

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
Département des sciences économiques



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER

EN SCIENCES ECONOMIQUES

Option : Économie du Développement et Gouvernance

L'INTITULE DU MEMOIRE

***LES DETERMINANTS DE LA LOCALISATION INDUSTRIELLE
DANS LA ZONE D'ACTIVITE TAHARACHT-AKBOU - (BEJAIA)***

Préparé par :

- AIT MOUSSA ABDESLAM

Dirigé par :

- M. SOUMAN Md ouidir

Devant le Jury composé de :

Présidente : HAMITI Dalila

Examinatrice : HAMMIMID Nassima

Rapporteur : SOUMAN Md ouidir

Année universitaire : 2016-2017

REMERCIEMENT

S'il est vrai que le travail de recherche constitue avant tout un exercice solitaire, la présente recherche n'aurait pu aboutir sans le concours de nombreuses personnes autres que son auteur.

Mes remerciements s'adressent en premier lieu à mon promoteur M. **SOUMAN**, qui m'a été d'un très grand soutien dans la rédaction de ce mémoire, je peux dire que les orientations et les conseils de mon promoteur ont toujours été riches et denses et qu'il m'a aidé tout au long de mon cheminement vers la soutenance.

Je tiens également à remercier chaleureusement les membres du jury, d'avoir bien voulu porter leur attention à ce travail.

Je remercie mes amis de la FAC, spécialité EDG avec qui j'ai passé de bons moments tout au long de ces deux années d'études en master.

Mes remerciements s'adressent également à tous mes collègues de travail. Je suis également reconnaissant à Mr Zahir MEDJKOUNE (co-gérant de la sarl ramdy), dont le pouvoir d'accepter mes absences au travail pour aller étudier.

Et finalement, merci à ma famille pour leur patience et leur soutien.

Merci à tous,

DEDICACES

A ma famille et mes amis

SOMMAIRE

Introduction générale.....	01
Chapitre I : Les théories de localisation des activités économiques.....	04
Section 1 : Les paradigmes de Ponsard.....	06
Section 2 : L'économie urbaine et la théorie des lieux centraux.....	14
Section 3 : Le modèle d'économie géographique.....	19
Chapitre II : Les facteurs de localisation des activités industrielles.....	25
Section 1 : Les facteurs traditionnels de la localisation industrielle.....	25
Section 2 : Les facteurs modernes de localisation industrielle.....	26
Section 3 : L'environnement économique, humain et politique	38
Chapitre III : Etude de cas, les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU (BEJAIA).....	42
Section 1 : Présentation de la zone d'activité TAHARACHT-AKBOU	42
Section 2 : Approche méthodologique et traitement des données du questionnaire....	50
Conclusion générale.....	59
Références bibliographiques.....	61
Annexe.....	64

LISTE DES INITIALISMES

ANIREF : Agence Nationale d'intermédiation et de la régulation Foncière

CNUCED : Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement

CT : Cout Total

DMI : Direction de l'Industrie et des Mines

EURL : Entreprise Unipersonnelle a Responsabilité Limitée

FMN : Firme Multi Nationale

IDE : Investissement Direct Etranger

RT : Recette Totale

SGI : Société de Gestion Immobilière

SARL : Société a Responsabilité Limité

SPA : Société Par Action

SNC : Société en Nom Collectif

UE : Union Européenne

ZI : Zone Industrielle

ZA : Zone d'Activité

ZAE : Zone d'Activité Economique

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

La question de la localisation industrielle constitue en fait une partie du problème général de la distribution locale des activités économiques. C'est surtout à partir du premier livre de JOHANN HEINRICH VON THÜNEN en 1826 qu'on peut situer la naissance de la théorie de la localisation, ou il explique la localisation optimale des activités agricoles. D'ailleurs, le principal spécialiste des sciences régionales WALTER-ISARD a nommé VON THÜNEN le père de la théorie de la localisation. ALFRED WEBER en 1909 élabore le premier modèle de localisation industrielle et pense que la meilleure localisation est celle qui minimise les coûts de production. Contrairement à VON THÜNEN qui effectue ses travaux dans un cadre agricole, WEBER va plutôt travailler dans un cadre industriel. Il pense que deux facteurs vont influencer la localisation industrielle notamment un facteur régional (coût de transport et coût de la main-d'œuvre) et un facteur local (forces d'agglomérations).

Pour plus de clarification sur la question de localisation des activités économiques, AUGUSTE LÖSCH (1940) va plutôt considérer l'hypothèse de la maximisation des profits. Pour lui la localisation industrielle optimale est celle qui assure le revenu maximum qui est l'écart entre le revenu et le coût global. Il montre que c'est la demande qui constitue la variable spatiale fondamentale. Selon lui c'est le point de profit maximum qui doit être pris en compte au lieu du coût minimum. Les travaux de LÖSCH qui s'assimilent à ceux de PALANDER sont d'un apport véritable car ils nous permettent de comprendre que les entreprises ne se localisent pas sur un espace dans le but de minimiser leurs coûts mais bien plus pour accroître leur rentabilité, « *Dans chaque organisation économique et à chaque étape de l'évolution technique et économique, il doit y avoir non seulement un « comment » de la production, du transport et de la consommation, mais aussi un « quelque part ».* On peut supposer qu'il existe toujours des lois qui déterminent non seulement ce « comment », mais aussi ce « quelque part » ». ¹

Le territoire joue un rôle important dans la création d'entreprises, dans la compétitivité entre entreprises, mais surtout dans le choix de localisation de ces dernières. Ainsi la

¹ WEBER A. (1909), « Géographie, Economie, Société : De la localisation industrielle. Première partie : la théorie pure de la localisation ». (Avant-propos de 1909 et introduction) - article Traduit par Isabelle Généau de Lamarlière, université Panthéon-Sorbonne, Laboratoires du CRIA et d'Espace et culture, 191, rue Saint-Jacques, 75005 Paris, France. (2002), p 366

concentration géographique des activités économiques dans une région particulière, engendre un ensemble d'externalités positives, telles que la réduction des coûts de transport, l'élargissement de la taille des marchés, la création de marchés locaux de biens et services intermédiaires spécialisés et l'établissement de réseaux d'information. La concentration spatiale des activités génère aussi d'autres facteurs de gains de productivité en permettant aux entreprises de bénéficier d'un bassin d'emploi spécifique et d'accroître leur flexibilité et leur capacité d'innovation. La localisation des activités économiques : hasard ou choix rationnel ?

Le choix de la localisation joue un rôle majeur dans les stratégies des firmes. Elles sont à la recherche de main-d'œuvre qualifiée, d'un marché potentiel, mais aussi d'infrastructures, d'une bonne accessibilité aux ressources et à la recherche des gains d'agglomération. En d'autre terme, elles cherchent une localisation *optimale*. En effet, la localisation des activités économiques est influencée par un nombre plus ou moins grand de facteurs dont le poids et la diversité varient fortement d'une situation à l'autre et un même facteur peut exercer des influences différentes. Mais un seul facteur ne peut pas expliquer la localisation d'une firme (CLAVAL P, 1969).

La présence d'une firme multinationale sur le territoire de la zone industrielle de la commune d'AKBOU wilaya de Bejaïa constitue, à l'ère de la mondialisation des économies l'une des principales justifications de l'importance de cette zone et l'importance de s'implanter sur les terrains de cette dernière. Ce travail a pour objectif de mettre en évidence les facteurs explicatifs de la localisation des activités économiques notamment les activités industrielles dans la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU de la wilaya de Bejaïa. Il s'agit de trouver et de repérer les facteurs qui ont un impact sur la localisation des entreprises dans cette zone. Au cours de notre travail nous allons essayer de répondre à la question principale qui mérite d'être posé :

Quels sont les facteurs qui ont une influence sur le choix de la localisation des entreprises de la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU de la wilaya de Bejaïa ?

Il est donc question d'étudier en premier lieu la notion et les fondements de base des décisions de localisation, puis en deuxième lieu, il s'agit d'articuler une partie de notre travail à identifier certains déterminants de localisation des activités industrielle dans la zone de TAHARACHT-AKBOU.

Pour apporter certains éléments de réponses à notre question fondamentale, qui situe l'intérêt de la notion de localisation des activités industrielles, il conviendra d'examiner dans quelle cadence, la localisation des entreprises au niveau de la zone TAHARACHT est stimulée ou non par la mise en place de certaines initiatives ou la présence de certains facteurs déterminants. Dans ce sens, nous soutenons certaines hypothèses selon lesquelles :

H₁ La proximité des facteurs de production est un facteur de localisation des entreprises industrielles ;

H₂ La présence des entreprises est guidée par la présence des autres entreprises, effet mimétisme.

L'intérêt de cette étude est d'expliquer la localisation industrielle des entreprises de la zone TAHARACHT, distinguer les facteurs de localisation qui ont trait à la nature et la taille de l'entreprise et les facteurs relatifs au territoire. De plus, montrer le rôle que joue une zone industrielle pour l'attraction des entreprises. Notre travail de recherche sera subdivisé en trois chapitres

Dans le premier chapitre nous allons essayer d'expliquer les théories de localisation des activités économiques, quatre modèles de localisations peuvent être traités dans ce dernier le premier renvoie au modèle de minimisation des coûts de transports (VON THÜNEN (1826), ALFRED WEBER (1909)). Le second modèle est celui de maximisation du profit dans le processus de localisation industrielle HOTELLING (1929), CHRISTALLER (1933) et de LÖSCH (1940). Ensuite le troisième est le modèle d'économie urbaine, en fin le modèle d'économie géographique.

Le deuxième chapitre sera consacré pour l'étude des facteurs de localisation des activités industrielles. Deux types de facteurs seront étudiés ; les facteurs traditionnels et les facteurs modernes de la localisation industrielle et à ce niveau, deux grands types de facteurs de localisation peuvent être identifiés : Ceux qui dépendent de la nature des entreprises et ceux caractérisant les territoires.

Et enfin, le troisième chapitre pour l'étude de cas des facteurs de localisation des entreprises de la zone d'activités industrielle TAHARACHT-AKBOU, wilaya de Bejaia. Dans ce dernier on commencera par une présentation de la zone. Ensuite, analyse et traitement des résultats d'une enquête adressée aux entreprises industrielles de la zone de TAHARACHT.

CHAPITRE I

LES THEORIES DE LOCALISATION DES ACTIVITES ECONOMIQUES

Introduction

La théorie de localisation s'intéresse à la localisation des activités économiques dont, cette dernière se base principalement sur la théorie microéconomique de la firme où les firmes choisissent des situations qui maximisent leurs profits, et les individus cherchent la maximisation de leurs utilités.

Il existe de nombreux travaux théoriques et empiriques et une multitude d'angles d'analyses qui s'intéresse à la localisation des firmes, Géographes et économistes se sont intéressés au territoire comme lieu de vie économique et sociale. De Von Thünen (1820) à Florida (1995), les apports théoriques et pratiques à la géographie économique et à l'économie spatiale. Le (tableau 1) présente une synthèse des travaux qui traitent le sujet en question.

Tableau 1 : Synthèse des travaux des théories de localisations économiques

Auteurs/année	Apports	Contexte économique	Interrogations
von Thünen (1820)	Théorie de la rente foncière	Économie agraire	Comment se répartissent les activités agricoles ?
Marshall (1890)	District industriel et économie d'agglomération	Croissance industrielle	Pourquoi les activités tendent-elles à se concentrer dans l'espace ?
Weber (1910)	Théorie de la localisation industrielle	Développement industriel	Comment les entreprises industrielles opèrent-elles leur choix de localisation ?
Hotelling (1930)	Théorie des aires de marché	Crise et aménagement du territoire	Qu'est-ce que l'espace change à la concurrence ?
Lösch (1930)	Théorie de l'équilibre économique spatial		Comment se forment les espaces économiques ?
Christaller (1940)	Théorie des lieux centraux	Les villes polarisent l'espace, aires de marché	Comment se structurent les espaces urbains ?
North (1955)	Théorie de la base	Croissance urbaine,	Comment s'opère le développement régional ?
Perroux (1955)	Théorie des pôles de croissance	Développement spatial inégal et décentralisation industrielle	Pourquoi observe-t-on des processus de croissance spatialement déséquilibrée ?
Isard (1956)	Équilibre économique spatial et méthodes d'analyse spatiale	Développement des territoires dans le contexte des "Trente glorieuses"	Comment se réalise l'équilibre économique spatial et analyser les performances

Chapitre I : Les théories de localisation des activités économiques

			régionales ?
Myrdal (1957)	Théorie de la causalité circulaire cumulative		Pourquoi certaines régions éprouvent-elles des difficultés à se développer/reconvertir ?
Alonso (1960)	Économie urbaine	Développement des infrastructures	Comment se localisent les activités dans un espace urbain ?
Borts-Stein (1964)	Modèle néoclassique de la croissance régionale	Périurbanisation, désindustrialisation	Quels sont les facteurs à la base de croissance régionale ?
Friedmann-Stöhr (1981)	Théorie du développement endogène	Désurbanisation, reconversion industrielle, décentralisation	Quelles sont les options alternatives à la crise des modèles de développement traditionnel ?
Aydalot (1985)	Théorie des milieux innovateurs	Inefficacité accrue des instruments de politique économique régionale	Quel est le rôle joué par le territoire dans la dynamique de recomposition des activités
Krugman-Fujita (1990)	Nouvelle économie géographique (NEG)	Externalités, agglomération	Comment mieux saisir l'influence des facteurs géographiques sur le fonctionnement des économies ?
Asheim-Florida (1995)	Modèle des régions apprenantes	Systèmes régionaux d'innovation	Quel est le rôle de l'innovation et de l'apprentissage dans les stratégies de développement régional ?

Source : Henri Capron, notes de cours pour le Département d'économie appliquée (Dulbea) de l'Université libre de Bruxelles (ULB) -www.dulbea.org, Année académique 2006-2007.

Ce chapitre a pour objectif, la présentation et l'explication des principales théories de localisation des activités économiques. Nous avons structuré notre travail en trois sections, nous parlerons dans la première section des principaux travaux théoriques, en présentant les paradigmes de PONSARD (1988)¹, (il existe quatre paradigmes de cet hauteur, nous illustrons trois dans cette section et le quatrième sera traité en deuxième section). Ensuite, nous examinerons dans la deuxième section le modèle d'économie urbaine et la théorie des lieux centraux de CHRISTALLER (1933) et de LÖSCH (1940). En fin, nous présenterons un modèle d'économie géographique dans la troisième section.

¹ CLAUDE PONSARD (1927-1990) économiste français qui a travaillé dans l'économie spatiale et dans l'application de la théorie des ensembles flous à l'économie.

Section 1 : Les paradigmes de Ponsard

Ponsard (1988) classe les travaux qui traitent l'importance de l'espace dans la science économique en quatre paradigmes qui se présente comme suit : *i) Le premier paradigme*, renvoie à l'œuvre de VON THÜNEN (1826), qui est considéré comme le père des théories de la localisation. Dont, il explique les localisations optimales des activités agricoles ; *ii) Le deuxième paradigme*, s'intéresse aux travaux d'ALFRED WEBER (1909), de la théorie de la localisation industrielle fondée sur la détermination du coût minimum de transport ; *iii) Le troisième paradigme*, concerne la thèse HOTELLING (1929), qui étudie la relation entre la formation des prix d'un bien homogène, la taille du marché et la localisation de deux vendeurs de ce bien ; *iv) Le quatrième paradigme* est issu des travaux de CHRISTALLER (1933) et de LÖSCH (1940) sur la théorie des lieux centraux.(ce dernier paradigme sera traité en deuxième section).

1.1. Von Thünen et la localisation des activités agricoles

VON THÜNEN (1826) est appelé le père des théories de la localisation (PONSARD, 1988). Connue avec ses travaux sur l'explication des localisations optimales des activités agricoles. « *La localisation optimale est telle qu'en tout point de l'espace la rente foncière est maximisée* »².

1.1.1. Hypothèses de base du modèle de VON THÜNEN

Le modèle de VON THÜNEN (1826) repose sur quelques hypothèses fondamentales à savoir :

- a) Le sol est de qualité homogène : c'est-à-dire la fertilité du sol est constante en d'autre terme la qualité du sol est de même quel que soit l'endroit où se déroule l'activité ;
- b) La production est à rendement d'échelle et factoriels constants : Cette hypothèse est principalement basée sur une notion purement de l'analyse microéconomique qui signifie que, si les facteurs de productions varient de " α " la production varie de la même proportion " α ". Ainsi cette hypothèse souligne que la production par unité de

²Jean-Pierre NICOLAS, Aline BOUVARD, François MILLION et al, Décembre 2008. « La localisation des activités économiques au sein de l'Aire Urbaine de Lyon », Rapport du Laboratoire d'Economie des Transports-Lyon- . p 7.

- surface "X" et que le coût moyen par unité de surface "c" sont des variables fixés indépendamment de la localisation ;
- c) Le prix du produit "P" est fixé sur le marché au lieu central, indépendamment du lieu de production ;
 - d) Le centre sert de marché pour tous les produits ;
 - e) Le coût de transport est proportionnel lié à la distance parcourue et à la quantité de produit transportée. Le taux de transport par unité de distance et par unité de produit est noté par le paramètre "t" . Seul le coût de transport du produit est pris en compte, le coût de transport des produits utilisés pour la fabrication n'est pas pris en compte ;
 - f) Le sol est attribué à l'utilisateur qui est capable de payer la plus forte rente.

1.1.2. Le modèle de VON THÜNEN

Le modèle de VON THÜNEN (1826) est mathématisé sous la forme suivante. Pour un produit donné "i", à une distance "d" du marché, la fonction de rente offerte est une fonction linéaire et décroissante, dont elle s'écrit :

$$R_i = (p_i - c_i) - T_i * d$$

Avec :

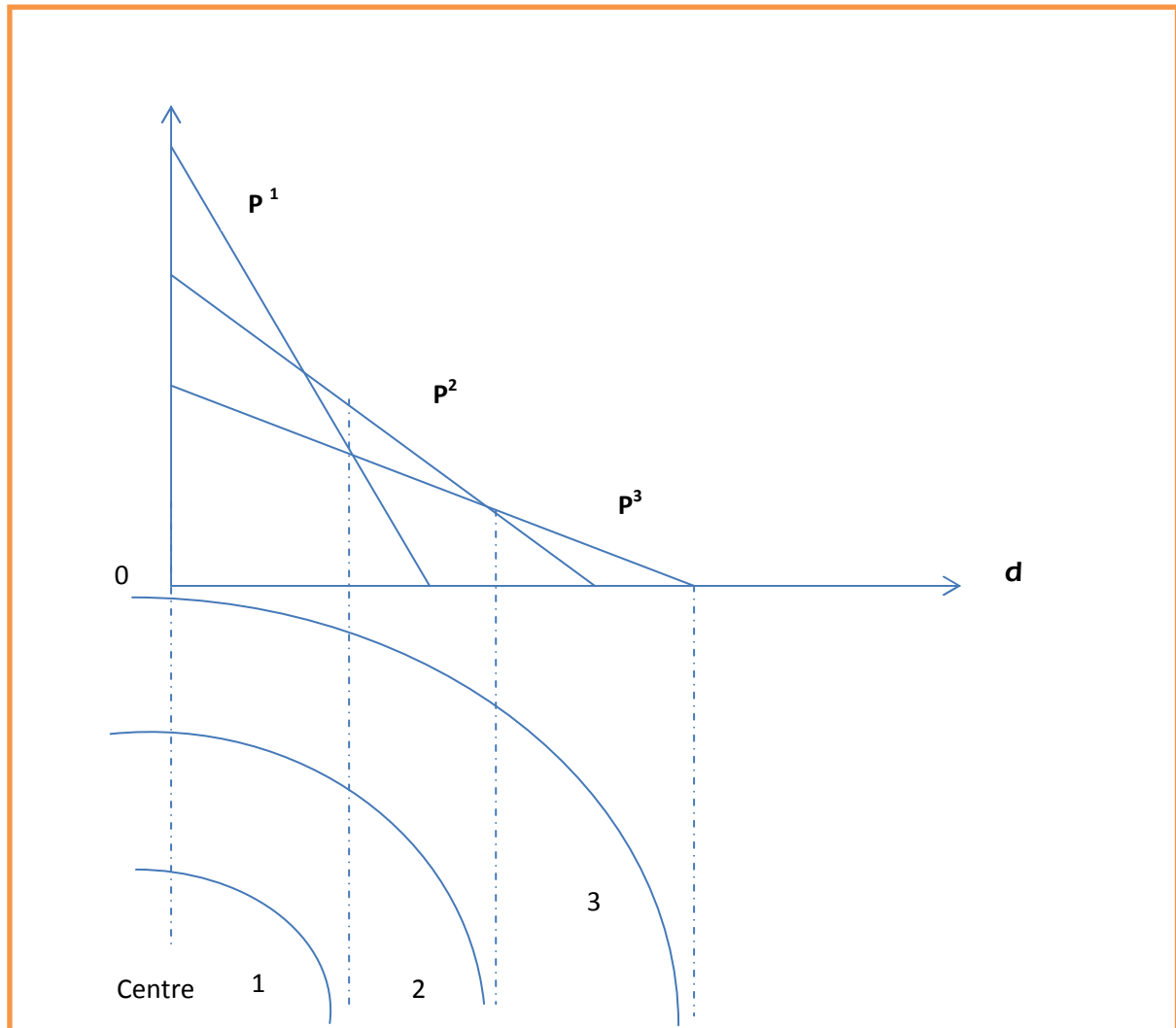
- R_i : représente la rente foncière ou le profit ;
- p_i : le prix du marché du produit "i" par unité de surface ;
- c_i : le coût de production de "i" par unité de surface ;
- T_i : coût du transport de "i" par unité de distance pour le produit d'une unité de surface.
- d : distance à la ville-marché.

Le modèle d'écrit par VON THÜNEN nous permet d'observer que, plus on s'éloigne du marché, plus la rente foncière diminue. Avec, le coût de transport n'étant pas le même pour tous les produits, les courbes de profit de deux (2) produits peuvent se couper. Dont, le producteur choisira le produit pour lequel le profit (R_i) est le plus élevé.

L'équilibre, pour un prix donné de chaque produit, est donné par la confrontation des fonctions de rente et aboutit à des localisations en couronnes concentriques appelées cercles

de VON THÜNEN. Pour trois produits, le graphique suivant permet de visualiser le principe de cet équilibre, comme le montre la figure 1.1.

Figure 1. Localisation de trois produits dans le cadre de la rente de VON THÜNEN



Source : PONSARD, Analyse économique spatiale, 1988. in, Aline BOUVARD, 2008. « Les facteurs de localisation des activités économiques : application à l'aire urbaine de Lyon ». Mémoire pour le Master 2 Recherche Transport, Espace, Réseaux. Université Lumière Lyon 2. P 9.

Nous remarquons dans ce schéma que lorsque la distance de la production des biens s'éloigne du centre ou le marché le prix de ce bien diminue, et contrairement si la distance est faible le prix augmente. Le modèle de VON THÜNEN est très utilisé, non seulement par les économistes agronomes, mais aussi par les spécialistes de l'économie urbaine.

1.2. ALFRED WEBER et la localisation industrielle

En effet le modèle d'ALFRED WEBER (1909) ce n'est qu'une continuité de ce que LAUNHARDT a commencé en 1882, sur l'identification optimale d'une localisation industrielle

(BLAUG, 1996)³. A ce sujet, l'influence des idées de LAUNHARDT (1882) a poussé Alfred Weber d'élaborer une théorie de la localisation industrielle, qui lui a qualifié comme le fondateur classique de la localisation. Pour WEBER, la meilleure localisation ou la localisation optimale correspond à celle qui minimise les coûts de production.

1.2.1. Postulats de l'analyse

Sa théorie est fondée sur trois postulats de base (MERENNE-SCHOUMAKER, 1991) :

- a) Un grand nombre de matières ont une localisation spécifique, on ne peut pas les trouver partout (sauf l'eau et l'air considérés comme des matériaux ubiquistes que l'on trouve partout) ;
- b) Les marchés des produits finis sont localisés en certains points et la concurrence est parfaite (l'insertion de cette hypothèse est essentielle pour une meilleure modélisation du phénomène étudié, la localisation) ;
- c) Les bassins de main-d'œuvre sont localisés et peuvent offrir un nombre illimité de travailleurs à un certain taux de salaire. L'espace est totalement uniforme culturellement, politiquement et spatialement.

1.2.2. Synthèse sur les facteurs de localisation

Sous la base de ces hypothèses, la recherche d'une localisation optimale est considérée comme la recherche d'un processus de production qui minimise les coûts de transport totaux⁴ unitaire. Dans son modèle de base ou le fameux « *Triangle de localisation de Weber* », ce qui est véritablement intéressant, notamment comme point de vue analyse conceptuelle de la localisation, est la prise en considération de l'espace géographique comme *distance* au travers des coûts de transport. En effet, cet élément constitue un outil de modélisation des choix de localisation des entreprises, sa pertinence au sens économique c'est qu'il nous permet de mesurer la distance physique en terme monétaire.

Le deuxième élément ou facteur, souligné par Weber, qui sert comme objet de choix de localisation, est la prise en compte des différentiels dans les coûts du facteur travail, c'est-à-

³ BLAUG M. (1996) : « La pensée économique », Economica, Paris in BERTRAND SERGOT. (2004) : « Les déterminants de décisions de localisation : la création de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et de services », thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris 1, p. 42.

⁴ Les coûts de transport totaux sont donnés par la somme des coûts de transport des inputs et les coûts de transport liés à l'acheminement des produits finis de l'unité de production jusqu'aux marchés).

Chapitre I : Les théories de localisation des activités économiques

dire la main-d'œuvre entre des localisations alternatives⁵. Dans ce sens, par l'introduction des coûts différentiels du facteur travail, fait que l'entreprise en question va choisir une localisation qui va minimiser les coûts de la main-d'œuvre, en d'autre terme, une localisation différente de celle recherchée pour la minimisation des coûts de transport.

La fonction objective de modélisation de choix de localisation optimale est donnée alors par la recherche d'une solution optimale sous forme d'un compromis entre la minimisation des coûts de transport totaux et la minimisation des coûts de la main-d'œuvre⁶.

Comme troisième facteurs, Weber a tenté d'introduire dans le calcul des entreprises ce qu'on appelle par la suite, les économies d'agglomérations relatives à la concentration spatiale du processus productif. Cependant, cette partie d'analyse de Weber, non seulement a été délaissée (L'HARMET, 1998), mais aussi moins concluante sur le plan conceptuel du phénomène d'économie d'agglomération (MERENNE-SCHOUMAKER, 1991 ; PERREUR, 2003).

Tableau 2. Les facteurs explicatifs des choix de localisation, WEBER (1909)

Facteurs explicatifs	
Inclus dans l'analyse	Non inclus dans l'analyse mais considérés comme importants par Weber
Coût de transport : - Des intrants ou les <i>inputs</i> depuis les sources d'approvisionnement ; - Des produits finis jusqu'aux marchés	Facteurs généraux : - Climat ; - Topographie
Différentiels des Coûts de la main-d'œuvre entre localisations alternatives	Facteurs institutionnels (taux d'intérêt, niveau des impôts, qualité du management..)
Economies et déséconomies d'agglomération	

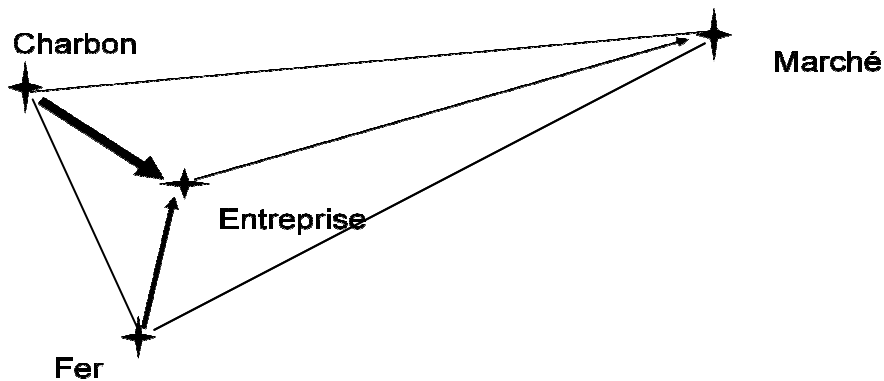
Source : D'après BLAUG (1996) et L'HARMET (1998) in BERTRAND SERGOT. (2004) : « Les déterminants de décisions de localisation : la création de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et de services », thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris 1, p. 44.

⁵ Par cette découverte, Weber a complété son analyse de la localisation fondée sur les coûts de transport totaux.

⁶ MERENNE-SCHOUMAKER B. (1991) : « La localisation des industries : Mutations récentes et méthodes d'analyse », Nathan, Paris.

Dans le triangle de WEBER, deux sommets représentent les points d'offre de deux matières premières et un point de demande de produit fini, la main-d'œuvre étant disponible partout. Le point du coût minimum de transport est déterminé à l'intérieur ou à l'un des sommets du triangle, les distances étant pondérées par le poids des biens transportés (PONSARD, 1988).

Figure 2. Le triangle de WEBER localisation industrielle



Source : établi par l'auteur à travers une synthèse.

Au cours du temps, ce modèle du point minimum a perdu l'aspect mécanique que lui avait donné WEBER. Il a été généralisé :

- ✓ Par la prise en considération de diverses fonctions de production ;
- ✓ L'examen des relations entre le point de coût minimum et celui de profit maximum ;
- ✓ La considération de polygones à plus de trois sommets ;
- ✓ L'adjonction de contraintes (notamment pour traiter de la localisation optimale des services publics).

Cependant, l'inspiration wébérienne demeure présente dans toutes les formulations de la théorie de la localisation optimale des unités de production et dans les modèles de la recherche opérationnelle auxquels elle sert de fondement (PONSARD, 1988).

1.3. L'analyse de HOTELLING pour la localisation

De sa part, l'économiste et statisticien américain, HAROLD HOTELLING (1929) a construit sa théorie de la localisation spatiale⁷ au tour d'une question fondamentale selon

⁷ HOTELLING. H. (1929) est considéré comme le père fondateur de la théorie de la concurrence spatiale. Dont la *distance* est l'élément stratégique de la localisation spatiale.

laquelle « *Quelle stratégie adopter pour maximiser les profits de ses deux entreprises ?* ». En d'autres termes, HOTELLING (1929) cherche la relation entre la formation des prix d'un bien homogène, la dimension du marché et la localisation de deux vendeurs de ce bien.

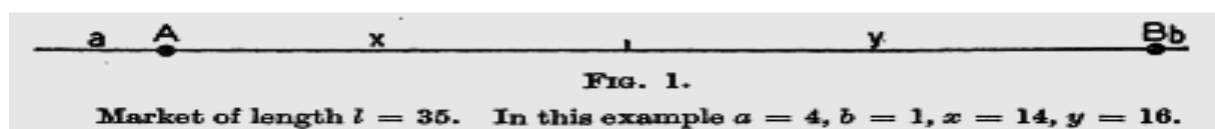
1.3.1. La loi de HOTELLING : hypothèses de base et modèle

L'analyse de HOTELLING (1929) est fondée sur quelques hypothèses basiques avant l'établissement de la modélisation, à savoir⁸ :

- a) Le marché est linéaire c'est-à-dire que selon Hotelling, les vendeurs sont répartis sur le marché de manière homogène ;
- b) Le choix de la localisation concerne deux entreprises distinctes ;
- c) Les produits proposés sont vendus au même prix par les deux entreprises ;
- d) Le seul critère de choix pour le consommateur est la distance à parcourir jusqu'au vendeur le plus proche.

Puisque la question initiale de HOTELLING (ci-dessus) examine la stratégie optimale à adopter pour maximiser les profits de deux entreprises (A et B), il s'agit donc d'un marché de duopole. Pour répondre à une telle question, l'auteur a choisi ou a fait recours à la modélisation mathématique sous forme d'un problème de maximisation de profit par rapport aux prix, c'est-à-dire chaque entreprise cherche à maximiser son profit en fonction de son prix ($\frac{\partial \pi_A}{\partial p_A}; \frac{\partial \pi_B}{\partial p_B}$). Pour plus d'illustration, l'auteur a supposé que le marché est représenté par un segment de droite dont, les acheteurs y sont distribués uniformément, il s'agit donc de déterminer la localisation optimale sur ce segment, sachant que les managers de ces deux entreprises prennent des décisions confidentielles, en d'autres termes, selon le dictionnaire de la théorie des jeux, cette modélisation est proche à un jeu non-coopératif. Ainsi, selon l'hypothèse (d) annoncée ci-dessus, l'auteur a supposé que la demande est parfaitement inélastique, ce qui signifie que la demande des consommateurs n'est pas sensible aux variations des prix. La figure ci-dessous, illustre la distribution des consommateurs.

Figure 3. La localisation selon H. HOTELLING (1929)



Source: HOTELLING. H., (1929), "Stability in Competition", The Economic Journal, Vol. 39, N°. 153, p. 45.

⁸ HOTELLING H., (1929) : "Stability in Competition", The Economic Journal, Vol. 39, N°. 153, pp. 41-57.

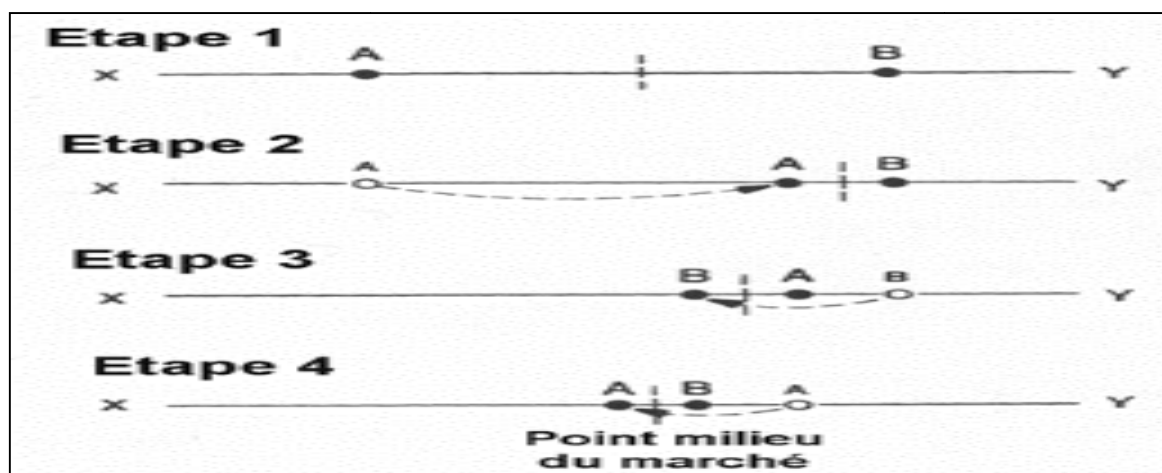
Sous certaines conditions, dont la principale est que la demande est parfaitement inélastique, Hotelling démontre que les localisations optimales des duopoleurs se situent toutes deux au centre du marché. Ce résultat est appelé la loi de Hotelling (PONSARD, 1988 ;FUJITA & THISSE, 1997) qui découle du principe de différenciation minimale.

1.3.2. Le comportement des entreprises sur le marché : principe de différenciation⁹

En principe, la recherche d'une localisation optimale par chaque entreprise d'une décision indépendante est expliquée par la recherche de comment partager le marché en deux demi-segments, c'est-à-dire, $\frac{l}{2}$ afin d'occuper des positions centrales, cette démarche est jouée en premier scénario ; ensuite par un comportement ambitieux, une de ces entreprises (A ou B), cherche à capter une part de marché de son rivale, en s'installant à sa proximité, ce qui nous donne la deuxième démarche du jeu.

Par la suite, l'entreprise rivale prend conscience d'une menace reprochée, ce qui l'oblige à adopter un comportement de saute-mouton, et ainsi le fera l'entreprise agissant en premier, il s'agit alors de la troisième étape du jeu. Enfin, les deux entreprises A et B se regroupent tous les deux au milieu du marché ou le segment($\frac{l}{2}$).

Figure 4. Le principe de différenciation minimale



Source : Jerome BARAY.2002, « Géomarketing ; localisation commerciale multiple », thèse Doctorat en sciences économiques -Université de Rennes I. p.216.

⁹ Dans le principe de différenciation, on distingue deux scénarios possibles : celui d'une différenciation minimale avec un modèle de shopping dont, les consommateurs supportent les coûts de transport, et celui d'une différenciation maximale où, les entreprises s'éloignent pour échapper à la concurrence spatiale.

Limites : L'hypothèse d'élasticité même limitée de la demande et l'introduction de plus de deux vendeurs remettent en question cette loi. Néanmoins elle reste au cœur de nombreux débats dans le domaine de la concurrence spatiale. De plus, HOTELLING a établi que la concentration des localisations pouvait être, sous certaines conditions, une situation d'équilibre. Mais un problème d'optimalité de telles localisations se pose, puisque les acheteurs les plus éloignés du centre sont pénalisés par rapport aux autres, toutes choses égales par ailleurs.

Section 2 : L'économie urbaine et la théorie des lieux centraux

Dans cette section nous présenterons la théorie des lieux centraux de CHRISTALLER (1933) et de LÖSCH (1940) ensuite le modèle d'économie urbaine.

2.1. La théorie des lieux centraux de CHRISTALLER (1933) et de LÖSCH (1940)

La théorie des lieux centraux est connue à partir des travaux du géographe allemand WALTER CHRISTALLER (1933) et de l'économiste allemand AUGUST LÖSCH (1940), pour expliquer la taille et le nombre des villes et leur espacement dans un territoire¹⁰. Elle s'appuie sur une définition de la ville qui en fait essentiellement un centre de distribution de biens et de services pour une population dispersée, et sur des principes d'optimisation (qui tiennent compte des coûts de transport).

La théorie des lieux centraux de CHRISTALLER est la première tentative d'explication systématique de l'organisation spatiale d'un système de villes à partir de principes économiques. Il cherche à démontrer qu'il existe une relation entre la localisation des villes et leur position dans la hiérarchie.

Le modèle de CHRISTALLER s'inscrit dans la théorie des lieux centraux *Central Places Theory* développée par le géographe allemand WALTER CHRISTALLER au début du XXème siècle. Cette théorie vise à expliquer certaines régularités observées par CHRISTALLER quant à la taille, au nombre et à la localisation des villes. Les villes (définies comme des lieux centraux) sont vues comme pourvoyeuses de biens et services aux campagnes environnantes. Afin de démontrer les régularités observées (notamment en termes de localisation),

¹⁰ Les deux auteurs ont fait deux articles très remarquables, qui ont par la suite traduits en anglais : CHRISTALLER W., 1933 : "Die zentralen Orte in Süddeutschland". Fischer, Iena. Trad. Anglaise : "Central Places in Southern Germany", Englewood, Cliffs, Prentice Halls, 1966, 230 p ; LÖSCH A., 1940: "Die Räumliche Ordnung der Wirtschaft" .Iena. Trad. anglaise: "The economics of location". Yale University Press, New Haven. 1954

Christaller fixe un nombre de lieux centraux et de niveaux hiérarchiques, selon les termes suivants :

$$N_t = K_t$$

Avec N_t le nombre de lieux centraux de niveau hiérarchique "t", et K_t le nombre de niveaux hiérarchiques. Ainsi, dans un système de hiérarchie 3, on trouvera 3 lieux centraux de niveau 1, 9 lieux centraux de niveau 2 et 27 lieux centraux de niveau 3. Sur cette base, Christaller pose les principes suivants :

- a) L'espace géographique est homogène (isotrope) ;
- b) La population et les ressources sont uniformément distribuées ;
- c) Les consommateurs sont identiques et rationnels¹¹ ;
- d) Les prix sont fixés et aucun producteur ne peut réaliser de marge excédentaire (concurrence parfaite) ;
- e) Les coûts de transport des biens urbains sont à charge du consommateur rural ;
- f) Il existe des économies d'échelles dans la production (i.e. le coût de production de certains produits décroît avec la quantité produite) ;
- g) Un lieu central de niveau t produit également des biens de niveau inférieur (dans un système de profondeur 3 ($K = 3$) les lieux de niveau 1 produiront ainsi des biens de niveau 1, 2 et 3, tandis que les lieux de niveaux 2 ne produiront que des biens de niveau 2 et 3 et les lieux à la base de la hiérarchie ne produiront que des biens de niveau 3).

Les principes 3, 4 et 5 impliquent que les consommateurs vont minimiser les coûts de transport et privilégier les lieux centraux les plus proches. En ajoutant le principe 6 (existence d'économies d'échelles), on obtient un nombre limité de producteurs ravitaillant les consommateurs les plus proches. L'ajout des principes 1 et 2 entraîne alors que ces producteurs seront régulièrement espacés. CHRISTALLER montre alors que l'hexagone est la figure géométrique permettant de couvrir l'espace de manière optimale, afin que toute la population soit desservie.

Les travaux de Christaller ont connu de nombreuses réinterprétations, dont la plus connue est celle de LÖSCH (1940). LÖSCH va construire sa théorie à partir des critiques formulées sur le modèle de WEBER. En effet, WEBER considère une demande constante et ne

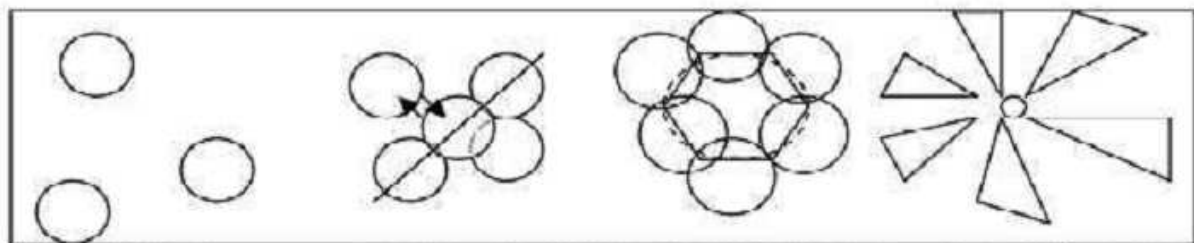
¹¹ Maximisent leurs utilités.

prend pas en compte ses variations. Lösch va chercher non pas le point de moindre coût mais le point de profit maximum. Dans son analyse il intègre l'interdépendance des firmes. Son objectif n'est pas d'expliquer la localisation d'une activité économique, mais de montrer comment se met en place un système de localisation des activités économiques (MERENNE-SCHOUMAKER, 1991). L'idée fondamentale de cet auteur est que la localisation optimale ce n'est qu'une situation permettant la maximisation d'un profit, il s'agit donc de chercher la max de l'écart entre la recette totale (RT) et le coût totale (CT) :

$$\text{Max } \pi \Rightarrow \text{Max } (RT - CT)$$

August LÖSCH a montré que même si le monde était une boule lisse, les localisations des activités économiques ne seraient pas dispersées uniformément. Les avantages économiques de la spécialisation et de la production de masse conduisent à des concentrations locales, mais qui sont limitées par la recherche des économies sur les frais de transport, lesquelles poussent à une certaine dispersion. Par une procédure complexe LÖSCH construit d'abord des réseaux de surfaces de marchés *hexagonales* pour chaque bien. Leur combinaison en système de réseau le conduit ensuite à élaborer une théorie des régions économiques. Enfin, ces système régionaux sont eux-mêmes reliés en réseau de systèmes (ou réseau de régions). Ainsi, il construit une hiérarchie des lieux centraux, c'est-à-dire des agglomérations dont les tailles, les espacements et les zones d'influences sont codéterminés (PONSARD, 1988).

Figure. 5. Paysage économique de LÖSCH pour la localisation



Producteurs isolés

Compétition et partage

Schéma hexagonal

Secteur d'implantation

Source : DJINSU SIMO KEVIN, 2013. « Les déterminants de la localisation des entreprises industrielles dans la région du centre-cameroun ». Mémoire pour le master 2 Gouvernance et Développement Economique. Université de yaounde II. P.33

Prolongement : Cette architecture pose des problèmes mathématiques délicats et soulève de nombreuses questions d'ordre économique. Des discussions sur la forme optimale des surfaces de marché, l'effet de l'entrée de nouveaux concurrents, les distorsions du modèle initial dues à la non-uniformité de l'environnement, les conditions de la concurrence spatiale, la forme des courbes de demande dans l'espace, la politique des prix des firmes, etc. La

littérature suscitée par la théorie des lieux centraux est non seulement immense, mais encore diversifiée.

Outre ces quatre paradigmes PONSARD distingue quatre champs de recherche : les modèles d'interaction spatiale, la théorie de l'équilibre général spatial de l'économie, la théorie de l'économie spatiale publique et l'analyse des espaces économiques flous. Les modèles d'interaction spatiale se sont développés depuis les années 50, ce sont des modèles anciens développés par des travaux de démographes et économistes dans la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle et début du XX^{ème} siècle. Ces modèles s'inspirent de la loi de gravitation universelle de NEWTON (1680). Les auteurs ont cherché à appliquer la loi de NEWTON dans laquelle deux corps s'attirent l'un à l'autre avec une force qui est proportionnelle au produit de leurs masses et inversement proportionnelle au carré de la distance qui les sépare à la démographie et à l'économie¹².

La théorie de l'équilibre général spatial de l'économie a pour objectif d'analyser les conditions d'existence d'un équilibre de toutes les activités économiques considérées dans leur interdépendance, et d'étudier les propriétés d'unicité, de stabilité et d'optimalité d'un tel équilibre.

La théorie de l'économie spatiale publique. La non-neutralité économique de l'espace entraîne que les préceptes de l'économie classique ne sont plus valides. Par exemple : la considération de l'espace remet en cause le contenu habituel du concept du bien collectif pur, puisque la disponibilité d'un tel bien pour les usagers peut dépendre de leur proximité par rapport aux points d'offre et être donc inégale selon leur résidence.

L'analyse des espaces économiques flous et des comportements spatiaux imprécis. Un espace économique précis (à l'inverse des espaces flux) signifie que cet espace a ou n'a pas certaines caractéristiques constitutives et les agents économiques qui y vivent préfèrent ou ne préfèrent pas une action possible à une autre. Cependant le monde réel est souvent imprécis, les espaces économiques (comme les régions économiques, les aires d'influence, des surfaces de marché, etc.) Possèdent plus ou moins des caractéristiques données. Souvent ils ne sont pas délimités par des frontières nettes, ils se recouvrent partiellement et il est difficile de les diviser. De la même manière le comportement des individus n'est pas toujours clair.

¹² D'ailleurs, les nouvelles théories du commerce international utilisent le modèle de gravité pour expliquer les échanges internationaux, d'où l'importance de la distance entre partenaires commerciaux, et le volume des produits des deux.

La théorie de l'équilibre général spatial de l'économie a pour objectif d'analyser les conditions d'existence d'un équilibre de toutes les activités économiques considérées dans leur interdépendance, et d'étudier les propriétés d'unicité, de stabilité et d'optimalité d'un tel équilibre.

2.2 Le modèle d'économie urbaine

L'économie urbaine est une branche de l'économie spatiale qui s'est peu à peu spécialisée à la faveur de son objet d'étude est la ville. Elle a réellement débuté avec les travaux de WINGO (1961), ALONSO (1964) et MUTH (1961,1969) (PONSARD, 1988 ; AYDALOT, 1980). Ces modèles trouvent leurs origines dans les travaux de VON THÜNEN sur l'occupation du sol. Ils constituent la base de la *Nouvelle Economie Urbaine* (NUE), ces modèles sont également connus comme modèles standards de l'économie urbaine.

Dans le modèle de localisation résidentielle d'Alonso (1964), Un ménage désirant résider dans une commune doit décider de la taille de son logement et de la localisation exacte. Son choix de localisation prend en compte d'autres facteurs comme le voisinage, le niveau d'aménité du quartier, la distance à son lieu de travail, la qualité des écoles et des services publics, *et cetera*. En 1964, Alonso fait paraître un ouvrage intitulé '*Location and Land Use – Towards a General Theory of Land Rent qui développait l'argumentation de son article A Theory of the Urban Land Market*' (1960)¹³. Il y développe une approche générale de l'affectation du sol en transposant le modèle de Von Thünen à la localisation résidentielle urbaine et à celle des firmes urbaines.

Dans son modèle ALONSO introduit explicitement, la distance au centre d'agglomération (CBD ou Central Business District), dans la définition des choix de localisation. De plus, il fait l'hypothèse que tous les emplois sont au centre. Plus la localisation est proche du centre, plus le prix du foncier est élevé, mais les déplacements seront minimisés. Dans un tel modèle, les entreprises cherchent à maximiser leur profit et les ménages leur satisfaction sous contrainte budgétaire. Plus on s'éloigne du centre-ville, et plus les coûts de transports sont élevés et le prix du terrain faible. Ménages et entreprises recherchent le meilleur compromis entre ces deux dépenses.

¹³ Hind AISSAOUI, (2016). « Choix de localisation résidentielle des ménages en milieu urbain », thèse de doctorat en sciences économique, Université Lumière Lyon 2.

Les modifications dans les infrastructures de transports peuvent avoir un impact sur le coût de transport, une meilleure accessibilité peut se traduire par une diminution du coût de transport (MASSON, 2000 ; PEGUY, 2000).

Comme nous l'avons indiqué, le modèle théorique d'ALONSO a été appliqué et validé en particulier sur les localisations de l'habitat résidentiel. Mais pour les localisations des activités il se confronte à un certain nombre de difficultés, liées à la détermination du prix.

Parlant de *La multipolarité urbaine* ou l'existence de plusieurs pôles urbains. *L'économiste et le prix Nobel en 2008 Paul Krugman, fait l'hypothèse que les coûts de transport sont variables (en présence d'un réseau de transports hétérogène par exemple) et que les activités économiques localisées en centre-ville sont associées à des économies d'échelle c'est-à-dire qu'elles sont d'autant plus rentables que le nombre d'individus qui en bénéficient est élevé, ce qui permet de mieux répartir les coûts fixes*¹⁴.

Pour Krugman (1991), la dispersion des activités économiques peut être source de gains, aboutissant à la mise en place de plusieurs pôles urbains.

De manière plus récente, l'économie géographique a tenté de relâcher certaines hypothèses du modèle standard de l'économie urbaine, jugées trop fortes et restrictives.

Section. 3. Le modèle d'économie géographique

Malgré que jusqu'à maintenant, la plupart des modèles présentés d'une façon ou d'une autre ont souligné l'importance de la distance, le climat et les coûts de transport dans leurs analyses pour le choix de localisation, c'est-à-dire le côté géographique, mais P. KRUGMAN (1991) peut être considéré le premier initiateur de cette approche de l'économie dont, « *L'économie géographique s'intéresse à comprendre les déterminants de la concentration spatiale des activités économiques, la mesure de la polarisation des activités, l'attractivité des territoires et les mesures de politique économique qui peuvent être mises en place pour tenter d'influencer les décisions de localisation des firmes* »¹⁵.

L'économie géographique a pour objectif d'apporter une réponse à la question suivante : qui (ou quoi) se localise où ? « Qui » (ou « quoi ») fait référence aux agents économiques

¹⁴ BENJAMIN VIGNOLLES 2011 : « Petite introduction à l'économie urbaine », Regards croisés sur l'économie, N° 9, p. 159-161.

¹⁵ <http://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/nouvelle-economie-geographique-neg.html>

(ou équipements) tels qu'entreprises ou ménages (ou les infrastructures publiques). « Où » fait référence à des zones géographiques variées allant de la ville au marché regroupant plusieurs pays, en passant par les collectivités territoriales et les régions.

3.1. Quelques éléments introductifs

L'objectif est d'expliquer pourquoi certaines activités économiques choisissent de se localiser dans des endroits particuliers, ainsi que l'impact que ces multiples décisions ont sur l'organisation territoriale de l'économie (FUJITA & THISSE, 1997). L'économie géographique selon PAUL KRUGMAN est que « *L'économie géographique ne peut pas se définir comme un domaine structuré mais plutôt comme un ensemble d'idées rassemblées autour de l'axe de recherche auquel nous nous intéressons* »¹⁶.

*L'idée principale de P. KRUGMAN lorsqu'il aborde l'économie géographique est de décrire les raisons de la localisation des activités productives dans l'espace. Pour lui il est évident que la localisation des activités à l'intérieur des nations est un sujet important*¹⁷. Pour un pays aussi grand que les USA; l'allocation de la production entre les régions est, très certainement un problème aussi important que le commerce international.

L'intégration européenne serait le parfait exemple. L'unification du marché européen, avec libre circulation du capital et du travail, ne permet plus de traiter les relations entre les nations avec les outils standards de la théorie du commerce international. Par conséquent, les questions qui se posent désormais sont celles de l'économie régionale et la géographie économique représente le moyen de les envisager. Enfin, le nouveau domaine de recherche empirique qu'elle fournit représente, selon KRUGMAN, la principale raison pour laquelle il est important de s'intéresser à l'économie géographique.

Plusieurs modèles ont été développés pour répondre à différentes questions (« pourquoi existe-t-il des forces poussant à l'agglomération ou à la dispersion des activités économiques ? pourquoi observe-t-on des regroupements constitués d'agents différents ? et pourquoi les régions et les villes se spécialisent-elles dans des activités différentes ? » (FUJITA & THISSE, 1997) et aux limites des modèles d'économie standard urbaine (notamment les hypothèses de rendements d'échelle non croissants, les externalités et la concurrence spatiale).

¹⁶ STEVEN COISSARD, 2007 : « Perspectives. La nouvelle économie géographique de Paul KRUGMAN. Apports et limites », Revue d'Économie Régionale & Urbaine, mai, p. 111-125.

¹⁷ « Nouvelle économie géographique et géographie : quel dialogue ? », L'Espace géographique 2007/3 (Tome 36), p. 193-214.

Dans cette partie, nous approfondirons le modèle avec externalité, car c'est le modèle qui a été le plus développé dans la théorie et les externalités sont une force centripète (force d'agglomération) majeure.

3.2. Economies d'agglomérations et externalités

Un effet d'agglomération est « *la possibilité de réaliser des gains de productivité dans la production grâce à la proximité géographique des entreprises les unes avec les autres* »¹⁸. Les effets d'agglomérations sont dus au fait que les entreprises supportent des coûts dans leurs transactions (interaction, communication, ...ets) et qu'elles ont intérêt à se regrouper de manière à minimiser ces coûts et générer des externalités positives.

Toutes les configurations spatiales des activités économiques peuvent être vues comme le résultat d'un processus impliquant deux types de forces opposées, les forces d'agglomération (ou forces centripètes) et les forces de dispersion (ou force centrifuges). Une force centripète majeure réside dans les externalités qui apparaissent dans le système productif.

De plus en plus de producteurs veulent se localiser au même endroit en raison des facteurs multiples qui permettent une spécialisation de plus poussée du processus de production. De même, l'installation de nouvelles entreprises incite de nouveaux travailleurs à émigrer, car ils espèrent trouver un emploi leur convenant mieux avec un salaire plus élevé qui leur permet une vie meilleur. *Plus généralement, ces externalités dites marshalliennes (Marshall 1890 cité dans (FUJITA & THISSE, 1997) trouvent leur origine dans :*

- a) *La production de masse (elles sont alors similaires aux économies d'échelle) ;*
- b) *La formation de la main-d'œuvre hautement qualifiée provenant de l'accumulation du capital humain et de la communication directe ;*
- c) *Une plus grande disponibilité d'inputs spécialisés ;*
- d) *L'existence d'infrastructures modernes.*¹⁹

¹⁸ <http://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-terms/effet-d-agglomeration.html>

¹⁹ Aline BOUVARD, 2008. « Les facteurs de localisation des activités économiques : application à l'aire urbaine de Lyon ». Mémoire pour le Master 2 Recherche Transport, Espace, Réseaux. Université Lumière Lyon 2. P 17.

HOOVER (1936) en se fondant sur des travaux de WEBER a proposé une classification des économies d'agglomération devenue standard en théorie de la localisation (FUJITA & THISSE, 1997; 2003 cité dans Aline BOUVARD ; 2008) :

- a) les économies d'échelle existant à l'intérieur de l'entreprise, et dépendent du volume de production de celle-ci ;
- b) Les économies de localisation sont associées aux entreprises appartenant au même secteur et implantées au même endroit. Elles dépendent de la taille de l'output de l'industrie en ce lieu ;
- c) Les économies d'urbanisation sont associées à la proximité de tous les producteurs installés en un même lieu. Elles dépendent du niveau général d'activité en ce lieu.

Les économies de localisation expliquent pour une large part la croissance et le succès des districts industriels, c'est-à-dire, de sites qui accueillent un nombre important de firmes de petite taille, produisant des biens similaires et qui tirent profit de l'accumulation localisée de compétences associées aux travailleurs résidant en ces lieux.

Le concept d'externalité a longtemps été utilisé pour décrire des situations très différentes. *Les externalités peuvent être classées en deux catégories ; les externalités dites technologiques et les externalités dites pécuniaires. Les externalités technologiques traitent des effets d'interaction qui se produisent en dehors des marchés et affectent directement les utilités des consommateurs ou les fonctions de productions des entreprises. Les externalités pécuniaires renvoient aux bénéfices des interactions économiques qui se concrétisent au travers des mécanismes habituels de marché (c'est-à-dire, au travers de prix).*²⁰

Les externalités marshalliennes incluent à la fois des externalités pécuniaires et technologiques. Par conséquent, chaque type d'externalité est susceptible de conduire à l'agglomération d'activités économiques, une agglomération économique est créée aussi bien au travers d'externalités technologiques que pécuniaires, par ailleurs souvent combinées.

²⁰ Fujita M., Thisse J.-F, 1997, « Economie géographique, Problèmes anciens et nouvelles perspectives », Annales d'économie et de statistique, N°45, pp.3-4.

3.3. Les modèles avec externalités

Les modèles avec externalités (seule les externalités technologiques sont prises en compte) visent à décrire les équilibres spatiaux résultant des interactions hors marché entre les entreprises et/ ou ménages. Les externalités peuvent prendre les deux formes suivantes : Les externalités de communication et les externalités spatiales. Les externalités de communication décrivent explicitement les relations de communication entre les agents économiques, alors que les externalités spatiales utilisent le concept d'accessibilité pour appréhender de manière indirecte les effets générés par la distance et qui ne sont pas captés par les prix.

« *Le modèle proposé par FUJITA, IMAI et OGAWA (FUJITA & THISSE, 1997) permet d'illustrer le mécanisme basique de l'agglomération impliquant à la fois des producteurs et des consommateurs* »²¹. La force d'agglomération réside dans l'existence de communications entre entreprises autorisant l'échange d'informations. Une caractéristique importante de celle-ci est qu'elle s'apparente à un bien public : l'utilisation d'une partie de l'information par une entreprise ne réduit pas le contenu de cette information pour les autres. Dès lors, l'échange d'information à travers un processus de communication entre producteurs génère des externalités positives pour chaque entreprise. Si chacune des entreprises disposent d'informations différentes, le bénéfice de la communication augmente généralement avec le nombre de participants. De plus, puisque les communications mettent en jeu des coûts croissant avec la distance, les bénéfices retirés seront d'autant plus élevés que les entreprises sont proches. Toutes choses égales par ailleurs, les producteurs tendent à se regrouper pour faciliter la transmission de l'information.

Mais le regroupement des entreprises dans une même région entraîne des externalités négatives, la longueur du trajet moyen d'un salarié vers son entreprise augmente ce qui, à son tour, conduit à une hausse des salaires et des rentes foncières. De telles augmentations tendent à décourager l'implantation d'autres producteurs dans la région considérée. En conséquence, la distribution d'équilibre des ménages et des entreprises est le résultat de ces deux forces opposées.

²¹Jean-Pierre NICOLAS, Aline BOUVARD, François MILLION et all, Décembre 2008. « La localisation des activités économiques au sein de l'Aire Urbaine de Lyon », Rapport du Laboratoire d'Economie des Transports-Lyon- p 17

Conclusion

Les théories de localisations sont multiples variées, à partir des théories présentées dans ce chapitre nous pouvons retirer quelques facteurs importants : le prix du foncier, la distance au centre (cout du transport), l'accessibilité au marché et les économies d'agglomération sont des facteurs décisifs dans le choix de la localisation d'une activité économique.

Le prix du foncier est fonction de la distance au centre, plus on s'éloigne du centre et plus le prix diminue. Dans le modèle de VON THÜNEN, il s'agit de trouver une meilleure production pour une localisation donnée, les entreprises localisent au centre, les produits qui peuvent payer la plus forte rente. Contrairement au modèle de V. THÜNEN celui d'ALFRED WEBER cherche une meilleure localisation pour un produit donné. Dans la théorie d'ALONSO, les entreprises cherchent à maximiser leur profit et réalisent un arbitrage entre le coût de transport et le prix du foncier. Plus on s'éloigne du centre et plus le prix du foncier va diminuer, mais les coûts de transport vont augmenter. Cependant, une amélioration de l'accessibilité peut faire diminuer le coût de transport.

Les économies de l'agglomération sont le dernier concept important. Une force centripète majeure de ces économies d'agglomération réside dans les externalités. Les entreprises retirent des profits à se localiser à proximité les unes des autres. Nous pouvons différencier les externalités de localisation et les externalités d'urbanisation. Les externalités de localisation résultent de l'agglomération sur un même territoire d'activités de secteurs similaires ou voisins. Les externalités d'urbanisation résultent de la diversité sectorielle sur le territoire, de la proximité de tous les producteurs.

Dans le deuxième chapitre nous allons se focaliser sur les facteurs de localisation des industries, il existe une multitude de facteurs qui influencent sur la localisation des entreprises.

CHAPITRE II

LES FACTEURS DE LOCALISATION DES ACTIVITES INDUSTRIELLES

Introduction

« Par facteur de localisation on entend tout phénomène susceptible d'influencer d'une manière ou d'une autre sur le choix d'une localisation »¹, le choix d'un bon site industriel est un problème économique capital. Les chefs d'entreprises suivent un comportement rationnel, Il ne s'agit plus d'avoir simplement une bonne idée et des fonds nécessaires mais plutôt de savoir implanter une entreprise dans un environnement fertile, qui lui permet d'évoluer dans des bonnes conditions.

Le choix d'implantation des activités économiques est le résultat d'un compromis et d'options parmi un nombre plus ou moins grand de facteurs dont le poids et la diversité varient d'une situation à l'autre. « La sélection d'une localisation est toujours une question de compromis et d'option car, comme le dit R. MUTHER, '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' »². Toute implantation d'activité est la résultante de deux grands types de facteurs : ceux caractérisant les territoires et ceux caractérisant les entreprises et les établissements.

Dans ce chapitre nous allons présenter les déterminants de localisation des activités économiques et notamment industrielles, trois sections sont consacrées pour discuter ce sujet, dont on parlera dans la première section des facteurs traditionnels de la localisation industrielle, ensuite dans la deuxième on traitera les facteurs modernes de localisation et enfin on essaye d'aborder l'environnement économique, humain et politique de localisation.

Section 1 : les facteurs traditionnels de la localisation industrielle

Les principaux facteurs traditionnels qu'on peut citer sont ; la proximité d'une mine et la proximité des ports industriels.

1.1. La proximité d'une mine

C'est dans les vieux pays industrialisés (France, Allemagne, Grande-Bretagne) que l'on trouve les «pays noirs», couverts de suie et de rouille, qui furent les berceaux de l'industrie.

¹ DAVIN L., 1969, « Les facteurs de localisation des industries nouvelles », In Revue économique, vol 20, N°5, PP. 894-904.

² BRUMO L, (1993), « Dynamique industrielle et localisation : Alfred Marshall revisité ». Revue française d'économie, Volume 8, N°4, PP. 195-234;

Au XIX^{ème} siècle, on installait les usines à proximité des mines pour réduire le temps et le coût de transport du fer et du charbon qui leur étaient nécessaires (Arnaud Parienty, 2008). Pauvres, les ouvriers et les mineurs, tous venus de la campagne, vivaient dans des maisons toutes semblables et très simples, bâties pour eux à côté des mines et des usines.

Aujourd'hui ces régions ont abandonné peu à peu leur activité industrielle. Le charbon et le fer sont de plus en plus rares et difficiles à extraire. Les vieilles usines sont devenues trop polluantes. Les ouvriers, qui étaient très attachés à leur métier, sont au chômage et quittent leur maison. Parfois de nouvelles entreprises s'installent, on plante des arbres sur les terrils, collines composées de déchets de charbon. Mais ces régions ont du mal à renaître (ARNAUD PARIENTY, 2008).

1.2. La proximité des ports industriels

Quand les mines des pays industriels ont été épuisées, il est devenu plus facile d'importer par bateau le fer, le charbon ou le pétrole des pays où ils étaient abondants et peu chers. Les entreprises ont donc commencées à créer des usines, non plus près des mines mais près des ports industriels³. Au Japon, on a même conquis de nouvelles terres sur la mer, en créant de véritables presqu'îles pour des industries comme la métallurgie ou la chimie.

Ces nouveaux espaces sont équipés pour recevoir des navires géants, pétroliers ou minéraliers. Des aciéries et des raffineries de pétrole ont été installées juste à côté. L'énergie est fournie par des centrales thermiques. Les produits fabriqués ici sont souvent exportés à bord d'autres bateaux. On trouve de tels sites industriels à proximité des ports des vieux pays industriels, où ils ont remplacé les pays noirs, mais aussi "dans beaucoup de pays en développement, surtout en Asie.

Section 2 : Les facteurs modernes de localisation industrielle

L'industrie moderne a besoin de rester en contact avec le monde entier. Les industries les plus avancées comme l'informatique, l'électronique des télécommunications, les laboratoires de chimie pharmaceutique ou l'aéronautique s'installent désormais dans les banlieues des grandes villes. À proximité on trouve des universités qui fournissent des chercheurs, et des moyens de transports rapides (TGV, aéroports, autoroutes). Ces technopoles croissent souvent dans les régions agréables des grands pays industriels, comme aux USA. Leur cadre

³ <http://www.strategie.gouv.fr/IMG/pdf/DossierMondialisation8.pdf>

séduit les chercheurs, qui peuvent aussi bénéficier des services de la grande ville et s'y divertir. A ce niveau, d'après MERENNE-SCHOUMAKER (1991), la localisation des activités économiques est influencée par deux grands types de facteurs de localisation :

- a) Ceux qui dépendent de la nature des entreprises et ;
- b) Ceux qui caractérisent les territoires.

Schéma 1. Fonctionnement du marché de localisation des activités économiques

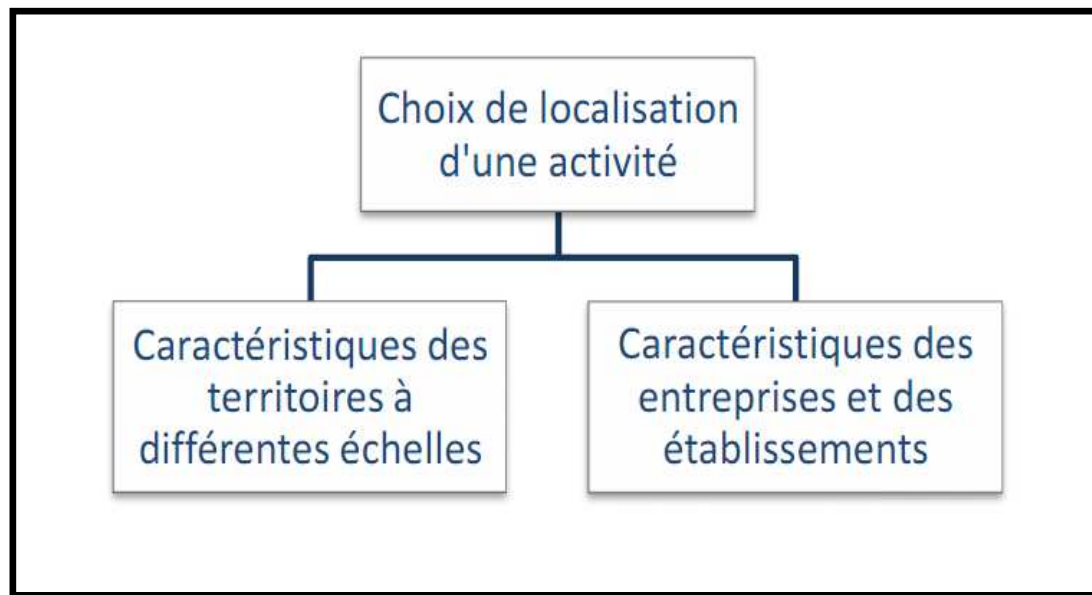


Source : <http://www.institut-numerique.org/SECTION-II-TERRITOIRES-ET-OFFRE-DE-FACTEURS-DE-LOCALISATION-5201ED2192707>

Le schéma 1 ci-dessus nous montre le fonctionnement du marché de localisation des activités économiques. Ainsi, les deux acteurs intervenants sur ce dernier qui sont les territoires qui jouent le rôle des offreurs des caractéristiques de localisation et les entreprises comme demandeurs de caractéristiques de localisations.

L'attractivité territoriale peut être conçue comme le résultat de la confrontation sur le marché de localisation des activités économiques, d'une demande de caractéristiques de localisation émanant des entreprises et d'une offre des caractéristiques territoriales émanant des territoires. *De la confrontation entre l'offre des territoires et la demande des entreprises résulte une concurrence entre les territoires pour l'accueil des entreprises. Ainsi, au sein du marché de localisation, chaque territoire développe une panoplie d'instrument pour attirer les investissements. Par contre, l'investisseur choisi, pour chaque projet, la localisation garantissant le meilleur rapport coûts/risques/avantages au regard des objectifs recherchés par l'entreprise.*⁴

⁴ <http://www.institut-numerique.org/SECTION-II-TERRITOIRES-ET-OFFRE-DE-FACTEURS-DE-LOCALISATION-5201ED2192707>.

Schéma 2. Les déterminants de localisation

Source : MERENNE-SCHOUMAKER, *La localisation des industries, 1991*, in Aline BOUVARD, 2008. « Les facteurs de localisation des activités économiques : application à l'aire urbaine de Lyon ». Mémoire pour le Master 2 Recherche Transport, Espace, Réseaux. Université Lumière Lyon 2. P 24.

2.1. Les facteurs ayant trait au profil de l'établissement

Les stratégies de localisation des industries lourdes ou de première transformation sont sensiblement différentes de celles des industries de haute technologie, Malgré plusieurs tentatives de généralisation, il faut constater que chaque cas est unique et demande un inventaire spécifique des besoins et des souhaits (Steven COISSARD, 2007). Les premières auront besoin d'espace, elles intégreront dans leur stratégie la limitation des coûts de transports, Les secondes s'attacheront à se situer à proximité d'une main d'œuvre qualifiée, des centres de recherches universitaires.

Dans ce sens, MERENNE-SCHOUMAKER (1991) identifie cinq (05) caractéristiques relatives au profit de l'établissement, à savoir :

- a) L'influence de la branche d'activité et de l'établissement et du cycle de vie du produit ;
- b) la taille de l'entreprise ;
- c) La fonction de l'établissement (dans quel secteur elle fonctionne ; tertiaire, secondaire ou premier) ;
- d) la nature de l'opération de localisation dont il résulte ;

- e) le niveau de présence géographique des entreprises (firmes multinationales, firmes étrangères des pays limitrophes, firmes nationales à plusieurs sièges et les firmes locales)⁵

2.1.1. L'influence de la branche d'activité, de l'établissement et du cycle de vie du produit

La localisation des différents types d'activités répond à des critères spécifiques. Il est difficile d'établir des généralités sur la localisation des secteurs, à l'exception de quelques secteurs particuliers comme la sidérurgie. Les industries des biens de consommations se comportent plutôt comme les entreprises du secteur des services et du commerce. Les facteurs de localisation sont influencés par les besoins des entreprises liés au cycle de vie du produit, car les grandes agglomérations des pays développés regroupent des caractéristiques favorables au lancement de nouveaux produits. Alors que les espaces périphériques et plus particulièrement les pays développés, sont plus adaptés à la fabrication de « *produits à maturité* »⁶.

2.1.2. La taille de l'entreprise,

La taille de l'établissement a un impact sur les exigences en main-d'œuvre et en surface. En effet, plus que la taille de l'entreprise augmente, plus la quantité de sites d'implantation qui lui convient diminue. Car, d'une part, les vastes terrains bien situés sont relativement rares et d'autre part, le nombre de travailleurs disponibles et les moyens de communication doivent être suffisants dans la zone d'influence du site.

2.1.3. La fonction de l'entreprise

*Il existe des différences entre la localisation des activités du tertiaire industriel et des activités de production*⁷. Dont, Les activités du tertiaire industriel cherchent à se localiser à proximité des grands centres urbains et s'opposent souvent à l'exurbanisation. Les fonctions du tertiaire ont plus besoin d'un environnement urbain de qualité ; alors qu'à l'opposé, les activités de production, notamment celles qui exigent peu de personnel qualifié, se déplacent plus facilement et choisissent plus fréquemment les petites villes ou les espaces ruraux. La disponibilité, la réputation et le faible coût de la main d'œuvre sont plus attirants (NICOLAS J-P et al, 2008).

⁵ BOUVARD et AL, (décembre 2008) : « La localisation des activités économiques au sein de l'Aire Urbaine de Lyon, Rapport n°6, P.23.

⁶ La phase de maturité est la phase du cycle de vie du produit où les ventes évoluent peu dans un univers concurrentiel.

⁷ MIRENNE-SCHOUMAKER, (1996),Op, Cit.

2.1.4. La nature de l'opération de localisation

La nature de l'opération de localisation, c'est-à-dire le type de situation qui conduit à la décision d'une nouvelle implantation de l'établissement. Trois situations peuvent être envisagées : la création d'un établissement, l'extension d'une entreprise existante et le transfert d'une unité fonctionnant déjà. Il existe des situations intermédiaires, par exemple, le transfert peut concerner l'ensemble de l'entreprise, seulement la production ou une activité bien déterminée (Jean-Pierre NICOLAS et al, 2008).

Dans le cas d'une extension, les entreprises peuvent chercher à minimiser la distance entre l'ancien et le nouvel établissement, pour permettre l'arrivage des matières premières, l'écoulement des produits et les contacts entre les divisions. Dans le cas d'un transfert, différents facteurs peuvent expliquer la limitation de la distance comme, la localisation de la clientèle, le lieu de résidence de la main-d'œuvre ou le cadre de vie.

2.1.5. Le niveau de présence géographique des entreprises

« MERENNE-SCHOUMAKER (1991) distingue quatre niveaux de présence géographique, auxquels correspondent des comportements nettement différents »⁸. Les localisations des firmes sont différentes selon qu'elles soient des firmes multinationales, des firmes étrangères des pays limitrophes, des firmes nationales à plusieurs sièges ou des firmes locales.

Pour les firmes multinationales, la création d'une nouvelle unité se réalise à partir d'une technique déjà plus ou moins éprouvée et d'une certaine expérience, les FMN possèdent des stratégies et un savoir-faire très important et avancé dans ce domaine, Actrices majeurs de la mondialisation, notamment financière, les firmes multinationales sont constituées d'une « maison-mère » et de filiales implantées à l'étranger : la CNUCED définit une firme multinationale comme « une firme qui contrôle au moins une filiale basée à l'étranger ; est considérée comme une filiale une entreprise dont la maison-mère détient au moins 10 % du capital » (DE CHATEAUBRIANT V, 2013) .

En effet, pour faire face aux **contraintes de la mondialisation** c'est-à-dire de la **concurrence**, les entreprises utilisent des stratégies de localisation, c'est-à-dire qu'elles délocalisent une partie de leurs productions : on entend par délocalisation « *la fermeture d'une unité de production [d'un pays], suivie de sa réouverture à l'étranger, en vue de réim-*

⁸ NICOLAS J-P, ET AL, (2008), « La localisation des activités économiques au sein de l'Aire Urbaine de Lyon », Rapport du Laboratoire d'Economie des Transports- Lyon-

porter sur le territoire national des biens produits à moindre coût et de continuer à fournir les marchés d'exportation à partir de cette nouvelle implantation »⁹, il s'agit donc d'un *déménagement de l'unité de production, via un investissement direct à l'étranger (IDE)*. Mais, la société traite avant tout avec les autorités nationales et est peu sensible aux traditions régionales. Alors que, les firmes étrangères des pays limitrophes, possèdent fréquemment un nombre restreint d'établissements. Comme elles rencontrent souvent des difficultés dans leur propre pays pour s'étendre, elles cherchent à se localiser non loin des frontières afin de limiter les déplacements entre leur nouvel établissement et la maison-mère. Cette nouvelle localisation doit leur permettre de résoudre des problèmes : de main-d'œuvre, terrain, financement, réglementation. (Jean-Pierre NICOLAS et al, 2008).

Les sociétés nationales disposent de plusieurs établissements répartis sur le territoire. Le nombre, la localisation et la nature de leurs activités influencent la décision. Généralement, la nouvelle unité s'inscrit dans un programme d'ensemble où le facteur marché joue un rôle essentiel. Toutefois, certains transferts ou extensions peuvent avoir pour premier mobile la résolution d'un problème spécifique, notamment celui du recrutement de la main-d'œuvre.

Enfin, les sociétés régionales ou locales sont souvent des entreprises familiales disposant d'un seul établissement. La création d'une nouvelle unité (ou le transfert de la seule existante) constitue alors une véritable aventure. Ces firmes connaissent bien leur milieu et elles sont très sensibles aux aspects locaux. Elles entrent presque toujours en contact avec les autorités locales ou régionales qui peuvent ainsi avoir une influence importante.

2.2. Les facteurs qui caractérisent les territoires

Le choix d'une localisation se pose souvent à des niveaux spatiaux différents :

- ✓ Au niveau Macro « les grands espaces économiques (par exemple, l'UE) et les pays ;
- ✓ Au niveau Micro « les régions, les localités et les terrains ».

Les critères qui interviennent dans le choix d'un pays sont différents de ceux qui jouent au niveau local. « *Les travaux de STAFFORD (1974), montrent le rôle des échelles. Il livre les résultats d'une enquête où il est demandé aux entrepreneurs de classer l'importance des facteurs de localisation selon différentes échelles. Il apparaît qu'au niveau national, le marché, la productivité du travail et le niveau des salaires sont les déterminants dans le choix du pays.*

⁹ LORENZ J.H, (2011), « Les entreprises dans la mondialisation », Cahiers français, N° 365.

Chapitre II : Les facteurs de localisation des activités industrielle

En revanche, au niveau local, les contacts directs, la connaissance personnelle des lieux, les équipements locaux interviennent davantage ». ¹⁰ Le tableau suivant montre les interactions entre entreprises et territoire au cours du processus de localisation.

Tableau 3 : Les interactions entre entreprise et territoire au cours du processus de localisation

Etapes du processus de localisation de l'entreprise	Actions conduites	Processus d'attraction
1. Projet d'investissement à l'étude	Prise en compte du pays ou de la région comme localisation potentielle	1. construction de l'image du territoire
2. Sélection des pays ou régions d'implantation	Contact entre l'entreprise et l'agence lors d'un séminaire Contact directe par un prospecteur de l'agence	2. Génération de l'investissement
3. Etablissement d'une short List sur la base de critère de localisation qualitative Evaluation/comparaison de la rentabilité de chaque site	Visite des sites retenus par l'entreprise ou proposé par l'agence Recueil de données socioéconomiques, administratives... Montage du dossier d'aides Financières	3. Service à l'investisseur (avant investissement)
4. Implantation	Formalités administratives, aides diverses à l'installation (recrutement, fournisseurs...)	Intervention du One-stop Shop
5. Entreprise en activité	Médiation de l'agence, entreprise et l'administration, aide à l'intégration dans le tissu économique local et national	4. Services à l'investisseur (assistance aux entreprises après implantation)
6. Extension du site	Appui du dossier auprès des administrations Obtention d'aides financières	

Source : LAGNEL. O ET RYCHEN. F, 1998. IN ; (<http://www.institut-numerique.org/section-ii-territoires-et-offre-de-facteurs-de-localisation-5201ed2192707>)

2.2.1. Les facteurs intervenant à l'échelle macro dans les choix de localisation des industries

L'échelle macro renvoie aux grands espaces économiques (par exemple, l'UE ou l'Amérique Latine) et aux pays. En matière de localisation des industries des firmes multinationales

¹⁰ <http://geopere.e-monsite.com/medias/files/chap..22.bis.facteurs.de.localisation.des.industries.pdf> . P.3

(FMN) dans les pays du sud (pays en développement), l'échelle macro joue un rôle essentiel. Les principaux leviers qui jouent en faveur d'une localisation dans un pays aux dépens d'un autre relèvent de quatre catégories :

- ✓ La taille du marché (marché potentiel) ;
- ✓ La réduction des coûts de production¹¹ ;
- ✓ Le contexte politique, économique, social et culturel¹² ;
- ✓ La situation géographique du pays.

2.2.1.1. La taille du marché

Le choix d'une nouvelle localisation est, en effet, souvent déterminé par la recherche d'un accès aisé au marché et par la volonté de conquérir de nouveaux marchés, ce dernier étant fréquemment le plus déterminant. Ainsi, l'installation de nombreuses firmes américaines en Europe pendant la période 1960-1974 s'explique principalement par ce facteur¹³, les motivations des implantations étant principalement le désir de pénétrer sur le marché européen, la volonté de sauvegarder les ventes ou de les augmenter et la possibilité d'atteindre, grâce à la position tremplin du Marché Commun, des marchés proches et traditionnellement liés aux pays européens, comme l'Europe de l'Est, l'Afrique ou le Moyen Orient. De même, la création de certaines usines de biens de consommation dans certains pays du Tiers Monde - notamment les pays semi-industrialisés - traduit la volonté des multinationales de s'ouvrir à de nouveaux marchés. Il existe différentes stratégies pour chercher à se positionner sur un marché étranger.

- ✓ soit de créer un établissement ;
- ✓ soit de racheter une entreprise existante ;
- ✓ soit de créer une coentreprise (joint-venture). Ce type d'entreprise est beaucoup utilisé pour partir à la conquête du marché chinois ;
- ✓ Soit de passer un accord de commercialisation ou de licence avec une entreprise implantée sur le marché étranger.

2.2.1.2. Les avantages comparatifs (La réduction des coûts de production)

Les entreprises cherchent à minimiser les coûts de production par la recherche de territoires où il existe de bas salaires, d'avantages fiscaux et financiers et, en général, de tout élé-

¹¹ Les avantages comparatifs

¹² La politique des pouvoirs publics

¹³ Car c'était la construction de l'Europe, les trente glorieuses, ce qui fait que le marché est toujours, dans cette période en croissance.

ment susceptible de réduire les coûts. C'est un facteur important de délocalisation de certaines activités vers l'Europe du Sud et surtout le Tiers Monde (Mérenne-Schoumaker, 1996).

2.2.1.3. Le contexte politique, économique, social et culturel.

La répulsion ou l'attraction qu'exercent certains espaces économiques et surtout certains pays sur les investissements dépend aussi largement du contexte politique du pays ou de la région. Les capitaux fuient les nations où les dévaluations sont fréquentes et les investissements ne sont guère importants lorsqu'il y a risque de nationalisation ou contrôle trop accentué de la vie économique.

Le coût et la disponibilité en capital jouent aussi un rôle principalement à cet échelon de décision car les perspectives de profit sont liées aux conditions financières et fiscales des pays notamment : taux d'intérêt, réglementation des changes, régime en matière de rapatriement des capitaux et dividendes, systèmes de taxation, régime douanier, sécurité de placement, etc.

Par ailleurs, les mesures prises dans le cadre de la politique de développement économique régional peuvent exercer un certain attrait vis-à-vis des investissements étrangers. Les aides accordées par la plupart des pays européens ont sans nul doute influencé certaines implantations américaines dans la période 1960-1974.

D'autres mesures de politique nationale peuvent encore intervenir comme le volume des achats à des fins civiles et militaires, les aides à la recherche ou à l'innovation, la politique de réglementation en matière de sécurité ou d'hygiène, les réglementations en matière d'établissement, etc. En outre, l'accueil, l'information et la propagande orchestrée par les autorités nationales contribuent aussi à créer l'image de marque d'un pays, Selon B MERENNE SCHOUMAKER (2008), « *la répulsion ou l'attraction des investissements dans certains pays dépend aussi largement de la stabilité politique (absence de coup d'état récent), du type de régime (communiste, dictatorial, démocratique), de la situation financière et sociale du pays* ». ¹⁴

2.2.1.4. La situation géographique du pays :

C'est un facteur qui peut varier dans le temps, en fonction des progrès de la technique, des infrastructures ou de la conclusion de conventions et d'accords internationaux. La position relative d'un pays peut influencer la stratégie de localisation des entreprises, notamment la position par rapport aux principaux marchés, aux principaux axes de transports.

¹⁴ <http://geopere.e-monsite.com/medias/files/chap..22.bis.facteurs.de.localisation.des.industries.pdf>

2.2.2. Les facteurs intervenant à l'échelle micro dans les choix de localisation des industries (au niveau des régions, des localités et des terrains)

Les facteurs ayant un rôle à cette échelle varient en fonction des stratégies des entreprises. Si c'est la recherche de ressources naturelles qui prévaut, alors la localisation sera fortement influencée par l'accès à ces ressources tandis que, si c'est la recherche d'efficacité, des éléments tels que la qualité et le coût de la main d'œuvre ou les réglementations sectorielles plus ou moins souples pourront entrer en jeu, « *Au niveau des régions, des localités et des terrains nous pouvons identifier trois grands groupes de facteurs : le cadre général, les facteurs de production et l'environnement économique, humain et politique* ». ¹⁵

2.2.2.1. Le cadre général

Les facteurs que nous allons aborder dans ce groupe sont : la situation géographique et l'importance du marché.

a) La situation géographique

La situation géographique est une notion relative, car elle désigne la position par rapport à d'autres lieux ou d'autres phénomènes localisés (marché, voies de communication, etc.). Ce facteur a un impact plus important au niveau régional ou local qu'au niveau national ou international. Car à cette échelle les éléments de polarisation des activités, des trafics, des populations et des différences qualitatives dans les répartitions ont plus d'importances (par exemple le rôle des ports maritimes ou des villes sont loin d'être identiques).

De plus, toutes les situations ne sont guère équivalentes, notamment en ce qui concerne les infrastructures et disponibles (certains dirigeants d'entreprises peuvent refuser de s'installer à certains endroits malgré les avantages financier que leur offraient des responsables publics).

b) Le marché

Contrairement au facteur précédent ce facteur joue un rôle moins important à l'échelle régionale et locale qu'à l'échelle nationale ou internationale vu la mondialisation des marchés.

Toutefois, certaines activités restent très liées à l'air de circulation de leurs produits : lors de coût de transport élevés (industries des besoins), quand le produit perd rapidement de sa valeur (presse quotidienne).

¹⁵ BOUVAR A-D, (2008), « Les facteurs de localisation des activités économiques : application à l'aire urbaine de Lyon ». Mémoire pour le Master 2 Recherche Transport, Espace, Réseaux. Université Lumière Lyon 2, P.29

2.2.2.2. Les facteurs de production

Comme facteurs de production qui peuvent influencer les décisions de localisation des industries on peut citer quatre facteurs ; le transport, les matières premières, les disponibilités en terrains et bâtiments et enfin les aspects quantitatif et qualitatif de la main d'œuvre.

a) le transport

L'un des facteurs les plus importants pour les entreprises de l'industrie est le transport (proximité aux axes structurants, les avantages logistiques et l'accessibilité). Les coûts de transport varient selon les types d'activités. « *Pour l'industrie, la localisation des usines est dépendante des coûts du transport, si la part des coûts directs de transport dans le prix de revient des produits dépasse 5% »¹⁶. C'est pour cela qu'un grand nombre d'entreprises industrielles ont pour objectif de minimiser les coûts liés aux transports.*

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. En générale, les industries privilégient la route et l'autoroute comme mode de transport, car les infrastructures autoroutières sont très accessibles. A l'opposé, l'utilisation du chemin de fer a diminué sauf pour les industries lourdes.

Les nouvelles zones d'activités ont une localisation proche des autoroutes, ports et aéroports. Mais cette proximité n'implique pas nécessairement son utilisation, ces zones offrent des avantages en matières de terrains comme des vastes surfaces à des prix intéressants, l'écart avec la population et peu de problèmes de voisinages. Enfin, les **télécommunications** ont aussi accru leur poids dans les décisions de localisation, en freinant les implantations là où de longs délais sont nécessaires à l'obtention des lignes téléphoniques et en les favorisant là où les réseaux sont abondants et de qualité.

b) Les matières premières, l'eau et l'énergie

L'influence de ces trois éléments varie très nettement d'une activité à l'autre. En général, la localisation des matières premières et des disponibilités en énergie s'est res-

¹⁶ MIRENNE-SCHOUMAKER, (1996), Op, Cit.

treinte ces dernières années en raison des mutations techniques¹⁷ : i) Mutation au sein des fabrications, par exemple la diminution des quantités de matières premières et le développement du recyclage ; ii) Augmentation du nombre de matière intervenant au sein même des fabrications (chaque matière n'intervenant parfois qu'en quantité restreinte et se trouvant fréquemment à un endroit différent des autres) il y a dès lors compétition et même souvent annulation entre les différentes influences.

Le rôle de l'eau a pris plus d'importance avec l'augmentation des besoins et de la rarefaction des réserves. C'est pour cela, que les grands consommateurs d'eau s'implantent dans des lieux riches en cette ressource (pour le refroidissement, les centrales électriques, la sidérurgie et le montage automobile). Le problème de l'eau est également qualitatif, car elle doit être d'une certaine qualité notamment dans le secteur alimentaire.

c) Les disponibilités en terrains et bâtiments

L'évolution récente des activités économiques est caractérisée par des exigences croissantes en espace portant à la fois sur les quantités et les qualités. Les entreprises recherchent des terrains équipés au prix peu élevé situés dans un environnement de qualité. D'où le succès des parcs industriels.

Des bâtiments disponibles peuvent aussi être un facteur puissant de localisation à condition qu'il s'agisse d'immeubles récents et/ou en bon état facilement réutilisables. La multiplication des parcs industriels et le développement de l'immobilier industriel modifient la procédure de choix d'une localisation. En général, la formule locative intéresse deux types d'entreprises : celles qui veulent tester un marché ou une localisation et celles qui ne peuvent ou ne veulent pas investir dans l'immobilier.

Les zones d'activités ont un impact sur l'organisation des territoires, elles sont définies comme « *un ensemble de terrains acquis et regroupés par un maître d'ouvrage, généralement public, parfois privé, et préalablement équipés pour faciliter l'installation, le fonctionnement et le développement d'établissements à caractère économique* »¹⁸

¹⁷MIRENNE-SCHOUMAKER, (1996), Op, Cit.

¹⁸NICOLAS J-P et AL, (2008), Op, Cit.

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

Pour la plupart des industriels, la main-d'œuvre est l'un des principaux facteurs de localisation. « *Quatre aspects différents de la main-d'œuvre peuvent intervenir : les disponibilités, la qualification, la réputation et le coût* ». ¹⁹ La *disponibilité* joue un rôle au niveau des grandes entreprises. Dans les autres cas les difficultés de recrutement sont fréquemment restreintes. La disponibilité de la main-d'œuvre a également un aspect qualitatif en termes d'âge et de sexe par exemple certaines entreprises cherchent à recruter du personnel jeune.

Du point de vue de la *qualification*, les entreprises ont des exigences au niveau de la formation requise, certaines entreprises rejettent les zones rurales ou au contraire elles recherchent des zones où la qualification de la population est moins poussée. La *réputation* de la main-d'œuvre comprend des éléments qualitatifs comme la régularité (absentéisme), la rapidité (de formation dans le travail), l'efficacité, la stabilité etc. Mais il est difficile d'apprécier ces caractères correctement, l'appréciation de la main-d'œuvre sur ces points s'appuie parfois sur des images stéréotypées ou des affirmations anciennes et peuvent devenir totalement fausses.

Quant au coût de la main-d'œuvre, c'est aussi un critère important même s'il faut le pondérer par la productivité (production opérée en une période de temps). En fait, des bas salaires ne présentent pas que des avantages et, en outre, il faut se méfier de comparaisons hâtives entre régions et pays ne prenant pas en compte tous les aspects des coûts (charges patronales, gratifications, interventions dans les déplacements, le logement, etc.).

Section 3 : L'environnement économique, humain et politique

Au niveau de ce groupe de facteurs nous allons aborder les suivants : l'environnement économique : préoccupations et contraintes, Le cadre de vie et enfin l'intervention des pouvoirs publics.

3.1. L'environnement économique

Le choix d'une localisation peut être influencé par la recherche de la proximité d'autres entreprises. Une telle décision s'explique d'abord par les relations directes existant entre le nouvel établissement et ceux implantés dans les environs. Elle procède aussi de la prise en considération du climat économique de la région, c'est-à-dire les attitudes des pouvoirs pu-

¹⁹ <http://georepere.e-monsite.com/medias/files/chap.22.bis.facteurs.delocalisation.des.industries.pdf>

blics et de la communauté vis-à-vis des activités nouvelles. Elle s'explique encore par la recherche d'un voisinage particulier, par exemple firmes de même nationalité, de même activité, de même importance ou, au contraire, firme petite souhaitant se localiser près d'une plus grande firme. Ce comportement des firmes a pour objectif de minimiser les risques et de tirer profit de certaines externalités.

Par ailleurs, un milieu dynamique a souvent des effets d'entraînement : par exemple, incitation à la modernisation, à l'agrandissement ce qui peut même parfois provoquer un transfert ou une extension ou encore à l'innovation et à la création. En outre, le rôle des économies externes apparaît de plus en plus important et complexe « *Celles-ci sont les bénéfices collectifs que perçoivent les entreprises du fait de leur position relative, indépendamment de tout échange marchand* »²⁰.

Dans un premier lieu, elles sont constituées d'économies de localisation ; résultant de l'agglomération sur un espace restreint d'activités similaires ou voisines ce qui permet une certaine spécialisation et complémentarité, apparition de services spécialisés, renommée, main-d'œuvre bien formée). En deuxième lieu, elles sont issues d'économies d'urbanisation, c'est-à-dire les infrastructures, services variés, vaste marché, multiplicité des contacts). « *La recherche d'économies d'agglomération est donc intéressante pour les entreprises et ces économies d'agglomération peuvent également attirer de nouvelles entreprises. Mais à partir d'un certain seuil d'agglomération, ces économies peuvent se transformer en déséconomies* ». ²¹

3.2. Les préoccupations et les contraintes de l'environnement

La sensibilisation croissante au problème de la sauvegarde de l'environnement ainsi que les mesures prises dans le cadre de la politique d'aménagement du territoire et/ou de la protection de la nature (comme l'étude d'impact sur l'environnement) dans de nombreux pays notamment les plus développés, contribuent certainement à restreindre les possibilités de choix pour de nombreuses industries.

Le problème se pose particulièrement pour les entreprises polluantes et/ou dangereuses. Mais les réglementations, les concernant varient selon les pays, les villes et les régions. Les

²⁰ <http://geopere.e-monsite.com/medias/files/chap..22.bis.facteurs.de.localisation.des.industries.pdf>

²¹ BOUVARD A, (2008), Op, Cit. P.34

entreprises les plus polluantes se déplacent des zones les plus réglementées vers les plus tolérantes. Les manifestations antinucléaires sont également à rapprocher de ces problèmes. En effet, il est de plus en plus difficile de localiser une nouvelle centrale sans un certain consensus avec les populations concernées. Et les mesures imposées aux sociétés d'électricité rendent de plus en plus difficile le choix du site.

3.3. Le cadre de vie

Facteur de plus en plus évoqué dans les travaux récents, le cadre de vie est cependant rarement défini. Pour MERENNE-SCHOUMAKER (1991) « *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

Ces éléments ne sont pas décisifs mais, à condition économiques égales, ils peuvent emporter la décision. Les régions et/ou communes font des efforts pour améliorer leurs images de marque et pour tenter d'offrir un plus. La prise en compte de ce facteur conduit les dirigeants à choisir des localisations proches des grandes villes ou des régions touristiques.

3.4. L'intervention des pouvoirs publics

Généralement les mesures gouvernementales touchent les activités industrielles. Ces politiques de développement économique ont pour objectif l'utilisation rationnelle des territoires pour le but de la croissance, dont « *Nées de la prise de conscience du fait que la croissance ne se réalise pas partout au sein d'un même Etat* »²³. Deux groupes d'interventions ont de l'importance : les interventions régionalisées du pouvoir central et les interventions des dirigeants régionaux ou locaux.

²² NICOLAS J-P et AL, (2008), Op, Cit.

²³ MERENNE-SCHOUMAKER, (1996), Op, Cit.

Chapitre II : Les facteurs de localisation des activités industrielle

La majorité des politiques régionales sont des politiques d'incitation (mesures financières et fiscales, orientation des investissements vers tel ou tel région, décentralisation des pôles en croissance vers les périphéries en retard). Mais leurs impacts sont faibles dans les régions en difficulté malgré les aides, qui ne modifient pas l'image des régions qu'ont les chefs d'entreprises des conditions minimales de fonctionnement. De plus, l'avantage obtenu n'est pas permanent et ne peut pas être comparé avec des avantages permanents comme l'infrastructure ou la qualification élevée de la main-d'œuvre.

Conclusion

D'après ce que nous avons vu au cours de ce chapitre, on peut dégager que la localisation des industries est influencée par des *facteurs traditionnels* tel que, la proximité d'une mine et la proximité des ports industriels. Et les *facteurs modernes* qui sont répartis selon les caractéristiques des entreprises et des territoires. Dans les caractéristiques des établissements, nous retiendrons deux sont particulièrement intéressants : la taille et la branche d'activité. L'augmentation de la taille des établissements augmente les besoins d'espace et de main-d'œuvre. Plus que la taille des établissements augmente, plus la quantité de sites d'implantation qui peuvent convenir diminue. De plus, la localisation des industries varie selon le type d'activité.

Parmi les principales raisons de localisation citées par les entreprises est la proximité aux infrastructures de transport (aux axes structurants). Les autres raisons importantes sont le coût de la localisation et les économies d'agglomération. Les économies d'agglomération jouent un rôle important, les entreprises retirent des profits à se localiser à proximité les unes des autres. Un autre facteur important c'est la main-d'œuvre. Les entreprises ne sont pas seulement attirées par la disponibilité et le coût, mais aussi par la réputation ou la qualification. L'évolution du rôle des facteurs de localisation traduit l'accroissement du nombre de facteurs intervenant dans le choix d'une localisation, la croissance des facteurs humains et l'importance de l'environnement économique ou de l'intervention des pouvoirs publics. En fin, un facteur ne peut à lui seul expliquer une localisation. Pour cela aujourd'hui, les patrons doivent tenir compte d'un nombre important de facteurs pour avoir une localisation optimale de leurs industries.

CHAPITRE III

ETUDE DE CAS,

LES DETERMINANTS DE LOCALISATION DES ENTREPRISES DE LA ZONE INDUSTRIELLE TAHARACHT AKBOU (BEJAIA)

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle TAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Introduction

Les chapitres précédents ont permis de mettre en évidence diverses approches conceptuelles des décisions de localisation. Comme nous l'avons signalé auparavant la localisation des activités économiques dépend d'un nombre plus ou moins grand de facteurs. Ces facteurs ont des rôles et des poids différents selon les secteurs. Dans notre cas nous allons s'intéresser au secteur de l'industrie.

L'objectif de ce chapitre est d'identifier les facteurs explicatifs de la localisation des activités industrielles de la zone *TAHARACHT-AKBOU*. Dans ce chapitre, à travers l'enquête de terrain effectuée dans la zone en question, les réponses des différentes entreprises au questionnaire d'enquête élaboré serviront d'appui au travail d'analyse et de synthèse que nous effectuerons. Afin de réaliser ce travail, nous aurons recours à une analyse descriptive des résultats de l'enquête.

Ce chapitre sera partagé en deux sections, la section 1 sera consacrée pour la présentation de la zone industrielle *TAHARACHT-AKBOU*. Dans la section 2, on présentera l'approche méthodologique, il s'agira de présenter les différentes parties du questionnaire d'enquête, ensuite nous allons traiter et analyser les données des questionnaires avec réponses.

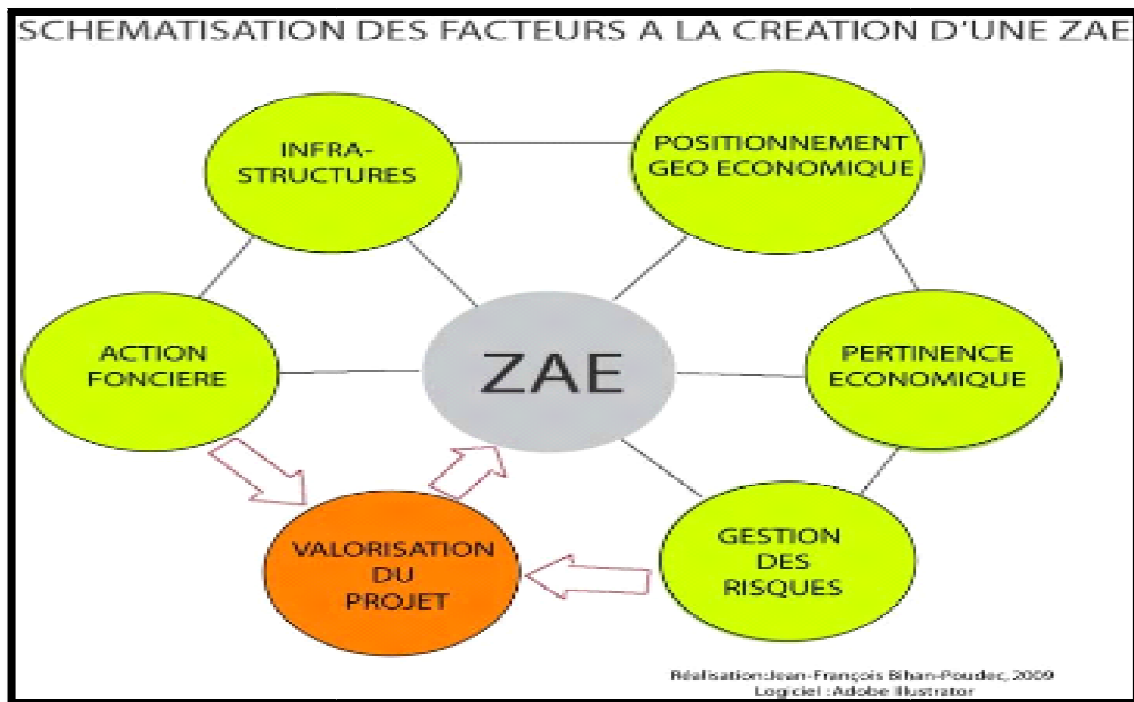
Section 1 : Présentation de la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU

Nous discuterons dans cette partie en premier point des généralités des zones industrielles et les définitions données, ensuite nous allons essayer de discuter le contexte de ces dernières en Algérie. Et finalement, nous passerons à la présentation de la zone *TAHARACHT-AKBOU*, parlant ainsi de son historique, de quel organisme qui s'occupe de sa gestion et sa monographie.

1.1. Généralités et définitions des zones industrielles et/ou d'activités

Pour commencer parlant d'abord de la zone d'activité économique (ZAE). Une ZAE est toujours créée dans le but de générer de la richesse. Elle est le terrain de création d'emploi et s'intègre dans une logique de compétitivité territoriale. L'enjeu pour la collectivité est double, créer de l'emploi et générer des ressources. La ZAE doit engager un certain nombre de facteurs pour optimiser son succès et son développement.

Figure 6. La schématisation des facteurs à la création d'une ZAE



Source : « nouvelle charte de qualité des parcs d'activités économiques de l'Hérault », conseil général de l'Hérault, novembre 2007. P88, in JEAN-FRANÇOIS BIHAN-BOUDEDEC, 2009. « Les zones d'activités économiques au cœur de l'aménagement et du développement local des territoires ; études des ZAE de la chambre de commerce et d'industrie de Montpellier » Mémoire de master, spécialité : territoire, société, Aménagement et développement. Université Paul Valéry Montpellier 3.

Les infrastructures, le positionnement géoéconomique, la pertinence économique, la gestion des risques et l'action foncière sont autant de facteurs intimement liés à la création de la ZAE. La valorisation du projet est tout autant fondamentale mais elle dépend de l'ensemble des facteurs énoncés précédemment. Une zone d'activité ou encore une zone d'activités économiques (ZAE), englobe une dizaine de catégorie de zones dans de nombreux domaines et qui ont pris un poids déterminants dans l'économie. Voici une liste de zones qui découlent de la (ZAE)¹.

- ✓ Les zones artisanales (ZA) ;
- ✓ Les zones commerciales, aussi appelées zones d'activité commerciale (ZC ou ZAC) ;
- ✓ Les zones industrielles, aussi appelées zones d'activité industrielle (ZI ou ZAI) ;

¹ Wikipédia

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

- ✓ Les zones logistiques (stockage et distribution des produits) ;
- ✓ Les zones d'activités de services ;
- ✓ Les zones mixtes (activités industrielles, entreprises logistiques, activités technologiques, commerce...);
- ✓ Les zones portuaires et aéroportuaires ;
- ✓ Les zones d'activités technologiques ;
- ✓ Les zones spécialisées (activités industrielles spécifiques) ;
- ✓ Les technopoles où se concentrent entreprises, centres de recherche, et universités.

Leurs tailles sont variables, de quelques milliers de mètres carrés (zones artisanales) à quelques milliers d'hectares (zone industrielle et portuaire de Fos-sur-Mer 7000 hectares). A propos de la catégorie zone industrielle (ZI) celle qui nous intéresse le plus elle peut être définie comme « *Une zone industrielle est une étendue de terrain lotie et aménagée conformément à un plan d'ensemble et destinée à être utilisée par un ensemble d'entreprises industrielle* »². Elle peut être définie aussi comme un ensemble de terrains spécialement aménagés et équipés à l'initiative d'un maître d'ouvrage public ou privé, pour accueillir des activités industrielles.

Historiquement les zones industrielles ou zones d'activités sont apparues au début du 19^{ème} siècle en Europe et en Amérique comme solution urbanistique et architecturale destinées à protéger la vie urbaine des différentes nuisances causées par le processus d'industrialisation.

1.2. Le contexte des zones industrielles en Algérie

Dans le contexte des pays en développement, les ZI sont créés pour objectif de prendre en charge les problèmes récurrent du sous-développement, notamment les problèmes de chômage, de pauvreté.

En Algérie, la plupart des ZI et ZA sont créés à partir des années 1970 suivant une politique d'encouragement d'un développement local et régional (CHARIF MUSTAPHA, 2010). Les ZI en Algérie ont été conçues dans le double objectif d'accueillir des unités industrielles et de servir de point de départ pour l'effet d'entraînement (rayonnement) sur les espaces locaux (TAZIBT L, 2003).

² CHARIF MUSTAPHA, (2010), « Z.I et développement local : quelle articulation », Revue du chercheur, N°08.

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Selon l'Agence nationale d'intermédiation et de la régulation Foncière (ANIREF), actuellement le pays compte 72 ZI couvrant une superficie de plus de 12000 hectares et de 450 zones d'activités couvrant une superficie de 17000 hectares. Parmi on trouve la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU de la wilaya de Bejaïa, qui accueille un nombre important d'entreprise et dégage une ressource fiscale considérable pour la commune d'Akbou.

Tableau 4. Zones d'activités et zones industrielles par wilaya

Wilaya du nord				
Wilayas	Zones d'activités		Zones industrielles	
	Nombre	Superficie	Nombre	Superficie
Ain Defla	6	75	1	131,57
Ain Témouchent	13	95,2	2	334,81
Alger	22	169,9	4	1 478
Annaba	7	/	3	/
Bejaia	16	131	3	209
Blida	6	60,9	3	196
Bouira	14	123,3	1	225,58
Boumerdès	22	194	/	/
Chlef	13	202,3	1	216
Constantine	12	257	3	421
El Taref	20	/	/	/
Guelma	9	/	1	/
Illizi	1	56,8	/	/
Jijel	6	61,6	2	637
Médéa	8	52,6	3	257

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Mila	16	155,2	/	210,4
Mostaganem	9	154,0	/	/
Oran	18	502	5	3 218
Skikda	26	/	4	/
Souk Ahras	9	53,9	1	48,3
Tipaza	11	105,2	/	/
Tizi Ouzou	18	371,6	1	/
Tlemcen	9	164,6	1	218,8
Wilayas des hauts plateaux				
wilayas	Zones d'activités		Zones industrielles	
	Nombre	Superficie	Nombre	Superficie
Batna	7	148,23	3	525
Bordj Bou Arreridj	10	100,51	1	182
Djelfa	11	398,14	1	240
El Bayadh	2	101,1	/	/
Khenchela	7	246,34	1	68,72
Laghouat	13	303,1	1	229,2
M'sila	9	335	1	164
Oum El Bouaghi	18	402,33	2	292,48
Saida	2	83,52	/	/
Sétif	25	236	3	669
Tébessa	8	279,5	/	/
Tiaret	8	152,2	1	317
Tissemsilt	8	279,5	/	/

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Wilayas du sud				
wilayas	Zones d'activités		Zones industrielles	
	Nombre	Superficie	Nombre	Superficie
Adrar	8	309,498	/	/
Béchar	/	/	1	152
El Oued	14	184,9	/	/
Ghardaïa	8	252,19	2	230,7
Illizi	1	56,8	/	/
Ouargla	12	1311	/	/
Tamanrasset	2	206	/	/
Tindouf	1	46	/	/

Source : www.aniref.dz

Figure 7. Nouvelle carte interactive des parcs industriels



Source : www.aniref.dz

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle TAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Cette carte représente la localisation des 50 parcs industriels répartis sur le territoire nationale, et nous pouvons remarquer que la localisation de ces derniers est proche des infrastructures routier (autoroutes, pénétrantes).

1.3. De la zone d'activité Taharacht (AKBOU)

Nous parlons de la zone d'activité TAHARACHT, mais à vrai dire de quelle activité s'agit-il ? Est-ce qu'une activité industrielle, commerciale ou mixte ?

1.3.1. TAHARACHT-AKBOU : zone Commerciale ou industrielle ?

La direction de l'industrie et des mines (DMI) lui attribue la dénomination de Zone Industrielle, alors qu'administrativement ce n'est pas le cas, car cette zone n'a pas été créée en vertu d'un arrêté ministériel mais plutôt par une délibération communale³. En l'absence d'une réglementation claire sur laquelle nous pouvons nous appuyer pour qualifier cette zone, nous allons retenir la qualification *industrielle* conformément à l'appellation des institutions concernées.

Cette dernière a été créée la première fois comme une zone commerciale, mais vu la définition de la ZI que nous avons donné au préalable et vu le nombre important d'entreprises industrielles (une trentaine d'entreprises activant seulement dans la production) localisées dans ce territoire nous pouvons dire que c'est une zone industrielle. Et d'après l'enquête que nous avons effectuée, nous avons remarqué qu'elle peut même être qualifiée d'une zone *mixte* (commerciale et industrielle).

1.3.2. Historique

La ZAC (Zone d'Activité Commerciale) TAHARACHT a été créée par l'agence foncière d'Akbou en qualité de promoteur en 1993 sur une superficie initiale de 24 HA et en 1998 elle a bénéficiée d'une extension de 22 HA. Ensuite elle a été transférée à la SGI (Société de Gestion Immobilière) sous la coupe du SGP SOGEZIC en date du 29 mars 2012 par le ministère de l'industrie.

³ AIT SIDHOUM HOURIA, (2005), « Approche monographique de la commune d'Akbou », Cahiers CREAD, N°73, PP. 17-85.

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle TAHARACHT-Akbou (Béjaia)

La SGP SOGEZIC a établi un mandat de gestion à la BEJIM SPA (société de gestion immobilière des zones industrielles) en date du 02 avril 2013 sous référence N° 121/DIR/2012.

1.3.3. Monographie de la zone :

La ZAC se situe au chef-lieu de la daïra d'Akbou et à 60 Km du chef-lieu de la wilaya de Béjaia, elle est délimitée : Au nord : par la RN 26 ; Au sud : par la voie ferrée BENI MANSOUR/BEJAIA ; A l'est : par le CW N° 14 ; A l'ouest : Terre agricole. Sa superficie brute est estimée à 45 HA, la superficie cessible environ 32 HA, le nombre de lots est de 95 lots et le nombre d'opérateurs fonctionnels est de 45 opérateurs.

1.3.4. L'importance économique

Cette zone qui compte que des investisseurs privés, a permis la création d'une dynamique nouvelle par une assise industrielle plus développée. Elle s'étale sur un tissu industriel relativement important, diversifié et d'une densité forte, qui contribue largement au développement local par la création d'emploi, la fourniture des biens sur le marché et l'augmentation des recettes fiscale de l'Etat.

Figure 8. Image satellitaire de la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU.



Source : <https://earth.google.com/web/>

Aujourd'hui la zone TAHARACHT compte plus de 50 entreprises dans des activités différentes et le nombre ne cesse d'augmenter vu la création de nouvelles unités, l'agro-alimentaire domine avec environs 57% des entreprises. La plupart des entreprises implantées

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

dans cette zone sont des PME, mais on trouve aussi de grandes unités telles que (LAITERIE SOUMMAM, SPA GENERAL EMBALLAGE) et même une multinationale (SPA DANONE DJURDJURA). Cette zone a permis la création de nombreux postes de travail en utilisant beaucoup de main d'œuvre directe et d'un niveau de qualification différents permettant à certains chômeurs, même sans aucune formation, d'être embauchés.

Section 2 : Approche Méthodologique et traitement des données du questionnaire.

L'objectif de cette partie est d'identifier les déterminants du choix de la localisation des entreprises de la *zone industrielle Taharacht*. Spécifiquement il s'agit de mettre en évidence le niveau d'importance de la proximité des matières premières dans la décision de localisation et la possibilité de réaliser des gains de productivité dans la production grâce à la proximité géographique des entreprises les unes avec les autres (effet d'agglomération), il s'agit donc de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses posées dans la problématique.

Nous commençons par la présentation des quatre parties du questionnaire d'enquête, la liste des entreprises enquêtées et la liste des entreprises qui ont répondu favorablement au questionnaire d'enquête. Ensuite, nous allons analyser les données obtenues à partir des questionnaires répondus.

2.1. Présentation du questionnaire et la liste des entreprises enquêtées

Le questionnaire que nous avons préparé est reparti en quatre parties (Voir le questionnaire en annexe 1)

- ✓ **Partie 0** : Identification de l'entreprise et du répondant ;
- ✓ **Partie 1** : Perception du lien entre le choix de localisation et les facteurs de production ;
- ✓ **Partie 2** : Perception du lien entre le choix de localisation et le territoire concerné ;
- ✓ **Partie 3** : Informations générales et opinions des chefs d'entreprise.

On distingue deux tableaux différents, un tableau pour le total des entreprises enquêtées et celui pour seulement celles qui ont répondu au questionnaire d'enquête.

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Tableau 5. Liste des entreprises enquêtées

N°	ENTREPRISE	ACTIVITE
1	SARL RAMDY	Agro-alimentaire
2	EURL DJURDJURA WORLD TRADING	Agro-alimentaire
3	SPA DONONE DJURDJURA	Agro-alimentaire
4	SARL BATELEC	Fabrication de matériels électrique
5	SARL AGRO CEREALES	Agro-alimentaire
6	SARL AKBOU PLASTIQUE	Industrie plastique
7	SARL GRAND MOULIN DE LA VALLEE	Agro-alimentaire
8	SNC TAHARACHT GRANITO	carrelages dallages (fabrication)
9	SARL BETONEX	Matériaux de construction (fabrication)
10	SARL ALL PLAST	Industrie plastique
11	SPA GENERAL EMBALLAGE	Industrie du carton ondulé
12	SARL GENERAL PLAST	Industrie plastique
13	BISCUITERIE MAXI GOUT	Agro-alimentaire
14	SARL ALMAG	Agro-alimentaire
15	SARL SEMOULERIE SOUMMAM GRANITO	Agro-alimentaire
16	SARL SAVONERIE DETERGENTS GUELDAMENE	Fabrication détergents
17	SPA ELAFRUIT	Agro-alimentaire
18	EURL G.M.F.C.I	Fabrications citernes
19	SARL GOLDEN DRINK	Agro-alimentaire
20	SARL IFRUIT	Agro-alimentaire
21	SARL VERY NET	Produits d'entretien
22	SARL AGGLOMERE DE L'EST	Matériaux de construction
23	SARL LAITERIE SOUMMAM	Agro-alimentaire
24	SARL PRIMA VIANDE	Transformation des viandes
25	SNC BRIQUETERIE BELHOUL ET FRERES	Fabrication (briques)
26	SARL MOLINO GRANI	Semoulerie
27	SARL SOUMMAM GRANI	Semoulerie
28	SARL CONDI AGRO	Agro-alimentaire

Source : BEJIM SPA (SGI) Bejaia et a partir des données d'enquête

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Nous remarquons dans ce tableau qu'il existe un nombre de 28 entreprises enquêtées, mais la liste n'est pas exhaustive des entreprises implanter dans la zone industrielle d'Akbou. De plus, ces unités sont celles activant seulement dans l'industrie sans compter les autres activités.

Tableau 6. Liste des entreprises qui ont répondu au questionnaire

N°	ENTREPRISE	ACTIVITE
1	SARL RAMDY	Agro-alimentaire
2	EURL DJURDJURA WORLD TRADING	Agro-alimentaire
3	SPA DONONE DJURDJURA	Agro-alimentaire
4	SARL AGRO CEREALES	Agro-alimentaire
5	SARL AKBOU PLASTIQUE	Industrie plastique
6	SARL ALL PLAST	Industrie plastique
7	SPA GENERAL EMBALLAGE	Industrie du carton ondulé
8	SARL GENERAL PLAST	Industrie plastique
9	SPA ELAFRUIT	Agro-alimentaire
10	SARL IFRUIT	Agro-alimentaire
11	SARL VERY NET	Produits d'entretien
12	SARL AGGLOMERE DE L'EST	Matériaux de construction
13	SARL LAITERIE SOUMMAM	Agro-alimentaire
14	SARL PRIMA VIANDE	Transformation des viandes
15	SARL BETONEX	Matériaux de construction (fabrication)

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Nous constatons que le nombre d'entreprises qui ont répondu au questionnaire est de 15 sur un total de 28 entreprises soit un échantillon représentatif à 53,57 %.

2.2. Traitement des données d'enquête

Dans cette partie nous allons essayer de présenter les données d'enquête sous forme de tableaux, ensuite nous faisons notre analyse. Premièrement nous allons va traiter le choix de localisation et les facteurs de production après nous analysons le lien entre le choix de localisation et le territoire concerné.

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

2.2.1. Le choix de localisation et les facteurs de production

Nous allons considérer l'exemple hypothétique (Hypothèse N°1) du degré d'importance de la proximité aux matières premières en référence à la question (P1.Q2) du questionnaire et nous allons confirmer ou infirmer cette hypothèse. Les différents choix établis peuvent être ainsi classés :

- 1= Pas du tout important
- 2= Pas important
- 3= Peu important
- 4= Important
- 5= Très important

Tableau 7. Statistiques du degré d'importance de la proximité des matières première.

Modalité	Pas du tout important	Pas important	Peu important	Important	Très important
Degré d'importance de la proximité aux matières premières	53,33%	6,67%	20,00%	13,33%	6,67%

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Ce tableau (7) nous permet d'apprécier la place des facteurs de production dans le choix de localisation. Il en ressort que 53,33% pensent que la proximité de leur unité de production avec les matières premières n'est pas un facteur du tout important dans la décision de localisation. Par contre, six entreprises pensent le contraire. Par conséquent, en se référant à la majorité des opinions, les facteurs de production ne constituent pas un facteur capital dans le choix de localisation industrielle. Ce tableau ne suffit pas pour répondre réellement à cette question.

Tableau 8. Statistiques du degré d'accès aux matières premières

Modalité	Pas du tout accessible	Pas accessible	Peu accessible	accessible	Très accessible
Degré d'évaluation d'accès aux matières premières	/	/	/	93,33%	6,67%

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Nous observons dans ce tableau (8) que 93,33% des entreprises pensent que l'accès aux matières premières est accessible dans cette zone.

Tableau 9. Provenance principale des matières premières

Provenance des matières premières	Local	Etranger
	93,33%	6,67%

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Ce tableau (9) nous révèle que la provenance *principale* des matières premières pour la majorité des entreprises est locale. Mais cela ne veut pas dire que les entreprises ne font pas recours à l'importation, les matières importées jouent un rôle très important dans la production notamment les grandes entreprises.

Par rapport à la question (P1.Q5)⁴, nous avons constaté qu'aucune entreprise n'a l'intention de délocaliser son unité de production actuelle dans le but de rapprocher le mieux possible des matières premières. Et c'est logique ce constat, puisque 93,33% des entreprises pensent que l'accès aux matières premières est accessible dans cette zone.

Tableau 10. Facteurs primordiaux de localisation

Priorité Facteurs	1er	2eme	3eme
a. Demande (clientèle) locale élevée	6,67%	40,00%	26,67%
b. Proximité des matières premières	-	33,33%	13,33%
c. Proximité des fournisseurs	-	13,33%	6,67%
d. Zone industrielle	93,33%	6,67%	-
e. Législation locale favorable	-	-	-
f. Environnement climatique favorable	-	-	-
g. Autre (à préciser)	-	13,33%	26,67%

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Ce tableau (10) nous révèle une autre réalité, c'est que le facteur primordial du choix de localisation est « la zone industrielle », en 2eme priorité nous remarquons que c'est la demande (clientèle) locale élevée, ensuite la proximité des matières premières arrive en troisième priorité.

⁴ Annexe

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Cependant, l'enquête révèle que la proximité des matières premières n'est pas un facteur explicatif de la localisation industrielle, ce qui veut dire que notre première hypothèse posée au départ n'est pas confirmée (infirmer). La forte concentration industrielle qui est observée se justifie simplement par la présence d'une zone industrielle. La particularité de la zone industrielle est qu'elle présente des avantages en termes de coûts d'implantation, de disponibilité de terrain agréable pour une bâtisse industrielle et bien d'autres.

2.2.2. Lien entre le choix de localisation et le territoire concerné

Les théories précédemment étudiées nous ont permis d'analyser et de comprendre que les entreprises ne se localisent pas toujours pour minimiser leurs coûts ou maximiser leur profit. Leurs choix sont parfois guidés par la décision des autres entreprises. Ainsi, ce type de choix ne précède pas d'une analyse de type coûts/profits ni dépenses/bénéfices. Les entreprises se localisent en observant le comportement de leur prédécesseur sur le territoire.

Dans cette partie, nous allons considérer la proximité avec les autres entreprises à un effet positif sur la productivité en référence à la question **P2.Q2** (annexe). Les différents choix établis peuvent être ainsi classés : Non / Oui

Tableau 11. Présentation des statistiques d'effet positif de la proximité des entreprises sur la productivité

Modalité	Oui	Non
Effet positif de la proximité avec d'autres entreprises sur la productivité	86,67%	13,33%

Source : Etabli par nous-même, à partir des résultats de l'enquête

Le tableau ci-dessous nous permet d'apprécier la répartition des entreprises qui pensent oui ou non. Il en ressort que 86,67% d'entreprises pensent que la proximité avec d'autres entreprises pourrait avoir un effet positif sur leur productivité et par conséquent favoriser leur localisation. Par contre, seulement 13,33% pensent le contraire. Ce qui signifierait que l'économie d'agglomération peut être considérée comme source de localisation industrielle dans la zone industrielle d'Akbou.

Pour la question (P3.Q5), les dirigeants d'entreprises qui apprécient l'environnement des affaires dans la localité comme bon ils considèrent, que la proximité avec d'autres entreprises

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

comme un facteur à effet positif sur l'activité de l'entreprise. En réalité, les entreprises observent davantage le comportement des autres entreprises avant de prendre leur décision de localisation dans un climat d'affaires favorable dans la région.

Tableau 12. Statistique d'existence d'au moins une entreprise exerçant dans le même secteur d'activité avant l'installation de la nouvelle

Modalité	Oui	Non
existait-t-il au moins une entreprise exerçant dans le même secteur d'activités	26,67%	73,33%

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Ce tableau nous montre que les dirigeants d'entreprise pour lesquelles il n'existe pas actuellement au moins une entreprise exerçant dans le même secteur d'activités représentent un taux de (73,33%). Mais ces dirigeants ont tendance à considérer la proximité avec de nombreuses entreprises comme un facteur à effet positif sur la productivité de l'entreprise.

Nous pouvons signaler aussi, par rapport à la zone TAHARACHT que les premiers dirigeants d'entreprises qui se sont installer dans cette zone ce sont les « BATOUCHES » dans les années quatre-vingt-dix en commençant dans l'activité de l'agro-alimentaire (LAITERIE DJURDJURA), puis ils s'élargissent dans d'autres activités telle que les matériaux de construction et l'industrie du carton (spa général emballage) et du plastique (Sarl all Plast).

Tableau 13. Considération de la facilité favorisant la localisation dans cette zone

Considération de la facilité P3Q1	Pas du tout important	Pas important	Peu important	Important	Très important
Infrastructures d'accès	0,00%	0,00%	0,00%	53,33%	46,67%
Autres infrastructures de développement	0,00%	0,00%	0,00%	93,33%	7,69%
Allègement fiscaux	0,00%	0,00%	60,00%	38,46%	7,69%
Coût du foncier abordable	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Réseau local d'entreprises	0,00%	0,00%	7,69%	93,33%	0,00%

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle TAHARACHT-Akbou (Béjaia)

En observant le tableau ci-dessus, nous remarquons que 53,33% des entreprises considèrent les infrastructures d'accès à la localité comme facilité de localisation dans la zone TAHARACHT et que la totalité des entreprises (100%) considèrent le coût du foncier abordable comme facilité de localisation dans cette dernière . Le même exemple s'applique pour toutes les autres considérations. Aussi, nous pouvons constater que les deux dernières colonnes - le degré important et très important – présentent des taux importants contrairement aux trois premières. Ce qui nous permet d'affirmer qu'en majorité, les différentes facilités énumérées dans ce tableau apparaissent bien comme des sources de localisation des entreprises industrielles dans la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU.

Cependant, nous pouvons souligner que toutes ces facilités en majeure partie constituent en réalité des services qui relèvent en grande partie de l'action publique. Elles n'apparaissent pas comme des biens matériels et encore plus réalisable par une unité individuelle car nécessitent d'énormes investissements. Et nous pouvons dire que ce constat n'est pas nouveau dans la littérature économique. L'importance majeure des services dans la décision de localisation a déjà fait l'objet de nombreux travaux. Comme nous l'avons évoqué dans le premier chapitre (théories de localisations des activités économiques), la théorie des lieux centraux de CHRISTALLER (1933) et de LÖSCH (1940) qui ont mis en avant l'importance des services dans le choix de localisation industrielle.

Si les entreprises s'installent sur un territoire bien précis, c'est à cause de la présence effective de ces facilités. Chaque territoire afin de rendre son territoire plus attractif et compétitif devrait mettre en place ces différentes facilités.

Tableau 14. statistique de degré de satisfaction de la localisation actuelle

Modalité	Pas du tout satisfait	Pas satisfait	Peu satisfait	satisfait	Très satisfait
statistique de degré de satisfaction de la localisation actuelle	-	-	-	80,00%	20,00%

Source : Etabli par nous-même, à partir les résultats de l'enquête

Chapitre III : Etude de Cas, Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle THAHARACHT-Akbou (Béjaia)

Ce dernier tableau nous révèle si les entreprises d'une manière générale sont satisfaites de leurs localisations actuelles ou non, et nous remarquons que tous les dirigeants d'entreprises sont satisfaits de la localisation de leurs entreprises.

Nous pouvons conclure cette partie par la confirmation de notre deuxième hypothèse posée au départ (*La présence des entreprises est guidée par la présence des autres entreprises*), les dirigeants d'entreprises pensent que la proximité avec d'autres entreprises pourrait avoir un effet positif sur leur productivité et par conséquent favoriser leur localisation.

Conclusion

En fin, l'objectif ce troisième et dernier chapitre plutôt empirique de ce mémoire est de tester la validité de nos hypothèses émises au départ. Selon lesquelles *la proximité des facteurs de production est un facteur de localisation des entreprises industrielle et la présence des entreprises est guidée par la présence des autres entreprises*.

Au terme de notre analyse, l'enquête nous révèle que la première hypothèse ne peut pas être confirmée (infirmer) ce qui veut dire que la proximité des facteurs de production n'est pas un facteur de localisation des entreprises industrielles de la zone *TAHARACHT-AKBOU*, par contre la deuxième hypothèse a été confirmée ce qui explique que la localisation des entreprises industrielles de la zone est guidée par la présence d'autres industries. L'analyse nous révèle aussi une réalité que tout simplement, le facteur le plus important et primordial de la localisation des entreprises dans cette localité est la « *zone industrielle* ». La particularité de la zone industrielle est qu'elle présente des avantages en termes de coûts d'implantation, de disponibilité de terrain agréable pour une bâtisse industrielle et bien d'autres.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

La question de la localisation et de l'interaction spatiale ne se pose que lorsque l'espace est différencié et un lieu n'est choisi que lorsqu'il présente un avantage différentiel notable pour pouvoir procurer un avantage ou un profit pour l'entreprise ou l'individu (Belhedi A – 2010). Parvenu au terme de notre travail, dont l'objectif était d'identifier les déterminants de la localisation des entreprises industrielles dans la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU de la wilaya de Bejaïa.

Pour cela, nous avons procédé en plusieurs étapes. Premièrement, nous avons recherché les facteurs explicatifs des localisations des activités économiques dans les travaux théoriques au niveau du chapitre I. Deuxièmement, nous nous sommes focalisés au traitement des facteurs explicatifs de la localisation des activités industrielles dans le chapitre II. En fin, nous avons consacré le chapitre III pour l'étude empirique, plusieurs résultats découlant des analyses faites à ce niveau nous permettent de tirer des conclusions.

A partir des théories présentées dans le chapitre I nous pouvons retirer les facteurs importants de la localisation tels que: le prix du foncier, la distance au centre (coût du transport), l'accessibilité au marché et les économies d'agglomération qui sont des facteurs décisifs dans le choix de la localisation d'une activité économique. Dans le modèle de VON THÜNEN, il s'agit de trouver une meilleure production pour une localisation donnée, les entreprises localisent au centre, les produits qui peuvent payer la plus forte rente. Contrairement au modèle de V. THÜNEN celui d'ALFRED WEBER cherche une meilleure localisation pour un produit donné. Ces deux auteurs favorisent la minimisation des coûts de transports.

Dans les modèles d'économie urbaine le prix du foncier est affecté négativement par la distance et le coût de transport augmente avec celle-ci. Les entreprises cherchent à maximiser leur profit et réalisent un arbitrage entre le coût de transport et le prix du foncier. Les industries recherchent des espaces disponibles et de qualité (terrains aménagés et situés dans un environnement de qualité. Dans le modèle d'économies d'agglomérations les

entreprises retirent des profits à se localiser à proximité les unes des autres, une force majeure de ces économies d'agglomération réside dans les externalités.

La localisation des industries est influencée par deux types de facteurs ceux dits des *facteurs traditionnels* tel que, la proximité d'une mine et la proximité des ports industriels. Et les *facteurs modernes* qui sont répartis selon les caractéristiques des entreprises et des territoires. Les principales raisons de localisation citées par les entreprises sont la proximité aux infrastructures de transport (aux axes structurants), le coût de la localisation et les économies d'agglomération. Un autre facteur important c'est la main-d'œuvre. En somme, un facteur ne peut à lui seul expliquer une localisation. Pour cela aujourd'hui, les patrons doivent tenir compte d'un nombre important de facteurs pour avoir une localisation optimale de leurs industries.

L'étude en cas pratique que nous avons réalisée au sein de la zone industrielle TAHARACHT-AKBOU de la wilaya de Bejaïa nous révèle que notre hypothèse de départ « *La présence des entreprises est guidée par la présence des autres entreprises* », est confirmée ce qui explique l'importance des économies d'agglomérations dans les choix de localisation des entreprises. L'analyse nous révèle aussi une réalité que tout simplement, le facteur le plus important et primordial de la localisation des entreprises dans cette localité est la « *zone industrielle* ». Parce que la zone industrielle présente des avantages en termes de coûts d'implantation, de disponibilité du foncier.

La zone industrielle de TAHARACHT-AKBOU, est un lieu de concentration des industries de différents secteurs d'activités et le nombre ne cesse d'augmenter. En perpétuelle extension à cadence accélérée, cette dernière est en voie de s'enrichir d'un terrain de 80 ha qui lui permettant de répondre à la très forte demande d'investisseurs qui ont exprimé le désir de s'y installer. Et malgré cela les entreprises réclament toujours des améliorations en matière d'infrastructures d'accès (amélioration des routes), du foncier et bien d'autres services qui peuvent améliorer la situation de cette zone.

BIBLIOGRAPHIE

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

I. OUVRAGES

- 1) **AYDALOT, P.** (1980). « L'entreprise dans l'espace urbain ». Paris: Economica.
- 2) **BELHEDI A,** (2010), « Les modèles de localisation des activités économiques », PUT, Tunis.
- 3) **BELHEDI A,** (1992), « L'organisation de l'espace en Tunisie », PUT, Tunis.
- 4) **FUJITA M & THISSE J-F.** (2003), « Economie des villes et de la localisation » Bruxelles: De Boeck.
- 5) **HURIOT, J.-M.** (1994). « Von Thünen : économie et espace ». Paris: Economica.
- 6) **PONSARD, C.** (1988). « Analyse économique spatiale ». Paris: PUF.
- 7) **SCHOUMAKER M, B.** (1991). La localisation des industries: mutations récentes
- 8) et méthodes d'analyse. Paris: Nathan.
- 9) **SCHOUMAKER M,** (2011). « La localisation des industries : enjeux et dynamiques », Presses universitaires de Rennes.
- 10) **THISSE, J-F & PRAGER J-C,** (2009). « Les enjeux géographiques du développement économique », Agence Française de Développement ou des institutions partenaires.
- 11) **Veltz, P.** (1996), « Mondialisation Villes et Territoires - l'économie d'archipel », Paris : PUF.
- 12) **Weber, A.** (1962), "Theory of the Location of Industries, Chicago, IL": University of Chicago

II. RAPPORTS

- 1) **BOUVARD A ET AL,** (2008), « La localisation des activités économiques au sein de l'Aire Urbaine de Lyon », Rapport N°6 du Laboratoire d'Economie des Transports-Lyon-

III. ARTICLES :

- 1) **AIT SIDHOUM HOURIA,**(2005),« Approche monographique de la commune d'Akbou », Cahiers du CREAD, N°73.
- 2) **BELANGER-AGUILERA, A.** (2001). « Localisation des services aux entreprises et dynamiques intra-métropolitaines : Le cas de Lyon ». Thèse pour le Doctorat de sciences Economiques, Université Lumière Lyon 2, Lyon.
- 3) **BRUNO L,** (1993), « Dynamique industrielle et localisation : Alfred Marshall revisité ». Revue française d'économie, Volume 8, N°4. PP. 195-234.
- 4) **CHARIF, M,** (2010), « Z.I et développement local : quelle articulation », revue du chercheur N°08.
- 5) **CLAVAL P,** (1966), « Chronique de géographie économique. La théorie des lieux centraux », Revue Géographique de l'Est, tome 6, N°1-2.*
- 6) **CLAVAL P,** (1969), «Chronique de géographie économique IV : la localisation des activités industrielles », Revue Géographique de l'Est, tome 9, N°1-2.

- 7) **COISSARD S**, (2007), « Perspectives. La nouvelle économie géographique de Paul Krugman. Apports et limites », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, PP.111-125.
- 8) **COLOVIC A & MAYRHOFER U**, (2008), « Les stratégies de localisation des firmes multinationales. Une analyse du secteur automobile », *Revue française de gestion*, N° 184.
- 9) **DAVIN L**, (1969), « Les facteurs de localisation des industries nouvelles », *Revue économique*, Volume 20, N°5, PP. 894-904.
- 10) **DE LAMARLIERE I-G**, (2008), « Une relecture des travaux d'Alfred Weber sur la localisation. À l'articulation de l'économique et du socioculturel », *Annales de géographie*, N° 664, PP. 50-69.
- 11) **FUJITA M., THISSE J.-F**, 1997, « Economie géographique, Problèmes anciens et nouvelles perspectives », *Annales d'économie et de statistique*, N°45, pp.3-4
- 12) **HOTELLING, H**, (1929), "Stability in Competition", *The Economic Journal*, Vol. 39, N°. 153, pp. 41-57
- 13) **LAURENT F & HENRIOT A**, (2004). « La localisation des entreprises industrielles comment apprécier l'attractivité des territoires ? », *Économie internationale* 99, PP. 91-111.
- 14) **LORENZI J.H**, (2011), « Les entreprises dans la mondialisation », *Cahiers français*, N°365.
- 15) **VIGNOLLES B**, (2011), « Petite introduction à l'économie urbaine », *Regards croisés sur l'économie* N° 9, PP. 159-161.
- 16) **WEBER, A** (2002), « De la localisation industrielle. Première partie : la théorie pure de la localisation. (Avant-propos de 1909 et introduction) - article Traduit par Isabelle Géneau de Lamarlière, *Géographie, Economie, Société* 4, PP. 363-376.
- 17) **YVES PEGUY-PIERRE**, (2002), « Économie urbaine et économétrie spatiale », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* (octobre), PP. 521-534.

IV. THESES ET MEMOIRES :

- 1) **AISSAOUI, H**, (2016), « Choix de localisation résidentielle des ménages en milieu urbain », thèse de doctorat en sciences économique, Université Lumière Lyon 2.
- 2) **BERTRAND, SERGOT**, (2004) : « Les déterminants de décisions de localisation : la création de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et de services », thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris 1
- 3) **BOUVARD, A**, (2008), « Les facteurs de localisation des activités économiques : application à l'aire urbaine de Lyon ». Mémoire pour le Master 2 Recherche Transport, Espace, Réseaux. Université Lumière Lyon 2.
- 4) **DJINSU S-K**, (2013), « Les déterminants de la localisation des entreprises industrielles dans la région du centre-Cameroun ». Mémoire pour le master 2 Gouvernance et Développement Economique. Université de Yaoundé II.
- 5) **BIHAN-BOUDEC J-F**, (2009), « Les zones d'activités économiques au cœur de l'aménagement et du développement local des territoires ; études des ZAE de la chambre de commerce et d'industrie de Montpellier » Mémoire de master, spécialité: territoire, société, Aménagement et développement. Université Paul Valéry Montpellier 3.

V. LIENS INTERNET

- <http://www1.geo.ntnu.edu.tw/~moise/Data/Books/Economical/04%20other/e09.pdf>
- <http://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/effet-d-agglomeration.html>
- <https://reflexionsengagees.wordpress.com/2013/04/27/les-fmn-comprendre-leurs-strategies-de-localisation-internationale>
- <http://eco.um1.free.fr> (cours géographie économique)
- www.aniref.dz
- <https://earth.google.com/web/>

Liste des Schémas

Schéma 01. Fonctionnement du marché de localisation des activités économiques.....	27
Schéma 02. Les déterminants de localisation d'entreprises.....	28

Liste des Figures

Figure 01. Localisation de trois produits dans le cadre de la rente de VON THÜNEN.....	07
Figure 02. Le triangle de WEBER localisation industrielle.....	11
Figure 03. La localisation selon H. HOTELLING (1929).....	12
Figure 04. Le principe de différenciation minimale	13
Figure 05. Paysage économique de LÖSCH pour la localisation.....	16
Figure 06. La schématisation des facteurs à la création d'une ZAE.....	43
Figure 06. Nouvelle carte interactive des pars industriels.....	47
Figure 08. Photo satellitaire de la zone industrielle taharacht-Akbou.....	49

Liste des Tableaux

Tableau 1 : Synthèse des travaux des théories de localisations économiques.....	04
Tableau 2 : Les facteurs explicatifs des choix de localisation dans le modèle de Weber (1909).....	10
Tableau 3 : Les interactions entre entreprise et territoire au cours du processus de.....	32
Localisation.	
Tableau N° 4 : zones d'activités et zones industrielles par wilaya.....	45
Tableau N°5: Liste des entreprises enquêtées	51
Tableau N°6 : liste des entreprises qui ont répondu au questionnaire.....	52
Tableau N° 7 : statistiques du degré d'importance de la proximité des matières	53
premières.	
Tableau N° 8 : Statistiques du degré d'accès aux matières premières.....	53
Tableau N° 9 : provenance principale des matières premières.....	54
Tableau N° 10 : Facteurs primordiaux de localisation.....	54
Tableau N° 11 : Présentation des statistiques d'effet positif de la proximité des.....	55
entreprises sur la productivité	
Tableau N° 12 : statistique d'existence d'au moins une entreprise exerçant dans le	56
même secteur d'activité avant l'installation de la nouvelle	
Tableau N°13 : Considération de la facilité favorisant la localisation dans cette zone.....	56
Tableau N°14 : statistique de degré de satisfaction de la localisation actuelle	57

ANNEXE

ANNEXE**ENQUETE DE TERRAIN AUPRES DES ENTREPRISES INDUSTRIELLES DE LA
ZONE TAHARACHT_AKBOU (BEJAIA)**

Bonjour Mr. /Mme. /Mlle.

Dans le cadre d'un travail de préparation d'un mémoire de fin de cycle en Master II – Option : *Economie du Développement et Gouvernance* à l'université de Bejaïa, nous menons une étude dont, l'objet est d'analyser les déterminants du choix de localisation des entreprises industrielles de la zone **TAHARACHT (AKBOU-WILAYA DE BEJAIA)**

L'objet de cette recherche est de mieux comprendre comment, concrètement, les entreprises décident de s'implanter dans la zone en question. Nous vous serions très reconnaissants de bien vouloir nous retourner le questionnaire ci-joint, rempli par vos services compétents en référence à cette décision de localisation précise.

Nous attirons votre attention sur le caractère strictement académique de cette recherche. Dans ce cadre, nous vous garantissons le respect, dans le traitement des résultats, de l'anonymat absolu des entreprises et des répondants. En outre, les informations que vous fournirez ne seront ni communiquées à des tiers, ni utilisées à d'autres fins que la présente recherche.

Nous vous en remercions très chaleureusement à l'avance et nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, à l'expression de nos sentiments les plus respectueux.

Ci-joint le questionnaire d'enquête.

- **Questionnaire d'enquête :**Partie 0 : Identification de l'entreprise et du répondant




Les renseignements suivants sont destinés à identifier plus précisément votre entreprise afin de faciliter le recueil d'éventuelles informations complémentaires. Ces renseignements ne sont en aucun cas destinés à être divulgués.

N° de Question	Questions et réponses	
P0 Q1	Raison sociale de votre entreprise
P0 Q2	Secteur d'activité
P0 Q3	Votre entreprise est-elle la filiale d'un groupe ?	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
P0 Q4	<i>Si OUI</i> , veuillez indiquer la nationalité de la société-mère du groupe contrôlant votre entreprise	Nationalité :
P0 Q5	Nom du correspondant dans l'entreprise
P0 Q6	Fonction du correspondant au sein de l'entreprise




Partie 1 : Perception du lien entre le choix de localisation et les facteurs de production


Voici une liste de facteurs qui attirent en général l'attention des entrepreneurs lorsqu'il s'agit de localiser leur unité de production.

N°	Questions	Codes
P1 Q1	<p>Précisez les trois facteurs primordiaux (en allant du plus prioritaire au moins prioritaire) qui ont déterminé le choix de localisation de votre entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Demande (clientèle) locale élevée b. Proximité des matières premières c. Proximité des fournisseurs d. Zone industrielle e. Législation locale favorable f. Environnement climatique favorable g. Autre (à préciser) 	<p>1^{er} <input type="text"/></p> <p>2^e <input type="text"/></p> <p>3^e <input type="text"/></p>
P1 Q2	<p>De manière spécifique, à quel degré d'importance la proximité aux matières premières a-t-elle conditionné la décision de localiser votre unité de production dans cette localité ?</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Pas du tout importante 2. Pas importante 3. Peu importante 4. Importante 5. Très importante 	<p> <input type="text"/></p>
P1 Q3	<p>D'où vous proviennent principalement vos matières premières ?</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Local 2. Etranger 	<p> <input type="text"/></p>






P1 Q4	<p>Etant donné l'emplacement actuel de votre unité de production, à quel degré évaluez-vous l'accès aux matières premières ?</p> <p>1. Pas du tout accessible 2. Pas accessible 3. Peu accessible 4. Accessible 5. Très accessible</p>	
P1 Q5	<p>Avez-vous l'intention de délocaliser votre unité de production actuelle dans le but de vous rapprocher le mieux possible des matières premières ?</p> <p>1. Oui 2. Non</p>	
P1 Q6	<p>Vers quel marché votre production s'adresse-t-elle principalement ?</p> <p>1. Local 2. Etranger</p>	




Partie 2 : Perception du lien entre le choix de localisation et le territoire concerné (effet d'adaptation)

N°	Questions	Codes
P2 Q1	<p>Votre entreprise a-t-elle menée un Audit Stratégique de Territoire avant son implantation dans cette localité ?</p> <p>1. Oui 2. Non</p>	
P2 Q2	<p>Pensez-vous que la proximité avec de nombreuses entreprises peut avoir un effet positif sur la productivité de votre entreprise ?</p> <p>1. Oui 2. Non</p>	
P2 Q3	<p>Avant votre installation dans cette localité, existait-t-il au moins une entreprise exerçant dans le même secteur d'activités que la vôtre ?</p> <p>1. Oui 2. Non</p> <p><i>Si oui</i>, à quel degré les stratégies et les technologies de production de ces entreprises déjà implantées dans la localité ont-elles</p>	

P2 Q4	<p>influencé le choix d'installer votre unité de production dans cette même localité ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pas du tout influencée 2. Pas influencée 3. Peu influencée 4. Influencée 5. Très influencée 	
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Partie 3 : Informations générales et opinions des chefs d'entreprise

N°	Questions	Codes	
P3 Q1	<p>A quel degré considérez-vous les facteurs suivants comme facilités favorisant la localisation des entreprises industrielles dans cette localité ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pas du tout important 2. Pas important 3. Peu important 4. Important 5. Très important 	<p>A. Infrastructure d'accès à la localité (route aménagée, chemin de fer, etc.)</p>	
		<p>B. Autres infrastructures de développement local (eau, téléphone, électricité, etc.)</p>	
		<p>C. Allègements « fiscaux » (impôts et taxes)</p>	
		<p>D. Coût du foncier abordable</p>	
		<p>E. Réseau local d'entreprises</p>	
P3 Q2	<p>Veillez indiquer les investissements directs (coûts en milliers de dinars, KDA) réalisés par votre entreprise afin d'installer son unité de production dans cette localité :</p>	<p>A. Frais de recherche et développement</p>	<p>.....</p>
		<p>B. Terrains</p>	<p>.....</p>
		<p>C. Aménagement du site : route uniquement</p>	<p>.....</p>
		<p>D. Aménagement du site : eau, électricité, etc.</p>	<p>.....</p>
		<p>E. Autre</p>	<p>.....</p>
P3 Q3	<p>A combien estimez-vous la superficie (en milliers de mètres carré – m²) de votre unité de production ?</p>	<p>.....</p>	

<p>P3 Q4</p>	<p>Que pensez-vous de l'environnement des affaires Algérie en général ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bon 2. Assez bon 3. Mauvais 4. Aucun avis 	
<p>P3 Q5</p>	<p>Que pensez-vous de l'environnement des affaires dans cette localité en particulier ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bon 2. Assez bon 3. Mauvais 4. Aucun avis 	
<p>P3 Q6</p>	<p>A quel degré êtes-vous satisfait de la localisation actuelle de votre unité de production ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pas du tout satisfait 2. Pas satisfait 3. Peu satisfait 4. Satisfait 5. Très satisfait 	
<p>P3 Q7</p>	<p>Qu'est ce qui selon vous pourrait être réalisé dans cette zone de manière à encourager les entreprises en général à s'implanter dans cette localité et améliorer la situation de celles existantes ?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	

Nous vous remercions d'avoir contribué à cette étude.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	I
Dédicaces	II
Sommaire	III
Liste des initialismes.....	IV
Introduction générale.....	01
CHAPITRE I : Les théories de localisation des activités économiques	04
Introduction	04
Section 1 : Les paradigmes de Ponsard	06
1.1. Von Thünen et la localisation des activités agricoles.....	06
1.1.1. Hypothèses de base du modèle de VON THÜNEN	06
1.1.2. Le modèle de VON THÜNEN	07
1.2. ALFRED WEBER et la localisation industrielle	08
1.2.1. Postulats de l'analyse	09
1.2.2. Synthèse sur les facteurs de localisation	09
1.3. L'analyse de HOTELLING pour la localisation	11
1.3.1. La loi de HOTELLING : hypothèses de base et modèle.....	12
1.3.2. Le comportement des entreprises sur le marché : principe de différenciation.....	13
Section 2 : l'économie urbaine et la théorie des lieux centraux	14
2.1. La théorie des lieux centraux de CHRISTALLER (1933) et de LÖSCH (1940)	14
2.2 Le modèle d'économie urbaine	18
Section. 3. Le modèle d'économie géographique.....	19
3.1. Quelques éléments introductifs	20
3.2. Economies d'agglomérations et externalités.....	21
3.3. Les modèles avec externalités	23
Conclusion.....	24
CHAPITRE II : Les facteurs de localisation des activités industrielles.....	25
Introduction	25
Section 1 : les facteurs traditionnels de la localisation industrielle	25
1.1. La proximité d'une mine	25
1.2. La proximité des ports industriels	26

Section 2 : Les facteurs modernes de localisation industrielle	26
2.1. Les facteurs ayant trait au profil de l'établissement.....	28
2.1.1 L'influence de la branche d'activité, de l'établissement et du cycle de vie du produit	29
2.1.2.La taille de l'entreprise,.....	29
2.1.3.La fonction de l'entreprise	29
2.1.4.La nature de l'opération de localisation	30
2.1.5 Le niveau de présence géographique des entreprises.....	30
2.2. Les facteurs qui caractérisent les territoires	31
2.2.1. Les facteurs intervenant à l'échelle macro dans les choix de localisation des industries.....	32
2.2.1.1. La taille du marché	33
2.2.1.2. Les avantages comparatifs (La réduction des coûts de production).....	33
2.2.1.3. Le contexte politique, économique, social et culturel.	34
2.2.1.4 La situation géographique du pays :.....	34
2.2.2. Les facteurs intervenant à l'échelle micro dans les choix de localisation des industries (au niveau des régions, des localités et des terrains).....	35
2.2.2.1. Le cadre général	35
<i>a) La situation géographique</i>	35
<i>b) Le marché</i>	35
2.2.2.2. Les facteurs de production	36
<i>a) le transport</i>	36
<i>b) Les matières premières, l'eau et l'énergie</i>	36
<i>c) Les disponibilités en terrains et bâtiments</i>	37
<i>d) Les aspects quantitatifs et qualitatifs de la main-d'œuvre</i>	38
Section 3 : L'environnement économique, humain et politique	38
3.1. L'environnement économique.....	39
3.2. Les préoccupations et les contraintes de l'environnement	40
3.3. Le cadre de vie	40
3.4. L'intervention des pouvoirs publics	40
Conclusion.....	41
Chapitre III : Les déterminants de localisation des entreprises de la zone industrielle taharacht akbou (bejaia)	42
Introduction	42
Section 1 : Présentation de la zone industrielle Taharacht-Akbou	42

1 .1. Généralités et définitions des zones industrielles et/ou d'activités	42
1 .2. Le contexte des zones industrielles en Algérie	44
1.3 De la zone d'activité Taharacht (AKBOU).....	48
1.3.1 Zone Commerciale ou industrielle ?	48
1.3.2 Historique :	48
1.3.3 Monographie de la zone	49
1.3.4 L'Importance économique	49
Section 2 : Approche Méthodologique et traitement des données du questionnaire.	50
2.1. Présentation du questionnaire.....	50
2.2. Traitement des données d'enquête	52
2.2.1. Le choix de localisation et les facteurs de production.....	53
2.2.2. Lien entre le choix de localisation et le territoire concerné	55
Conclusion.....	58
Conclusion générale	59
Références bibliographiques	61
Table des illustrations	63
Liste des schémas	64
Liste des figures	64
Liste des tableaux	64
Annexe : questionnaire d'enquête	65
Table des matières	73

RESUME

Ce mémoire a pour objectif d'analyser et de mettre en évidence les facteurs explicatifs de la localisation des activités industrielles dans la zone d'activités industrielle *TAHARACHT-AKBOU* de la wilaya de Bejaia. Une forte concentration industrielle s'est fait remarquer dans cette localité et le nombre d'entreprises qui s'installe ne cesse de s'accroître. Ce travail tente d'expliquer les raisons qui poussent les entreprises à s'installer dans ladite localité. Sur la base de la partie théorique que nous avons retenue et l'enquête de terrain effectuée nous révèlent que les facteurs explicatifs de localisation dans cette zone sont la disponibilité du foncier, les économies d'agglomération comme source de localisation. Enfin, le facteur primordial et très important est tout simplement la « zone industrielle ». La particularité de la zone industrielle est qu'elle présente des avantages en termes de couts d'implantation, de disponibilité de terrain agréable pour une bâtisse industrielle et bien d'autres.

Mots clefs : localisation, facteur, zone industrielle, économies d'agglomérations.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to analyze and highlight the factors explaining the location of industrial activities in the *TAHARACHT-AKBOU* industrial zone of the wilaya of Bejaia. A strong industrial concentration was noted in this locality and the number of companies that settles is increasing. This work attempts to explain the reasons why the companies to settle in this locality. On the basis of the theoretical part that we have chosen and the field survey carried out, we find that the explanatory factors of location in this zone are the availability of land, the agglomeration economies as a source of localization. Finally, the most important and very important factor is simply the "industrial zone". The peculiarity of the industrial zone is that it has advantages in terms of the costs of setting up, the availability of a pleasant plot for an industrial building and many others.

Key words: location, factor, industrial zone, urban economies.