombre de place centrale
1-Bourge de marché	7	45	800	2700	486
2-Cros bourg	12	135	1500	8100	162
3- Ville d'arrondissement	21	400	3500	24300	54
4-Ville de district	36	1200	9000	75000	18
5-Ville de préfecture	62	3600	27000	225000	6
6-Centre de province	108	10800	90000	675000	2
7-Centre de pays	186	32400	300000	2025000	1

Source : Mario POLESE « Economie urbaine et régionale : logique spatiale des mutations économiques ».Edition Economica. Paris, 1994,p.269.

En remarque dans ce tableau, que chaque augmentation de la distance entre les centres engendre une augmentation d'aires d'influence, ainsi que la population des centres et la population locale d'aire d'influence, à l'exception du nombre de places centrales qui se diminue.

1.3. Les déterminants de la localisation des entreprises

Selon **Philippe Aydalot** (1985), un facteur de localisation est« *tout ce qui est 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* »¹⁷.

¹⁷AYDALOT. P : « économie régionale et urbaine ».Edition, Economica.Paris, 1985.p.69.

CHAPITRE 1

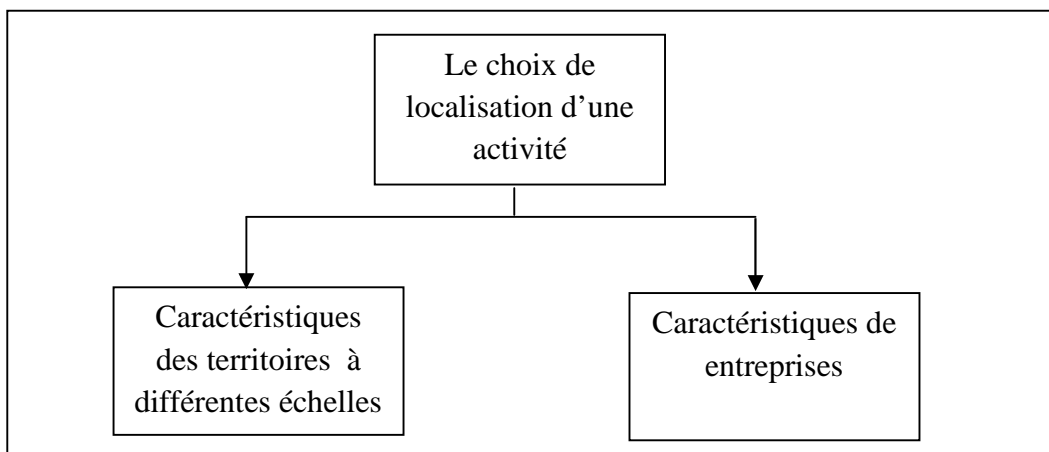
Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Selon **Mérenne-Schoumaker** (1996), on entend par facteur de localisation tout phénomène susceptible d'influer d'une manière ou d'une autre le choix d'une localisation. Selon elle, dans la plupart des travaux consacrés aux localisations, quatre grands principes se dégagent¹⁸ :

- Un facteur ne peut à lui seul expliquer une localisation.
- Un même facteur peut procurer plusieurs influences. Ainsi, la présence d'une main d'œuvre qualifiée peut attirer certaines entreprises et en repousser d'autres.
- Le choix d'une localisation est le produit d'un nombre plus ou moins grand de facteurs dont le poids et la diversité varient fortement d'une situation à l'autre.
- La sélection finale d'une localisation est toujours une question de compromis et d'options car, « 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 »¹⁹.

Il existe donc plusieurs facteurs susceptibles d'influencer le choix de localisation, ce choix varie en fonction des caractéristiques des entreprises et celles des territoires. Mais chaque cas diffère des autres et il n'est pas possible de tout envisager.

Figure N°1.6 : Les déterminants d'une localisation



Source : MERENNE. S : « La localisation des industries: mutations récentes et méthodes d'analyse ». Paris: Nathan. (1991).

¹⁸VICTOR. A : « 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 Montréal. Août 2004 p.3.

¹⁹MERENNE. S : « Géographie des services et des commerces ».Rennes, Presses Universitaires de Rennes.2003.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

1.3.1. Les facteurs qui caractérisent les entreprises

Des stratégies de localisation différentes selon la nature des produits et les caractéristiques sectorielles. Ces réflexions tirées des analyses théoriques de l'économie spatiale nous permettent donc de prédire les choix de localisation des entreprises selon leurs caractéristiques. Les firmes auront tendance à s'implanter en priorité dans les grands bassins de demande et d'emploi si celles-ci²⁰.

- Souffrent peu de la concurrence (secteurs de concurrence imparfaite produisant des biens relativement bien différenciés).
- Sont peu sensibles aux coûts du travail (secteurs des services aux entreprises par exemple).
- Utilisent un grand nombre de biens intermédiaires diversifiés (le secteur automobile étant souvent cité comme exemple).

En revanche, les entreprises auront tendance à choisir des localisations excentrées si elles ne répondent pas aux caractéristiques citées ci dessous et si :

- Sont fortement utilisatrices de main d'œuvre peu qualifiée.
- Supportent des coûts de transport extrêmement faibles (textile, industrie légère).
- Sont dépendantes d'une ressource naturelle difficilement transportable (industrie agro-alimentaire, industrie pétrolière).

Bien évidemment, les entreprises de grande taille sont à même de diviser leur processus de production en différents segments qui se localiseront chacun selon ses caractéristiques propres. Notons aussi que la zone d'influence d'un établissement (l'échelle sur laquelle sa production pourra alimenter le marché environnant sans perdre en compétitivité) dépendra de la nature du produit (transportabilité, différenciation...), de l'importance des économies d'échelle et de la localisation de la concurrence. Ainsi, dans certains secteurs les entreprises auront tendance à se scinder en plusieurs établissements comparables répartis sur l'ensemble des territoires nationaux pour couvrir l'ensemble de la demande (ciment, services aux ménages).

²⁰Pour une analyse sectorielle des comportements de localisation sur le territoire français, voir F. Maurel (1997) : « Evolutions locales de l'industrie 1982-1992 et convergence régionale », Economie et Prévision, N° 131.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Dans d'autres secteurs, la sphère d'influence est bien plus large ce qui permet aux entreprises de s'étendre sur le marché mondial en n'implantant que quelques établissements sur chaque continent.

1.3.2. Les facteurs qui caractérisent les territoires

L'entreprise qui cherche à se localiser dans un site précis, s'incite à choisir une grande zone, un pays ou une région, une localité, en fonction d'un certain nombre de variables et ces caractéristiques, dont la pondération dans les critères de sélection pourra évoluer²¹.

Mais il y aura aussi celles des territoires qui disposent aussi des caractéristiques captivantes qui motivent les agents économiques d'y installer et investir dans ces territoires.

Dans ce contexte, en vertu des localités et des terrains choisis nous pouvons identifier trois grands groupes de facteurs : le cadre général, les facteurs de production et l'environnement économique, humain et politique.

1.3.2.1. Le cadre général

Le choix d'une localisation sur un territoire donne d'une manière générale, laisse penser à deux dimensions, d'une part, le positionnement géographique qui offre un impact de polarisation des activités à deux niveaux (locale et nationale), et d'autre part localiser la production sur une opportunité de marché

a) La situation géographique

La situation géographique est une notion proportionnelle, car il indique le périmètre de sa position par rapport à d'autres lieux ou d'autres phénomènes localisés. Ce facteur a un impact au niveau régional ou local qu'au niveau national. À l'effet de cette échelle, les éléments de polarisation des activités, des trafics, des populations et des différences qualitatives dans les répartitions ont plus d'importances. De plus, toutes les situations ne sont pas identiques, notamment en sus par les infrastructures et superstructures disponibles.

²¹MAYER. T et MUCCHIELLI. J-L : « La localisation à l'étranger des entreprises multinationales : Une approche d'économie géographique hiérarchisée appliquée aux entreprises japonaises en Europe ». Article issu d'une recherche financée par le CGP (n° 4-1998). Université de Paris 1, 1999.p.160.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Sachant que certains dirigeants peuvent refuser de s'installer dans certains territoires malgré les avantages financiers que leurs offriraient des autorités publiques.

b) Le marché

Les firmes souhaitent être proches de la demande finale. Si les rendements d'échelle de la production sont constants, les firmes peuvent le faire en implantant un site de production sur chaque marché significatif. Mais si la production à grande échelle est favorable, elles doivent concentrer leurs activités sur un nombre réduit de sites. Ainsi, dès lors que les firmes bénéficient de rendements croissants, elles chercheront à s'approcher le plus possible de la demande, et elles s'implanteront donc dans les territoires les plus denses, regroupant le plus de consommateurs.

1.3.2.2. Les facteurs de production

Le concept de disponibilité des facteurs de production, implique les entreprises dans des choix de localisation multiples, notamment en ce qui concerne le raccourcissement des gisements de la matière première par rapport au positionnement de l'entreprise, de plus la disponibilité de terrains d'implantation et aussi d'une main d'œuvre qualifiée, ce que nous essayerons d'éclairer dans les éléments ci-après.

a) Les transports et l'accessibilité

Parmi les facteurs les plus importants pour les entreprises industrielles et les transports, ce facteur exerce une grande influence en matière de localisation des entreprises. Cette dernière qui cherche toujours de se localiser sur un lieu sûr et qui génère des coûts de transport les plus faibles.

Ce facteur devient complexe à condition que les composantes des coûts de transport de la matière première vers l'entreprise en question et la composante du coût de transport des produits finis de l'entreprise vers les marchés interviennent à la fois. Dans ce cas l'entreprise a intérêt à se localiser au centre des débouchés ou à une distance intermédiaire. Mais lorsque l'entreprise utilise plusieurs sources de matière première et rend ces produits dans plusieurs lieux, l'équation de ce facteur devient de plus en plus complexe.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Les entreprises sont de plus en plus exigeantes aux niveaux des infrastructures et de l'organisation des déplacements de leurs marchandises et du personnel. Les firmes désirent être bien desservies, pour cela, elles doivent choisir entre plusieurs modes de transport. Mais les industries privilégient de plus en plus, la route et l'autoroute comme mode de transport, car les infrastructures autoroutières sont très accessibles. A l'opposé, l'utilisation du rail et des voies d'eau intérieure ont baissé.

Les décisions de localisation, sont aussi influencées par les services de télécommunications. Car, si les délais d'obtention des lignes téléphoniques sont trop longs, les industries s'implantent moins que dans les zones où les réseaux s'abondent de qualité. Grâce à l'accessibilité, les entreprises disposent rapidement de tous les facteurs de production et des biens intermédiaires dont elles ont besoin, en diminuant les coûts et le temps de transport. Elle permet aussi de recueillir un maximum d'informations stratégiques avec un avantage temporel sur leurs concurrents.

b) Les disponibilités en terrains et bâtiment

L'accès aux fonciers reste certainement une contrainte majeure pour les agents économiques qui veulent investir dans une activité donnée. Ils recherchent des terrains équipés aux prix inférieurs situés dans un environnement de qualité. Les bâtiments disponibles peuvent être aussi des facteurs puissants dans le choix de localisation. Si le bâtiment est récent ou en bon état il est facilement réutilisable. La multiplication des parcs industriels et le développement de l'immobilier industriel changent la procédure de choix d'une localisation.

Il joue un rôle primordial dans le processus de choix de localisation des activités économiques par rapport à son coût et sa qualité. L'entreprise cherche souvent à le réduire au maximum qu'ils s'agissent de la rente en cas d'une location ou du prix du terrain dans le cas d'achat. Par la qualité du foncier, on aperçoit : le relief et la vocation. Concernant le relief, les entreprises évitent généralement les zones de montagne, et favorisent plus les zones de plaine qui se caractérisent par une bonne accessibilité.

c) Les aspects quantitatifs et qualitatifs de la main-d'œuvre

La main d'œuvre est l'un des facteurs clés dans le choix de localisation, ainsi que le coût de travail qui en fait partie. D'un côté le niveau de chômage est susceptible d'avoir des

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

effets opposés sur les décisions de localisation des entreprises. Ainsi, un taux de chômage élevé peut être le signal d'une abondance de main d'œuvre disponible et peut donc attirer les firmes.

Cependant, il peut aussi signaler l'existence de distorsions et d'inefficiences sur le marché local et dans ce cas, repousser les firmes.

Le degré de la qualification de la main d'œuvre s'avère être un élément déterminant de la localisation des activités, surtout pour les secteurs moteur qui sont dépendants du progrès technologique pour leurs croissances. 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'entreprise. Dans ce contexte ; toute localisation d'entreprise doit prendre en considération l'aspect quantitatif et qualitatif de la main d'œuvre ainsi que son coût. Ce dernier qui engendre pour les entreprises des dépenses dite coût de main d'œuvre, va certainement pousser les firmes à chercher des lieux où les salaires seront les plus faibles pour leurs implantations.

Donc les entreprises ont tendance à se localiser dans des territoires qui offrent ce type rare de main d'œuvre pour prolonger leurs survies et maximiser leurs profits.

1.3.2.3. L'environnement économique, humain et politique

a) L'environnement économique

La volonté de bénéficier d'économies d'agglomération guide les choix de localisation. Les firmes souhaitent s'installer dans les régions où le secteur qu'elles veulent investir est déjà concentré afin de trouver une main d'œuvre qui coïncide à leurs besoins.

Selon la théorie de l'agglomération spatiale, la proximité avec d'autres firmes implantées sur le même site permet de bénéficier d'externalités positives dans la production, les firmes souhaitent s'implanter à proximité d'autres firmes du même secteur, car le choix de fournisseurs ou de sous traitants est susceptible d'être plus large, et les services spécialisés plus développés que dans d'autres régions. De plus, les choix de localisation sont sensibles aux externalités interindustrielles, qui, contrairement aux externalités intra sectorielles, sont externes à un secteur particulier et proviennent du développement général de l'industrie manufacturière dans une région. Les économies externes jouent un rôle important et

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

complexe, elles sont les bénéfices collectifs que perçoivent les entreprises du fait de leur position relative, indépendamment de tout échange marchand.

b) Les préoccupations et les contraintes de l'environnement

La prise en considération de l'aspect environnemental qui doit être préservé, les politiques de structuration des territoires et la protection de la nature réduisent les éventualités de choix de localisation pour de nombreuses industries. Les normes réglementaires qui incitent les entreprises à protéger l'environnement, deviennent un obstacle majeur pour certaines industries surtout les plus polluantes dans leurs choix de localisation. Mais ces réglementations varient selon les pays, les régions et les villes. Les entreprises les plus polluantes se déplacent des zones les plus réglementées vers les plus tolérantes afin d'éviter les pressions réglementaire qui les poussent à dépenser des coûts supplémentaires générés par l'incident écologique.

c) Le cadre de vie

Le cadre de vie est un facteur de plus en plus évoqué dans les travaux récents, c'est un élément de base qui renforce l'attractivité des territoires.

Merrenne-Schoumaker le définit de manière suivante «*il regroupe les éléments suivants: des coordonnées du cadre physique (beauté des paysages, durée de l'ensoleillement), les conditions du logement (disponibilité, prix et surtout qualité), 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. ; les facilités d'accès à ces équipements ou aux sites touristiques voisins (en particulier, les facilités de communication avec la métropole ou la grande ville voisine) enfin, des facteurs d'ambiance (nombre suffisant de personnes de «catégories socioprofessionnelles analogues, habitudes régionales, degré d'ouverture du milieu aux nouveaux arrivants, etc.)*»²².

²²DJEMAI. S : « Essai d'analyse des facteurs déterminants la localisation des PME : cas de la wilaya de Jijel ».Thèse de Magistère : science de gestion. Université A. Mira. Bejaia. p.83.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

d) Les pouvoirs publics

Les pouvoirs publics, dans le cadre d'aménagement de territoire, interviennent pour réduire le processus d'inégalités régionales en essayant de l'équilibrer afin d'assurer une justice de développement. Et ce à travers une série de mesures correctrices à savoir, les mesures financières, fiscales et réglementaires qui encouragent la localisation d'investissement dans les régions les plus enclavées. Les mesures financières sont celles qui facilitent aux entreprises d'y accéder facilement aux établissements financiers afin de pouvoir y bénéficier des crédits susceptibles de financer et de soutenir leur extension. Les mesures fiscales consistent à réduire au maximum les charges fiscales pour les installations dans des lieux défavorisés. Les mesures réglementaires visent à guider l'investissement vers telle ou telle région ou de les centraliser dans des pôles en utilisant des politiques de contrôle qui interdisent ou autorisent la localisation.

CHAPITRE 1

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

CONCLUSION

La prise en compte de la dimension spatiale dans l'analyse économique des classiques et néoclassiques est totalement ignoré, sans inclure sa prise en compte d'une manière implicite dans leur l'analyse du commerce international. Ce n'est qu'à l'apparition des modèles traditionnels au début de 19^{ème} siècle initiés par Von Thünen, Alfred Weber, Walter Christaller etc., qu'apparait la formulation de l'espace dans leurs analyses économiques, mais sont prendre en considération l'échelle territoriale (dynamique ou enclavé) afin de pouvoir expliquer le phénomène de localisation.

Une définition étroite de la notion de localisation a donc été retenue dans ce chapitre. Elle inclut uniquement les choix d'implantation dans de nouveaux territoires, par les entreprises, que ces choix interviennent dans le cadre d'opérations de transferts géographiques d'activités existantes ou dans le cadre d'opérations de création de nouvelles capacités. Sans qu'il existe de disjonction complète entre ces différentes notions, l'objet de la recherche distingue donc nettement des opérations de croissance interne et des opérations de délocalisation avec lesquelles il tend à être assimilé.

Dans le cadre de la définition adoptée, la spécificité des choix de localisation réside à la fois dans le fait qu'elles créent une disjonction géographique au sein de l'entreprise et qu'elles mettent cette dernière en contact avec un environnement local nouveau. Les enjeux propres à ce type de décision ne sont traditionnellement abordés par la littérature que du point de vue des acteurs publics, principaux responsables de l'offre d'implantation (propriétaires du foncier).

De ce fait, l'explication de choix de localisation et les facteurs qui déterminent ce dernier demeurent apriori très complexes et insuffisants, vu les lacunes des modèles précédents qui mettent à l'écart certaines forces qui interviennent dans le processus de la localisation et l'échèle de territoire dont il a fallu prendre en considération. C'est ce que nous verrons dans le second chapitre, en introduisant un type de territoire enclavé afin de voir et d'expliquer les autres facteurs qui peuvent influencés la décision d'implantation.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

INTRODUCTION

Le mécanisme de décision d'implantation considéré comme un élément important de la problématique des stratégies de localisation, vue que le choix d'un lieu de localisation appelle à l'articulation entre l'entreprise et le type d'espace physique d'implantation, ce qui engendre des effets sur l'entreprises d'une part, sur la compétitivité du territoire d'autre part.

Les processus de choix d'un lieu de localisation suivie par un investisseur ou entrepreneur est assez difficile et complexe¹, même si l'objectif de ce processus reste souvent d'identifier la localisation la plus optimale qui peut procurer une rentabilité importante. Mais le comportement de certains entrepreneurs en matière de localisation fond changés la pertinence de celle-ci.

Actuellement, le territoire rural fait l'objet de plusieurs interventions et d'interrogations suite aux mutations économiques et sociales imposées. A ce titre, les exigences des espaces ruraux par rapport à leurs développements dépassent celles que seule l'agriculture peut être stimulée, et partir au-delà de ce contexte, pour affronter les pressions économiques exigées notamment celle d'une mise en œuvre de politique d'attractivité au niveau local, visant à capter les flux d'investissement des entreprises industrielle en quête de sites d'implantation.

L'objet de ce chapitre est de présenter le cadre spécifique de comportement de localisation de certaines entreprises vis à vis de leur territoire considéré comme peu dense (espace rural) et l'effet que peuvent procurer sur le développement local. Pour se faire on a fait référence a quelques travaux notamment ceux de Pascal CHEVALIER qui a soulevé quelque déterminants dans l'espace à faible densité que plusieurs auteurs ont ignoré et les principes apportés par la Nouvelle Economie Géographique (NEG) initié par Krugman en introduisant les deux forces dominantes à savoir les forces centripète et les forces centrifuge, cette dernière qui apporte un intérêt particulier puisque elle fais référence au territoires ruraux

¹SERGOT. B : « La personnalisation des décisions de localisation : le cas des créations de nouveaux sites dans les secteurs de l'industrie manufacturière et de l'édition de logiciels ». Document de travail n°4. Université de Paris-Sud 11.2007.p.1.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.1. Espace rural et facteur de localisation

S'intéresser à la localisation des entreprises dans les espaces ruraux, cela impose de connaître les caractères et les définitions susceptibles d'expliquer cette dernière. Si l'on s'accorde une définition globale des espaces ruraux par une faible densité de population et d'activité, alors, qu'elles sont les définitions opérationnelles qu'on pourra retenir ?

2.1.1. Notion de l'espace rural

2.1.1.1. Les définitions basées sur la dichotomie urbain-rural

De façon traditionnelle, l'espace rural est appréhendé comme l'opposé de la ville, et qui est considéré comme une entité homogène, indifférenciée². Non pas de point de vue de leur structuration spatiale mais selon leur position par rapport à l'armature urbaine. Cependant, cela explique, que la ville est prise comme un support de base pour pouvoir définir le rural, sachant que la notion de la ville ne dispose pas d'une vision unique et spécifique.

BAUMONT.C et HURIOT J-M, définissent la ville comme étant « *une concentration humaine dans l'espace qui résulte d'une organisation de la diversité, et où les interactions sont suffisamment importantes pour prendre place dans un processus endogène complexe d'agglomération* »³. FUJITA, quant à lui, propose une définition la plus orienté à la ville en disant que « *la ville est un lieu où a priori concentrés les emplois autour duquel s'organise la résidence, l'agriculture étant rejetée à l'extérieur de ce système* »⁴.

Basant sur l'idée que l'espace rural s'oppose à l'espace urbain et en se focalisant sur les définitions de l'espace urbain citées ci-dessus, il ressort que l'espace rural peut être défini comme étant « *un espace de faible densité d'emploi et/ou de population, faiblement diversifié, aux sols peu artificialisés, où l'agriculture tient une place dominante, où règnent principalement, à l'instar de l'activité agricole, des processus de dispersion des activités et des populations et que les processus d'agglomération ont tendance à vider de leur contenu* »⁵.

²FUJITA (1989), cité par : GOFFETTE –NAGOT.F et SCHMITT.B, « Définir l'espace rural ? De la difficulté d'une définition conceptuelle à la nécessité d'une délimitation statistique ».in Economie rurale, n° 257, 2000, p.42.

³BAUMONT.C, HURIOT J-M. « processus d'agglomération et définition de la ville », in Revu d'Economie Régionale et Urbaine (RERU), 1997,97 (4).p.522.

⁴Idem, p.43.

⁵BAUMONT.C, HURIOT J-M, op.cité, p.525.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.1.1.2. Les définitions surpassant la dichotomie urbain-rural

Le développement économique a entraîné de profondes mutations dans le monde surtout dans les pays industrialisés à savoir l'Europe, les Etats Unis etc. d'où les espaces ruraux ont connu des changements très considérables en matière des mouvements de la population et des activités, ce qui a engendré le recul de l'agriculture qui, auparavant joue un rôle moteur dans les économies rurales.

En s'appuyant sur le principe de l'économie géographique, GOFFETE-NAGOT.F et SCHMITT.B proposent de partager l'espace rural selon les forces de centrifuges et les force de centripètes, en deux grandes catégories⁶ :

1. Un espace situé à proximité de la ville c'est-à-dire aux périphéries. Les populations se dispersent aux niveaux de ces dernières et s'y installent de façon définitive ou provisoire et les activités qui s'y exercent sont situées à côté de l'agriculture, des services et des entreprises. La formation de ce type d'espace explique la cherté des prix de terrains, en milieu urbain vue la concurrence accru pour l'occupation des sols.
2. Un espace autonome ou loin des influence urbaine, situé dans des bassins cohérents autour de petite agglomération.

2.1.1.3. La définition adoptée par L'O.C.D.E

L'O.C.D.E perçoit la notion de ruralité comme « *un concept territorial ou spatial, sans le restreindre à un usage particulier de la terre, ni à un certain degré de santé économique, ni encore à un concept économique* »⁷. Dans ce contexte, cet organisme distingue trois types des territoires ruraux :

⁵BAUMONT.C, HURIOT J-M, op.cité, p.525.

⁶BARTHELEMY.P-A, VIDAL.C, «Les ruralités de l'Union Européenne ».2011.

⁷BOUKHEZZAR. N : « l'analyse de l'apport du Plan National de Développement Agricole et rural (PANDAR) au développement rural communal : cas de quelques commune rurales de la wilaya de Bejaia ».Mémoire de master : Science de Gestion, université A. Mira. Bejaia .p.10.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

1. Les zones rurales économiquement intégrées : caractérisées par une croissance démographique et économique, situées souvent à proximité des centres urbains.
2. Les zones rurales intermédiaires : traditionnellement dépendantes de l'agriculture et des activités connexes, notamment en termes d'emplois, même si elles sont caractérisées par un relatif éloignement spatiale par rapport aux centre urbains, mais la qualité des infrastructures permettent un accès facile.
3. Les zones rurales reculées : ces zones sont souvent enclavées caractérisées par une très faible densité de la population, très éloignées des centres urbains.

2.1.2. Caractéristique des entreprises et des entrepreneurs ruraux

2.1.2.1. Type d'entreprise rurale

Les entreprises qui ne sont pas liées à l'activité agricole dans les milieux ruraux sont nettement différentes selon le type d'espace, des plus urbanisés aux plus isolés, on trouve les services marchands et l'artisanat qui dominent la plupart des emplois non agricole.

En Algérie, l'activité artisanale a su augmenter au fil des temps grâce aux dispositifs mis en œuvres à savoir : l'ANSEJ, l'ANGEM, le CNAC etc. qui ont joués un rôle très important en termes d'emplois.

BOURDIEU dégage, d'après son enquête, les principales caractéristique des entreprises artisanales en Algérie, qui sont :

- Le caractère familiale de l'entreprise : il s'agit généralement des métiers héréditaire car ils comportent un élément de propriété important (locaux professionnel, outillage, etc.).
- Les techniques utilisées sont relativement spécifiques et s'acquièrent par l'expérience suite à un apprentissage suivi dès l'enfance.
- Toute activité est marquée par un profond traditionalisme, elles sont inséparables de l'art de vivre.
- Le caractère innovateur et du progrès sont souvent absents
- Les relations professionnelles sont de type patriarcal.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

BOURDIEU décrit l'entreprise artisanale en Algérie comme une « *Coïncidence du groupe professionnel et du groupe familial, relation professionnelle de type patriarcal, absence de séparation du travail et de la résidence familiale, multifonctionnalité des entreprises qui à la limite, vit en autarcie et assure tous les aspects de la production et de la commercialisation, traditionalisme et absence de calcul économique rationnel : ce sont là tous les traits de l'entreprise précapitalisme. Cette description est conforme à ce qu'on appelle l'artisanat de subsistance (au sens où en parle de l'économie de subsistance) »⁸.*

2.1.2.2. Type d'entrepreneur rural

En générale, les entrepreneurs ruraux sont dominés par les classes d'âge intermédiaire. La plupart d'entre eux ne dépasse pas quarante ans, à ce sujet deux observations peuvent être remarquées :

D'une part, les entrepreneurs qui créent leurs propres entreprises dans des milieux ruraux isolés, sont généralement plus gènes que ceux qui opèrent leurs entreprises dans les espaces ruraux les plus proches de la ville, cela explique :

- Tout d'abord, le fait que les jeunes refusent de quitter leur milieu d'origine se trouvent dans l'obligation de créer leur entreprise pour pouvoir rester dans un milieu pauvre pour pouvoir offrir d'emplois.
- ensuite, il s'agit de néo-ruraux, portés par la volonté de s'installer dans un cadre choisi, et de créer dans la plupart des cas, des activités issues de leurs passions, indépendamment des risques inhérentes à un tel choix.

D'autre part, les entrepreneurs qui se lancent d'une activité positionnée dans des périmètres de marché les plus étendus, ont souvent des âges supérieurs que ceux qui créent des activités relativement réduite.

⁸TALEB. H : « Ouverture économique et dynamique entrepreneuriale : essais d'analyse de modélisation des déterminants territoriaux de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia ».218f. Thèse de doctorat, en Science Economiques. Université M. MAMMERI de Tizi Ouzou.p.48.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.1.3. Les motivations de créations des entreprises rurales pour les entrepreneurs

- la nécessité d'avoir son propre emploi : vue les caractères faibles présentés dans les espaces ruraux, l'entrepreneur se trouve dans l'obligation de créer son propre travail indépendant et sa propre richesse.
- la volonté de créer sa propre entreprise : la nécessité de créer son propre emploi est une réalité indéniable et l'envie de créer sa propre entreprise peut être un élément déterminant sans aucune relation avec la situation antérieure.
- la logique économique : l'esprit entrepreneurial est plus marqué dans des espaces ruraux les moins isolés de la ville. Cela exprime la volonté d'un entrepreneur rural de s'ouvrir au marché pour maximiser ces richesses.
- la logique d'accession à une promotion sociale : La création de sa propre entreprise peut être également considérée, outrepassant la volonté aguerrie de combativité entrepreneuriale proprement dite, comme le moyen d'obtenir une certaine reconnaissance sociale, associée à une indépendance tant recherchée. Cette dernière, ainsi que l'envie d'être son propre patron, en sont les principaux éléments, indépendamment de l'espace de localisation.
- Une logique composite plus large : La création d'une entreprise peut être le résultat de logiques beaucoup plus complexes et larges où s'entremêlent les choix personnels et familiaux et volonté entrepreneuriale. L'envie de rester sur place ou de vivre dans un cadre choisi sont du près ou de loin les éléments les plus souvent cités dans les espaces les plus denses.

2.1.4. Les raisons de la localisation des entreprises dans les espaces ruraux

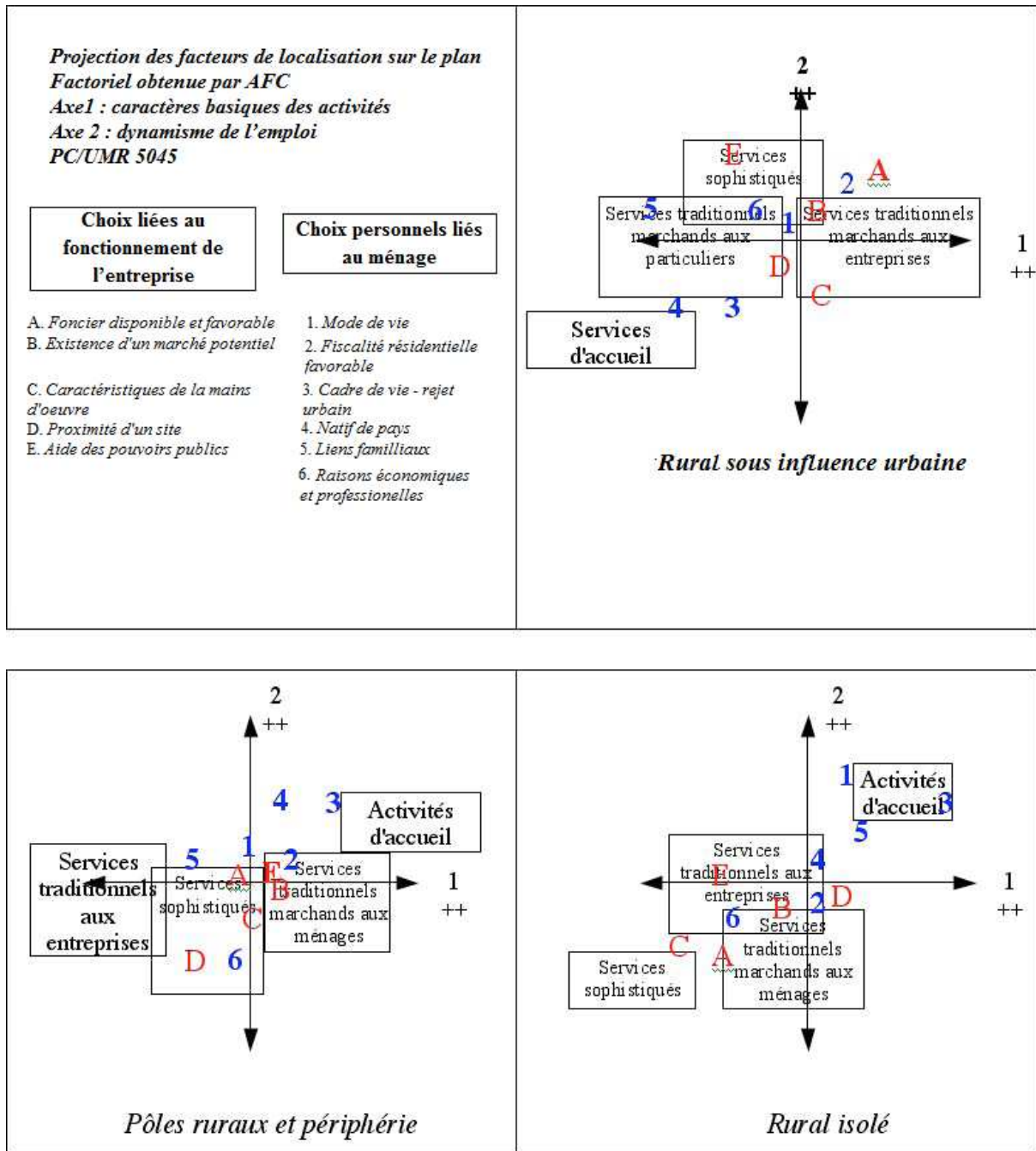
Les questions relatives à l'implantation des entreprises dans les milieux ruraux deviennent une véritable interrogation surtout en Algérie qui a presque annulé l'idée de redynamiser les territoires ruraux à l'aide d'un processus industrielle en se contentant seulement sur l'activité agricole. Dans cette section on cherche à comprendre quelles sont les raisons qui ont présidé à la localisation de certaines entreprises dans les milieux à faible densité sans prendre en considération les facteurs Economiques (modèle de la NEG) que nous citerons dans la seconde section, mais on se focalisant surtout sur quelque motivations liées beaucoup plus au choix personnel.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

Pour mieux comprendre, le schéma ci-dessous illustre quelque déterminant qui explique la localisation des entreprises dans les territoires ruraux :

Figure N°2.1 : Les facteurs de localisation des entreprises en 1997 sur la base de 250 individus en France



Source : CHEVALIER. P : « Stratégies de localisation des entreprises non agricoles et pérennité économique dans les campagnes de faibles densités ».UMR 6590-ESO, Colloque FAIRE CAMPAGNE, Rennes, 17-18 mars 2005.p.2.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

Une enquête effectuée sur un échantillon de 200 entreprises rurales⁹ en France montre que la moitié d'entre elle déclarent avoir localisé leurs activités pour des raisons personnelles liées au ménage, indépendantes des facteurs traditionnels de la localisation. Un bon nombre des déterminants de localisation dans les espaces ruraux sont avancés surtout ceux liés aux coûts de travail et du foncier qui ont faits échos, mais la recherche d'un cadre résidentielle ou d'un mode de vie particulier font perdre à la pertinence des facteurs purement économique.

Ce processus décisionnel dans le choix de la localisation est fréquent dans l'ensemble des espaces ruraux et détermine parfois l'essentiel de la motivation. Ainsi, la composante résidentielle du chef d'entreprise et son mode de vie (travail à domicile, proximité de la famille) jouent un rôle très important dans la prise de décision.

La rareté de l'emploi dans les espaces ruraux impose aux nouveaux résidents venant des milieux urbain qui sont chômeurs et sans emplois de chercher des remèdes économiques et sociales et de trouver leurs propre emploi par le biais de la création de leurs propre entreprise. Aujourd'hui, les motivations seraient plutôt liées à des processus de rejet urbain et de stresse, à une recherche d'une certaine qualité de vie, d'un mode de vie différent et adapté à de nouvelles aspirations. La recherche d'une meilleure rémunération, d'un meilleur statut social, d'un meilleur emploi ne constituent donc plus une motivation essentielle dans certains types d'espaces ruraux. Le profit n'est donc pas l'élément majeur ou est en tout cas, plus faiblement ressenti, Saleilles (2005)¹⁰ confirme ce phénomène en précisant que la dynamique entrepreneuriale s'inscrit dans un large projet de vie.

⁹CHEVALIER. P, op.cié, p.1.

¹⁰Saleilles S., 2005. Accompagner le candidat à l'installation en milieu rural. Colloque « Accompagnement des jeunes entreprises : entre darwinisme et assistanat », à Montpellier, 26 mai.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.2. Les modèles et les mécanismes de la nouvelle économie géographique de la localisation industrielle

A partir des années 90, un nouveau recueil théorique s'est émergé appelé : la nouvelle économie géographique qui s'intéresse à la répartition spatiale des activités économiques, et plus particulièrement à l'effet d'agglomération et de dispersion des activités industrielles. Ces effets sont dus d'une part à l'interaction entre rendement d'échelle croissant et coût de transport et, d'autre part, à l'existence d'une causalité circulaire entre l'offre et la demande¹¹.

C'est ce que nous allons reprocher dans ce point en essayant d'introduire le modèle de la nouvelle économie géographique qui a donné une nouvelle vision de la théorie de localisation et des nouvelles variables économiques qui sont émergées pour modifier l'équation des modèles de localisation traditionnelle.

2.2.1. Les économies d'agglomérations (tension entre force d'agglomération et force de dispersion)

P. Krugman a pu former un nouveau modèle de localisation basé sur le concept d'économie d'agglomérations à fin d'expliquer la concentration spatiale des entreprises qui ont le même secteur d'activité¹² et les avantages qui peuvent titrées de leur regroupement dans l'espace. Ces avantages ne sont pas exclusifs aux firmes, tant publiques que privées mais s'appliquent également aux consommateurs.

Ce modèle de localisation s'appuie sur le mécanisme central de la dynamique spatiale qui repose sur le jeu contraire de forces centrifuges et centripètes. Celles-ci influencent les choix de localisation des agents qui sont conduits, selon la puissance respective de ces deux types de forces, à se regrouper dans une zone et à former des villes ou des régions à forte densité, ou bien à s'éloigner les uns des autres et se répartir dans l'espace. L'étude de cette dynamique nécessite, de comprendre et d'identifier ces deux forces antagonistes : les forces centripètes qui poussent les entreprises à se regrouper en un lieu précis, et les forces centrifuges qui les mènent à se disperser, telle qu'elles sont représentées dans le tableau N°2.1 :

¹¹DARRIGUES. F et MONTAUD CATT. J-M : « Analyse comparatiste de processus d'intégration régionale Nord-Sud », Séminaire EMMA-RINOS, Paris 26-27 Mai 2003.p.3.

¹²D'après KRUGMAN (Paul): « Geography and Trade ». The Massachusetts institute of technology, 1991.p.11.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

Le tableau N°2.1: Forces centripète et forces centrifuge

Forces centripète (Centripetal forces)	Forces centrifuge (Centrifugal forces)
-Les effets liés à la taille des marchés -Large marché de travail -Les économies externes	-Les facteurs immobiles -Coût des terrains -Dés économies externe

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

Les modèles de la nouvelle économie géographique ne prennent en compte qu'une partie des facteurs explicatifs présentés dans le tableau N°2.1. Ainsi, les économies et déséconomies externes pures sont systématiquement exclues de l'analyse afin de ne conserver que les externalités monétaires (Krugman, 1991a). Ce choix aide en effet 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

Les forces de centripète englobent les sources marshallienne¹³ fût le premier qui a exposé les différents types d'externalités susceptibles d'entraîner l'agglomération.

Les externalités marshallienne reposent essentiellement sur trois mécanismes explicatifs de la concentration géographique des activités industrielle :

- ✓ La concentration des activités permet de créer un marché de travail spécialisé et partagé. Les entreprises et les travailleurs bénéficient de la concentration du marché essentiellement pour des raisons de disponibilité des facteurs.
- ✓ Il existe la possibilité pour un site de développer des inputs spécialisés qui améliorent la productivité des entreprises et augmentent leur attractivité.

¹³DURANTON (Gilles) : « La nouvelle économie géographique : agglomération et dispersion » In: Économie & prévision. Numéro 131, 1997-5. pp. 14-16.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

Les biens intermédiaires sont disponibles en plus grande variété et à moindre coût là où sont localisés des producteurs des biens finals. La concentration permet donc d'améliorer les conditions des fournitures des biens et services.

- ✓ La concentration géographique d'un secteur permet d'entraîner des effets de retombé technologiques.

Du côté des forces de centrifuge, les facteurs immobiles (terre, ressources naturelles, agriculteurs et les consommateurs) poussent les entreprises à s'éloigné du centre, donc à se disperser. La concentration d'activités économiques engendre une augmentation de la demande du foncier (terrain) par conséquent une hausse du prix du foncier, ce qui constitue un deuxième élément de dissuasion à la concentration. Enfin les déséconomies externes produites sous l'impact d'une forte concentration d'activité peut jouer un rôle en matière de dispersion telles que la congestion, la pollution etc.

Pour mieux saisir l'origine et les dynamiques qu'impliquent ces deux forces, il ya lieu de procéder au mécanisme de la concentration spatiale.

2.2.2. Choix de localisation et agglomération (équilibre de producteur)

Les analyses de la NEG prennent ses sources lors de ses observations de la répartition inégale des activités économiques dans l'espace. Il n'est devenu un domaine de recherche fécond que lorsque la théorie de rendement croissant lui est octroyée. Cette théorie a pu révolutionner l'économie industrielle, en introduisant les modèles de concurrence imparfaite. Des économies tel que d'Edward Chamberlin (1933), ensuite formulé par Dixit et Stiglitz (1977) en posant les premiers jalons de la NEG.

Les coûts de transport ainsi que la localisation des sites de production ont attiré, depuis longtemps, l'attention de plusieurs économistes. Les coûts de transport concernent, à la fois, les inputs qu'il faut acheminer vers le lieu de production, ainsi que les produits finis qui servent le marché local. Ces coûts dépendent de la distance séparant le marché et le lieu de production, ainsi que de leurs poids (l'acheminement des inputs lourds vers les lieux de production coûtent plus chers que ceux des matières plus légères).

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

Le choix optimal de localisation d'une firme s'établira dans un lieu minimisant les coûts de transports. Le second facteur capable d'affecter les décisions de localisation des firmes est la disponibilité de la main d'œuvre et le différentiel de coûts qui en découle. Le choix de localisation de la firme dépend alors de la détermination d'un lieu, minimisant à la fois les coûts de transport et les coûts de la main d'œuvre.

Le troisième argument est la proximité des lieux de production. Weber (1929) note quatre facteurs d'agglomération : tout d'abord, le développement d'équipements techniques, puis le développement de l'organisation du travail, puis le marketing et finalement les coûts fixes. Ces facteurs, ont pour effet de concentrer la production de l'industrie sur une même localité. La démarche adoptée par Weber dans le but d'analyser les choix de localisation de la firme, a permis d'établir les bases d'un véritable débat autour de ces questions. Par contre, son travail a présenté quelques limites, à savoir l'utilisation de l'hypothèse concurrence parfaite entre les firmes. Cette hypothèse est difficile à maintenir, à cause de l'existence des coûts de transport qui influencent la localisation des firmes.

Losch (1940) poursuit le développement de l'analyse présentée par Hotelling (1929), en intégrant, au sein de ses travaux, l'économie d'échelle, démontrant que la prise en compte de cette variable en plus des coûts de transport, conduit à l'émergence d'une structure de marché monopolistique. Ce dernier montre également de quelle manière la concurrence monopolistique définit la répartition spatiale de l'activité économique. Sachant que chaque firme détient un pouvoir de monopole sur son marché local, alors l'aire du marché est déterminée par la distance séparant la firme de la demande finale, ainsi que de l'économie d'échelle réalisée, qui dépend des parts de marchés détenues et donc de la proximité d'autres firmes concurrentes.

Le comportement de la localisation d'une firme, pour chaque marché, dépend de l'arbitrage que fait cette dernière entre économie d'échelle et coût de transport. Ces choix conduisent à la détermination des aires de marchés hexagonales de même taille. Au total, l'offre de monopoles de même taille permet de couvrir les besoins de tous les consommateurs uniformément répartis

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.2.3. Caractéristiques locales et avantages de localisation

La plupart des agents sont naturellement sensibles aux caractéristiques exogènes des localisations. Chaque région dispose de dotations en facteurs immobiles ou de ressources naturelles, influençant positivement ou négativement le bien être des résidents ou la rentabilité des activités locales, ce qui admet d'expliquer certains choix de localisation. La proximité de ressources naturelles, des infrastructures de transport à caractère extranationales (ports et aéroports), ou d'instances publiques internationales, sont en général sources d'externalités positives concernant les firmes. En effet, cette proximité permet de minimiser les coûts de transport et/ou d'être à la source d'informations pouvant se révéler cruciales pour diverses entreprises du point de vue de la prise de décision.

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

La NEG considère que la concentration des activités productives dans un espace donné, offre un environnement et un climat favorable dans le contexte économique, l'interaction de la demande, des rendements croissants et du coût de transport créent un processus de causalité circulaire. « *La production industrielle tend à se concentrer aux endroits où il existe des marchés de tailles importantes, 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 en aval) Hirschmanien peut être renforcée par l'existence d'un 'forward' : toute chose égalée par ailleurs, il sera souhaitable de vivre et de produire à proximité d'une concentration de production industrielles en raison du plus faible prix des biens produits par cette place centrale*¹⁴ ».

¹⁴MANSOURI.Y : « localisation des activités productives : tension entre force de centrifuge et force de centripète ».224f. Thèse de doctorat. Science Economique. Université de Sud Toulon-Var.8 juillet 2008.pp.27-28.

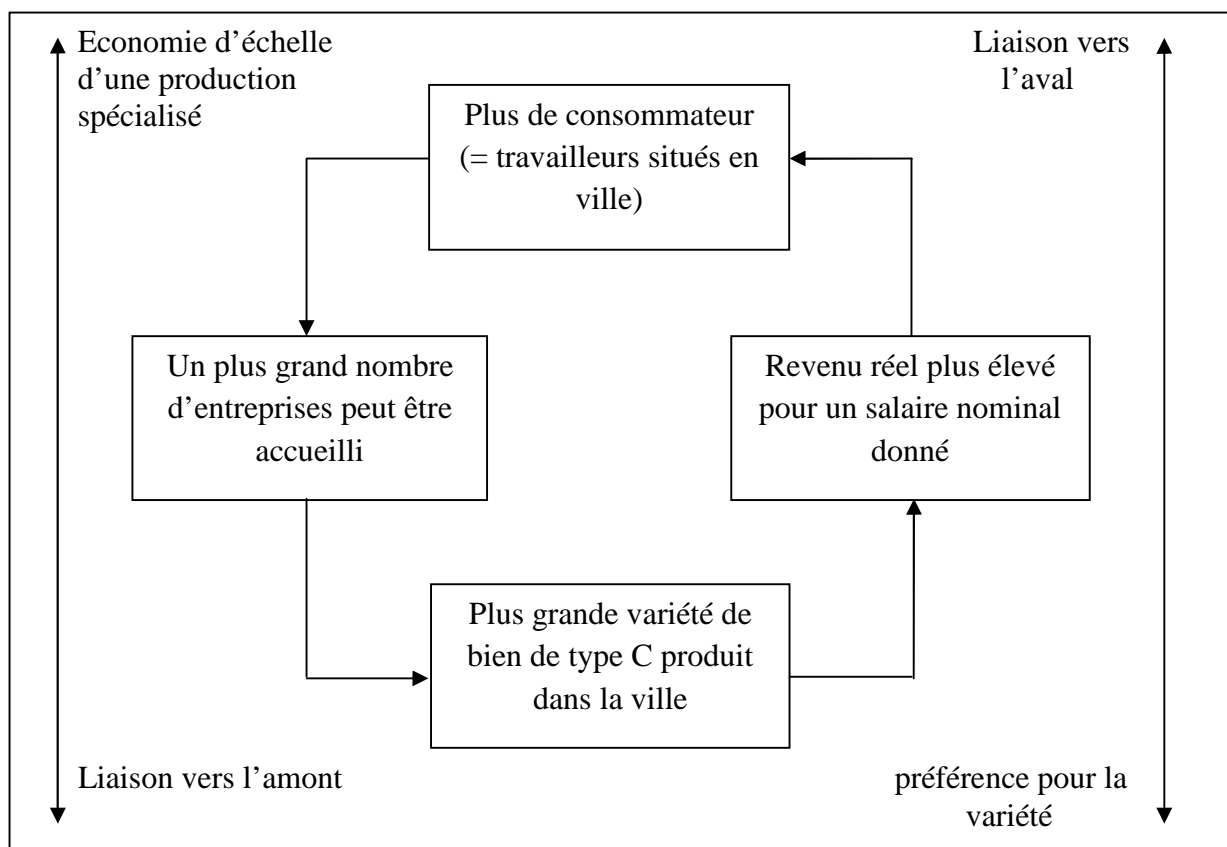
CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

En présence des rendements croissant et des coûts de transport, les entreprises tendent à se localiser dans le même endroit et de trouver une localisation là où se trouve le plus vaste marché afin d'avoir le maximum de débouchés sans supporter des coûts de transports.

Ces décisions de localisations prises par les firmes et les consommateurs/ travailleurs, forment ce qu'on appelle un processus d'auto-renforcement.

Figure N°2.2 : La causalité circulaire dans la formation d'une agglomération d'entreprises et de travailleurs



Source: AURAY. J-P, BAILLY. A, DERYCKE P, H, HURIOT (Jean Marie) : « l'équilibre spatial-l'interaction entreprise ménages », in Encyclopédie spatiale, édition, Economica, Paris, 1994.p.214-222.

Le schéma ci-dessus explique le fait qu'une agglomération des entreprises provoque une diminution des biens industriels, aussi une amplification du nombre de la variété offerte. C'est ce qui mène les travailleurs à se migrer afin de chercher un emploi et une préférence pour la diversité. La localisation des travailleurs se suit d'une augmentation de la demande, c'est pour cette raison d'ailleurs qu'une concentration prend encore davantage d'ampleur et qu'un schéma centre-périphérie apparaît.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

Grâce au double effet de la taille du marché, cela à permis des variations du coté amont et du coté aval. En amont, l'industrie tende à se concentrer là où la demande est spacieuse, en aval, les consommateurs se conglomèrent là où les biens sont les plus variés, les moins coûteux, et où les salaires offerts sont les plus fascinants. Ces deux effets s'auto-entretiennent et représentent les deux forces centripètes des modèles à mobilité parfaite. Parallèlement à ces effets centripètes, d'autres forces centrifuges interviennent. L'effet pro-compétitif tend, par une intensité concurrentielle dans une localité, à réduire les prix offerts, les profits et l'attractivité de la région. La présence des agriculteurs immobiles dans la région périphérique constitue aussi une force de dispersion, car ils représentent une source de débouchés, et donc une demande localisée.

P. krugman explique en général que la répartition spatiale des activités économique est le résultat de deux processus introduisant deux types de force antonyme à savoir : les forces centripète (les forces qui mènent les entreprises à se concentrer dans un lieu précis) et les forces centrifuge (les forces qui poussent les entreprises à s'éloigner les uns des autres). 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 circulaire¹⁵ dans l'agglomération spatiale des entreprises et des travailleurs, ensuite, le niveau faible des migrations du travail entre marchés ruraux et urbains et le constat selon lequel les ajustements sur les marchés du travail dépendent davantage du jeu des mobilités sectorielles que des migrations suggèrent de tenir compte du mouvement des marchés locaux du travail et de leurs éventuelles imperfections dans l'analyse de la localisation industrielle dans les bassins d'emploi ruraux. Par ailleurs, tant que la mobilité des travailleurs entre les bassins d'emploi est faible, la mobilité domicile-travail des actifs à l'intérieur des grands bassins d'emploi (associant un pôle urbain et une zone rurale sous son influence) devient importante. Par conséquent, si d'une manière complémentaire on cherche à expliquer la répartition des activités entre les centres urbains et les périphéries rurales à l'intérieur des grands bassins d'emploi, on doit tenir compte de cette dissociation entre lieux de travail et lieux de résidence. Ce sont alors le marché foncier, la consommation de sol par les firmes et par les ménages et les coûts de déplacement des actifs qui deviennent les éléments explicatifs de base.

¹⁵Causalité circulaire : S'explique surtout par la relation de causalité qui existe entre la production et le marché.

¹⁶AUBERT.F, GAIGNE.K : « Histoire de la dynamique territoriale de l'industrie. Le rôle de la demande de travail ».Cahier d'économie et sociologie rurales, n°76.2005.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.3. Les notions du développement local

Dans le monde contemporain, la notion de développement local est très utilisée, mais ce concept et les travaux empiriques qui s'y rattachent sont parfois contradictoires.

Avant d'aborder les effets que peuvent procurer les entreprises implantées sur la dimension du développement local, il ya lieu de définir certain concepts qui nous semble les plus significatifs.

2.3.1. Définition du concept de développement local

Dès la fin de la deuxième guerre mondiale, et avec l'émergence des pays qu'on appelle aujourd'hui, pays en développement, le concept du développement fût largement utilisé. En effet un accroissement quantitatif des richesses d'un pays n'est pas synonyme d'un développement, ce dernier qui est délimité essentiellement par l'amélioration des conditions de vie des citoyens, et ce à travers des transformations économiques et sociales tels que l'industrialisation, l'urbanisation, l'évolution des mentalités et des comportements.

Selon BOUKHARI, le développement est « *un processus de changement de l'environnement (aménagement et équipement); des mentalités ou CAP (connaissances, attitudes et pratique); des moyens et méthodes de travail; des institutions et organisations* »¹⁷.

Ce terme est utilisé principalement à l'échelle d'un pays, il peut également utiliser dans une échelle plus réduite telle que, la région, la wilaya ou la commune.

Quant à la notion de « locale », celle-ci repose sur le territoire, en outre, l'identification d'un territoire parait très complexe à cause des problèmes liés surtout aux critères de délimitation qui peuvent être :

¹⁷BOUKHARI, « le développement humain durable :INDH »,2005.pp.12.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

- Le découpage administratif : parfois arbitraire et sans correspondance avec la géographie humaine.
- L'appartenance identitaire et sociale : qui se base essentiellement sur les sentiments d'appartenance à un monde commun, chargé d'histoire, de liens familiaux, de culture etc.
- Les champs d'action : qui correspondent à celui des acteurs territoriaux qui ont parfois un champ de compétence plus large que le territoire de la commune.

Enfin, le développement local est un concept initié par les économistes italiens, durant les années 1970 et 1980, ainsi, plusieurs définitions ont été attribuées à ce concept.

La DATAR¹⁸ donne la définition suivante : *« le développement local est la mise en œuvre, dans le cadre de la coopération intercommunale, d'un projet globale associant les aspects économiques, sociaux et culturels du développement. Généralement, une opération de développement local s'élabore à partir d'une concertation locale de l'ensemble des citoyens et des partenaires concernés et trouve sa traduction dans une maîtrise d'ouvrage commun ».*

Pour GUIGOU. J.L¹⁹, *« le développement local est l'expression de la solidarité locale créatrice de nouvelles relations sociales et manifeste de volonté des habitants d'une microrégion de valoriser les richesses locales. Ce qui est créateur de développement économiques ».*

En résumé, on peut dire que le développement local, est un développement intégré de territoire, élaboré par les acteurs locaux. Il s'atteint via la multiplication enrichissante des activités économiques.

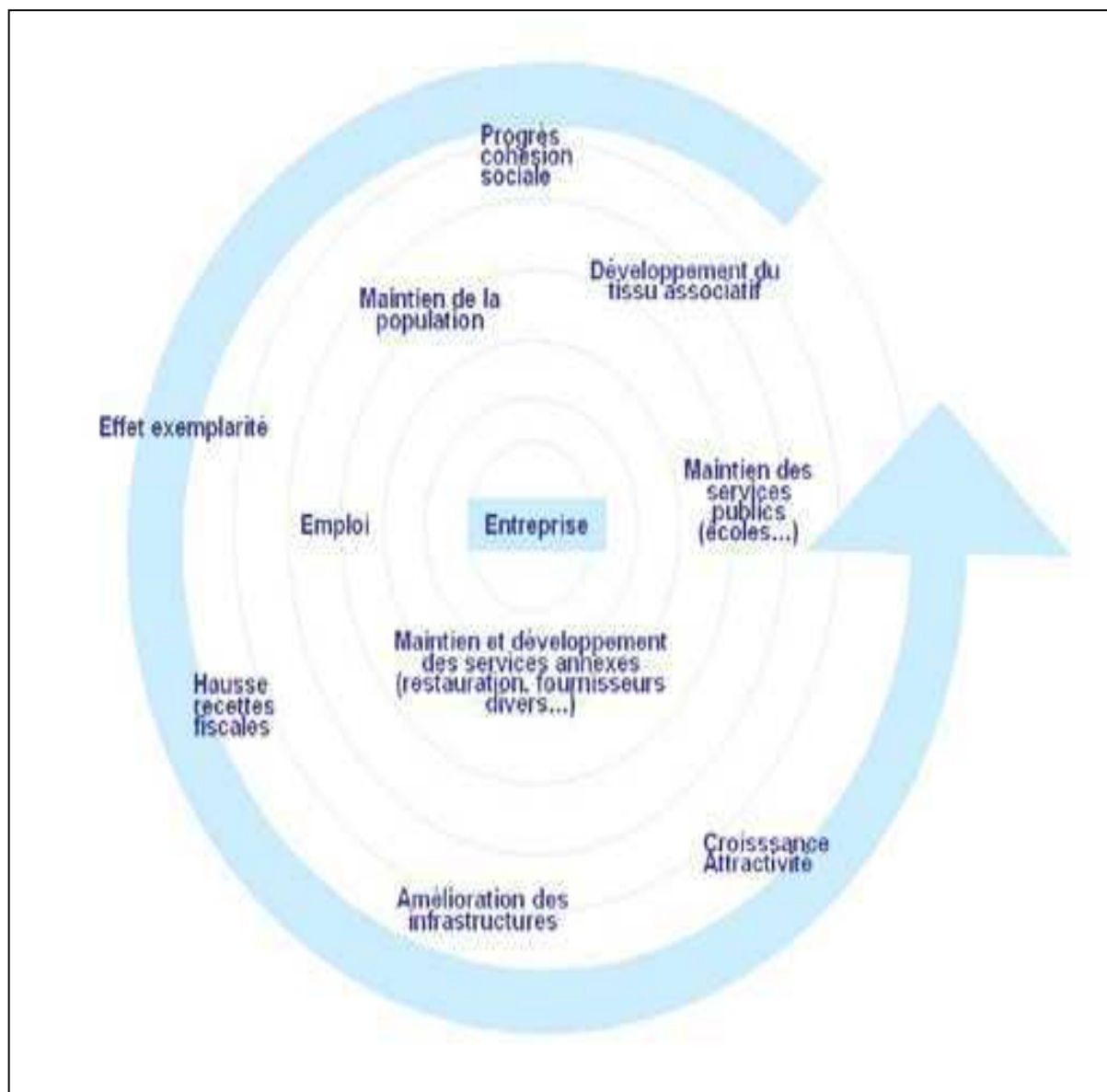
¹⁸DATAR : Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Aménagement Régional, organisme créé en France en 1963 .www.datar.gouv.fr.

¹⁹Cité par BOUKHARI, op cité, p.14.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

Figure N°2.3 : Le cercle vertueux de développement local



Source : « Première contribution MIPMPEPI au débats sur la promotion du développement locale en Algérie », rapport n°1 sur le développement local : « concepts, stratégies et benchmarking ».Septembre 2011.p.8.

La figure N°2.3, montre le rôle des acteurs en matière de développement local, ce dernier ne peut être admis sans le processus de coordination et de réseautage d'un nombre assez important d'acteurs qui construisent le territoire, en effet, cela suscite, la corrélation de plusieurs indicateurs (économiques, sociaux, culturelles etc.). Dans cette figure, en remarque que l'entreprise se situe au centre, ce qui induit que celle-ci est considérée comme l'acteur principal de développement local.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.3.2. Le développement rural

Il existe à priori plusieurs définitions qui expliquent le phénomène de développement rural, mais celles-ci, sont orientées dans des sens distincts, vue les spécificités des approches retenues.

Dans la première approche, l'activité agricole est considérée comme un pilier basique des espaces ruraux, le développement de celle-ci est intimement lié au développement rural. Cette approche est mise en œuvre dans les pays du Sud où l'agriculture enregistre un grand recul provoquant une menace subsistante de la sécurité alimentaire. En revanche, dans les pays du Nord, où l'agriculture progresse de plus en plus, et les reconversions au sens inverse de rapport entre le monde rural et urbain, les préoccupations du développement rural sont ramenées aux questions plus larges, notamment celles qui sont relatives à : l'intervention de l'exode rural, l'amplification des actions émanant à la préservation de l'environnement et des paysages, des mécanisme concret pour lancer l'aménagement de territoire de façon à réduire les inégalités territoriales.

La seconde approche, quant à elle, ne prend pas en considération la spécificité du milieu rural, en disant en fait que les actions mise en œuvre pour le développement rural sont identiques à ceux du milieu urbain et découlent des projets de développement local. Or « *si certain intérêt sont convergents pour ces deux espaces, l'espace rural a besoin de voir, plus clairement reconnu ses besoins et ses faiblesses pour qu'on y remédie de façon adéquate* »²⁰. Ce raisonnement, avoue que le développement rural est confondu au développement local.

Enfin, la troisième approche, qui est la plus flexible au raisonnement du monde contemporain, ou celle-ci considère que le développement rural est une question de diversification d'activités économiques, sociales, institutionnelles et l'intégration de plusieurs acteurs. Alors, l'agriculture n'est pas la seule activité qui intervienne dans le processus de développement.

²⁰DRUGUET.S : « Contribution des associations au développement rural : apports spécifiques et intégration dans la dynamique locale : l'exemple de la Lozère », 107 f, série « Master of science », n°2, Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier. 2003. pp.13-14.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

OAKLEY et GAREFORT qui poursuivent le raisonnement de la dernière vision, en insérant la dimension sociale dit en fait que : « *le développement rural est assimilé à une transformation profonde des structures économiques, sociale, des institutions, des relations et des processus dans toute zone rurales donnée. Il n'a pas uniquement pour objectif la croissance agricole et économique au sens restreint du terme, mais plutôt un développement socio-économique* »²¹.

D'après les définitions citées ci-dessus, on comprend que le développement rural est un processus de changement et de transformation, c'est-à-dire, d'une mauvaise situation à une situation plus au moins favorable. Mais ce changement ne pourra aboutir que par la mise en place des projets pertinents émanant de la population concerné et en sa faveur.

2.4. Le développement local passe par l'implantation des entreprises

Les responsables locaux sont de plus en plus convaincus que le développement local passe obligatoirement par l'installation et le développement des entreprises dans leurs territoires²². De ce fait, un territoire sans entreprise est souvent considéré comme un lieu non viable, c'est pour cette raison que les élus tracent leurs objectifs économiques sous la base de l'entreprise.

2.4.1. L'entreprise comme moteur de développement de la commune

Les responsables locaux cherchent toujours un moyen dont ils trouvent nécessaire afin de promouvoir un développement endogène. Dans ce contexte, le développement économique d'une commune est considéré comme la base d'extension des autres indicateurs (sociale, culturel, politique etc.) ainsi que la structuration de territoire et les réseautages entre les acteurs qui fonds parties. Alors, nul ne peut ignorer le rôle moteur que joue l'entreprise en matière de développement local parce que il contribue à :

²¹Cité par, BOUKHARI, op cité, 14.

²²FLIPO J-P et TEXIER. L – Marketing territorial : de la pratique à la théorie – In Revue Française du Marketing - n°136 – 1992/1. p.43.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

- La fourniture d'emplois aux habitants, ce qui induit forcément à la baisse de taux de chômage, c'est-à-dire, élargir l'étendue du marché de travail et distribuer les revenus salariaux.
- Apporter des ressources financières aux communes, grâce à la fiscalité (impôts et taxes), qui contribue à l'autofinancement et à une aisance financière qui permette de réaliser des divers objectifs.
- L'amélioration de niveau de vie des citoyens, grâce aux richesses créées.
- L'attractivité de la commune, celle-ci, permette d'entraîner une hausse de nombre d'habitants et attirer d'autres entreprises pour venir s'implanter particulièrement les sous-traitants.

Enfin de compte, l'emploi et le niveau de vie des citoyens est considérés comme un mode d'évaluation de l'action économique locale, c'est dans cette séquence que les responsables locaux et territoriaux s'intéressent autant à la décision de la localisation et de mettre tous leurs services au profit des attentes d'entreprises.

Cette attitude des responsables territoriaux se trouve plus confortée grâce à deux facteurs :

- D'une part, la politique de décentralisation adoptée par plusieurs pays, y compris l'Algérie, et qui attribue aux collectivités territoriales, de plus en plus de prérogatives dans l'intervention économique.
- D'autre part, la mondialisation économique permet une plus grande mobilité des entreprises. En effet, on assiste depuis assez longtemps, à un démantèlement graduel des barrières tarifaires et non tarifaires, notamment les barrières à l'entrée, ce qui permet aux entreprises d'investir au-delà des frontières traditionnelles et avec plus de facilité, que ce soit, sous forme d'achat d'actions et obligation soit sous forme de prêts, ou encore d'investissements directs à l'étranger (IDE).

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

2.4.2. Le rôle des entreprises dans le développement économique

Actuellement, les entreprises, jouent un rôle capital dans le développement économique local et même à l'échelle nationale, elles deviennent de plus en plus un personnage crucial en raison du poids économique et social qu'elle a pu détenir ces derniers temps, et cela grâce à :

2.4.2.1. L'effet d'entraînement sur les intermédiaires

Les entreprises en tant que créatrices de richesses, de services et surtout d'emplois, permettent, grâce à la production de biens, de ne pas seulement faire travailler leurs salariés, mais aussi plusieurs intermédiaires. Avant que les produits arrivent au consommateur final, ils font appel au premier lieu aux transitions des grossistes, demi grossistes, distributeurs, détaillants et donnent aussi service à plusieurs prestataires, cela leurs permettent d'exercer les activités et de créer les emplois et de payer les impôts.

Le rôle de locomotive joué par l'entreprise est d'autant plus large que celle-ci est plus importante. Ces entreprises peuvent même faire appel à des entreprises de petite et moyenne taille sous forme de sous-traitance.

2.4.2.2. Les incidences sur les indicateurs macro-économiques

Les entreprises engendrent aussi des impacts sur quelques indicateurs macroéconomiques à savoir :

- **Produit National Brut (PNB) :** L'activité des entreprises offre des produits et services aux intermédiaires ou aux consommateurs finals, ce qui permet d'augmenter le revenu national.
- **L'épargne :** Les entreprises sont des unités de production, mais également des centres d'investissement qui mobilisent l'épargne en vue de l'injecter dans l'économie nationale sous forme d'investissement. Cela permet stimuler l'épargne et de le mobiliser pour financer le développement, diminuant ainsi le recours à l'endettement.
- **L'investissement :** Les entreprises se caractérisent par une rotation rapide du capital, ce qui pousse d'augmenter la valeur de l'investissement global dans l'économie nationale et garantir l'élévation des degrés de développement économique.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

- La consommation : Les salaires perçus par les salariés des entreprises, serviront à consommer et à créer une demande en produits et services, ce qui engendra à son tour l'offre et l'investissement.
- L'exploitation des ressources locales : Ce qui caractérise les entreprises, c'est qu'elles privilégient l'utilisation des ressources locales, tel que l'agriculture, le transport, les matières premières, ...

Cela permet à ces entreprises de minimiser les coûts de transport et d'assurer une certaine autonomie par rapport à l'extérieur ou des fournisseurs étrangers, tout en ayant une certaine main mise sur les ressources locales et une force de négociation avec les producteurs locaux.

CHAPITRE 2

Localisation rurale des entreprises et développement local

CONCLUSION

Dans ce chapitre, on a essayé d'expliquer et de comprendre les stratégies adoptées par les entreprises pour se localiser dans un territoire bien précis, tout en montrant l'importance des théories économiques, et en particulier la nouvelle économie géographique sur la nature des activités industrielles implantées au milieu rural. Bien que les modèles auxquels nous faisons référence puissent sembler a priori écartés de la pertinence de l'analyse des espaces ruraux (car basé beaucoup plus sur l'explication des phénomènes de concentration spatiale), mais, nous espérons avoir montré à travers les modèles initiés par Pascal CHEVALIER en quoi ils pouvaient se révéler indispensables pour comprendre les évolutions contemporaines des activités rurales, avec l'émergence des nouveaux déterminants qui ne sont pas liés à l'aspect économique mais beaucoup plus aux choix personnels et qui jouent un rôle très important dans les décisions de localisation des entreprises.

En effet, nul ne peut ignorer le rôle crucial que joue l'entreprise sur le développement territorial y compris les espaces ruraux, donc le développement local passe par l'installation et la présence des entreprises, se sont elles qui créent des emplois pour les citoyens et qui financent les collectivités locales à travers les impôts qu'elles paient et créent la richesse. Donc le développement économique est un impératif pour les collectivités territoriales, ces dernières qui sont devenues responsables, en partie tout en moins, de ce développement doivent influencer sur le facteur principal de ce développement à savoir : l'entreprise.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de SEDDOUK

INTRODUCTION

Après avoir développé l'étude théorique concernant les déterminants de localisation des entreprises dans plusieurs types de territoires y compris le rural, il est tout évident de prospecter les stratégies de localisation sur un cas que nous avons enquêté.

Aujourd'hui, avec l'émergence des nouvelles potentialités territoriales, il est nécessaire de comprendre les facteurs qui interviennent dans le processus du choix de localisation surtout dans les territoires enclavés, qu'on peu nommé ruraux, ce dernier qui a posé plusieurs interrogations suite aux mutations qu'il a pu générer au fil des années.

Pour se faire, nous avons choisis une grande entreprise connue à l'échelle nationale qui est le Groupe de Amimer Energie, afin de pouvoir l'interroger a l'aide d'un questionnaire et de savoir quelle sont les raisons qui ont poussé cette entreprise à choisir la commune de Seddouk comme un lieu d'implantation, malgré que celle-ci est dépourvue de plusieurs commodités économiques susceptibles d'attirer les investisseurs.

A ce titre, dans ce chapitre on essayera, de présenter le Groupe Amimer Energie à l'aide des données collectées à l'intérieur de l'entreprises, ensuite on abordera les motivations qui ont poussé le chef d'entreprise à créer son entreprise tout en l'implantant dans la commune de Seddouk.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

3.1. Méthodologie de recherche

L'intitulé de notre travail porte sur les stratégies de localisation des entreprises et leurs impacts sur le développement local, mais il faut préciser que l'objectif poursuivi dans cette étude se limite à une seule entreprise (Groupe Amimer Energie) qui est le leader algérien dans son domaine.

En ce qui concerne la méthodologie utilisée pour la réalisation de ce travail, nous avons opté une méthode de collecte d'information. Donc la démarche se présente comme suit :

Dans un premier temps, c'est à travers l'analyse des documents qui est le questionnaire, ce dernier qui est pris en charge par le PDG (propriétaire de l'entreprise) en répondant sur des questions pertinentes.

Dans un second lieu, et pour ne pas se perdre dans la considération théorique nous avons jugé utile de faire un sondage en interrogeant quelques individus disposant de relations directes ou indirectes par rapport au Groupe de Amimer Energie en leur proposant les réponses données par le propriétaire de l'entreprise concernant les motivations qui ont permis à la création et l'implantation de son entreprise dans la commune de Seddouk afin de pouvoir enfin les confirmer ou les infirmer (voir annexe 2 et 3).

Tableau N°3.1 : Description de l'échantillon

Variables	Nombre	Sexe	Age	Ancienneté dans l'entreprise ou commune	Commune de résidence
Salariés du Groupe Amimer Energie	21	Masculin et féminin	Plus de 28 ans	Entre 6 ans et 11 ans	Seddouk
Salariés antérieurs du Groupe Amimer Energie	14	Masculin et féminin	Plus de 30 ans	Entre 3ans et 6 ans	Seddouk
Entrepreneurs	16	Masculin	Plus de 30 ans	Entre 5 ans et 15 ans	Seddouk
Secrétaire Générale	1	Masculin	54 ans	Plus de 10 ans	Seddouk
Epouse et fils du chef d'entreprise	2	Masculin et féminin	-	-	Seddouk
Total	54	-	-	-	-

Source : Etablie par nos propres soins.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

Les réponses obtenues nous l'avons inséré dans le logiciel SPSS afin d'avoir les résultats les plus fiables.

3.2. Orientations statistiques

Dans ce travail, notre analyse prend en considération les paramètres statistiques suivant :

- **Echelle de Likert** : est une échelle de mesure répandue dans les questionnaires psychométriques. La personne interrogée exprime son degré d'accord ou de désaccord vis-à-vis d'une affirmation (l'énoncé).

Dans notre analyse, l'échelle contient quatre choix de réponse qui permette de nuancé le degré d'importance des facteurs qui sont illustrés comme suit :

1 : très peu motivant ;

2 : peu motivant ;

3 : motivant ;

4 : le plus motivant.

- **La moyenne** : ne peut être définie que sur une variable quantitative.

La moyenne est la somme des valeurs observées divisée par leurs nombre, elle est notée \bar{x} .

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_i + \dots + x_n}{n} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i.$$

- **La variance**: est la somme des carrés des écarts à la moyenne divisée par le nombre d'observations.

$$s_x^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2.$$

- **L'écart type** : est la racine carré de la variance, c'est-à-dire $s_x = \sqrt{s_x^2}$.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

3.3. Présentation du groupe

Créée en 1989 au capital social de 1000456500 DA, la SPA Amimer Energie est une entreprise privée, spécialisée dans la fabrication et de l'installation des groupes électrogènes et moto-soudeuses, dont le siège social est situé à Seddouk dans la wilaya de Béjaïa. Grâce à la rigueur et à la motivation de son équipe dirigeante, cette entreprise qui avait démarré avec des moyens de bord, s'est vue au fil de quelques années carrément métamorphosée en passant d'une simple fabrique à une usine de renommée internationale. En effet, elle aura su, en l'espace de quelques années d'investigations et de labeur, à s'imposer comme le leader algérien de la fabrication des groupes électrogènes de toutes puissances confondues, puisqu'elle est devenue le fournisseur incontournable et exclusif des sociétés nationales et autres institutions de l'Etat, suite à une recherche permanente de l'efficience qui s'est traduit en 2003 par la certification ISO 9001 V.2000.

Le souci du groupe consiste à proposer aux clients des unités de production d'énergies électriques avec une puissance donnée, l'offre est donc fortement diversifiée, les besoins des clients sont extrêmement variables, d'autant plus que le groupe cherche continuellement à développer les applications liées à la technique qu'elle possède.

Ce groupe est présent à Alger, Constantine, Oran et Hassi Messaoud, il a construit sa réputation sous la base du service à sa clientèle et au respect des exigences de qualité. Il a ainsi reçu le Prix Algérien de Qualité en 2010, avec une mention du jury.

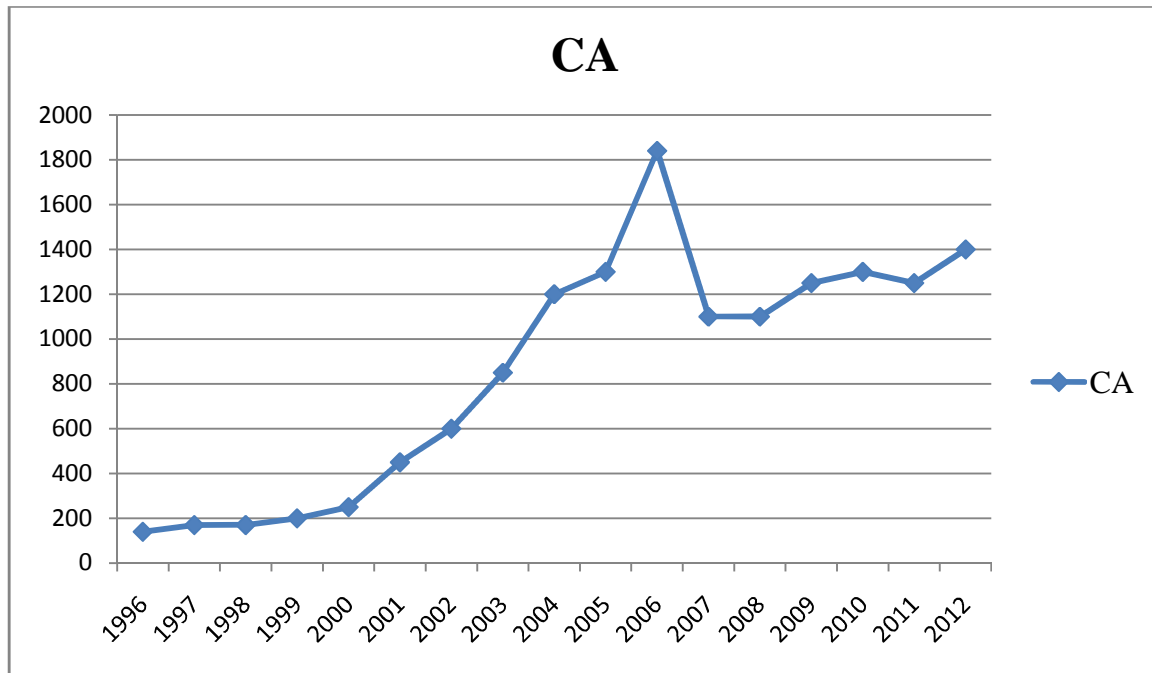
Amimer Energie SPA, déploie une offre de produits maîtrisée et diversifiée, au départ elle était constituée d'une activité principale qui était la conception et la fabrication de groupes électrogènes. L'entreprise tend à se diversifier en un groupe qui uniformise ses processus de Management et ses standards autour d'une vision de leader et d'une culture de résultat, pour cela, le groupe se fixe pour objectif d'augmenter sa productivité en améliorant la qualité et l'efficacité de ses prestations aux clients.

¹ un groupe électrogène, est un appareil qui transforme l'énergie mécanique en électricité sans alimentation électrique extérieure.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

Figure N° 3.1 : Evolution du chiffre d'affaire (en million DA)



Source : donnée interne à l'entreprise.

La progression du chiffre d'affaire est en partie liée à une stratégie de différenciation en profitant des synergies qui se créent entre les domaines d'activité stratégiques.

3.3.1. Les principaux clients

Doté d'une grande expérience, d'un savoir faire incontestable dans la conception et la fabrication des groupes androgènes de toute puissances, et a travers le profit managériale et entrepreneurial de l'équipe dirigeante consciente des enjeux futurs et des visions stratégiques dans le secteur de l'énergie. Le groupe s'est constitué un portefeuille clients dépassant la sphère économique nationale :

- Sociétés Algériennes de Télécommunication : Algérie télécom, A.T.M Mobilis ;
- Les banques : B.A.D.R (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural) B.A (Banque d'Algérie), B.E.A (Banque Extérieure d'Algérie), B.N.A (Banque Nationale d'Algérie) ;
- B.R.C (Brown and Root Condor) ;
- Danone Algerie;

CHAPITRE 3

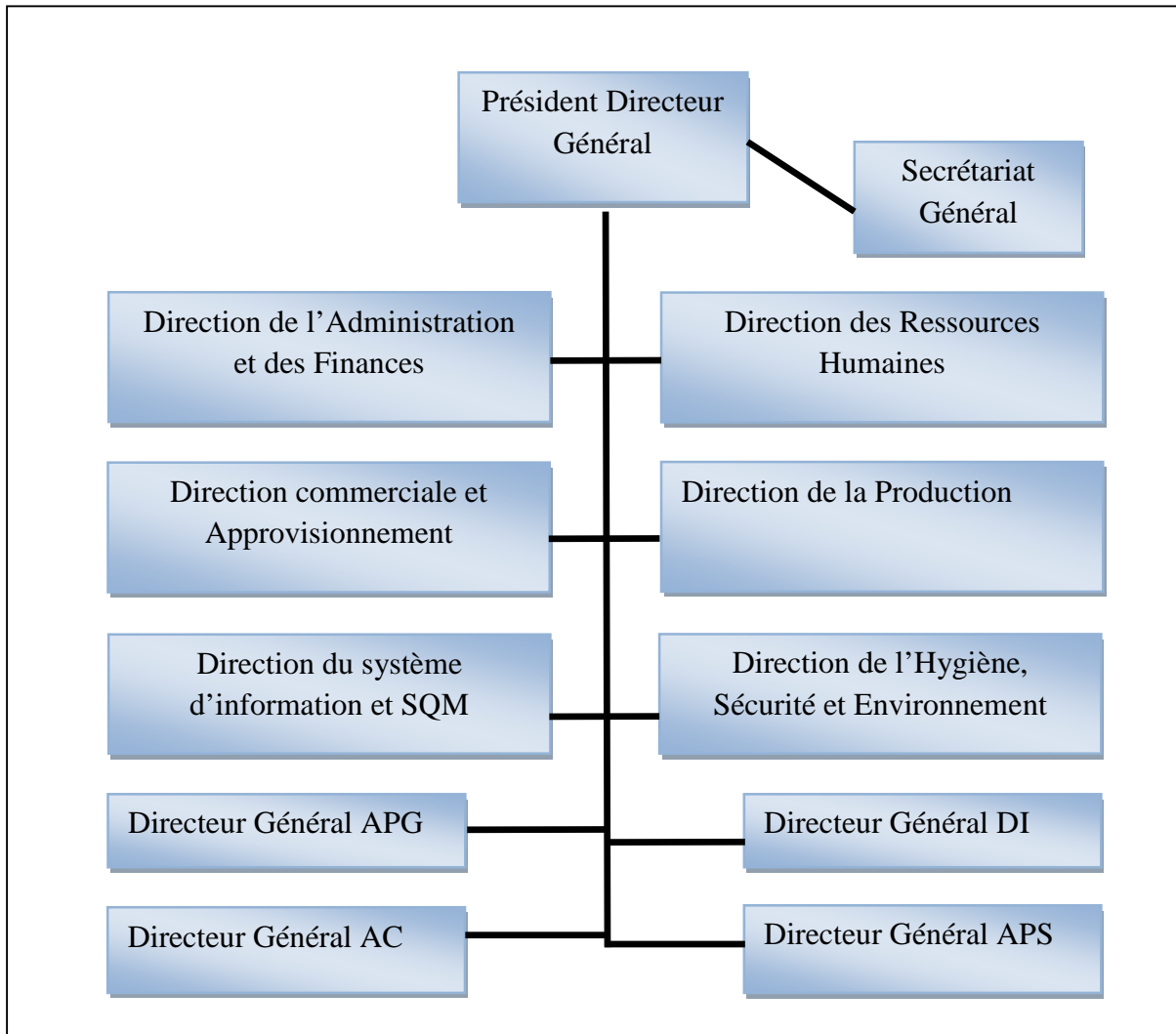
Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

- Enageo;
- E.N.S.P (Entreprise Nationale des Services aux Puits);
- Ministère des Finances ;
- Ministère de l'intérieur ;
- Ministère de la justice ;
- Ministère de la défense ;
- Ministère des P.T.T ;
- Les ministères de Mauritanie avec la filiale AME (Algéro-mauritanienne d'Energie) installée à Nouakchott.
- Naftal ;
- Palais du gouvernement ;
- Présidence de la république ;
- Sonelgaz ;
- SONATRACH (Entreprise publique Algérienne de production de pétrole et dérivés) ;
- NAFTAL (Filiale de SONATRACH pour la distribution de produits pétroliers) ;
- Services de Sécurité et de la défense ;
- Travaux Publics ;
- Secteur de l'industrie ;
- Particulier divers.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

Figure N°3.2 : La structure organisationnelle du Groupe



Source : Document interne de l'entreprise.

Le PDG poursuit deux missions :

- Veillez à ce que les normes managériales et de qualité pour l'ensemble du Groupe soient respectées ; ainsi faire progresser les métiers de la conception, de la fabrication et de distribution, et en anticiper les perspectives d'évolution.
- Diriger les directeurs de filiales (APG, AC, DI et APS), en veillant sur le respect et la continuité de la culture du groupe et assurer la rentabilité des filiales.

En ce qui concerne les directions des filiales, des missions ont été confiés à savoir :

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

- Orienter et faciliter les relations entre le département industrielle et la direction de projet.
- Mettre en œuvre les stratégies et les visions de la direction générale.
- Pilotage des projets, et lancement des nouveaux produits, aussi, assurer la rentabilité globale de l'entreprise.

Les directions de filiales jouent un rôle très important dans l'apprentissage organisationnel à travers la coordination de l'élaboration des idées et orientation émanant de la direction générale. Elles reportent directement de la direction générale.

3.3.2. Les domaines d'activités stratégiques (DAS) du groupe

Notre objectif dans la présentation des différentes activités du groupe est de savoir, quelles sont les stratégies globale poursuivies à travers son porte feuille d'activité afin d'y avoir un avantage concurrentiel par rapport à ces concurrents.

Au début des années 2000 l'entreprise commence à se diversifier en insérant un porte feuille d'activité en synergie qui se traduit par les interconnexions entre les filiales. Cette orientation horizontale menée par le profit managérial de l'équipe dirigeante a conduit l'entreprise vers un avenir meilleur et plus objectif.

3.3.2.1. Le premier DAS : « Amimer Power Génération »

Amimer Power Génération est l'une des filiales principales du groupe, celui-ci engage tout son savoir faire et son expérience afin de pouvoir fournir des produit de haute qualité pour ces clients.ces produits concernent la conception et fabrication de groupes électrogènes, compresseurs et motos-pompes de toute les puissances. C'est grâce à ce produit que l'entreprise a pris une place importante dans le marché national en maîtrisant toute la chaine, commençant par la conception jusqu'au service après vente.

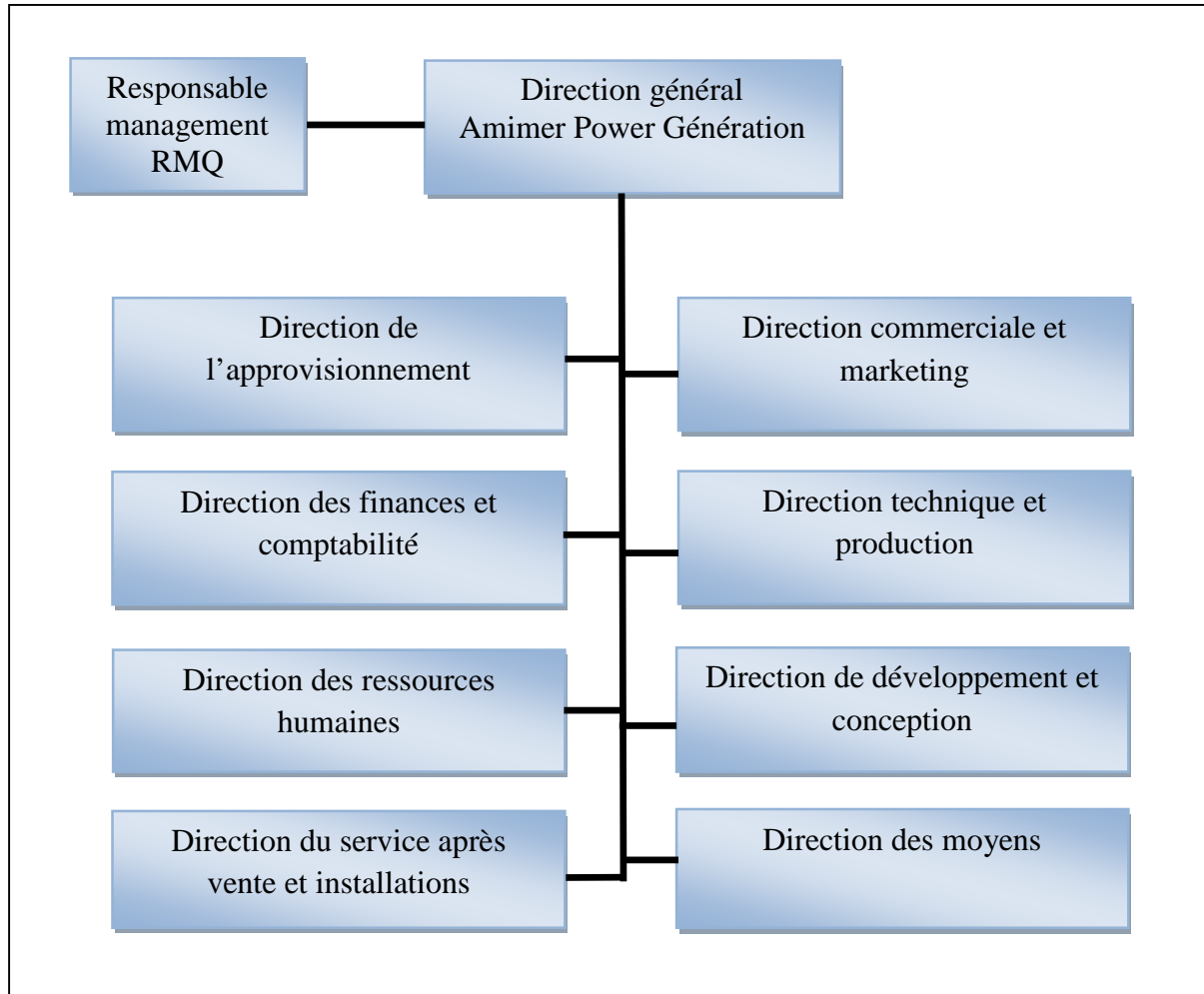
Le succès d'APG repose essentiellement sur le facteur humain, élément clé de sa réussite, dans une approche d'épanouissement et développement des compétences professionnelles.

L'implication totale de chacun et chacune au service de l'entreprise dans un même esprit d'équipe ont contribué à atteindre des performances exceptionnelles.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

Figure N°3.3. La structure organisationnelle d'APG



Source : Document interne de l'entreprise.

Un Responsable de Management Qualité (RMQ), transcrit directement à la direction générale de la filiale, avec une recherche permanente de l'efficience et la réputation du Groupe qui est basé sur le respect des exigences des critères de la qualité afin de bien servir la clientèle. Cette direction fabrique, installe et met en service des groupes électrogènes de haute gamme.

Ce groupe, a compris très tôt l'importance de fournir un service après vente pour ces clients, qui s'occupe de plusieurs tâches :

- L'installation et mise en service des groupes électrogène ;

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

- Assurer le service après vente dans le cadre des accords de garanties contre toute insuffisance de fabrication du produit ;
- Assurer la maintenance des produits vendus et une maintenance préventive ;
- Assurer la formation technique des clients etc.

Toutes ses prestations contribuent à assurer au client un produit de qualité et d'un suivi permanent, cela montre que satisfaire les clients, reste parmi les préoccupations majeures du Groupe.

APG s'engageant d'ici 2014 de diversifier sur pas mal d'entités comme :

- Montage Electro-Mécanique ;
- Chaudronnerie et Mécano-Soudure ;
- Electro Technique et Automatisme.

Sachant que APG a connu une évolution de 900% de son chiffre d'affaire entre 1996 et 2006, cela est du à l'intégration d'un projet de centrale électrique.

3.3.2.2. Deuxième DAS : « Amimer Power Système »

Grâce au savoir faire incontestable et à l'expérience acquise durant le parcours du Groupe, celui-ci a décidé de se diversifier en 2007 en se lançant dans l'engineering, qui a pour objectif de réaliser et installer des centrales électriques, essentiellement dans le Sud Algérien.

L'objectif reste de pouvoir transférer l'énergie dans des lieux extrêmes et difficile d'accès, aussi, le groupe, participe continuellement et activement au développement des régions de Sud Algérien souffrant d'un grand manque en énergie. APS a vite développé des compétences, une organisation et même de une relation client qui sont différents de celle de la fabrication ou L'activité « Conventionnel ».

On présentera dans les tableaux juste après quelques projets réalisés par cette filiale comme des mini-centrales de fourniture d'électricité de 2 MW à 100 MW (MEGA WATT) en diesel fuel lourd et en gaz avec : Moteurs thermiques, des systèmes intégrés, pilotage à distance et avec télégestion, synchronisation avec d'autres centrales et d'autres réseaux.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

Tableau N°3.2 : Projet Timimoune

Talmine (Timimoune)	
Puissance TOT A T.F	6.8 II/Y
Puissance unitaire	3X2MW&2X400KW
Mise en service	2010

Source : Document interne de l'entreprise.

Tableau N°3.3 : Centrale électrique d'Ilizi

Bordj El houas (Ilizi)	
Puissance totale	1.5 MW
Puissance unitaire	6X250KW
MISEEN SERVICE 2009	

Source : Document interne de l'entreprise.

Tableau N°3.4 : Projet de centrale électrique réalisé à l'international

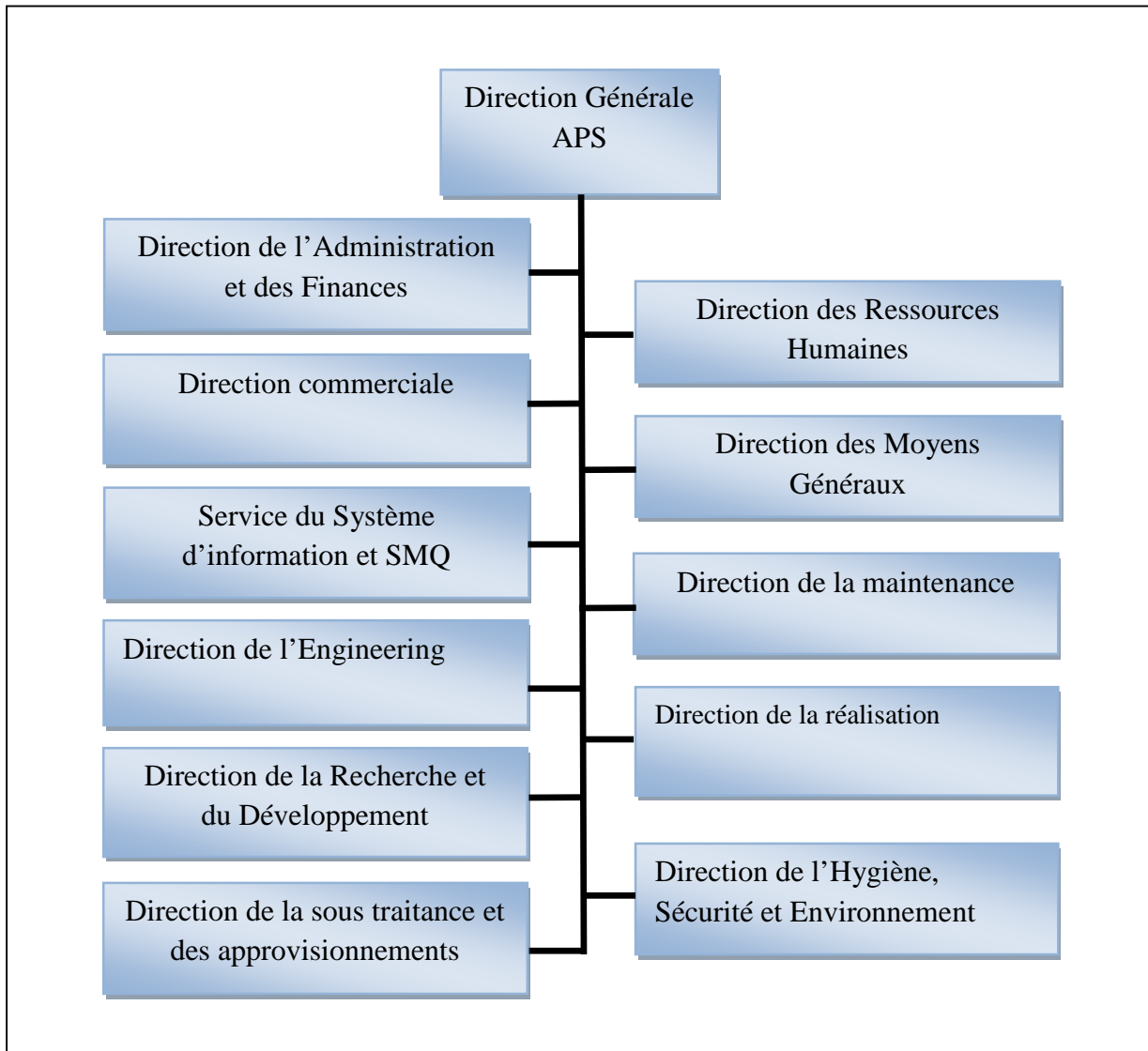
Centrale Nouakchott (Mauritanie)	
Client	Sonelgaz
Site	Nouakchott (Mauritanie)
Puissance total	10.5 MW
Puissance unitaire	7X1JMW
Mise en service	2010

Source : Document interne de l'entreprise.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

Figure N°3.4 : Structure organisationnelle d'APS



Source : Document interne de l'entreprise.

L'industrie de l'énergie est considérée comme une activité trop risquée pour les travailleurs et même pour l'environnement, c'est pour cette raison d'ailleurs que ce type d'entreprise tel que, le groupe Amimer Energie, qui donne une importance particulière à cette dimension en créant la Direction de l'Hygiène, Sécurité et environnement pour veiller à la sécurité de ces travailleurs et préserver l'environnement. Le groupe, envisage à travers sa filiale APS de se lancer à partir de 2014 dans les nouvelles technologies liées à l'énergie solaire et la production d'électricité, des projets basés essentiellement en Mauritanie.

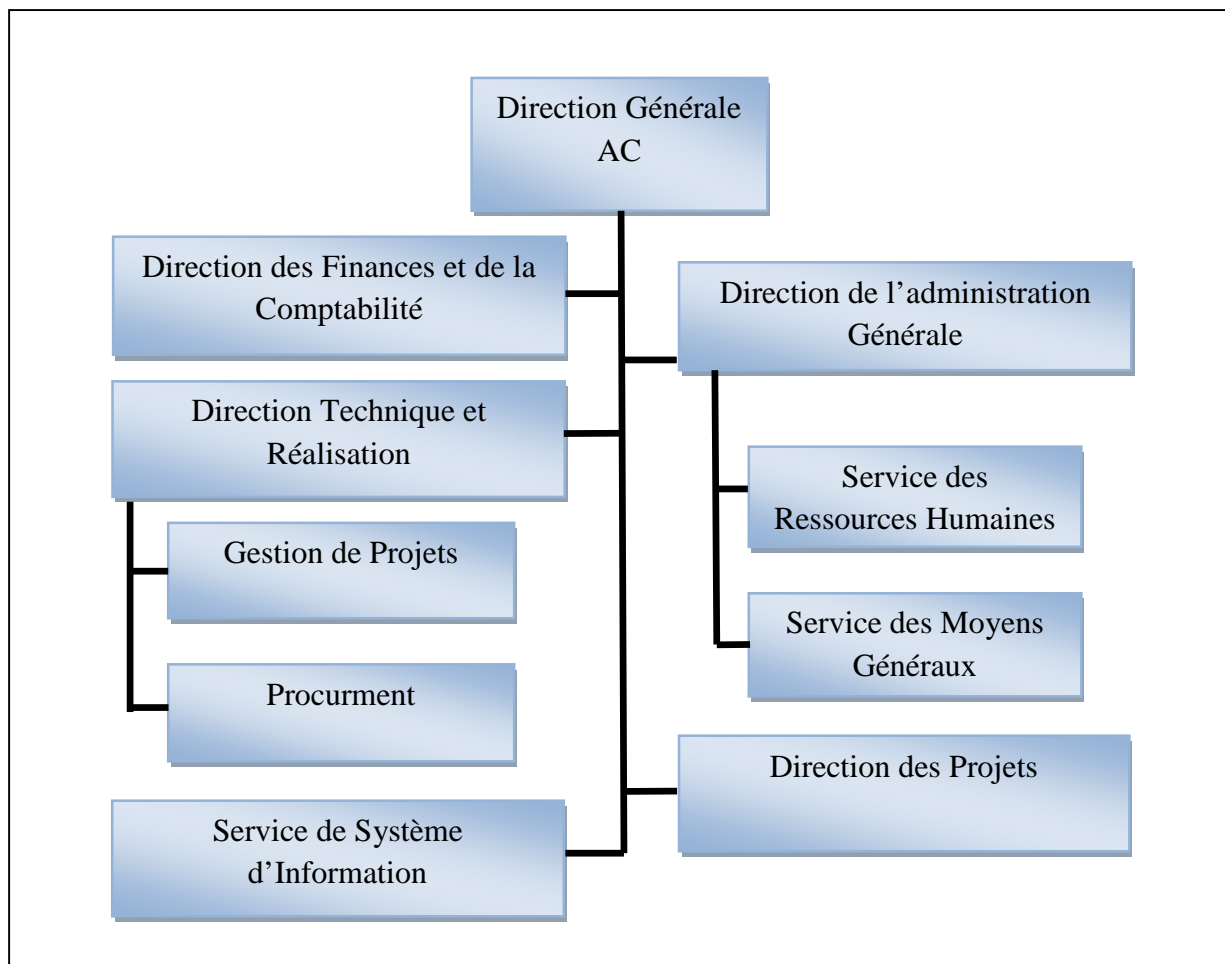
CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

3.3.2.3. Le troisième DAS : « Amimer Construction »

Amimer Construction est une filiale créée en 2005 et qui est présente dans les services liés au : Génie civil, Charpentes métalliques, Travaux publics et tout corps d'état comme les bâtiments et les logements, équipements d'infrastructures etc. il assure ainsi le génie civil des centrales électriques conçus par APS grâce à la synergie des deux entités. L'encadrement d'AC a acquis au fil des années des expériences affirmées dans le management en plus de la compétence de ses travailleurs qui relèvent le défi d'une génération de bâtisseurs.

Figure N°3.5 : La structure organisationnelle d'AC



Source : Document interne de l'entreprise.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

A l'horizon 2014 la filiale ambitionne de se diversifier dans les domaines de promotion immobilière, les travaux publics et études liées aux métiers du bâtiment.

3.3.2.4. Quatrième DAS : « Docks Industrie »

Le Docks Industrie assure la disponibilité des différents composants et équipements nécessaires, cette activité tient à assurer l'importation et la distribution de fournitures électriques industrielles.

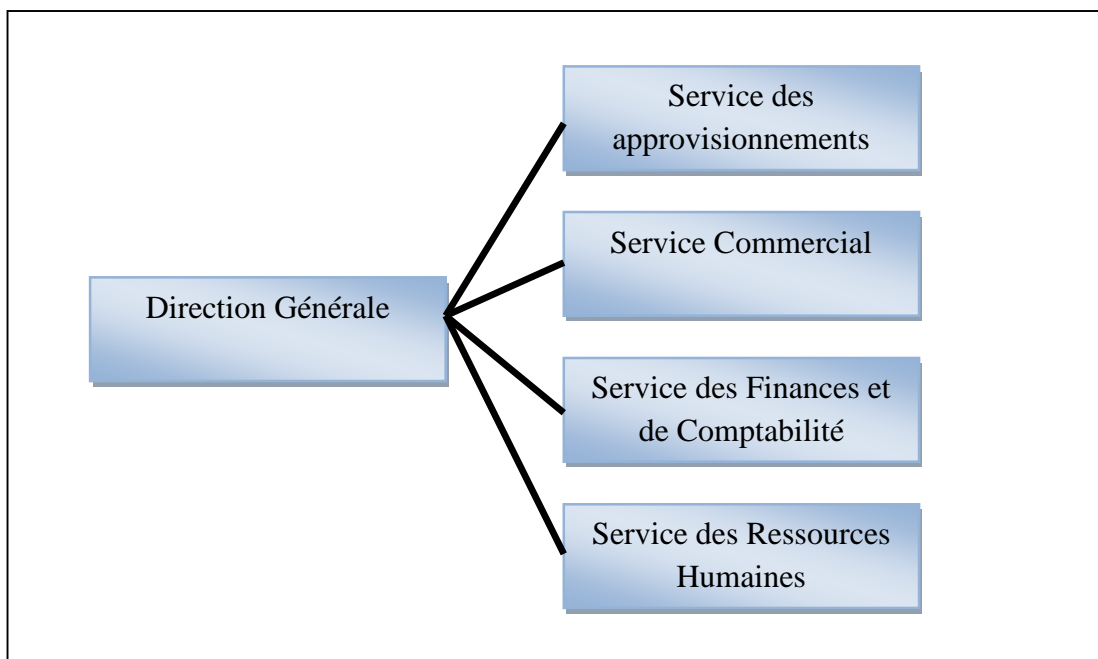
a). Les produits importés et distribués

- Matériel électrique de transport ;
- Matériel électrique de connexion ;
- Matériel électrique de protection et d'enregistrement ;
- Résistance électrique.

b). Organisation de la filiale

L'organisation de la filiale est structurée selon l'organigramme suivant :

Figure N°3.6 : La structure organisationnelle de DI



Sources : Documents interne de l'entreprise.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

➤ perspective à l'horizon 2014

- Produits :

- Résistance électrique ;
- Transport électrique
- Connexion ;
- Protection, régulation et enregistrement ;
- Partenariat ABB.

- Clients :

- APS ;
- APG ;
- Réseau de distribution.

- Chiffre d'affaire :

Un chiffre d'affaire estimé plus de 100% à l'horizon 2014.

3.4. Analyse des déterminants de la création du groupe

3.4.1. Réponses du propriétaire du Groupe

Le propriétaire de cette entreprise déclare principalement avoir été motivé dans la création de son entreprise par le désir d'augmenter sa réputation et d'être indépendant, aussi le goût d'entreprendre et la création d'une entreprise familiale. Le désir d'augmenter son revenu arrive en dernière position des motivations citées car c'est une motivation facultative à son gré. Il ressort dans tout cela que, c'est essentiellement la dynamique psychologique qui intervient dans le processus de création d'entreprise.

Par ailleurs, l'objectif principal de ce dirigeant en créant sa propre entreprise est avant tout, d'assurer son propre emploi et de devenir un patron qui lui permettra d'avoir une bonne réputation personnelle et familiale, en profitant du coup, faire travailler les citoyens de sa commune, pour absorber le chômage qui touche les jeunes surtout les diplômés. Il est

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

animé aussi par la volonté et le rêve de fournir des produits et/ou services nouveaux. Il recherche aussi une certaine qualité de vie, et avoir la possibilité de travailler à domicile ou à proximité de sa résidence et d'autre part, celle de travailler à son rythme ou en famille. La valorisation d'un patrimoine familial et l'envie de perpétuer un savoir-faire local sont également énoncés parmi ses motivations. Il paraît que cet entrepreneur était plein d'énergie et de motivation et qu'il avait un réel besoin de réalisation personnelle.

3.4.2. Résultats du sondage

On a obtenues les résultats suivants :

Tableau N°3.5 : Statistiques descriptives

Facteurs	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	Variance
-Avoir une bonne réputation personnelle et familiale	54	1	4	3,46	0,840	0,706
-Le désir d'être indépendant	54	1	4	2,80	1,250	1,561
-Avoir son propre travail	54	1	4	1,93	0,929	0,862
-Le goût d'entreprendre	54	1	4	2,72	0,998	0,997
-Travailler à domicile	54	1	4	2,96	0,931	0,867
-La création d'une entreprise familiale	54	1	4	3,06	1,036	1,072

Source : établie par nos propres soins.

Remarque :

Si l'écart type tend vers 0, donc la moyenne est plus significative, et la distance entre les réponses des sondés sont très proches.

- ✓ Le facteur « *Réputation personnelle et familiale* », est le déterminant qui dispose d'une moyenne la plus dominante qui atteint 3,46 et un écart type qui tend vers zéro avec 0,84.
- ✓ Le deuxième facteur qui est la « *création d'une entreprise familiale* » compte une moyenne de 3,06 mais avec un écart type de 1,036, c'est-à-dire qui tend vers 1.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

- ✓ Le « *travail à domicile* » arrive à une moyenne de 2.96 avec un écart type de 0,931, cela veut dire que ce dernier, tend vers 0.
- ✓ Le « *désir d'être indépendant* » arrive à une moyenne de 2,8 suivit d'un écart type de 1,25, ce qui provoque une tendance vers 1.
- ✓ Le facteur « *goût d'entreprendre* » provoque une moyenne de 2,72 avec un écart type de 0,99.
- ✓ Le dernier facteur qui est « *Avoir un propre travail* », enregistre une moyenne de 1,93 suivi d'un écart type de 0,929.

Tableau N°3.6 : Tableau de fréquence

Avoir une bonne réputation personnelle et familiale				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
- très peu motivant	3	5,6	5,6	5,6
- peu motivant	3	5,6	5,6	11,1
- motivant	14	25,9	25,9	37,0
- le plus motivant	34	63,0	63,0	100,0
Total	54	100,0	100,0	
Le désir d'être indépendant				
- très peu motivant	14	25,9	25,9	25,9
- peu motivant	6	11,1	11,1	37,0
- motivant	11	20,4	20,4	54,4
- le plus motivant	23	42,6	42,6	100,0
Total	54	100,0	100,0	
Avoir son propre travail				
- très peu motivant	22	40,7	40,7	40,7
- peu motivant	17	31,5	31,5	72,2
- motivant	12	22,2	22,2	94,4
- le plus motivant	3	5,6	5,6	100,0
Total	54	100,0	100,0	
Le goût d'entreprendre				
- très peu motivant	7	13,0	13,0	13,0
- peu motivant	15	27,8	27,8	40,7
- motivant	18	33,3	33,3	74,1
- le plus motivant	14	25,9	25,9	100,0
Total	54	100,0	100,0	
Travailler à domicile				

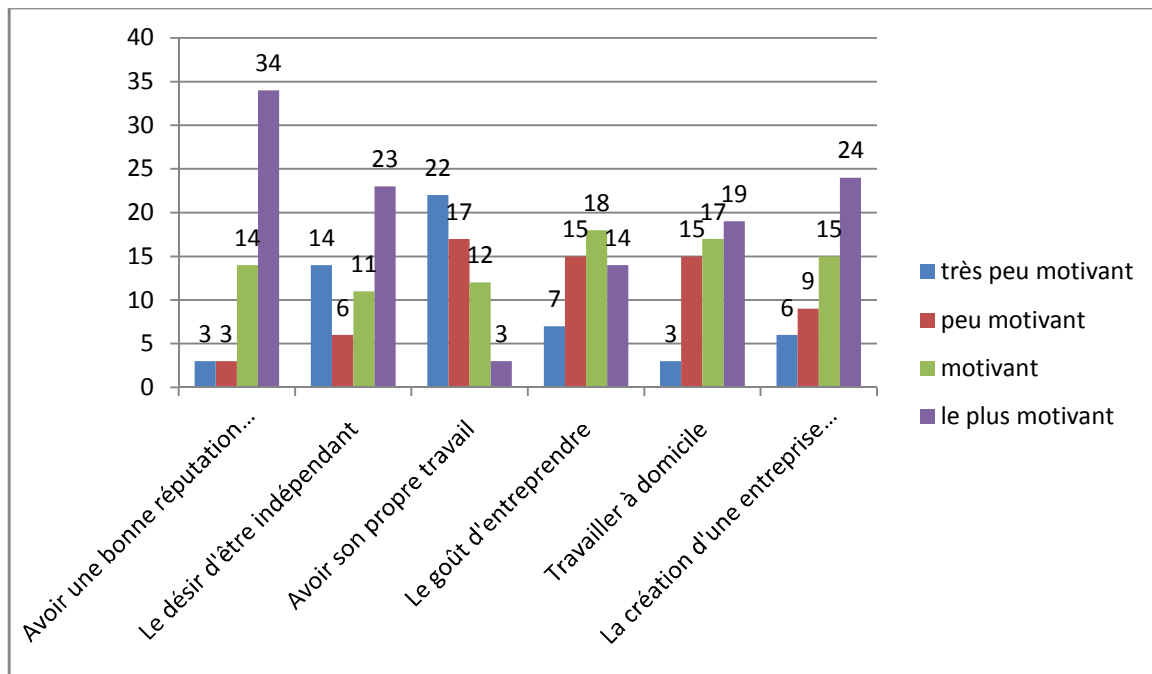
CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

- très peu motivant	3	5,6	5,6	5,6
- peu motivant	15	27,8	27,8	33,3
- motivant	17	31,5	31,5	64,8
- le plus motivant	19	35,2	35,2	100,0
Total	54	100,0	100,0	
La création d'une entreprise familiale				
- très peu motivant	6	11,1	11,1	11,1
- peu motivant	9	16,7	16,7	27,8
- motivant	15	27,8	27,8	55,6
- le plus motivant	24	44,4	44,4	100,0
Total	54	100,0	100,0	

Source : Etablie par nos propres soins.

Figure N° 3.7 : Les déterminants de la création du Groupe Amimer Energie



Sources : Etablie par nos propres soins.

3.4.3. Analyse des résultats

Selon les individus « *Avoir une bonne réputation personnelle et familiale* » demeure le facteur le plus influençant sur la décision de création de l'entreprise Amimer Energie. Il enregistre une moyenne de 3.46 avec un écart type qui tend vers zéro (0.840), qui veut dire que la moyenne est plus significative, aussi ce facteur est déterminé sur l'échelle quatre de degré d'importance de Likert qui est *le plus motivant*, à cet effet, en confirmant la réponse donnée par le patron qui a préconisé que ce déterminant est le plus indiqué dans la prise de décision de la création, il paraît que l'image personnelle ou familiale joue un rôle capital dans

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

le processus de création. Le second facteur est : « *La création d'une entreprise familiale* » qui a atteint une moyenne de 3.06 avec 44.4 % comme facteur *le plus motivant* et 27,8 % comme facteur *motivant* et qui pour l'entrepreneur, n'est pas le second facteur qui intervient dans son choix mais il en fait partie seulement. Le troisième est : « *Le travail à domicile* » avec une moyenne de 2.96 et 35.2 % répondent que c'est parmi les facteurs les plus *motivants*. Arrive ensuite le facteur « *Le désir d'être indépendant* » en quatrième position avec une moyenne de 2.8 % et 63% entre *le plus motivant* et *motivant*. Arrivent enfin les autres facteurs qui sont : « *Le gout d'entreprendre et avoir son propre travail* » avec une moyenne respective de 2.96 et 1.93 en dernier position. A ce propos, on peut dire que le facteur « *Réputation personnelle et familiale* » sans citer les autres, est le déterminant le plus important dans le processus de la création de l'entreprise Amimer Energie.

3.5. Analyse des déterminants de localisation du groupe dans la commune de Seddouk

Avant d'analyser les facteurs qui ont permis à l'entreprise Amimer énergie de se localiser dans la commune de Seddouk, il ya lieu de connaitre d'abord l'emplacement géographique de cette firme par rapport à la commune (voir carte N°3.1).

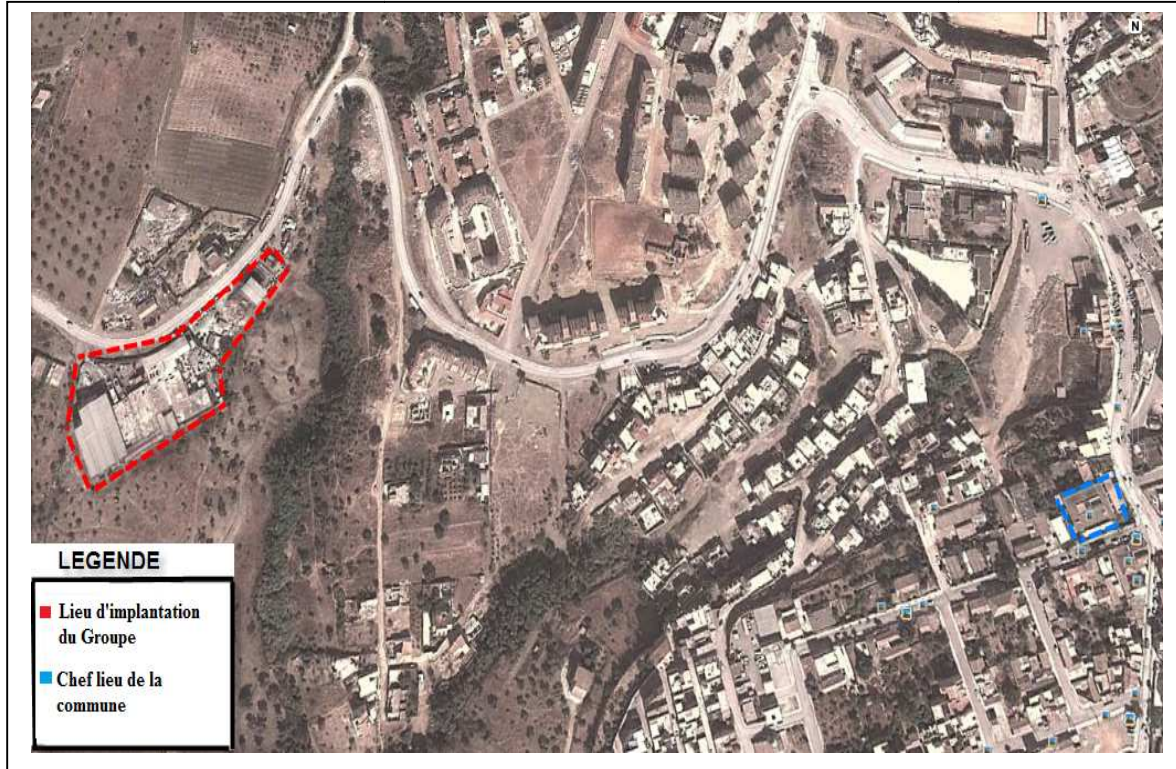
Le Groupe Amimer Energie sis à 1 km du centre de l'agglomération du chef lieu communal de Seddouk en bordure de la route nationale N°74 PK94 au coté aval de la chaussée en face et avoisinant à la subdivision des Travaux Publics et située cardinalement sur les points suivants :

- Nord, village de Takaatz ;
- Est, centre de Seddouk et M'cisna ;
- Sud, terrains nus des riverains pas loin de la Zone d'Activité;
- Ouest, l'une des périphéries de Seddouk lotissement lieu dit Mizab.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

Carte N°3.1 : Localisation géographique du Groupe dans la commune de Seddouk



Sources : Google earth.

3.5.1. Les raisons de l'implantation selon le propriétaire du Groupe

L'entrepreneur déclare avoir localisé son entreprise dans la commune de Seddouk pour des raisons liées beaucoup plus à l'aspect sociale. Son appartenance sociale et familiale à ce lieu paraît le déterminant le plus indiqué dans son choix de localisation. Ainsi, la recherche d'un profit économique en fait, n'est pas l'élément majeur de son choix d'implantation ou est en tout les cas faiblement ressentis. L'appartenance sociale et familiale pour lui sont considérées, comme les principales raisons de son choix, il confirme ce phénomène en précisant que le projet entrepreneurial correspond à un véritable projet de vie personnelle, familiale et même territoriale. Ensuite d'autres facteurs interviennent dans le processus de l'implantation à savoir : la proximité de la résidence qui se situe environ 1km par rapport au lieu de la localisation de son entreprise, aussi, le mode de vie qui selon lui, joue un rôle très important en matière de localisation sachant que les facteurs économiques n'ont pas été cités parmi les réponses en déclarant que s'il cherche la prévalence de bien être économique sur le

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

bien être sociale il n'aurait pas du se localiser dans une telle commune, mais, il cherchera ailleurs où les conditions économiques seront les plus favorables, il ajoutera, au début, il faut se localiser parce que j'appartient à ce territoire, et après, je chercherai peut être à maximiser mon profit et le profit de l'entreprise. D'ailleurs ce qui a été le cas aujourd'hui, cette entreprise atteint un chiffre d'affaire qui dépasse les 1,4 milliard de dinars.

3.5.2. Résultats du Sondage

En s'appuyant sur les mêmes individus interrogés auparavant sur les motivations qui ont présidé à la création du Groupe Amimer Energie, en leur proposant aussi les déterminants les plus indiqués et même cités par le PDG du Groupe, à l'aide du logiciel SPSS, nous avons obtenues les résultats suivants :

Tableau N°3.7 : Statistiques descriptives

Facteurs	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	Variance
-La proximité de la résidence	54	1	4	2,70	1,238	1,533
-Le mode de vie	54	1	4	2,80	1,139	1,297
-Appartenance sociale et familiale à ce lieu	54	1	4	3,46	0,719	0,517
-Aide et fiscalité locale	54	1	4	1,85	0,878	0,770
-La disponibilité de la main d'œuvre qualifiée	54	1	4	2,72	1,089	1,186
-Le coût et l'accès au foncier	54	1	4	2,37	1,154	1,332
N valide	54					

Sources : Etablie par nos propres soins.

Remarque :

- ✓ Le facteur « *appartenance sociale et familiale* », est le déterminant qui dispose d'une moyenne la plus principale qui atteint 3,46 et un écart type qui tend vers zéro avec 0,719.
- ✓ Le deuxième facteur « le mode de vie » compte une moyenne de 2,80 mais avec un écart type de 1,139, cela veut dire qui tend vers 1.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

- ✓ La «*disponibilité de la main d'œuvre qualifiée*» arrive à une moyenne de 2,72 avec un écart type de 1,089, ce dernier tend vers 1.
- ✓ La «*proximité de la résidence* » arrive à une moyenne de 2,7 suivit d'un écart type de 1,238, ce qui provoque une tendance vers 1.
- ✓ Le facteur «*Le coût et l'accès au foncier*» provoque une moyenne de 2,37 avec un écart type de 1,154.
- ✓ Le dernier facteur qui est «*Aide et fiscalité locale*», enregistre une moyenne de 1,85 suivie d'un écart type de 0,878.

On remarque que la plupart des facteurs provoque un écart type supérieur à 1 ce qui induit que les réponses des sondés sont éloignés les uns aux autres, sauf les deux facteurs «*réputation sociale et familiale* » et «*aide et fiscalité locale* » qui engendrent un écart type inférieur à 1, et qui tend vers 0, ce qui explique que leurs moyennes sont très significatives.

Tableau N°3.8 : Tableau de fréquence

La proximité de la résidence				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
- très peu motivant	14	25,9	25,9	25,9
- peu motivant	9	16,7	16,7	42,6
- motivant	10	18,5	18,5	61,1
- le plus motivant	21	38,9	38,9	100,0
Total	54	100,0	100,0	
Le mode de vie				
- très peu motivant	11	20,4	20,4	20,4
- peu motivant	8	14,8	14,8	35,2
- motivant	16	29,6	29,6	64,8
- le plus motivant	19	35,2	35,2	100,0
Total	54	100,0	100,0	
L'appartenance sociale et familiale à ce lieu				
- très peu motivant	2	3,7	3,7	3,7
- peu motivant	1	1,9	1,9	5,6
- motivant	21	38,9	38,9	44,4
- le plus motivant	30	55,6	55,6	100,0
Total	54	100,0	100,0	
Aide et fiscalité locale				

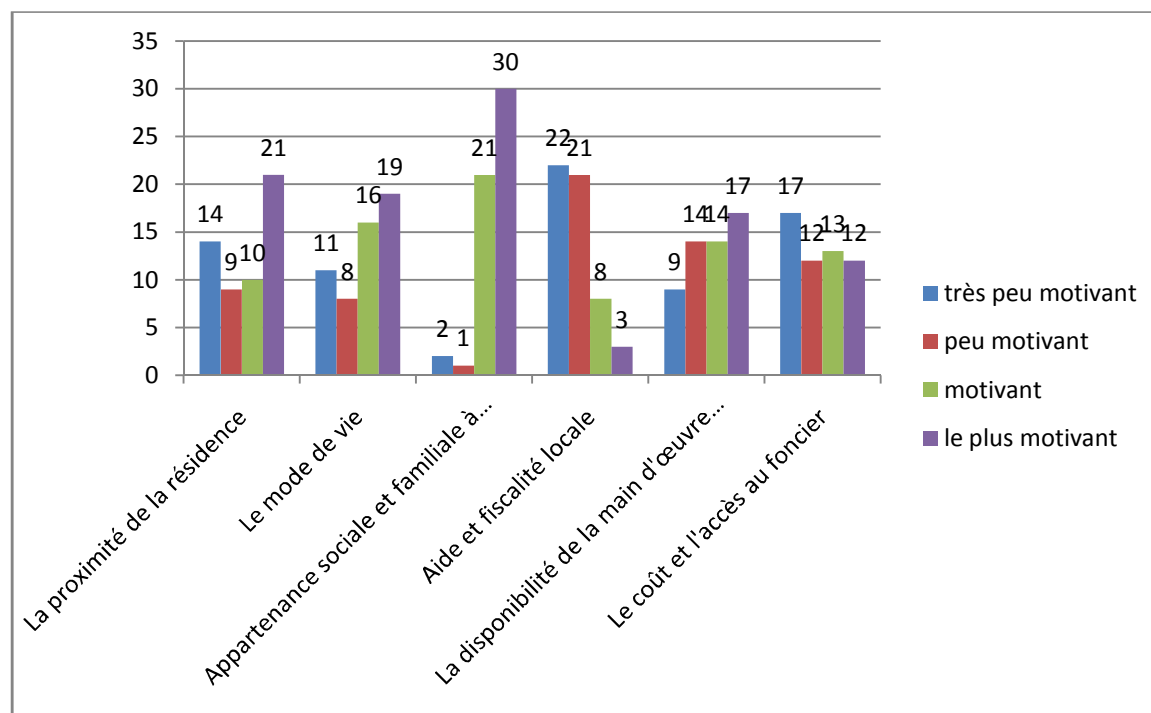
CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

- très peu motivant	22	40,7	40,7	40,7
- peu motivant	21	38,9	38,9	79,6
- motivant	8	14,8	14,8	94,4
- le plus motivant	3	5,6	5,6	100,0
Total	54	100,0	100,0	
La disponibilité de la main d'œuvre qualifié				
- très peu motivant	9	16,7	16,7	16,7
- peu motivant	14	25,9	25,9	42,6
- motivant	14	25,9	25,9	68,5
- le plus motivant	17	31,5	31,5	100,0
Total	54	100,0	100,0	
Le coût et l'accès au foncier				
- très peu motivant	17	31,5	31,5	31,5
- peu motivant	12	22,2	22,2	53,7
- motivant	13	24,1	24,1	77,8
- le plus motivant	12	22,2	22,2	100,0
Total	54	100,0	100,0	

Sources : Etablie par nos propres soins.

Figure N° 3.8 : Les déterminants de la localisation du Groupe



Sources : établie par nos propres soins.

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

3.5.3. Analyse des résultats

Selon les résultats obtenus du sondage que nous avons pu effectuer auprès des collaborateurs du Groupe et d'autre intervenant dans la sphère entrepreneuriale de la commune de Seddouk ayant des caractéristiques de compétences et d'expériences acquises durant leur parcours, il nous paraît que, les facteurs dont le propriétaire du Groupe a fait référence dans le questionnaire, sont les plus recommandés, d'autant que les individus interrogés, les confirment d'une manière considérable en annonçant que l'appartenance sociale et familiale de l'entrepreneur et le facteur décisif qui a permis à cette entreprise de se localiser dans la commune de Seddouk .sachant que certains facteurs économiques ont été cités par quelque individus d'autant que l'entrepreneur les négligent à priori.

Dans le tableau N° (3.7 et 3.8) et la figure N°3.8, paraît que « *L'appartenance sociale et familiale* » de cet entrepreneur joue un rôle très important en matière de localisation du groupe dans la commune de Seddouk, il a atteint une moyenne de 3,46 dont 55.6 % ont répondu que c'est le facteur *le plus motivant* et 38.9 % ont répondu que c'est le facteur motivant ce qui cumule environ 94,5 % entre *le plus motivant* et *motivant* et le reste représente 5,5 % de réponses entre facteur *le peu motivant* et *très peu motivant*, aussi en remarque que l'écart type tend vers zéro avec 0.719 ce qui explique que la distance entre les réponses sont très proches, dans ce cas, la moyenne est très importante, donc la variable est insérée dans l'échelle quatre du degré d'importance de Likert qui est *le plus motivant*.

Le second facteur qui selon les individus intervient dans le processus de localisation est « *Le mode de vie* » dont la moyenne est de 2.8 avec 35,2 % des réponses sont destinées au facteur *le plus motivant* et 29,6 % pour le facteur *motivant* se qui cumule environ 64.8% entre *le plus motivant* et *motivant* et le reste 35,2 % sont réparties entre facteur *très peut motivant* et *peu motivant*.

Le troisième déterminant qui agit dans le choix de localisation d'après les réponses obtenues, est « *la disponibilité de la main d'œuvre qualifiée* », qui est considéré comme un déterminant économique, sachant que l'entrepreneur à complètement ignoré dans ses citations, donc d'une manière ou d'une autre, le sondage infirme la réponse donné par

CHAPITRE 3

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de Seddouk

l'entrepreneur dont les résultats sont comme suit : Une moyenne de 2.72 avec 31,5 % des réponses affectées à ce facteur en disant que c'est *le plus motivant* et 25,9% pour *motivant*, se qui cumule 57,4 % entre les deux, et le reste qui cumulent 42,6% entre *très peu motivant* et *peu motivant*.

La « Proximité de la résidence » du chef d'entreprise, est fixée comme le quatrième déterminant qui réagit avec une moyenne de 2.7 et un pourcentage de 38,9 % pour le *plus motivant* et 18,5 % pour le *motivant* se qui englobe 57,4 % des deux, et le reste, donne 42,6 % répartie entre *très peu motivant* et *peu motivant*.

Le cinquième facteur qui peut influencer le choix de localisation d'après le sondage, est « *Le coût et l'accès au foncier* », ce dernier qui donne une moyenne de 2.37 et 46,3% répartie entre *le plus motivant* et *motivant*, le reste est 53,7 % entre *très peu motivant* et *peu motivant*.

Le dernier facteur qui intervient est « *L'aide et fiscalité locale* » dont la moyenne est de 1.85 et un sondage de 20,4 % répartie entre *le plus motivant* et *motivant*, et le reste 79,6 % pour *très peu motivant* et *peu motivant* ce qui induit que ce facteur à une très faible influence.

A ce titre, on peut conclure que les individus interrogés, confirment la plupart des facteurs cités par le propriétaire de l'entreprise, en précisant que la raison sociale de ce dernier priment sur la logique économique dans le processus de choix de localisation.

CHAPITRE 3
Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de
SEDDOUK

CONCLUSION

Plusieurs interrogations ont été posées concernant la localisation du Groupe Amimer Energie dans la commune de Seddouk en cherchant comment un tel Groupe a choisi la commune de Seddouk comme un lieu de localisation, vu que cette entreprise est considérée comme un leader algérien dans son domaine et aussi reconnue à l'échelle internationale, d'autant que le territoire de localisation est scruté comme un lieu dépourvu de toute considération économique dont la plupart des entrepreneurs cherchent à acquérir.

Pour répondre à cette question, nous avons effectué une petite analyse sur les facteurs intervenants dans le processus à l'aide des données et des informations qu'on a pu collecter. A cet effet, il nous parvient de dire que cette entreprise, a négligé les considérations économiques lors de la décision de localisation, et que la dimension sociale est l'atout principal jouant en faveur du choix de localisation, vu que cette composante se traduit par les lieux d'attachement et les origines géographiques qui provoquent l'instauration de l'identité individuelle, donc l'appartenance sociale et familiale du propriétaire du Groupe Amimer Energie (Le lieu de sa naissance, les lieux d'origine de sa famille, les lieux dans lesquels il a vécu successivement, les lieux qu'il fréquente ou qu'il a fréquentés, les lieux de vie de ses proches, mais aussi des lieux plus imaginaires ou projetés comme les lieux de vie souhaités ou de projet éventuels), est le facteur capital qui a influencé sur son choix de localisation, il appartient que cet entrepreneur éprouve des sentiments d'appartenance incontestable qu'il lui oblige même d'ignorer la maximisation du profit personnel et celle de l'entreprise.

D'une manière plus générale, on peut conclure que, les facteurs économiques ne sont pas les seuls qui interviennent dans le choix de localisation mais, il existe d'autres facteurs sociaux qui réagissent fortement dans une telle décision notamment celle de la localisation de l'entreprise.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

INTRODUCTION

Aujourd'hui, le développement rural en Algérie est élevé au rang de priorité nationale par les pouvoirs publics, Il devient le principe fondamental qui sous-tend toute politique rurale avec comme objectif primordial d'inverser l'exode rural, de stimuler l'emploi et de lutter contre la pauvreté et par conséquent réduire le taux de chômage.

Dans ce contexte, l'Etat a enclenché plusieurs processus de réforme qui peuvent contribuer au développement, à savoir la promulgation de programme national de développement agricole et rural (P.N.D.A.R) qui a comme mission de dynamiser le territoire rural sous l'impulsion de l'activité agricole, aussi les projets de proximité de développement rural (PPDR), considérés comme outils privilégiés du développement rural sont venus renforcer les actions du développement local (électrification rurale, ouverture et modernisation du réseau routier, adduction en eau potable, santé, écoles...) financés par la concurrence de capitaux financiers sectoriels de l'Etat. Mais ces programmes restent insuffisants puisque ils n'ont pas intégré l'entreprise en tant qu'acteur de développement incontournable dans l'espace rural. Une question cruciale reste posée, de savoir si l'entreprise constitue un outil de renforcement et d'impulsion du moteur de création de richesses.

A ce titre, après avoir analysé les raisons qui ont motivé le Groupe Amimer Energie de s'implanter dans la commune de Seddouk, cette dernière qui est caractérisée par une faible densité économique, ou l'agriculture est l'une des activités les plus favorites, il est temps de faire apparaître l'impact de la localisation de ce Groupe en termes de développement sur la commune.

De ce fait, nous allons présenter brièvement la commune de Seddouk avec des données socio-économiques, ainsi que le rôle de cette entreprise en matière de diffusion de développement au niveau de la commune.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

4.1. Méthodologie de recherche

Pour analyser l'impact du Groupe dans le développement de la commune, nous avons suivie la méthodologie suivante :

- Dans un premier temps, nous avons opté pour la méthode de collecte d'information à travers l'analyse du document (questionnaire), on s'appuyant sur les réponses données par le Groupe concernant le rôle de celui-ci en matière de développement de la commune.
- Dans un second lieu, pour pouvoir confirmer les réponses données par le chef d'entreprise, nous avons préféré de collecter les informations au niveau de plusieurs organismes situés dans l'enceinte de la commune de Seddouk à savoir, l'Assemblée Populaire Communale, la Direction des Travaux Publics et la Recette des Impôts.

4.2. Présentation de la commune de Seddouk

Avant d'entamer l'étude de l'impact du Groupe sur le développement de la commune, il ya lieu de présenter d'abord la situation géographique et quelques données socio-économiques de celle ci (commune de Seddouk).

4.2.1. Situation géographique

La commune de Seddouk est située dans le sud ouest de chef lieu de la wilaya de Bejaia, dans la partie haute de la vallée de la Soummam à environ 8 Km. Les principales ressources sont l'olive et la figue.

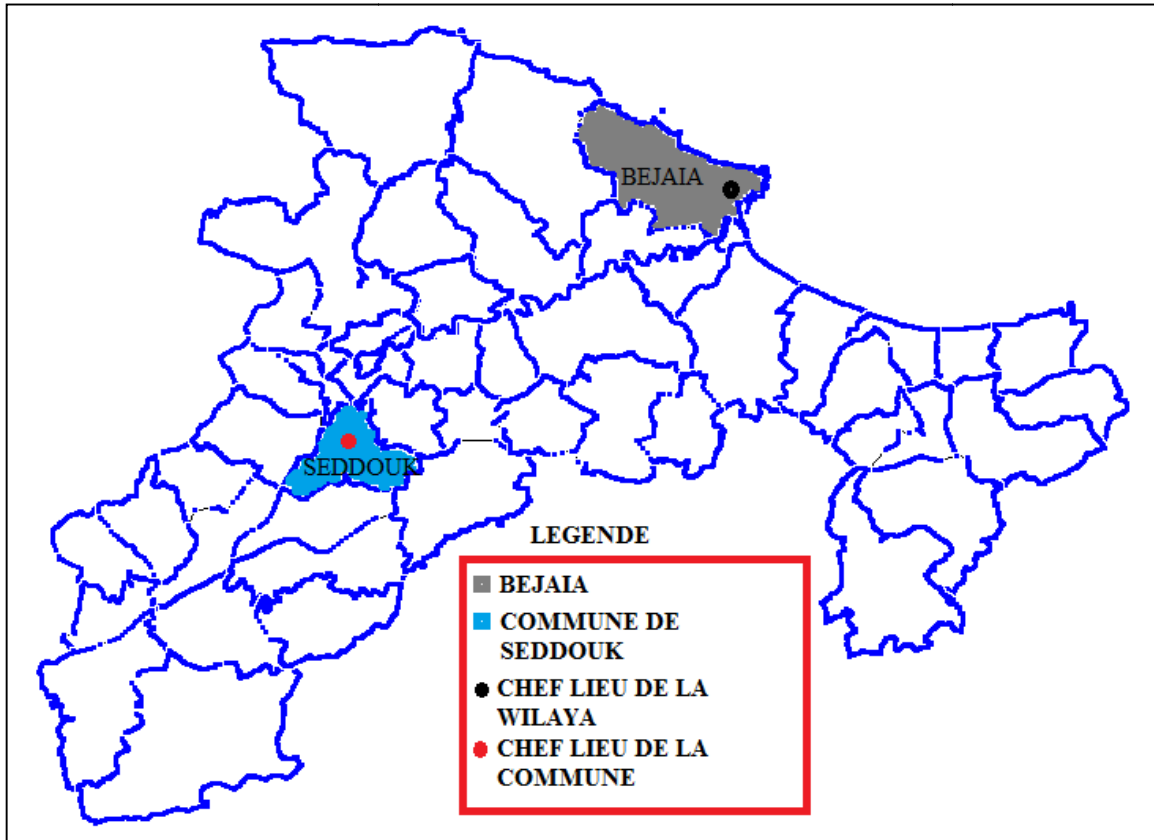
Outre la ville de Seddouk, chef-lieu de la commune, les principales agglomérations secondaires composant la commune sont Takaatz, Tibouamouchine, Seddouk Ouadda, Sidi Mouffok, Akhenak, Seddouk Oufella, Zounina Et Ighil N'djeber.

À sa création dans ses limites actuelles en 1984, la commune est composée des localités suivantes : Seddouk, Azib Ouameur, Takaatz, Takhelicht, Sidi Moufek, Akhenak, Tiguerniouine, Laazib Roucher, Laazib Michel, Azib Mohli, Larbi Ben M'hidi, Ighil N'djibel, Tibouamouchine, Seddouk Ouada, Seddouk Oufela, Tighilt Oumtchim, Ighil Ouchekrid et Zounina.

CHAPITRE 4

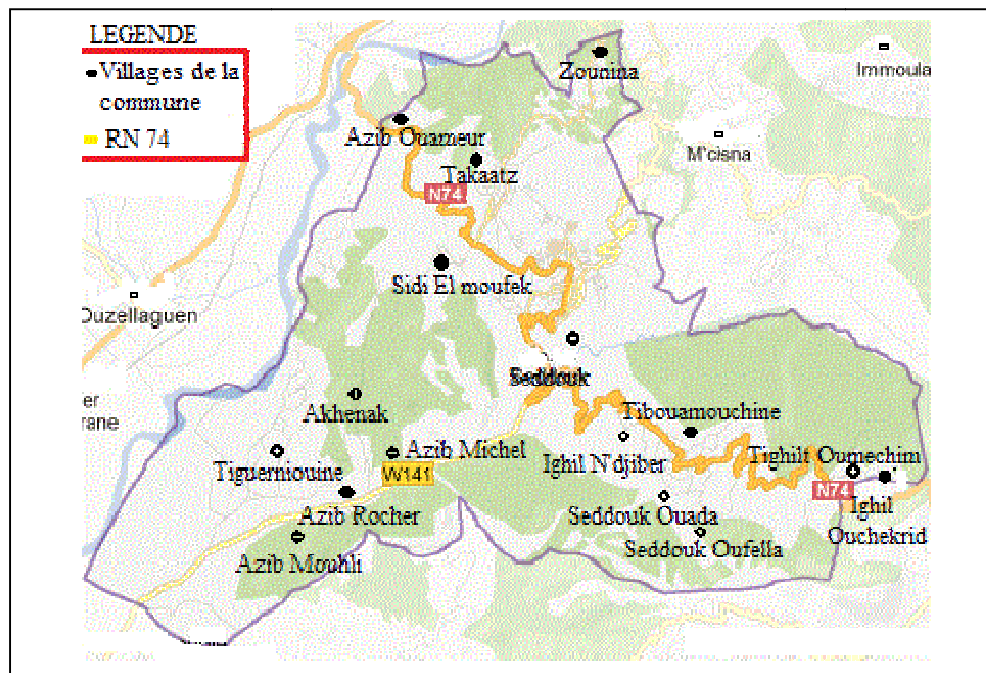
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

Carte N°4.1 : Délimitation administrative de la commune de Seddouk



Source : Etablie par nos propres soins.

Carte N°4.2 : Territoire de la commune de Seddouk



Source : Google Map 2013.

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

4.2.2. Evolution de quelques données socio-économiques de la commune

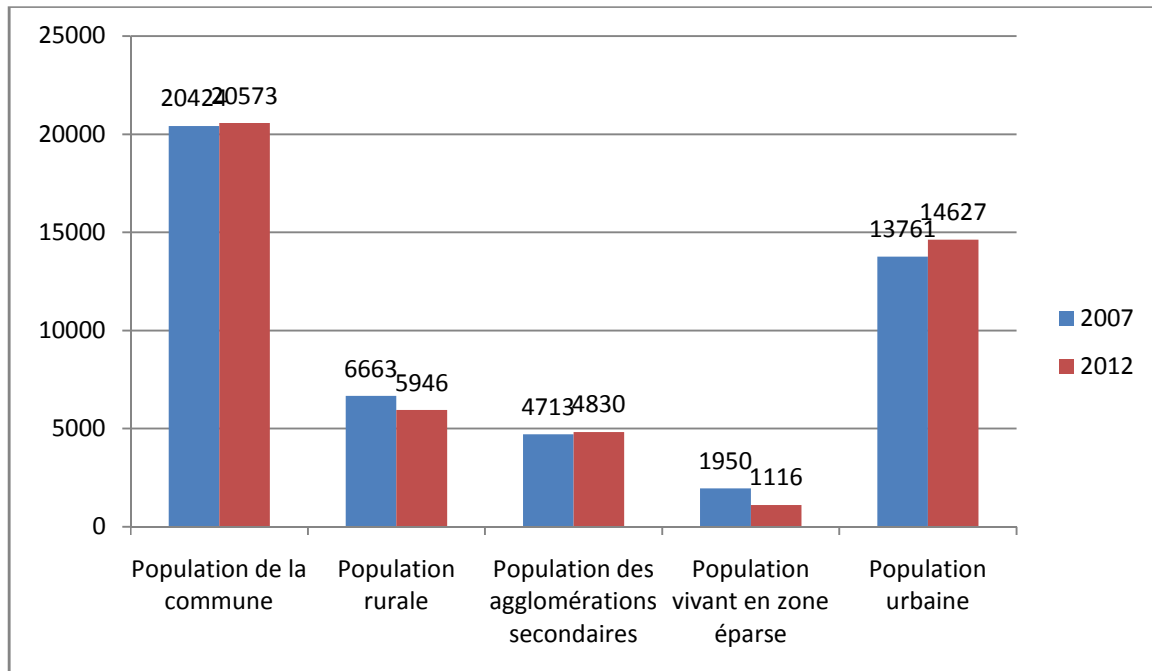
4.2.2.1. Population

Tableau N°4.1

N°	Variable de base nécessaire au calcul d'indicateur	2007	2012
01	Population de la commune	20 424	20 573
02	Superficie de la commune		94.42 Km ²
03	Population rurale	6 663	5 946
04	Population des agglomérations secondaires	4 713	4830
05	Population vivant en zone éparse	1950	1 116
06	Population urbaine	13 761	14 627

Source : document interne de la commune de Seddouk.

Figure N°4.1 : Evolution de la population de la commune entre 2007 et 2012



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de la commune de Seddouk.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

Dans ce tableau, on remarque une légère croissance démographique dans la commune entre 2007 et 2012 de 20 424 à 20 573 habitants. En revanche la population rurale est diminuée de 6 663 à 5 946 habitants, ce qui explique que la commune est touchée par le phénomène de l'exode rural, et que la plupart de la population est concentré dans le chef lieu de la commune.

4.2.2.2 Education

Tableau N°4.2

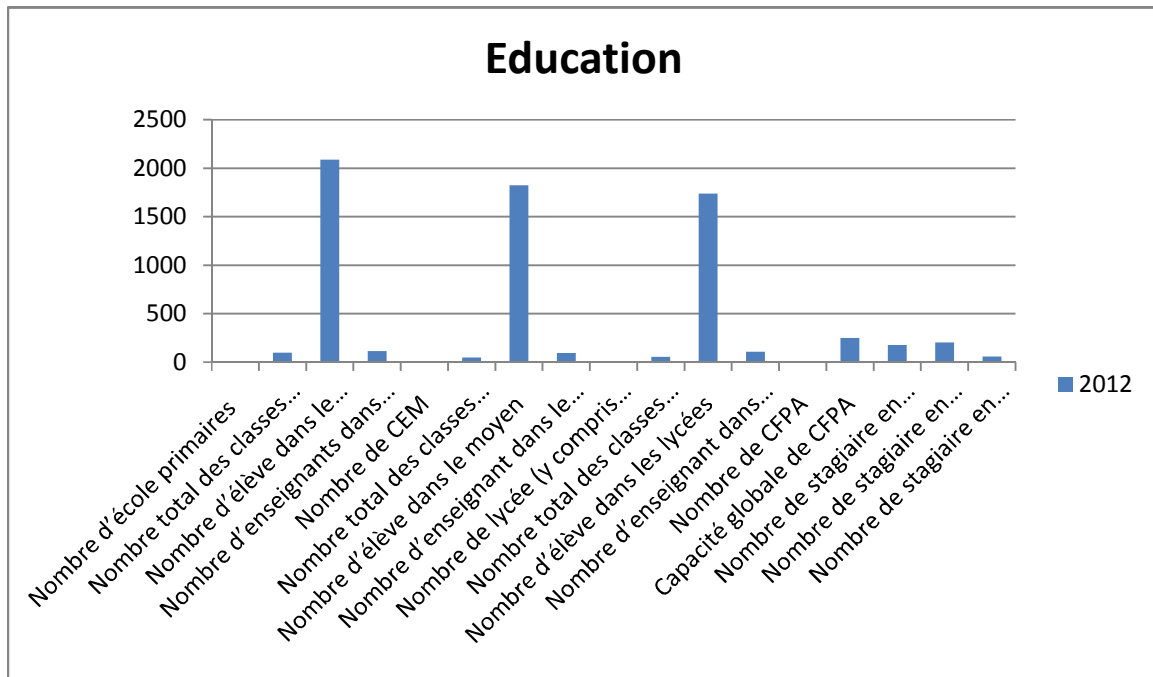
Education		
N°	Variabes de bases nécessaires au calcul d'indicateurs	
01	Enfants scolarisés dans le préscolaire	318
02	Enfant scolarisés dans le primaire et le moyen	3913
03	Nombre d'école primaires	14
04	Nombre total des classes primaires	99
05	Nombre d'élève dans le primaire	2088
06	Nombre d'enseignants dans le primaire	115
07	Nombre de CEM	03
08	Nombre total des classes dans le moyen	50
09	Nombre d'élève dans le moyen	1825
10	Nombre d'enseignant dans le moyen	95
11	Nombre de lycée (y compris le technicum)	02
12	Nombre total des classes dans les lycées	56
13	Nombre d'élève dans les lycées	1737
14	Nombre d'enseignant dans les lycées	111
15	Nombre de CFPA	01
16	Capacité globale de CFPA	250
17	Nombre de stagiaire en formation résidents	180
18	Nombre de stagiaire en formation apprentis	204
19	Nombre de stagiaire en formation cours de soir	60

Source : documents interne de la commune de Seddouk.

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

Figure N°4.2 : Nombre d'élèves scolarisés et d'entités éducatives dans la commune



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de la commune de Seddouk.

On remarque dans ce tableau, que la commune est dotée d'un nombre assez important des écoles primaires, ce qui permettra à la scolarisation de tous les enfants qu'a l'âge de 6 ans, tandis que le nombres de CEM, de lycée et de CFPA reste à priori insuffisant,

4.2.2.3. Santé

Tableau N°4.3

Santé		
N°	Variables de base nécessaires au calcul d'indicateurs	2012
01	Naissance vivantes	126
02	Nombre de décès	68
03	Médecins généralistes	34
04	Médecins spécialistes	00
05	Dentistes	3

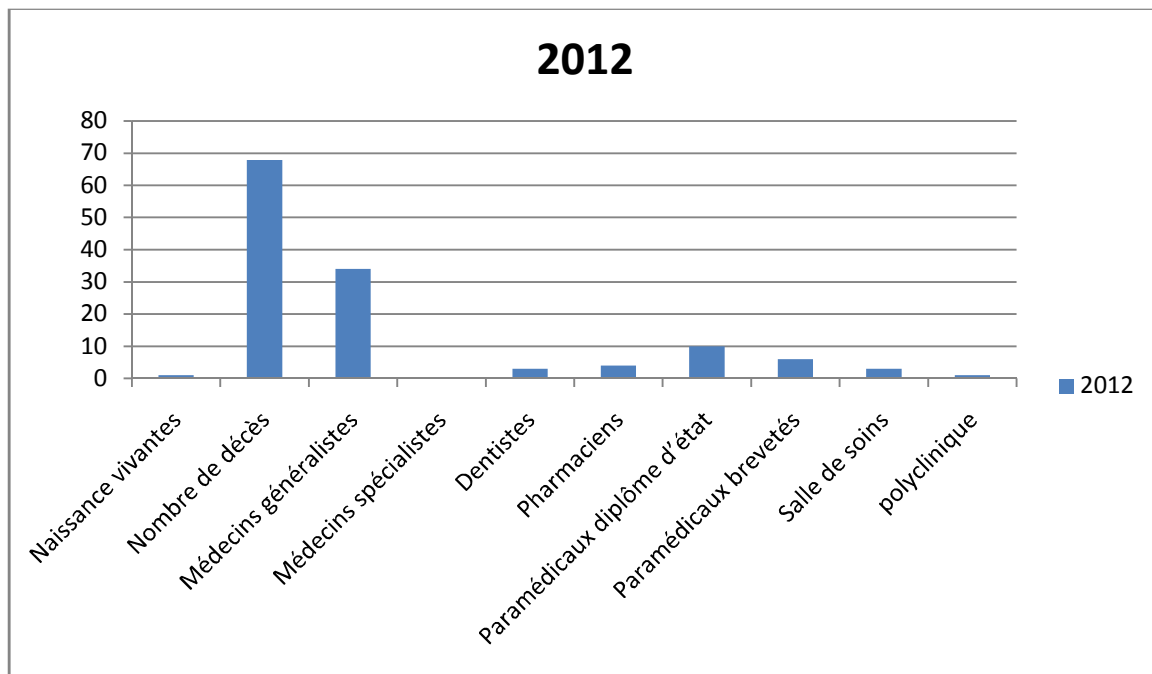
CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

06	Pharmaciens	04
07	Paramédicaux diplôme d'état	10
08	Paramédicaux brevetés	06
09	Salle de soins	03
10	Polyclinique	01

Source : document interne de la commune de Seddouk.

Figure N°4.3 : Nombre de médecins et infrastructures sanitaires



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de la commune de SEDDOUK.

La commune de SEDDOUK souffre toujours d'un manque d'hôpital et de médecins spécialistes qui rependent aux besoins sanitaires de la population, celle-ci, qui ne cesse d'accroître au fil des temps, cela suscite la collectivité locale d'y mettre tout les moyens afin d'aboutir à répondre aux attentes sanitaires de la population.

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

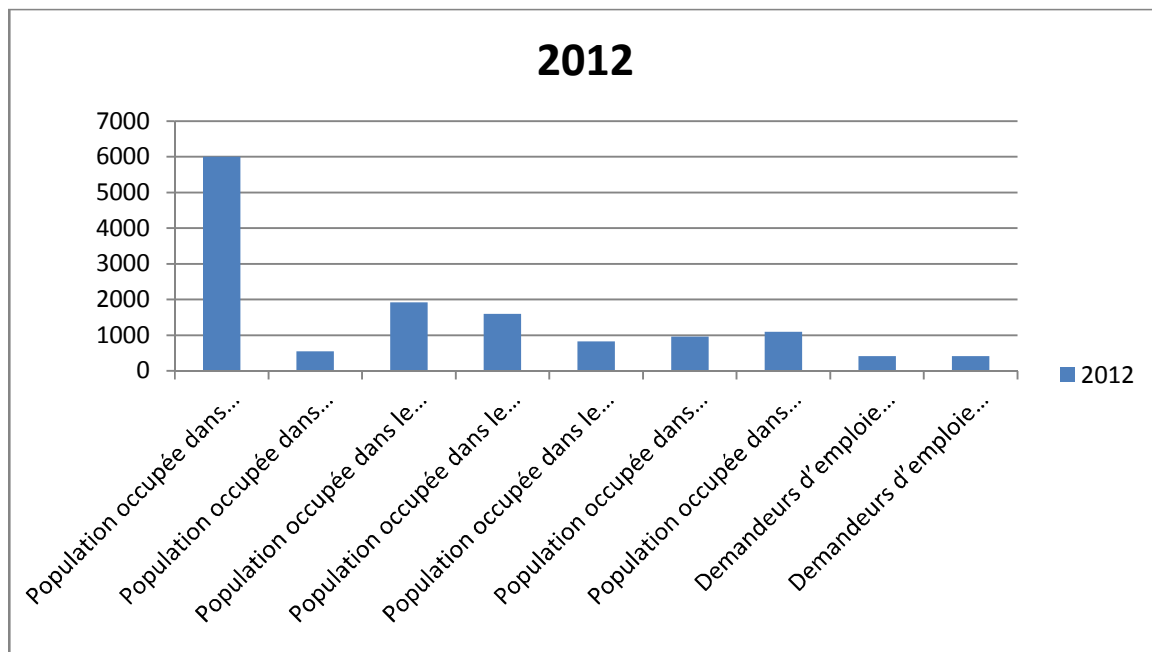
4.2.2.4. Emplois

Tableau N°4.4

Emploie		
N°	Variable de base nécessaire au calcul d'indicateurs	2012
01	Population occupée dans l'agriculture	6002
02	Population occupée dans l'industrie	550
03	Population occupée dans le BTP	1920
04	Population occupée dans le service	1601
05	Population occupée dans le commerce	826
06	Population occupée dans l'administration	960
07	Population occupée dans les autres secteurs	1091
08	Demandeurs d'emploi (Hommes)	415
09	Demandeurs d'emploi (Femme)	412

Source : document interne de la commune de Seddouk.

Figure N°4.4 : L'emploi et le chômage



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de la commune de Seddouk.

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

On remarque que la plupart de la population est occupée dans l'activité agricole, cela explique le fait que la commune dispose de tous les moyens appropriés à la dynamisation de cette activité à savoir les terres cultivables, par contre l'industrie enregistre un taux faible par rapport à la densité de la population occupé. Il faut noter aussi que le taux de chaumage reste élevé dans la commune.

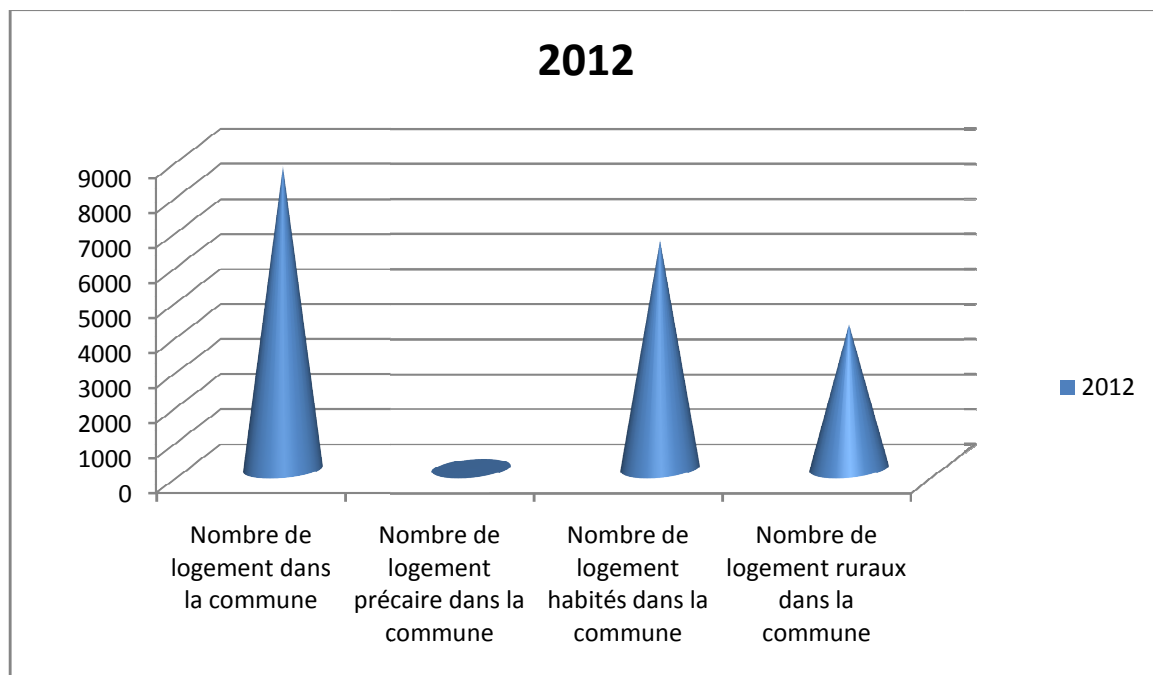
4.2.2.5. L'habitats

Tableau N°4.5

L'habitat		
N°	Variable de base nécessaire au calcul d'indicateurs	2012
01	Nombre de logement dans la commune	8647
02	Nombre de logement précaire dans la commune	06
03	Nombre de logement habités dans la commune	6536
04	Nombre de logement ruraux dans la commune	4125

Source : document interne de la commune de Seddouk.

Figure N°4.5: Nombre de logement dans la commune



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de la commune de Seddouk.

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

On remarque que la commune dispose d'un nombre assez important de logement, mais reste toujours insuffisant, puisque la demande de logements sociaux auprès de la population ne cesse d'augmenté.

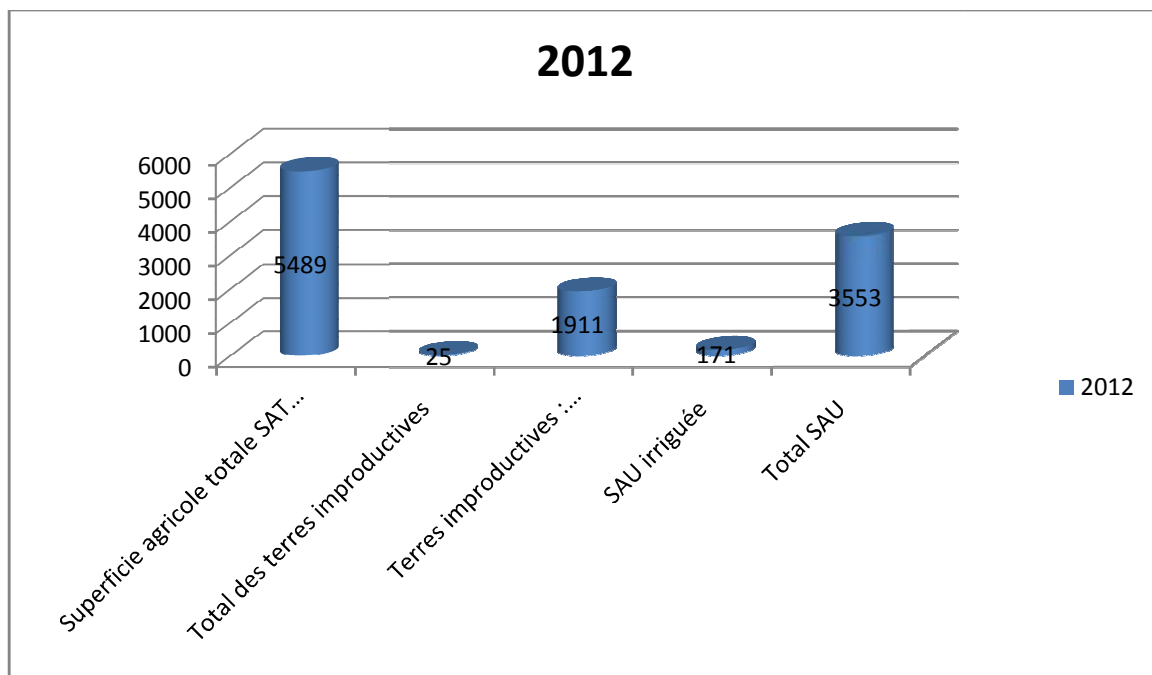
4.2.2.6. Agriculture

Tableau N°4.6

Agriculture		
N°	Variable de base nécessaire au calcul d'indicateurs	2012
01	Superficie agricole totale SAT (ha)	5489
02	Total des terres improductives	25
03	Terres improductives : parcours et pacage (ha)	1911
04	Terres improductives : pâturage (ha)	-
05	SAU irriguée	171
06	Total SAU	3553

Source : document interne de la commune de Seddouk.

Figure N°4.6 : L'activité agricole dans la commune



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de la commune de Seddouk.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

L'agriculture reste toujours l'activité la plus dominante dans de la commune, vue que cette dernière dispose de tout les moyens qui permet la réussite de ce domaine.

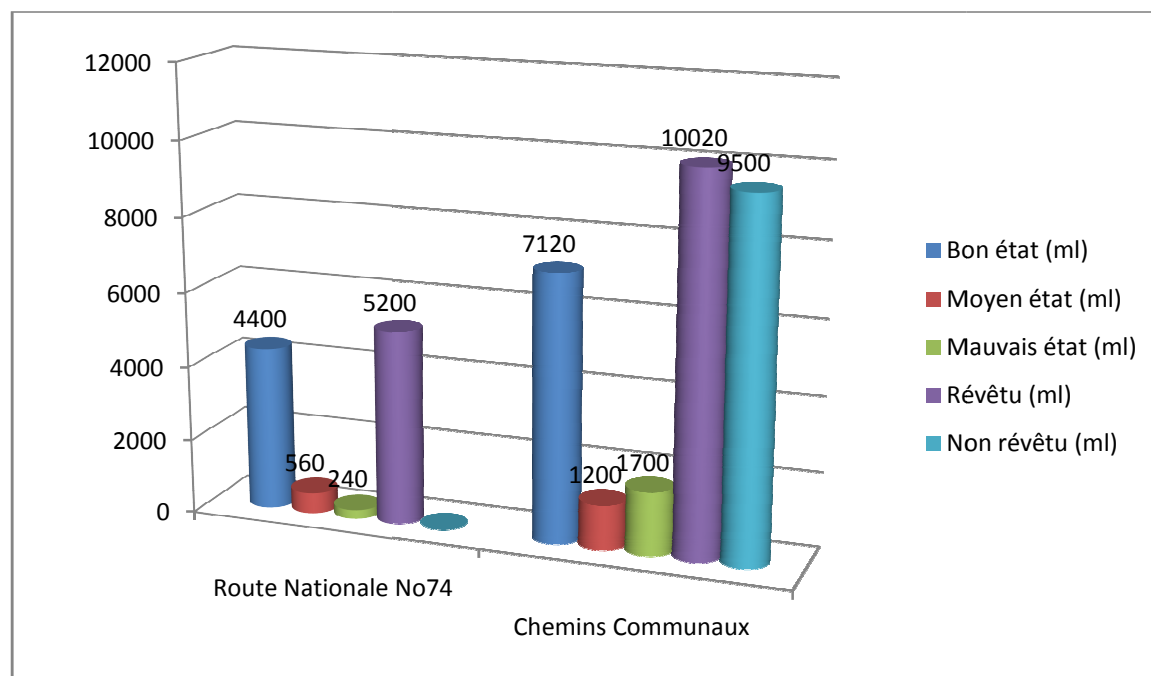
4.2.2.7. Consistance du réseau routier

Tableau N°4.7

Localisation	Réseaux routiers	Etat				
		Bon ml	Moyen ml	Mauvais ml	Revêtu ml	Non Revêtu ml
Intra Muros	Route Nationale N°74	4400	560	240	5200	Néant
	Chemin Wilaya N°141	-	-	-	-	-
	Chemins Communaux	7120	1200	1700	10020	9500

Source: document interne de la direction des travaux publics de la commune de Seddouk.

Figure N°4.7 : Consistance de route nationale N°74 et de chemins communaux



Source: Etablie par nos propres soins à partir des données interne de la direction des travaux publics de la commune de Seddouk.

La RN 74 qui pénètre le centre d'agglomération nécessite impérativement une déviation vers l'extérieur de la ville.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

Vue le taux de 49.5% de routes non revêtus, cela prouve qu'il manque une inscription de projets dans le secteur de travaux publique et d'aménagement.

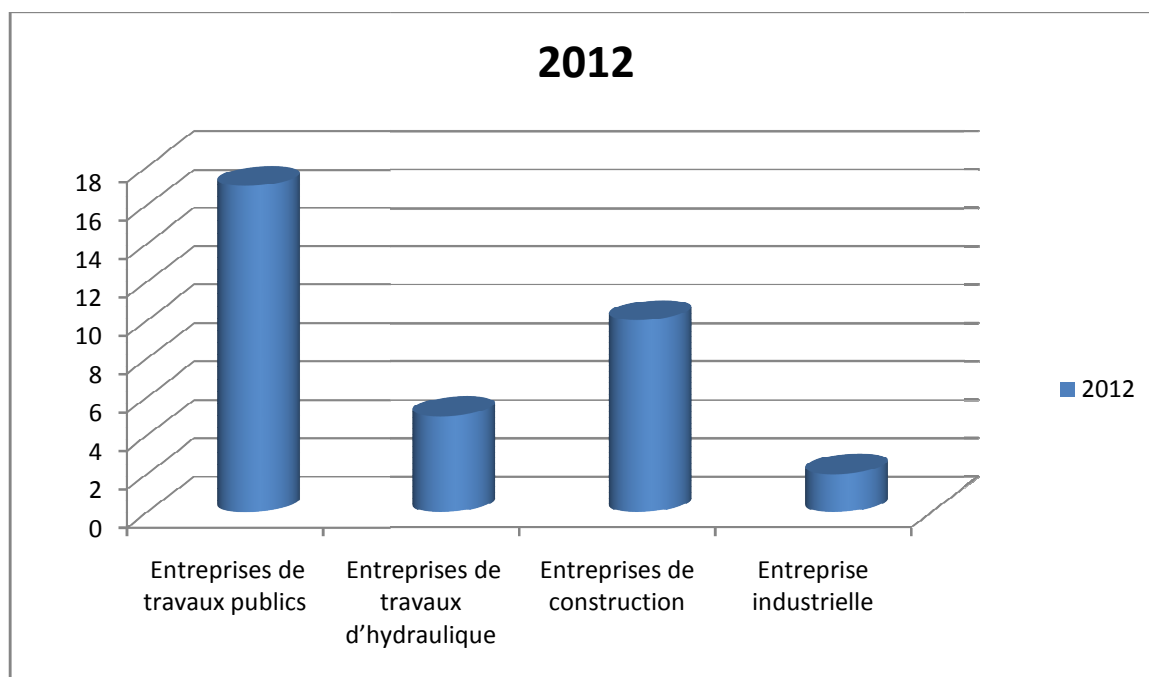
4.2.2.8. Entreprises

Tableau N°4.8

Entreprise		
N°	Variables de base nécessaire au calcul d'indicateurs	2012
01	Nombre d'entreprises de travaux publics	17
02	Nombre d'entreprises de travaux d'hydraulique	05
03	Nombre d'entreprises de construction	10
04	Nombre d'entreprise industrielle	02
05	Nombre de zones industrielles	01

Source : document interne de la commune de Seddouk.

Figure N°4.8 : Nombre d'entreprise dans la commune



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de la commune de Seddouk.

Le nombre d'entreprises implantées dans la commune demeurent insuffisants et elles n'arrivent pas à répondre à la demande d'emploi imposé par la population, aussi La zone

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

d'activité reste toujours sans grand apport pour la municipalité. Située sur les abords de la route reliant Seddouk à Beni Maouche, cette aire a été créée en 2001 pour encourager l'investissement et, partant, stimuler le développement et lutter contre le chômage qui sévit à des seuils douloureux dans la région. Les objectifs tracés cependant ne sont pas encore atteints étant donné que la quasi-totalité des acquéreurs n'ont toujours pas mis en œuvre leurs projets. Seuls cinq opérateurs ont mis en place leurs ateliers.

4.3. Le rôle du Groupe Amimer Energie dans le développement de la commune de Seddouk

4.3.1. Création d'emploi

Cette entreprise joue un rôle très important, car il constitue une source non négligeable en matière de création de l'emploi, de services et de ressources pour la commune. Cette unité a pu créer plus de 315 postes de travail ce qui explique la stratégie durable adoptée par le Groupe pour la lutte contre le chômage dans la région.

Dans le tableau juste après, nous allons voir la variation du nombre d'effectif de l'entreprise au cours de la période 2009 - 2013 ainsi que le nombre de poste de travail créé en termes de nombre et de taux dont la commune a bénéficié.

Tableau N°4.9 : Nombre d'emplois créés dans le Groupe 2009-2010

Libellé	2009		2010		2011		2012		2013	
	N ^{bre}	Taux %	N ^{bre}	Taux %	N ^{bre}	Taux %	N ^{bre}	Taux %	N ^{bre}	Taux %
Effectif total	279	100	285	100	291	100	302	100	315	100
La part de la commune	125	44.8	123	43.15	145	49.82	147	48.67	147	46.67

Source : Etablie par nos propres soins à partir des données internes de l'entreprise.

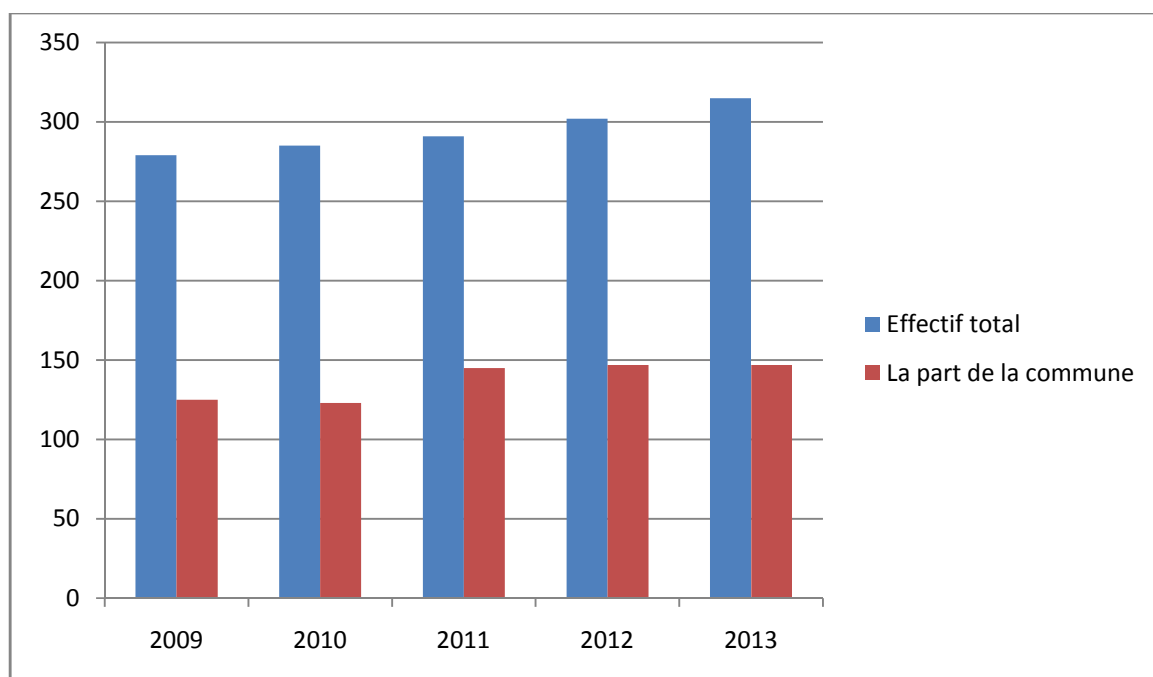
On remarque dans le tableau ci-dessus, qu'il existe une évolution positive du nombre d'emploi créé d'une année à une autre ce qui justifie la politique adoptée par le Groupe de lutte contre le chômage. Aussi on remarque que presque la moitié des employés de l'entreprise est constituée de la main d'œuvre locale (commune de Seddouk) avec une moyenne générale de 46,62 % entre 2009 et 2013.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

En 2011 le nombre d'employés d'origine local a enregistré un taux le plus élevé, il atteint les 49,82 % par rapport à l'effectif total. De ce fait, il paraît que le Groupe utilise et exploite fortement les ressources ainsi que le savoir faire local.

Dans ce contexte, l'entreprise est considérée comme une source d'emploi pour la commune, elle joue un rôle très important dans la création d'emploi et la limitation de chômage au niveau local.

Figure N°4.9 : Evolution de nombre d'employés du Groupe de 2009 à 2013



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de l'entreprise.

4.3.2. Evolution des recettes fiscales de la commune

Le développement économique et social de cette commune dépend strictement au développement de certaines entreprises y compris l'entreprise Amimer Energie. Cependant, depuis l'avènement de ce Groupe, les ressources fiscales de la commune ne cessent d'augmenter. Les impôts constituent une source non négligeable pour la commune de Seddouk, cette dernière perçoit des impôts locaux (TVA, TAP, IFU), conséquent suite à l'activité des entreprises et les commerces implantés. En effet, pour promouvoir le développement local, il faut d'abord le financé, donc la fiscalité locale est un puissant outil de développement économique et d'aménagement du territoire.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

**Tableau N°4.10 : Evolution de recettes fiscales (TAP, IFU, TVA) communale
2011-2012 (unité DA)**

Année	TVA	IFU	TAP
2011	7.657.169,02	6.397.687,01	48.657.994,01
2012	4.734.305,62	4.988.668,80	49.400.688,79

Source : Document interne de la recette fiscale communale.

Selon le tableau, on aperçoit que la commune bénéficie d'une part très importante de la rente fiscal, se qui signifie le rôle capital de celle-ci dans le développement économique et l'aménagement urbain de la commune.

4.3.2.1. Caractéristique relative à l'impôt pour le Groupe Amimer Energie (2011-2012)

Avant d'étudier l'impact du Groupe en termes de fiscalité, il faut d'abord noté, que nous n'avons pas pu collecter les informations antérieures, c'est-à-dire, avant 2011, faute de service concernés qui nous a exigés des recommandations les plus difficiles, donc on a préféré d'arrêter notre étude entre deux période (2011-2012).

Pour des raisons que nous avons citées ci-dessus, on a pris un seul type d'impôt qui a une très grande part d'influence dans la maximisation de l'assiette fiscale communale qui n'est rien d'autre que , La Taxe sur Activité Professionnelle (TAP).

La TAP est imposée à toute entreprise qui exerce une activité professionnelle. La taxe est établie sur le total du montant des recettes professionnelles globales ou le chiffre d'affaires, hors T.V.A., lorsqu'il s'agit de redevables soumis à cette taxe, réalisés pendant l'année.¹

Le taux de la taxe sur l'activité professionnelle est fixé à 2 % du chiffre d'affaire hors TVA et répartie selon le tableau ci-dessous :

Tableau N°4.11 : Calcul de la taxe (TAP)²

Taxe sur l'Activité Professionnelle.	Part de la Wilaya	Part de la Commune	Fonds Commun des Collectivités Locales (FCCL)	Total
Taux général	0.59	1.30	0.11	2 %

¹Article. 219 : Sous réserve des dispositions des articles 13, 138 - 1 et 221.

²Article 222: modifié par l'article 8 de la loi de finances complémentaire 2008.

CHAPITRE 4

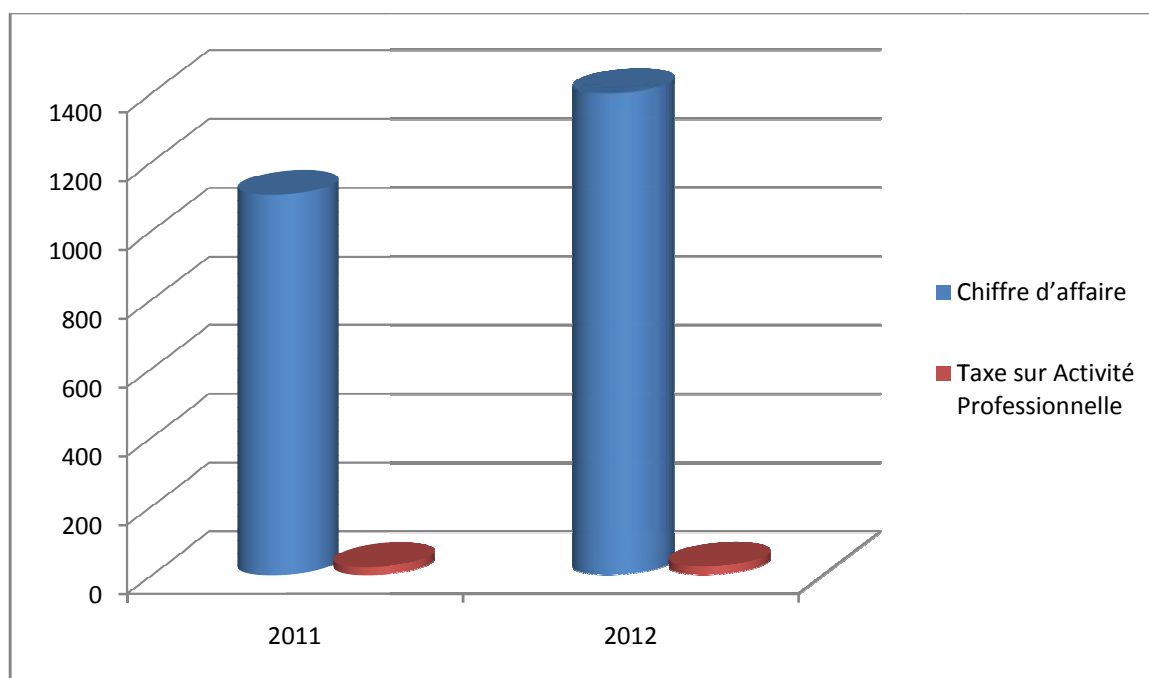
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

Tableau N°4.12 : La part de la TAP du Groupe (Unité : DA)

Année	Chiffre d'affaire (CA)	Taxe sur Activité Professionnelle (TAP)
2011	1.105.882.500,44	22.860.540,70
2012	1.399.560.399,50	23.850.600,50

Source : Document interne de l'entreprise.

Figure N°4.10 : La part de la TAP du Groupe par rapport au chiffre d'affaire



Source : Etablie par nos propres soins a partir des données interne de l'entreprise.

Nous constatons que l'augmentation du chiffre d'affaire entraine l'augmentation du montant de la TAP. Cette dernière qui est considérée comme impôt de base dans la recette fiscale des collectivités locales. Alors, le Groupe Amimer Energie contribue d'une manière très considérable à sa maximisation.

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

4.3.2.2. Répartition de la Taxe sur l'Activité Professionnelle de l'entreprise

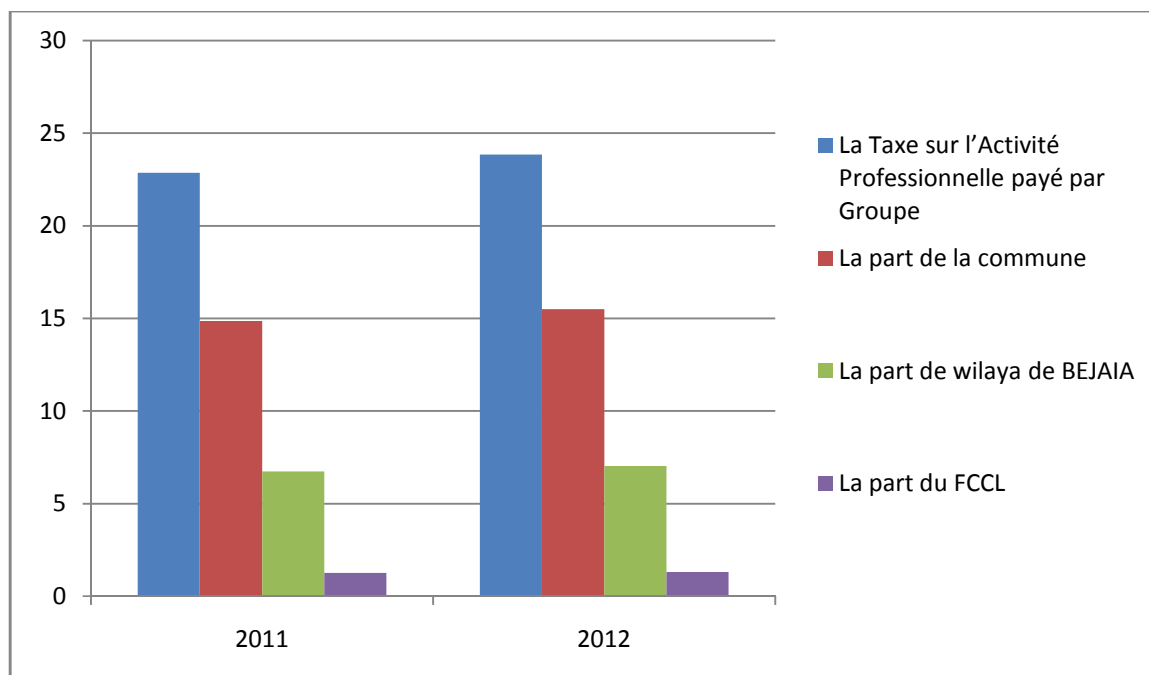
Avant de donner la part de la TAP communale qui provienne de l'entreprise Amimer Energie, il faut noter d'abord que sur 2 %, il ya 65% de la taxe qui est destinée pour la commune, 29.5% pour la wilaya et le reste 5.5% pour le Fonds Commun des Collectivités Locales.

Tableau N°4.13 : la part de la TAP destinée aux collectivités locales

Année	La Taxe sur l'Activité Professionnelle du Groupe	La part de la commune de SEDDOUK	La part de la wilaya de BEJAIA	La part du FCCL
2011	22.860.540 ,70	14859 351,45	6743859,50	1257329,73
2012	23.850.600,50	15.502.890,32	7.035.927,14	1.311.783,02

Source : Etablie par nos propres soins à partir des données interne de l'entreprise.

Figure N°4.11 : Répartition de la TAP du Groupe Amimer Energie



Source : Etablie par nos propres soins à partir des données interne de l'entreprise.

Si on déduit 2 % du chiffre d'affaire du Groupe pour les deux années (2011-2012), nous n'aurons pas le résultat de la TAP que nous avons mis dans les tableaux N°4.13 qui est respectivement 22.860.540 ,70 DA pour 2011 et 23.850.600,50 DA pour 2012, parce qu' il ya

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

un phénomène de décomposition du chiffre d'affaire pour les entreprises qui bénéficient d'une réfaction au montant des opérations de vente en gros, ce qui est le cas pour Amimer Energie.

On remarque dans la le tableau N°4.13 et Figure N°4.11 que la part de la TAP de la commune venant du contribuable enquêté entre les deux exercices est très importante, il atteint une moyenne qui dépasse les 1,5 milliard de centime entre 2011 et 2012.

4.3.2.3. La part de la TAP du Groupe par rapport à la TAP globale destinée à la commune

Dans ce qui suit, nous allons voir le poids de ce type d'impôt par rapport à la recette fiscale communale en terme de TAP pour identifier le degré d'influence qui peut procurer le Groupe sur la maximisation de l'assiette fiscale communale.

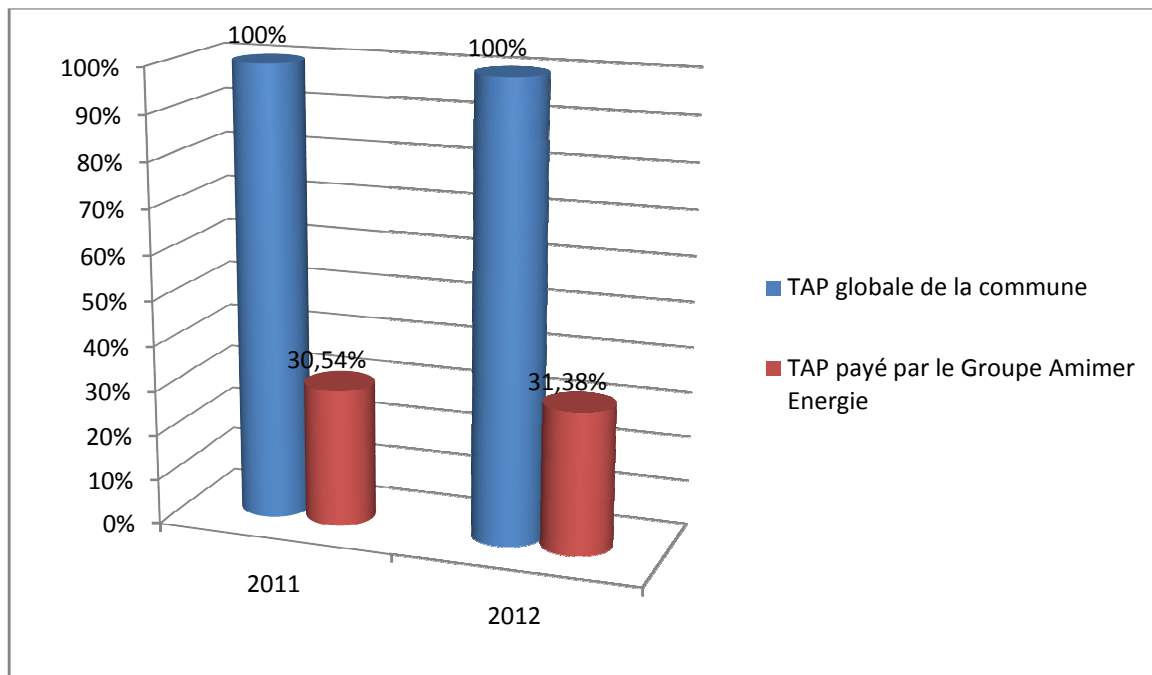
Tableau N°4.14

TAP globale de la commune		TAP payé par le Groupe Amimer Energie	
2011	2012	2011	2012
48.657.994,01	49.400.688,79	14859351,455	15.502.890,325
Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
100%	100%	30,538%	31,382%

Source : Etablie par nos propre soin a partir des données interne de l'entreprise et ceux de la commune de Seddouk.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

Figure N°4.12 : Le taux de la TAP du Groupe par rapport à celle de la commune



Source : Etablie par nos propre soin a partir des données interne de l'entreprise et ceux de la commune de Seddouk.

On constate que le Groupe Amimer Energie joue un rôle capital et même incontestable en ce qui concerne la maximisation de la recette communale, il provoque une moyenne qui dépasse les 30 % entre 2011 et 2012 sur la TAP globale de la commune, sans intégrer les autres types d'impôts que nous n'avons pas eu l'accès, si non le taux va être augmenté sans cesse en matière de soutien à l'assiette fiscale communale qui est destinée au financement de développement de la commune.

4.3.3. Réalisation de 92 logements au niveau de chef lieu de la commune

L'Algérie a connu et connaît encore les effets de la crise du logement. La précarité, la spontanéité et l'inaccessibilité ont favorisé la naissance de divers type d'habitat qualifiés tantôt d'informel et d'illégal. La répartition de ce type d'habitat a touché non seulement les grandes villes algériennes mais aussi les villes moyennes ainsi que les espaces ruraux.

Face a ce phénomène, et pour endiguer l'agressivité causé par ce type d'habitat et répondre au même temps aux besoins sociaux, l'Etat algérienne a, au cours de la décennie écoulée, inscrit la résorption du déficit en logement en tant qu'axe prioritaire. C'est en 2004

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

que les autorités algériennes ont lancé la construction d'un million de logements dans le cadre du programme quinquennal 2005-2009¹.

Le logement social à Seddouk a constitué depuis longtemps, parmi les priorités d'action des pouvoirs publics en réalisant plus de 350 logements sociaux opération OPGI et LSP dont le constat demeure à ce jour insuffisant.

Parmi ces logements, le Groupe Amimer Energie « filiale Amimer Construction », a pris en charge en 2006 la réalisation de 92 logements avec 36 locaux commerciaux opération E.P.L.F (Entreprise de Promotion du Logement Familial de Bejaia) attribués conventionnellement dans le cadre L.S.P (Logements Sociales Participatives) au niveau de chef lieu de la commune. Ces logements sis à proximité du Groupe Amimer Energie à 200 m environ (Voir carte N°4.3).

Carte N° 4.3: Consistance d'implantation du Groupe par rapport au site du projet



Source: Google earth 2013.

³<https://www.djazair50.dz/>.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

Tableau N° 4.15 : Marché de réalisation du projet

Récapitulation		
Désignation	Montant hors taxe	T.T.C dont la T.V.A est 7 %
a) Logements	123.145.652 ,00	131.765.847 ,64
b) Aménagement des locaux	4.996.668,80	5.346.435,61
c) Voirie Réseau Divers (V.R.D)	5.743.330,50	6.145.363,63
Montant total	133.885.651,30	143.257.646,89

Source : Etablie par nos propres soins à partir des données interne de l'entreprise

Le Groupe Amimer Energie est incontestablement le leader de l'installation et de la fabrication des groupes électrogènes. En effet, l'assiduité et la prévenance de ses managers l'on propulsés vers les rangs des plus grandes entreprises. Cependant, parmi ses filiales, on trouve Amimer Construction qui est une entreprise spécialisée dans les travaux bâtiments, et génie civile. Celle-ci, malgré le manque d'inscription en réalisant des projets en travaux de bâtiments au chef lieu de la commune, elle a pu soumissionner un projet de 92 logements et 36 locaux commerciaux opération EPLF puis attribués dans le cadre LSP situés sur la périphérie POS N⁰ IV dont le montant s'élève plus de 14 milliards (voir le tableau sus indiqué). Ceci dit que l'entreprise a voulu participer à la lutte contre la crise de logements au niveau de Seddouk auquel elle a présenté ces plans architecturaux en rivalité qui l'induisent à réaliser d'innombrables projets au territoire national tel que : Bejaia Alger Blida Bouira et le sud saharien etc. les 92 logements collectif sociaux de seddouk ont une remarquable architecture leur conception semble respecté la donne environnemental, ainsi, il rentre dans le développement de l'aménagement urbain, ce qui va faciliter l'orientation et le meilleur choix d'une politique d'urbanisation pertinente qui va beaucoup aider à l'amélioration de la configuration des habitation de la commune ainsi améliorer aussi le cadre de vie des citoyens.

CHAPITRE 4
Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de
SEDDOUK

CONCLUSION

Le développement économique et social d'une commune est strictement lié à l'implication des entreprises implantées sur le territoire de cette dernière, par récurrence les économistes dénombrent certains indicateurs de développement qui participent activement à l'accroissement des recettes d'une part ce qui est caractérisée par le concours de la taxe sur l'activité professionnelle dont revient la majeure partie des fonds engrangés par la commune, et d'autre part, ces firmes résorbent considérablement un nombre important de chômeurs, et cela par le biais de la création de postes d'emploi locaux.

A priori, notre étude de cas qui s'est porté sur l'impact de la localisation du Groupe Amimer Energie sur le territoire de la commune de Seddouk, qui est un territoire à vocation rural, a montré que ce dernier a pu contribuer considérablement au désenclavement et à la création d'une certaine dynamique au sein de ce territoire.

Afin de délimiter les axes principaux du développement de la commune, notre démarche s'inscrit dans l'analyse du cycle de financement de cette dernière, autrement dit, l'étude et l'analyse de certaines sources de financement qui rentrent dans la concrétisation des projets inscrits à titre des différents programmes de développement, nous nous sommes penchés sur la ressource dont revient la grande partie dans ce cycle de financement qui n'est autre que la Taxe sur l'Activité Professionnelle (TAP) et aussi le nombre important de postes d'emploi créés à cet effet.

En outre, le développement de la commune de Seddouk n'a vu le jour, que depuis l'avènement de l'entreprise Amimer Energie au niveau de ce territoire, celui-ci, a fait absorber la plupart des lacunes enregistré dans la région. En effet, il a pu élargir l'étendue du marché de travail en créant plusieurs postes d'emploi surtout pour les jeunes natifs dans la circonscription avec plus de 140 postes en 2013, ainsi, cette firme, demeure un élément le plus contribuable dans le renforcement d'assiette fiscale communale, surtout le taux du flux de la TAP qui relève à 14 millions dinars entre deux périodes 2011-2012 destiné au financement de développement local. Additivement à ce constat, ceci résulte une bonne image de la commune grâce aux produits de haute envergure que le Groupe fournis à l'échelle nationale et internationale permettant à cette commune d'être réputé par sa rivalité sur tout les profiles.

Conclusion générale

CONCLUSION GENERALE

Au terme de notre travail de recherche, nous avons tenté d'apporter quelques éléments de réponse à notre problématique principale qui consiste à analyser les facteurs de base et les acteurs qui interviennent dans le processus du choix de localisation de certaines entreprises dans les espaces ruraux et l'impact qu'elles peuvent avoir sur le développement local.

Faisons référence aux deux premiers chapitres de notre travail, qui intègrent les apports des économies traditionnelles et contemporaines ainsi que la Nouvelle Economie Géographique (NEG), il nous parvient que celles-ci, expliquent le mouvement du choix de localisation avec un agissement partial et incomplet, en incorporant les objectifs économiques comme une raison décisive qui agit sur le phénomène, sans prendre en charge les autres indicateurs qui concourent d'une manière ou d'une autre la localisation rurale des entreprises. L'arrivée de Pascal CHEVALIER avec ces travaux sur la localisation rurale des entreprises, a fait muter les visions antérieures, en précisant que la recherche d'un cadre résidentiel qui fait partie du contexte social est l'atout principal jouant en faveur de l'attractivité des territoires ruraux, celui-ci a expliqué qu'en vérité, l'objectif économique n'est pas le seul élément qui agit dans le processus mais la composante sociale à aussi sa part d'influence.

Notre étude de cas, qui a porté sur l'analyse de la stratégie adoptée par le Groupe Amimer Energie afin de s'implanter dans la commune de Seddouk, a fait ressortir que celui-ci au début, ne possède aucun intérêt lucratif, mais il éprouve un sentiment d'appartenance incontestable qui le relie avec sa région natale et qu'il l'a incité à prendre la décision de localisation, en effet la stratégie adoptée par celui-ci afin de créer et d'implanter son entreprise dans un tel territoire malgré que les coûts du transport sont relativement très élevés, à s'écarter pertinemment de la trajectoire de la visions apportées par la NEG initié par Krugman qui édicte que le coût du travail et le coût du foncier dans les zones rurales sont les déterminants primordiaux qui permettent une localisation industrielle et qui provoque une dispersion de certaines activités pour se positionner dans un tel territoire, ce qui implique qu'à travers notre cas, que ces derniers ne sont pas les seuls facteurs qui interviennent dans le mécanisme du choix de localisation, mais aussi il existe d'autres motivations qui sont incluses dans la composante purement sociale et qui incite celles-ci à prendre une telle décision à savoir : l'appartenance sociale et familiale de l'entrepreneur , la proximité de la résidence, le

Conclusion générale

mode de vie etc. cela explique en fait que, les forces centrifuge ne se limitent pas essentiellement sur les tensions économiques imposées tel que les coûts de travail le plus faible, la disponibilité du foncier et l'existence des facteurs immobiliers, mais les pressions sociales exigées, contribuent elles aussi d'en arriver à un tel processus, du fait que celle-ci agit sur la base de sentiment d'appartenance qu'un propriétaire d'entreprise éprouve pour son territoire et qu'il a primé sur les points de vues économiques. Dans ce contexte on peut dire que l'entrepreneur est considéré comme un acteur essentiel dans le choix d'un lieu d'implantation puisque ce dernier est le seul qui prend les risques d'assumer toutes responsabilités qui peuvent provenir de l'entreprise.

En Algérie plus qu'ailleurs, les territoires ont besoin que les entreprises y investissent, créent des emplois, paient des salaires et des impôts, créent de l'offre et la demande surtout dans les territoires ruraux, malheureusement, l'Algérie est approximativement loin d'y arriver à constituer une telle démarche puisque la politique poursuivie se limite essentiellement à l'activité agricole, qui pour eux reste toujours le seul outil qui puisse désenclaver l'espace rural. Donc on cherche toujours de savoir pourquoi les tendances actuelles en Algérie s'insèrent dans un tel axe sans intégrer l'activité industrielle dans le processus du développement local malgré qu'elle dispose de tous les moyens de tous les fonds nécessaires pour aboutir à un tel processus?

Dans notre analyse, nous avons essayé de délimiter l'impact du Groupe Amimer Energie sur le développement de la commune de Seddouk, ce dernier qui est un territoire à vocation rurale dont l'activité agricole est la plus dominante dans la commune avec une superficie qui dépasse les 5489 ha, nous avons perçu que cette grande entreprise a pu contribuer d'une manière très considérable dans le développement de la commune, surtout en matière de maximisation de la rente fiscale communale, à la cohésion sociale en créant des emplois en assurant ainsi un revenu aux citoyens qui participent à la stimulation d'une économie locale, aussi cette firme a pu épanouir l'image communale à l'échelle nationale, cela a rendu le territoire plus au moins attractif.

De ce fait, d'après l'expérience de la commune de Seddouk, espérant que nous avons contribué à lever certaines réserves quant aux efforts de recherche scientifique inscrits dans ce créneau et que nous souhaitons que nos prochains se concentrent d'avantage leurs efforts dans ce domaine d'une importance capitale pour la consolidation des politiques publiques qui seront inscrites dans ce sens et introduire l'activité industrielle dans un tel espace afin qu'elle

Conclusion générale

puisse soutenir l'activité agricole, cette dernière, qui apriori, manque de vigueur pour promouvoir le développement dans les territoires ruraux, pour enfin, avoir une économie diversifiée et performante dans ce types d'espace qui peut contribuer au rééquilibrage territorial.

Références bibliographiques

Ouvrages généraux et revu

1. AUBERT.F, GAIGNE.K : « Histoire de la dynamique territoriale de l'industrie. Le rôle de la demande de travail ».Cahier d'économie et sociologie rurales, n°76.2005.
2. AURAY. J-P, BAILLY. A, DERYCKE P, H, HURIOT (Jean Marie) : « l'équilibre spatial - l'interaction entreprise ménages », in Encyclopédie spatiale, édition, Economica, Paris, 1994.
3. AYDALOT. P : « économie régionale et urbaine ».Edition, Economica. AYDALOT. P : « économie régionale et urbaine ».Edition, Economica. Paris, 1985.
4. BARTHELEMY.P-A, VIDAL.C, «Les ruralités de l'Union Européenne ».2011.
5. BAUMONT.C, HURIOT J-M. « Processus d'agglomération et définition de la ville », in Revu d'Economie Régionale et Urbaine (RERU), 1997.
6. DOCKES P: « l'espace dans la pensée économique : du XVIème au XVIIIème siècle » Edition Flammarion, Paris, 1969.
7. DOCKES.P, cité par : « Pierre Henri Deryche ». Encyclopédie d'économie spatiale.
8. DURANTON (Gilles) : « La nouvelle économie géographique : agglomération et dispersion » In: Économie & prévision. Numéro 131, 1997.
9. GOFFETTE -NAGOT.F et SCHMITT.B, « Définir l'espace rural ? De la difficulté d'une définition conceptuelle à la nécessité d'une délimitation statistique ».in Economie rurale, n° 257, 2000.
10. Mario POLESE « Ecomie urbaine et regionale : logique spatiale des mutations économiques ».Edition Economica. Paris,
11. MERENNE.S : « La localisation des industries: mutations récentes et méthodes d'analyse ». Paris: Nathan. (1991).
12. PERREUR.J : « la localisation industrielle : les approches des économistes ».In CLIQUET.G et JOSSELIN. J-M : « stratégies de la localisation des entreprises industrielles et commerciales : de nouvelle perspectives ».Edition De Boeck Université, Bruxelles, 2002.
13. PUMAIN. D et SAINT-JULIEN. T, « l'analyse spatiale : localisation dans l'espace » Armand Colin, paris.2004.
14. SCHOUMAKER B-M, « la localisation des industries », Edition Nathan, 1996.
- LEON A. et SAUVAIN T., « De l'économie internationale à l'économie globale », Ellipses.
15. TEFRA. M: « économie des transports », Editions Ellipse, paris 1996.

16. ZIMMERMANN. J-B : « entreprise et territoire : entre nomadisme et ancrage territorial », in Revue de l'Institut de Recherches Economiques et Sociales(IRES), n° 47, 1^{er} trimestre 2005.

Articles

1. BARTHELEMY.P-A, VIDAL.C, «Les ruralités de l'Union Européenne ».2011.

2. KRUGMAN (Paul): « Geography and Trade ». The Massachusetts institute of technology, 1991.

3. BOUKHARI, « le développement humain durable : INDH »,2005.

4. MAYER T et MUCCHIELLI. J-L : « La localisation à l'étranger des entreprises multinationales : Une approche d'économie géographique hiérarchisée appliquée aux entreprises japonaises en Europe ».Article issu d'une recherche financée par le CGP (n° 4-1998). Université de paris 1, 1999.

Rapport

1. Hatem F. (2004 a), « Attractivité : de quoi parlons nous? », Pouvoirs Locaux, rapport n°61 II/2004.

2. « Première contribution MIPMPEPI au débats sur la promotion du développement locale en Algérie », rapport n°1 sur le développement local : « concepts, stratégies et benchmarking ».Septembre 2011.

3. VICTOR. A : « 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 Montréal. Août 2004.

Thèses et mémoires

1. BENALLAOUA, A. : « Contribution à l'étude de la localisation des entreprises en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia ». Thèse de Magister : science économiques : université A. Mira de Bejaia.2002.

2. BENDJGUELEL. F : « Essai d'analyse des déterminants de la localisation des entreprises dans la wilaya de Bejaia ». Thèse de magistère, 2007.

3. BOUKHEZZAR. N : « l'analyse de l'apport du Plan National de Développement Agricole et rural (PANDAR) au développement rural communal : cas de quelques commune rurales de la wilaya de Bejaia ».mémoire de master : Science de Gestion, université A. Mira. Bejaia.
4. DJEMAI. S : « Essai d'analyse des facteurs déterminants la localisation des PME : cas de la wilaya de Jijel ».Thèse de Magistère : science de gestion. Université A. Mira. Bejaia.
5. DRUGUET.S : « Contribution des associations au développement rural : apports spécifiques et intégration dans la dynamique locale : l'exemple de la lozère »,107 f, série « Master of science », n°2, Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier.2003.
6. IKEN. O : « Essai d'analyse des facteurs de localisation des PME sur le territoire de la commune de Bejaia ».Mémoire de master: Science de gestion : université A. Mira de Bejaia. .
7. MANSOURI.Y : « localisation des activités productives : tension entre force de centrifuge et force de centripète ».224f. Thèse de doctorat. Science Economique. Université de Sud Toulon-Var.8 juillet 2008.
8. TALEB. H : « Ouverture économique et dynamique entrepreneuriale : essais d'analyse de modélisation des déterminants territoriaux de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia ».218f. Thèse de doctorat, en Science Economiques. Université M. MAMMERI de Tizi Ouzou.

Colloques, et séminaires

1. Alexandre Moine : « Le territoire comme un système complexe », colloque n°3, Laboratoire ThéMA UMR 6049 Cnrs-Université de Franche-Comté, 32 rue Mégevand, 25030 Besançon Cedex.
 2. BILON-HOEFKENS. I, et LEFEBVRE. G: « L'innovation dans la région Françaises : première analyse des performances générales et des biotechnologies en particulier ».in XIème colloque de l'ASRDLF : « Convergence et disparités régionales au sein de l'espace européen : les politiques régionales à l'épreuve des faits ».Bruxelles, 1-3- septembre 2004.
 3. CHEVALIER. P : « Stratégies de localisation des entreprises non agricoles et pérennité économique dans les campagnes de faibles densités ».UMR 6590-ESO, Colloque *FAIRE CAMPAGNE*, Rennes, 17-18 mars 2005.
 4. DARRIGUES. F et MONTAUD CATT. J-M : « Analyse comparatiste de processus d'intégration régionale Nord-Sud », Séminaire EMMA-RINOS, Paris 26-27 Mai 2003.
- LEON A. et SAUVAIN T., « De l'économie internationale à l'économie globale », Ellipses. Coll. « Transversale »,2005.

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

6. Saleilles S., 2005. Accompagner le candidat à l'installation en milieu rural. Colloque « Accompagnement des jeunes entreprises : entre darwinisme et assistanat », à Montpellier, 26 mai.

7. FOURCADE. C : « le territoire comme atout des processus d'internationalisation des PME : le concept de milieu internationalisant », in XXVIIIème colloque de l'ASRDLF, Trois Rivières (Québec), 21/23 aout 2002.

Texte de loi

1. Article. 219 : Sous réserve des dispositions des articles 13, 138 - 1 et 221 portant recettes fiscales.

2. Article 222: modifié par l'article 8 de la loi de finances complémentaire 2008 portant recettes fiscales.

Sites consultés

[Htts://www.djazair50.dz/](https://www.djazair50.dz/)

[Htts://www.ceheam.org/](https://www.ceheam.org/)

[Htts://fr.wikipedia.org/wiki/D%A9veloppement_durable.](https://fr.wikipedia.org/wiki/D%A9veloppement_durable.)

Listes des figures

<u>Figure N°1.1</u> : Interaction entre « organisation industrielle et une organisation spatiale ».....	12
<u>Figure N°1.2</u> : La relation entre la rente foncière et la distance	15
<u>Figure N°1.3</u> : La répartition des cultures selon les niveaux de la rente	16
<u>Figure N° 1.4</u> : La répartition des cultures selon Von Thünen.....	17
<u>Figure N° 1.5</u> : Le triangle de la localisation de Weber.....	19
<u>Figure N°1.6</u> : Les déterminants d'une localisation	22
<u>Figure N°2.1</u> : Les facteurs de localisation des entreprises en 1997 sur la base de 250 individus en France	37
<u>Figure N°2.2</u> : La causalité circulaire dans la formation d'une agglomération d'entreprises et de travailleurs	44
<u>Figure N°2.3</u> : Le cercle vertueux de développement local.....	48
<u>Figure N° 3.1</u> : Evolution du chiffre d'affaire (en million DA)	59
<u>Figure N°3.2</u> : La structure organisationnelle du Groupe	61
<u>Figure N°3.3</u> : La structure organisationnelle d'APG.....	63
<u>Figure N°3.4</u> : Structure organisationnelle d'APS.....	66
<u>Figure N°3.5</u> : La structure organisationnelle d'AC.....	67
<u>Figure N°3.6</u> : La structure organisationnelle de DI.....	68
<u>Figure N° 3.7</u> : Les déterminants de la création du Groupe Amimer Energie.....	72
<u>Figure N° 3.8</u> : Les déterminants de la localisation du Groupe	77
<u>Figure N°4.1</u> : Evolution de la population de la commune entre 2007 et 2012	84
<u>Figure N°4.2</u> : Nombre d'élève scolarisés et d'entité éducative dans la commune	86
<u>Figure N°4.3</u> : Nombre de médecins et infrastructures sanitaires	87
<u>Figure N°4.4</u> : L'emploi et le chômage	88
<u>Figure N°4.5</u> : Nombre de logement dans la commune	89
<u>Figure N°4.6</u> : L'activité agricole dans la commune.....	90
<u>Figure N°4.7</u> : Consistance de route nationale N°74 et de chemins communaux.....	91
<u>Figure N°4.8</u> : Nombre d'entreprise dans la commune.....	92
<u>Figure N°4.9</u> : Evolution de nombre d'employés du Groupe de 2009 à 2013	94
<u>Figure N°4.10</u> : La part de la TAP du Groupe dans la commune de SEDDOUK.....	96
<u>Figure N°4.11</u> : Répartition de la TAP Groupe Amimer Energie	97
<u>Figure N°4.12</u> : Le taux de la TAP du Groupe par rapport à celle de la commune.....	99

Liste des tableaux

<u>Tableau N°1.1</u> : Distinction entre espace et territoire.....	09
<u>Tableau N°1.2</u> : La hiérarchie urbaine de Christaller.....	21
<u>Tableau N°2.1</u> : Forces centripète et forces centrifuge.....	40
<u>Tableau N°3.1</u> : Description de l'échantillon.....	56
<u>Tableau N°3.2</u> : Projet Timimoune.....	65
<u>Tableau N°3.3</u> : Centrale électrique d'Ilizi.....	65
<u>Tableau N°3.4</u> : Projet de centrale électrique réalisé à l'international.....	65
<u>Tableau N°3.5</u> : Statistiques descriptives.....	70
<u>Tableau N°3.6</u> : Tableau de fréquence	71
<u>Tableau N°3.7</u> : Statistiques descriptives.....	75
<u>Tableau N°3.8</u> : Tableau de fréquence.....	76
<u>Tableau N°4.1</u> : Population.....	84
<u>Tableau N°4.2</u> : Education.....	85
<u>Tableau N°4.3</u> : Santé.....	86
<u>Tableau N°4.4</u> : Emploi.....	88
<u>Tableau N°4.5</u> : L'habitat.....	89
<u>Tableau N°4.6</u> : Agriculture.....	90
<u>Tableau N°4.7</u> : Consistance du réseau routier.....	91
<u>Tableau N°4.8</u> : Entreprises.....	92
<u>Tableau N°4.9</u> : Nombre d'emplois créés dans le Groupe 2009-2010.....	93
<u>Tableau N°4.10</u> : Evolution de recettes fiscales (TAP, IFU, TVA) communale 2011-2012.....	95
<u>Tableau N°4.11</u> : Calcul de la taxe (TAP).....	95
<u>Tableau N°4.12</u> : La part de la TAP du Groupe (Unité : DA).....	96
<u>Tableau N°4.13</u> : La part de la TAP destinée aux collectivités locales.	97
<u>Tableau N°4.14</u> : La part de la TAP du Groupe par rapport à la TAP globale de la commune.....	98
<u>Tableau N°4.15</u> : Marché de réalisation du projet.....	101

Listes des cartes

<u>Carte N°3.1</u> : Localisation géographique du Groupe dans la commune de Seddouk	74
<u>Carte N°4.1</u> : Délimitation administrative de la commune de Seddouk	83
<u>Carte N°4.2</u> : Territoire de la commune de Seddouk	83
<u>Carte N°4.3</u> : Consistance d’implantation du Groupe par rapport au site du projet.....	101

Annexe 1 : Questionnaire

Le présent questionnaire fait l'objet d'une enquête qui consiste en l'élaboration d'un mémoire de master en Sciences de gestion, spécialité ; Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat à la Faculté des Sciences Economiques des Sciences Gestion et Commerciales de l'Université de Bejaia. Ce travail de recherche a pour objectif de présenter les raisons qui poussent certaines entreprises de se localiser dans les territoires à faible densité (territoire rural) et l'influence qui peuvent procurer en matière de diffusion du développement au niveau local. Nous vous remercions d'avoir contribué à cette compréhension en remplissant ce questionnaire dont nous vous assurerons que les informations recueillies demeureront confidentielles, et seront destinées à des fins pédagogiques et de recherche scientifiques.

Thème de recherche

Stratégies de localisation des entreprises dans les territoires ruraux et son impact sur le développement local : cas de l'entreprise « AMIMER ENERGIE » dans la commune de SEDDOUK.

Sous la direction du Dr. Samir BOUMOULA

L'enquêteur : Mr, BOUDJIET Lyes

I. Identification et caractéristiques de l'entreprise

1. Nom :.....

2. Raison sociale :.....

3. Adresse :.....

4. Date de création et/ou d'implantation :.....

5. Statut juridique :.....

6. Branche d'activité :.....

7. Veuillez indiquer l'effectif de votre entreprise, selon les critères du tableau suivant ?

	Masculin	Féminin	Total
Effectif total	279	36	315
Cadre administratif	16	4	20
Cadre technique			
Agent de maîtrise	29	25	55
Agent d'exécution	170	39	209

8. Quels sont les produits que vous fabriquez ?

.....
.....

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

Propriétaire

Le conseil de l'entreprise (actionnaires)

Responsables

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

Oui, dans quelle wilaya ?.....

Non

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

	local	régional	national	international
Marché des fournisseurs	/	/	/	/
Marché des clients	/	/	/	/

II. Relations entreprise-territoire

II.1. L'exploitation des ressources

13. Quels types de ressource exploitez-vous dans le territoire ?

.....
.....

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

Non

Si oui, lequel ?.....

15. Quels sont les réseaux de transports les plus déterminants pour votre activité ?

Réseaux routiers

Réseaux ferroviaires

Réseaux aéroportuaires

II.2. Localisation

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

▪ Achat

▪ Location

▪ Héritage

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

1.....
2.....
3.....
4.....

18. Avant de choisir le lieu d'implantation, possédez-vous plusieurs alternatives ?

- Non
- Si oui, combien ?.....

19. Sont des sites au niveau : Local National

20. Est-ce que une étude de site a été effectuée apriori ?

- Non
- Oui

21. Quelles sont les raisons de l'implantation de l'entreprise sur le site actuel ?

- Appartenance sociale et familiale à ce lieu
- La recherche d'un cadre résidentiel
- La recherche d'un mode de vie
- La qualité d'environnement
- Aide et fiscalité locale
- La disponibilité de la main d'œuvre qualifiée
- Le coût réduit de la main d'œuvre
- La disponibilité de la matière première
- Le coût et l'accès au foncier
- Le coût de transport
- La taille du marché
- Autres, précisez et détaillez :.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

22. Est ce que vous envisagez de délocaliser votre entreprise ailleurs ?

Non

Si oui, ou ? Et pourquoi ?.....

.....

III. Développement locale

23. Pensez-vous que votre entreprise à un impact sur l'image de ce territoire (commune de Seddouk) ?

.....

24. Etant donné que l'entreprise active dans le chef lieu de la commune, combien de postes de travail a-t-elle bénéficiée ?

.....

25. Est ce que votre entreprise produit des recettes fiscales importantes pour la commune ?

.....

26. Dans quel(s) domaine(s) intervient votre entreprise ?

Domaine	Economique	Social	Culturel et sportif	Associatif et personnel	politique
Echelle					
Commune de Seddouk	/	/		/	

27. Avez-vous pris des initiatives ayant eu un impact sur le développement de la commune ?

.....

.....

.....

.....

28. Est ce que votre entreprise contribue au développement de la commune de Seddouk ?

Non

Si oui, expliquez?.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Annexe 2 : enquête par sondage

Monsieur,

Nous vous remercions de votre collaboration à la réalisation de ce sondage mené dans le cadre de la recherche universitaire, en vue de l'obtention du diplôme de Master en Management Economique des territoires et Entrepreneuriat.

Thème de recherche :

« Stratégie de localisation des entreprises dans les territoires ruraux et son impact sur le développement local : cas du Groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de SEDDOUK ».

L'objet de ce sondage est de délimiter les raisons qui ont poussé le propriétaire du Groupe à créer son entreprise en l'implantant ainsi dans la commune de Seddouk.

Ce sondage vous est proposé par Monsieur BOUDJIET Lyes, Etudiant en Master à l'université de Bejaia.

I. Identification personnel :

1. *Sexe* : masculin Féminin

2. *Age* :.....

2. *Fonction* :.....

3. *Commune de résidence* :.....

II. Motivation de création du Groupe Amimer Energie

1- Parmi ces facteurs, quel sont les plus appropriés à la création du Groupe ?

Noté :

1 : pour le facteur très peu motivant ;

2 : pour le facteur peu motivant ;

3 : pour le facteur motivant ;

4 : pour le facteur le plus motivant.

- Avoir une bonne réputation personnelle et familiale
- Le désir d'être indépendant
- Avoir son propre travail
- Le goût d'entreprendre
- Travailler à domicile
- La création d'une entreprise familiale

2. Parmi ces facteurs, quel sont les plus appropriés à l'implantation du Groupe dans la commune de Seddouk ?

Noté :

1 : pour le facteur très peu motivant ;

2 : pour le facteur peu motivant ;

3 : pour le facteur motivant ;

4 : pour le facteur le plus motivant.

- La proximité de la résidence
- Le mode de vie
- L'appartenance sociale et familiale à ce lieu
- Aide et fiscalité locale
- La disponibilité de la main d'œuvre qualifié
- Le coût et l'accès au foncier

Merci pour votre collaboration

Annexe 3 : Suite du sondage

Afin de confirmer ou infirmer les réponses données par le propriétaire du Groupe, cela nous a conduit à opter pour une méthode que l'on nomme « *méthodes des quotas* » qui permette de faire une enquête par sondage. Ce sondage est basé en principe, de proposer les facteurs qui ont été cités par le chef d'entreprise et qui selon ce dernier demeurent les seules raisons qui l'on poussé de créer son entreprise tout en l'implantant dans la commune de SEDDOUK au profit d'une catégorie socioprofessionnelle (Voir annexe 2), et d'avoir enfin l'avis des sondant concernant les facteurs qui sont susceptibles d'influencer le choix de localisation et les classés selon l'ordre d'importance afin de mesurer le degré de chaque variable sur l'échelle de lekert qui est illustré comme suit :

1 = Très peu motivant ;

2 = Peu motivant ;

3 = Motivant ;

4 = Le plus motivant.

➤ *Pour les déterminants de création du Groupe*

Notons que :

Var 1 : Avoir une bonne réputation personnelle et familiale.

Var 2 : Le désir d'être indépendant.

Var 3 : avoir son propre travail

Var 4 : Le goût d'entreprendre

Var 5 : Le travail à domicile

Var 6 : la création d'une entreprise familiale.

➤ *Pour les déterminants de localisation du Groupe*

Var 1 : La proximité de la résidence

Var 2 : Le mode de vie

Var 3 : L'appartenance sociale et familiale

Var 4 : L'aide et la fiscalité locale

Var 5 : La disponibilité de la main d'œuvre qualifiée

Var 6 : Le coût et l'accès foncier.

Tableau N°1 : Les motivations de création du Groupe selon les répondants

Variables Répondants	Var 1	Var 2	Var 3	Var 4	Var 5	Var 6
Numéro 1	4	4	1	2	3	4
Numéro 2	4	4	1	4	4	4
Numéro 3	3	1	1	2	2	4
Numéro 4	4	1	1	4	1	2
Numéro 5	4	1	3	2	2	3
Numéro 6	4	1	2	3	3	3
Numéro 7	4	1	1	3	2	4
Numéro 8	4	1	1	2	4	1
Numéro 9	4	2	3	4	2	2
Numéro 10	4	1	2	4	3	4
Numéro 11	4	1	1	4	4	3
Numéro 12	4	1	1	1	4	2
Numéro 13	4	4	2	2	2	4
Numéro 14	4	3	1	4	2	1
Numéro 15	4	3	1	2	3	4
Numéro 16	1	3	2	1	4	3
Numéro 17	1	4	2	4	2	4
Numéro 18	4	4	2	2	3	4
Numéro 19	3	3	3	1	4	3
Numéro 20	2	1	1	3	3	3
Numéro 21	4	3	4	1	4	4
Numéro 22	4	4	2	3	3	4
Numéro 23	3	2	3	2	3	3
Numéro 24	4	1	1	4	4	4
Numéro 25	3	2	3	2	4	2
Numéro 26	3	1	2	3	2	1
Numéro 27	3	4	4	4	3	4
Numéro 28	4	4	3	1	2	4
Numéro 29	3	2	3	3	2	4
Numéro 30	4	1	1	4	4	3
Numéro 31	4	1	2	2	4	4
Numéro 32	3	3	1	2	2	3
Numéro 33	3	4	3	1	4	2
Numéro 34	2	4	2	3	3	4
Numéro 35	3	4	2	3	3	2
Numéro 36	4	2	2	3	3	2

Numéro 37	4	3	1	3	4	3
Numéro 38	2	3	1	2	3	4
Numéro 39	4	4	1	2	1	3
Numéro 40	4	3	3	3	3	4
Numéro 41	4	4	2	3	4	3
Numéro 42	4	4	1	4	3	4
Numéro 43	4	3	2	2	2	4
Numéro 44	3	4	1	4	2	2
Numéro 45	4	4	1	3	4	1
Numéro 46	3	4	2	2	3	3
Numéro 47	3	4	2	3	4	2
Numéro 48	4	4	3	3	3	4
Numéro 49	1	4	1	4	4	4
Numéro 50	4	4	3	3	1	1
Numéro 51	4	4	4	4	2	3
Numéro 52	3	2	3	1	2	1
Numéro 53	4	3	2	3	4	4
Numéro 54	4	4	1	3	4	3

Tableau N°2 :Les facteurs de localisation du Groupe selon les répondants

Variables Répondants	Var 1	Var 2	Var 3	Var 4	Var 5	Var 6
Numéro 1	4	4	4	2	3	3
Numéro 2	4	3	4	2	2	2
Numéro 3	3	1	4	2	3	2
Numéro 4	4	4	4	1	1	3
Numéro 5	1	3	3	2	2	1
Numéro 6	3	1	4	1	1	2
Numéro 7	3	4	4	2	1	1
Numéro 8	1	4	3	3	3	3
Numéro 9	1	3	4	1	1	4
Numéro 10	2	2	4	2	2	1
Numéro 11	3	3	4	3	3	3
Numéro 12	4	4	3	2	2	2
Numéro 13	2	3	4	1	2	1
Numéro 14	4	4	3	2	4	4
Numéro 15	3	3	4	4	3	1
Numéro 16	1	1	3	3	2	3
Numéro 17	1	3	4	2	4	2
Numéro 18	4	3	3	1	3	1
Numéro 19	1	1	3	4	2	4
Numéro 20	2	4	4	2	4	3
Numéro 21	1	3	3	1	2	2
Numéro 22	2	3	3	1	4	1
Numéro 23	4	4	4	2	4	4
Numéro 24	4	1	3	1	3	1
Numéro 25	1	4	3	3	2	3

Numéro 26	4	3	4	2	4	2
Numéro 27	2	2	3	1	3	1
Numéro 28	1	1	4	4	4	3
Numéro 29	2	4	3	2	1	3
Numéro 30	4	1	4	1	4	4
Numéro 31	4	4	4	3	2	2
Numéro 32	4	2	4	2	4	3
Numéro 33	3	3	4	2	1	4
Numéro 34	3	4	4	2	3	1
Numéro 35	2	1	4	3	4	3
Numéro 36	1	4	4	1	1	3
Numéro 37	1	4	4	2	4	4
Numéro 38	1	2	4	1	3	4
Numéro 39	4	3	3	1	4	1
Numéro 40	4	4	1	2	3	2
Numéro 41	4	1	3	1	1	4
Numéro 42	3	3	3	3	4	1
Numéro 43	2	1	3	1	4	2
Numéro 44	4	3	4	2	3	1
Numéro 45	3	4	1	1	4	1
Numéro 46	1	3	3	1	3	4
Numéro 47	4	4	4	3	4	1
Numéro 48	4	2	4	1	3	3
Numéro 49	4	1	3	2	4	2
Numéro 50	4	2	4	1	2	4
Numéro 51	3	4	2	2	2	2
Numéro 52	2	2	4	1	2	1
Numéro 53	1	4	3	2	2	1
Numéro 54	4	2	3	1	1	4

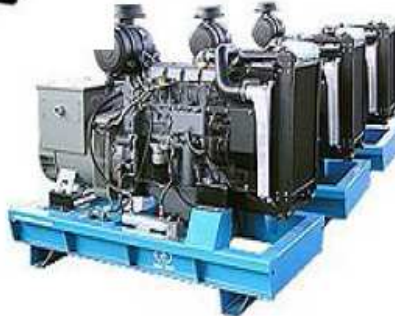
Annexe 4 : Type de groupes électrogènes produit par le Groupe Amimer Energie



Groupe électrogènes Girafe pour la protection civile



Groupe électrogènes container pour aéroport à 0 coupures



Groupe électrogènes à configuration militaire



Annexe 5 : Types de projets pour les centrales électriques



Centrales électriques réalisés dans le sud algérien



Projets Timimoune



Génie Civil de la centrale électrique de Bordj El Haouas



Projet de 92 logements de Seddouk.

Annexe 6 : Produits importés et distribués



Table des matières

DEDICACE	II
REMERCIEMENT	III
LISTE DES ABRIVIATIONS	IV
SOMMAIRE	V
INTRODUCTION GENERALE	01

CHAPITRE 1 :

Analyse théorique des déterminants du choix de localisation des entreprises

Introduction	06
1.1. Fondement théorique sur quelque notion de base de la localisation	07
1.1.1 Notion de localisation	07
1.1.2. La notion de l'espace et de territoire.....	07
1.1.3. Relation entreprise-territoire.....	09
1.1.3.1. Par rapport à l'entreprise.....	10
1.1.3.2. Par rapport au territoire.....	10
1.1.3.3. Par rapport à l'interaction « territoire-entreprise » (approche mixte).....	11
1.2. Les modèles classiques de la localisation industrielle	13
1.2.1. Von Thünen (1826) : la localisation agricole.....	14
1.2.2. Alfred Weber (1909) : la localisation industrielle.....	18
1.2.3. La théorie des lieux centraux de Walter Christaller (1933).....	20
1.3. Les déterminants de la localisation des entreprises	21
1.3.1. Les facteurs qui caractérisent les entreprises	23
1.3.2. Les facteurs qui caractérisent les territoires	24
1.3.2.1. Le cadre général	24
a) La situation géographique	24
b) le marché.....	25
1.3.2.2. Les facteurs de production	25
a) Les transports et l'accessibilité	25

b) Les disponibilités en terrains et bâtiment.....	26
c) Les aspects quantitatif et qualitatif de la main-d'œuvre	26
1.3.2.3. L'environnement économique, humain et politique.....	27
a) l'environnement économique.....	27
b) Les préoccupations et les contraintes de l'environnement.....	28
c) Le cadre de vie	28
d) Les pouvoirs publics	29
Conclusion	30

CHAPITRE 2 :

Localisation rurale des entreprises et développement local

Introduction.....	31
2.1. Espace rural et facteur de localisation	32
2.1.1. Notion de l'espace rural.....	32
2.1.1.1. Les définitions basées sur la dichotomie urbain-rural.....	32
2.1.1.2. Les définitions surpassant la dichotomie urbain-rural	33
2.1.1.3. La définition adoptée par L'O.C.D.E.....	33
2.1.2. Caractéristique des entreprises et des entrepreneurs ruraux	34
2.1.2.1 Type d'entreprise rurale	34
2.1.2.2. Type d'entrepreneur rural.....	35
2.1.3. Les motivations de créations des entreprises rurales pour les entrepreneurs	36
2.1.4. Les raisons de la localisation des entreprises dans les espaces ruraux	36
2.2. Les modèles et les mécanismes de la nouvelle économie géographique de la localisation industrielle.....	39
2.2.1. Les économies d'agglomérations (tension entre force d'agglomération et force de dispersion).....	39
2.2.2. Choix de localisation et agglomération (équilibre de producteur).....	41
2.2.3. Caractéristiques locales et avantages de localisation	43
2.2.4. Causalité circulaire dans l'agglomération spatiale des firmes et des travailleurs	43
2.3. Les notions du développement local.....	46
2.3.1. Définition du concept de développement local	46
2.3.2. Le développement rural.....	49

2.4. Le développement local passe par l’implantation des entreprises.....	50
2.4.1. L’entreprise comme moteur de développement de la commune.....	50
2.4.2 Le rôle des entreprises dans le développement économique.....	52
2.4.2.1. L’effet d’entraînement sur les intermédiaires	52
2.4.2.2 Les incidences sur les indicateurs macro-économiques.....	52
Conclusion.....	54

CHAPITRE 3 :

Stratégies de localisation du groupe AMIMER ENERGIE dans la commune de SEDDOUK

Introduction.....	55
3.1. Méthodologie de recherche	56
3.2. Orientations statistiques.....	57
3.3. Présentation du groupe.....	58
3.3.1. Les principaux clients.....	59
3.3.2. Les domaines d’activités stratégiques (DAS) du groupe	62
3.3.2.1. Le premier DAS : « <i>Amimer Power Génération</i> ».....	62
3.3.2.2. Deuxième DAS : « <i>Amimer Power Système</i> »	64
3.3.2.3. Le troisième DAS : « <i>Amimer Construction</i> ».....	67
3.3.2.4. Quatrième DAS : « <i>Docks Industrie</i> ».....	68
a). Les produits importés et distribués.....	68
b). Organisation de la filiale... ..	68
3.4. Analyse des déterminants de la création du groupe.....	69
3.4.1. Réponses du propriétaire du Groupe	69
3.4.2. Résultats du sondage.....	70
3.4.3. Analyse des résultats.....	72
3.5. Analyse des déterminants de localisation du groupe dans la commune de Seddouk.....	73
3.5.1. Les raisons de l’implantation selon le propriétaire du Groupe.....	74
3.5.2. Résultats du Sondage.....	75
3.5.3. Analyse des résultats.....	78
Conclusion.....	80

CHAPITRE 4

Impact du Groupe AMIMER ENERGIE sur le développement de la commune de SEDDOUK

Introduction	81
4.1. Méthodologie de recherche	82
4.2. Présentation de la commune de Seddouk	82
4.2.1. Situation géographique	82
4.2.2. Evolution de quelques données socio-économiques de la commune.....	84
4.2.2.1. Population	84
4.2.2.2 Education.....	85
4.2.2.3. Santé.....	86
4.2.2.4. Emplois.....	88
4.2.2.5. L’habitats.....	89
4.2.2.6. Agriculture	90
4.2.2.7. Consistance du réseau routier.....	91
4.2.2.8. Entreprises	92
4.3. Le rôle du Groupe Amimer Energie dans le développement de la commune de Seddouk	93
4.3.1. Création d’emploi.....	93
4.3.2. Evolution des recettes fiscales de la commune.....	94
4.3.2.1. Caractéristique relative à l’impôt pour le Groupe Amimer Energie (2011-2012).....	95
4.3.2.2. Répartition de la Taxe sur l’Activité Professionnelle de l’entreprise.....	97
4.3.2.3. La part de la TAP du Groupe par rapport à la TAP globale de la commune.....	98
4.3.3. Réalisation de 92 logements au niveau de chef lieu de la commune.....	99
Conclusion	102

CONCLUSION GENERALE.....	103
Références bibliographiques.....	106
Liste des Figures.....	110
Liste des tableaux.....	111
Liste des cartes.....	112
Annexes.....	113
Table des matières.....	130
Résumé.....	135

Résumé

Ce travail de recherche tente de mettre en évidence les raisons qui poussent certaines entreprises à se localiser dans les espaces ruraux et l'impact qu'elles peuvent avoir sur le développement local, sachant que le territoire rural est reconnu comme un espace enclavé et ne dispose pas de facteurs qui peuvent influencer la décision de localisation notamment, pour les grandes entreprises. Notre travail de recherche s'est focalisé sur l'étude des facteurs qui ont poussé le leader Algérien de l'installation et de la fabrication des groupes électrogènes « Amimer Energie » de choisir la commune de Seddouk, un territoire à vocation rural, comme un lieu de son implantation et l'influence qu'il a pu engendrer sur le développement de celle-ci a fait déduire qu'en vérité, les entreprises ne se limitent pas dans le choix d'un territoire de localisation selon la disponibilité de déterminants purement économiques mais il peut exister d'autres facteurs dits purement sociaux qui motivent solidement une telle décision à savoir l'appartenance sociale et la proximité de la résidence. Et même dire que les entreprises jouent un rôle capital dans le développement territorial et contribuent d'une manière très considérable à l'extension de plusieurs axes surtout dans la diminution du taux de chômage, particulièrement au niveau local, maximisation de la recette fiscale qui est destinée au financement du développement local, création de richesses etc.

Mots clés : territoire rural, localisation des entreprises, développement local

ملخص

هذا البحث العلمي يعالج الأسباب التي تجعل بعض المؤسسات في تحديد موقعها التمركزي في المناطق الريفية والأثر الذي يمكن أن توفرها في التنمية المحلية، علما أن المنطقة الريفية معروفة بأن مساحتها مغلقة و لا يوجد لديها العوامل التي قد تؤثر على قرار التموقع وخاصة بالنسبة للشركات الكبيرة. هذا البحث الذي يحيط على دراسة العوامل التي أدت الرائد الجزائري للتركيب وتصنيع مجموعة المولدات الطاقة المشتركة "اعمير انرجي" إلى اختيار بلدية صدوق و التي تعتبر منطقة ريفية موقعا لتمركزه والأثر الذي خلفه في تنمية البلدية، قد استنتج في الحقيقة أن المؤسسات لا يقتصر اختيارها التموقعي من موضوع توفر عوامل اقتصادية بحتة ولكن من العوامل الأخرى تدعى اجتماعية بحتة و التي تحفزها بقوة على اتخاذ هذا القرار مثل الانتماء الاجتماعي والقرب من الإقامة. وحتى القول أن الشركة تلعب دورا أساسيا في التنمية الإقليمية، وتساهم بشكل كبير جدا في توسيع مجالات عدة خصوصا في الحد من البطالة، وخاصة على المستوى المحلي، وتعظيم القاعدة الضريبية الذي يهدف إلى تمويل التنمية المحلية، وخلق الثروة الخ.

كلمات البحث: منطقة ريفية، تموقع الشركات، التنمية المحلية.

Résumé

Ce travail de recherche tente de mettre en évidence les raisons qui poussent certaines entreprises à se localiser dans les espaces ruraux et l'impact qu'elles peuvent avoir sur le développement local, sachant que le territoire rural est reconnu comme un espace enclavé et ne dispose pas de facteurs qui peuvent influencer la décision de localisation notamment, pour les grandes entreprises. Notre travail de recherche s'est focalisé sur l'étude des facteurs qui ont poussé le leader Algérien de l'installation et de la fabrication des groupes électrogènes « Amimer Energie » de choisir la commune de Seddouk, un territoire à vocation rural, comme un lieu de son implantation et l'influence qu'il a pu engendrer sur le développement de celle-ci a fait déduire qu'en vérité les entreprises ne se limitent pas dans le choix d'un territoire de localisation selon la disponibilité de déterminants purement économiques mais il peut exister d'autres facteurs dits purement sociaux qui motivent solidement une telle décision à savoir l'appartenance sociale et la proximité de la résidence. Et même dire que les entreprises jouent un rôle capital dans le développement territorial et contribuent d'une manière très considérable à l'extension de plusieurs axes surtout dans la diminution du taux de chômage, particulièrement au niveau local, maximisation de la recette fiscale qui est destinée au financement du développement local, création de richesses etc.

Mots clés : territoire rural, localisation des entreprises, développement local

ملخص

هذا البحث العلمي يعالج الأسباب التي تجعل بعض المؤسسات في تحديد موقعها التمركي في المناطق الريفية والأثر الذي يمكن أن توفرها في التنمية المحلية، علما أن المنطقة الريفية معروفة بأن مساحتها مغلقة و لا يوجد لديها العوامل التي قد تؤثر على قرار التموقع وخاصة بالنسبة للشركات الكبيرة. هذا البحث الذي يحيط على دراسة العوامل التي أدت الرائد الجزائري للتركيب وتصنيع مجموعة المولدات الطاقة المشتركة "اعمير انرجي" إلى اختيار بلدية صدوق و التي تعتبر منطقة ريفية موقعا لتمركزه والأثر الذي خلفه في تنمية البلدية، قد استنتج في الحقيقة أن المؤسسات لا يقتصر اختيارها التموقعي من موضوع توفر عوامل اقتصادية بحتة ولكن من العوامل الأخرى تدعى اجتماعية بحتة و التي تحفزها بقوة على اتخاذ هذا القرار مثل الانتماء الاجتماعي والقرب من الإقامة. وحتى القول أن الشركة تلعب دورا أساسيا في التنمية الإقليمية، وتساهم بشكل كبير جدا في توسيع مجالات عدة خصوصا في الحد من البطالة، وخاصة على المستوى المحلي، وتعظيم القاعدة الضريبية الذي يهدف إلى تمويل التنمية المحلية، وخلق الثروة الخ.

كلمات البحث: منطقة ريفية، تموقع الشركات، التنمية المحلية.