

La contribution des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises: Cas des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia(Algérie)

Dr. BOUKRIF MOUSSA

Mme.Traki Dalila

Université de Béjaia.

Résumé :

L'enquête effectuée sur la wilaya de Béjaia nous a permis de relever que la dynamique entrepreneuriale qu'elle connaît est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement de l'entrepreneur et le milieu vécu que le résultat d'un processus encadré par les institutions publiques. Le profil des créateurs se caractérise par un homme d'un âge mûr généralement , d'un niveau d'instruction élevé. Ils sont issus du secteur de commerce et la fonction publique. Ils se basent sur leurs expériences et leurs relations professionnelles pour mettre en œuvre le processus de création d'entreprises. Les chefs d'entreprises pensent que la wilaya de Béjaia est attractive . La localisation industrielle est motivée par la disponibilité de l'infrastructure de base et les ressources naturelles et qu'ils soient natifs de la wilaya.

Mots clés: Territoire . Attractivité du territoire . Les facteurs d'attractivité du territoire, La création d'entreprises . Béjaia . Industrie agroalimentaire.

Abstract ;

The investigation effected in wilaya of Béjaïa we permitted to prove an entrepreneurial dynamic is result on the whole factors tied from

environment of creator enterprise. They think that Bejaia is attractive; localization is motivated by availability of infrastructures and the presence of raw material. Bejaia is dower a real capacity for assuring main position in national economics .food manufacture is dynamic .and it represents a veritable example of this reality .well .it necessary to get advantages of this potentiality.

Key words: Territory .Territory attractively .Territory attractively factors .Creation enterprises .Localization factors .Bejaia .Food manufacture.

Introduction

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

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

développer l'attractivité existante d'une région ou de compenser son manque d'attractivité par des primes ,des investissements ,des aides et autres actions visant à améliorer l'image de son territoire.

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

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

PME .à l'instar des autres wilayas du pays .elle connaît une dynamique entrepreneuriale dans l'agroalimentaire .qui nous semble jouir d'un certain pouvoir d'attractivité. La problématique de notre intervention s'articule autour de la question principale suivante: **Existe-t-il une contribution des facteurs d'attractivité sur la décision de localisation et de création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Béjaia ?** Et dans le but de répondre à cette question principale nous avons traité les axes suivants :

- La définition des concepts liés au territoire.
- La représentation des approches de l'attractivité des territoires .ses facteurs et ses déterminants.
- Les politiques d'attractivité territoriale de l'Algérie.
- Analyse des résultats.

1. Concepts liés au territoire

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

Les approches économiques ont longtemps ignoré la dimension spatiale et la problématique territoriale. Depuis .la fin des illusions de croissance de la période des trente glorieuses .la science régionale a pris .la mesure de l'apparition d'une catégorie nouvelle d'organisation spatialisée d'acteurs: le « territoire ». L'émergence du phénomène est

assez largement reconnue au niveau international avec des mots spécifiques et des analyses particulières à chaque pays et à chaque contexte. Toutes n'acceptent pas toujours le vocabulaire de territoire , mais en admettant les conséquences (voir la notion de « place » dans le monde anglo-saxon). Quoi qu'il en soit ,l'apparition des dynamiques territoriales et la réussite de la Silicon Valley ,les recompositions des mégapoles (notamment Los -Angeles) ,et la place des clusters dans les performances globales de certains Etats. De ce fait ,les entreprises sont invitées au développement d'une économie géographique et d'enrichir les analyses territoriales.

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

Le long de cette section ,nous essayerons de définir quelques concepts clés liés au territoire ,dans le but de mieux cerner ces concepts.

1.1 Le territoire

Le XX^{ème} siècle a été le temps de la recomposition accéléré des territoires ,mondialisation d'une part ,l'ancrage local d'autre part ,des faits comme l'émergence des SPL , districts ,et cluster ,sont l'un des aspects de cette reconfiguration. Le territoire est une spécialisation économique semblant être la formule gagnante. Mais ,le territoire reste

encore une notion intuitive qui supporte de nombreuses définitions et beaucoup d'interrogations.

Le terme territoire n'est apparu dans la littérature économique qu'avec Marshall (1890) et de façon plus récente avec Perroux (1950). Il considère que le territoire est passif .qu'il ne contribue en rien à la compréhension des phénomènes économiques et l'explication des équilibres¹. À partir des années quatre-vingt .les mouvements concomitants de mondialisation d'une part .et de décentralisation administrative d'autre part .conduisent à une nouvelle perception du territoire comme espace de localisation des firmes. Les études se sont multipliées sous différentes formes autour de l'économie territoriale. La prise en compte de l'espace physique dans l'analyse économique de l'évolution de la firme .tels que Becattini (1979 et 1987) et Garofoli (1981 et 1991) sur les districts italiens .Porter (1995) sur les clusters. Parallèlement .quelques chercheurs tels que B.Pecqueur .Y.Lung .J.-B. Zemmermanorientent leurs études sur le rôle de la proximité géographique. En distinguant .une proximité physique et une proximité organisée .considèrent que la dernière traite de la séparation économique dans l'espace et les liens en termes d'organisation de la production . alors que la première traite de la séparation dans l'espace et des liens en termes de distance. Nous pouvons déduire que la

¹PECQUEUR Bernard et ZIMERMANN Jean-Benoît, Economie de proximités, Hermes science, Paris, 2004.

définition précise de la notion territoire correspond à la conjonction d'une proximité physique et d'une proximité organisée².

Le territoire est à la fois un espace - lieu (géographique) doté de ressources (matières premières ,actifs productifs ,main d'œuvre qualifiées et compétentes) et un espace vécu et une histoire dans le temps. Le territoire est un lieu où se construit la ressource matérielle (richesse réelle ,matière première ,et infrastructure) ,et spécifique qui est difficilement transférable et imitable ce qui donne une spécificité à un territoire et constitue un atout tels que les compétences , le savoir-faire , et les qualifications³.Le territoire n'est pas un lieu où se passent seulement des transactions marchandes. C'est un lieu dans lequel il y a aussi des échanges ,des confrontations ,des négociations ,des collaborations ,des synergies ,des externalités ,et des projets collectifs partagés ,bref des transactions hors marché (Camagni ,1991)⁴. Ces interactions non marchandes jouent un rôle non négligeable dans la dynamique territoriale.

1.2La distribution des activités dans l'espace

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

² Idem.

³SAMSON Ivan, Territoire et système économique, Communication aux 4^{èmes} journées de la proximité, réseaux et coordination, Marseille les 17 et 18 Juin 2004.

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

1) Le système productif local (SPL)

Les systèmes de production localisés ne sont pas une catégorie économique nouvelle. En effet ,au 19^{ème} siècle ,en Angleterre ,le célèbre économiste Alfred Marshall avait identifié des concentrations industrielles en Europe qu'il nomma "districts industriels" (Lyon pour la soie ,Roubaix pour la laine ,Sheffield et Birmingham en Angleterre et Solingen en Allemagne pour l'acier). Ces concentrations en un même lieu ,de nombreuses entreprises engendrent des économies externes. C'est-à-dire que l'ensemble de la zone bénéficie d'avantages en termes de coûts de production par le seul fait de la concentration d'activités qui s'y exercent⁵. L'ensemble des travaux de l'économiste anglais Alfred Marshall ,a été remis à l'honneur lorsque des chercheurs d'Italie et d'autres pays se sont penchés sur le "miracle" des réseaux d'entreprises localisés de l'Italie du nord (Piore et Sabel ,1984).

2) Le district industriel

La découverte et le succès époustouflant de la troisième Italie , dans les années soixante dix , sont à l'origine de la réhabilitation du concept marshallien de district industriel. Dans un article significativement intitulé « Du secteur au district industriel » , G.Bécattini (1979 ,1987) substitue le district au secteur ,il le définit comme «une entité socio territoriale caractérisée par la présence d'une

⁵MUDARD-FRANSEN Nathalie,La question des "Systèmes de Production Localisés: local is Beautiful, n°37

communauté de personnes et d'une population d'entreprises industrielles «dans un espace géographique et historique donné.»⁶. Il rappelle que ce type d'organisation territoriale «mélange la concurrence et la coopération au sein d'un système localisé de PME. Le district industriel se caractérise par une flexibilité basée sur la petite dimension des unités de production «sur la densité des relations entre celles-ci et sur la rapidité de réaction des entreprises aux conditions internes et externes.

3) Le milieu innovateur

Le milieu innovateur est défini comme « un ensemble territorialisé dans lequel des interactions entre agents économiques se développent par l'apprentissage qu'ils font des transactions multilatérales génératrices d'externalités spécifiques à l'innovation et par la convergence des apprentissages vers des formes de plus en plus performantes de gestion en commun des ressources. » (Maillat «Quévit « Senn «1993)⁷. La connaissance est créée hors de l'entreprise «dans les universités et les laboratoires de recherche «et intégrée directement dans l'entreprise par des chercheurs créant leur entreprise ou embauchés dans une entreprise existante (Silicon Valley est le modèle le plus frappant).

4) Le cluster

L'économiste américain Michael Porter a introduit au début des années quatre vingt dix le concept cluster «c'est un terme anglo-saxon

⁶COURLET Claude, Territoires et régions: les grands oubliés du développement économique, Edition l'Harmattan, Paris, 2001.

⁷MATTEACCIOLI André, Philippe Aydalot pionnier de l'économie territoriale, L'harmattan, Paris, 2006.

qui signifie niche ou grappe industrielle. Il met en évidence la présence de pôles (cluster) d'activités performantes au niveau international. Il le définit comme « le réseau d'entreprises et d'institutions proches géographiquement et interdépendantes liées par des métiers, des technologies et des savoir-faire en commun. Le cluster a une influence positive sur l'innovation et la compétitivité, les compétences des travailleurs, l'information et la dynamique entrepreneuriale sur le long terme. »⁸.

2. L'attractivité du territoire

L'attractivité a donné lieu au cours des années récentes à une littérature à la fois très abondante et très hétérogène. Il paraît par contre plus intéressant de tenter un recensement des différentes visions de l'attractivité. Nous retiendrons quelques définitions. Pierre Veltz définit l'attractivité comme une notion complexe qui s'applique aux territoires. nous devons tenir compte des interactions entre trois facteurs⁹:

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

⁸PORTER Mickael, Avantages concurrentiel, 1999.

⁹ Idem.

Partant d'une définition simple « l'attractivité territoriale « c'est la capacité d'un territoire à attirer et retenir les activités « les entreprises et les populations « dans un contexte de mobilité croissante au plan international et national. »¹⁰. D'après cette définition « on peut retenir que l'attractivité c'est :

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

Mais « cette définition est incomplète « cinq grandes catégories d'approches peuvent être distinguées pour expliquer mieux le terme attractivité « que l'on désignera « pour faire simple « par les termes suivants: « macro » « méso » « micro » « processus de décision » et « image de marque». Nous décrivons le long de cette section chacune de ces approches¹¹.

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

Cette approche vise à identifier les déterminants globaux expliquant l'attractivité du territoire considéré (en général un pays ou une grande région) pour l'ensemble des investissements internationaux « c'est-à-dire sa capacité à attirer une part de ces investissements plus importante que d'autres territoires. Cette approche

¹⁰ Définition de l'Observation Entreprises Territoires et Développement: « L'attractivité territoriale dans les projets d'agglomération et de pays », notes de l'observatoire, avril 2005.p.2.

¹¹HATEM Fabrice, L'attractivité du territoire: de la théorie à la pratique, 2005.

peut être considérée comme une descendante de la théorie du commerce international. Concrètement ,cette approche a donné lieu à plusieurs catégories de travaux distincts¹² :

- **Une approche économétrique:** elle prend en compte les flux d'IDE et nombre de projets comme variable à expliquer les investissements étrangers et comme variable explicative les différents critères de localisation agrégés (taux de salaire ,PIB ,taux d'imposition ,...etc.). Ces travaux permettent à la fois de dégager les déterminants jugés significatifs de la localisation et d'expliquer les performances comparées des différents territoires d'accueil.
- **Une approche par enquête d'opinion auprès des investisseurs:** il s'agit d'effectuer un classement ,d'une part leurs critères de localisation ,et d'autre part ,la position relative des différents territoires d'accueil potentiels par rapport à ces critères (par exemple: le baromètre de l'attractivité de Ernst et Young ,publié chaque année et fondé sur une enquête auprès de 500 dirigeants de firmes multinationales durant l'année 2004).
- **Une approche par baromètre de l'attractivité ou de la compétitivité:** cette approche conduit à deux résultats intéressants: d'une part ,la constitution d'un tableau de bord permettant d'identifier les « points forts » et les « points faibles » du territoire concerné , d'autre part ,la réalisation d'indicateurs de synthèse sur l'attractivité ou la compétitivité globale de celui-ci. En plus des indicateurs définis par le forum économique mondial et l'IMD ,le tableau (1) retrace

¹²HATEM Fabrice, Rapport attractivité: de quoi parlons-nous par Fabrice Hatem, 2006.

d'autres indicateurs qui mesurent l'attractivité et la compétitivité d'un territoire selon la capacité de ce dernier d'attirer les investissements étrangers.

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

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

3) L'approche en termes d'image

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

cultive l'image de la « Bio-Valley » Rhénane)¹³. Cette approche est liée fortement à la précédente car les effets d'image se créent uniquement dans une réalité industrielle et technologique de type « clusters » ou « districts industriels ».

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

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

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

Cette approche a fait l'objet d'une littérature abondante que l'on peut regrouper dans les catégories suivantes¹⁴:

- **Travaux académiques à caractère théorique** mettant en évidence l'impact de l'incertitude des imperfections dans l'information et des jeux de négociation entre groupes d'intérêts sur les processus de décision des créateurs.

- **Travaux académiques à caractère empirique** menés par des chercheurs tel que Jayet (1993) ; Kogut (1983). Dans ces travaux ils retracent les séquences du processus de décision de localisation de l'entreprise multinationale.

Après avoir fait un tour sur ces différentes approches théoriques sur l'attractivité du territoire nous opterons l'approche méso car elle

¹³HATEM Fabrice, L'attractivité du territoire: de la théorie à la pratique, 2005.

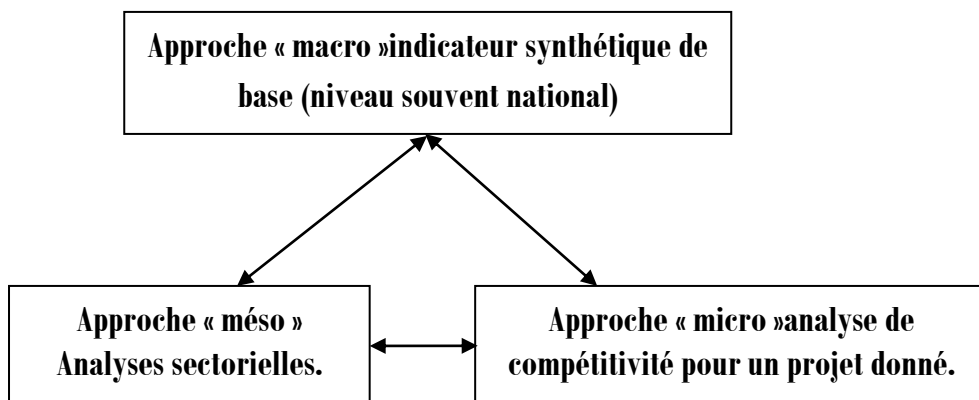
¹⁴HATEM Fabrice, L'attractivité du territoire: de la théorie à la pratique, 2005.

est la plus pertinente pour expliquer l'attractivité du territoire de la wilaya de Béjaïa (c'est le cadre de notre étude) en analysant la dynamique du secteur agroalimentaire (champs d'étude).

6) Complémentarité entre approches macro ,més0 et micro

Les trois approches de l'attractivité qui viennent d'être présentées (macro ,micro ,més0) doivent être utilisées de manière complémentaire pour évaluer l'attractivité territoriale dans ses différentes dimensions (Figure1).

Figure 1: Complémentarité entre approches macro ,més0 et micro



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

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

- L'approche macro fournit grâce à ses indicateurs synthétiques des analyses globales pour les deux autres approches.

➤ Dans son côté , l'approche méso fournit des éléments d'analyses sectorielles pour les études micro de comparaisons des sites ,et d'autre côté ,des illustrations des analyses macro.

➤ L'approche micro fournit des analyses partielles et détaillées sur les avantages et les contraintes , mais précises concernant la compétitivité du territoire pour un projet donné.Les résultats rassemblés pour un ensemble représentatif de projets peuvent fournir des éléments utilisables pour l'élaboration d'un diagnostic d'ensemble de l'attractivité du territoire ,globalement ou pour un secteur donné.

Donc , l'attractivité du territoire ne peut se définir que d'une manière relative ,comme la capacité du territoire considéré à répondre de manière plus efficace que ses concurrents à la demande de projets internationalement mobiles à l'étude à un moment donné au sein des entreprises « clientes »¹⁵.

3 Les facteurs d'attractivité des territoires

Dans les problématiques du développement local fondées sur l'attractivité ,la décision d'implantation des entreprises ,réponds à des facteurs spécifiques à chaque territoire. Les facteurs d'attractivité des territoires se sont tous les atouts relatifs aux caractéristiques matérielles et immatérielles d'un territoire qui ont la capacité d'attirer les individus et les activités à s'installer sur ce dernier. Dans ce volet traitant les facteurs d'attractivité ,nous nous donnerons un aperçu sur une série des facteurs d'attractivité. Nous estimerons leur influence sur

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

l'attractivité d'un territoire et sur la décision d'implantation des entreprises.

1. Les facteurs infrastructurels

Les facteurs infrastructurels constituent un reflet du degré de développement d'un pays. Ils représentent un puissant vecteur de croissance économique et d'attractivité¹⁶.

2. Les infrastructures techniques

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

✓ L'infrastructure de base

L'infrastructure de base constitue l'armature du territoire. Elle est composée de tous les types de communication qui existe dans une agglomération ; appelées souvent les réseaux de transport (les réseaux routiers .ferroviaires .aériens .maritimes et fluviaux) nécessaires à tous les déplacements et le transport de personnes et de marchandises. La décision d'implantation des établissements industriels est focalisée sur les axes de communication où la desserte par les divers moyens de transport qui permet le transport des matières premières .des marchandises et l'accès facile à l'usine pour les travailleurs.

✓ L'infrastructure énergétique

L'énergie c'est le moteur à toute industrie .elle présente comme un facteur indispensable pour son fonctionnement et son développement.

¹⁶ BELATTAF Matouk, Localisation industrielle et aménagement des territoires: aspects théoriques et pratiques, OPU, 2009.

C'est ainsi que la présence des réseaux électriques et des canalisations de gaz naturel qui sont acheminées à toutes les agglomérations permet l'omniprésence des diverses énergies (électricité ,gaz naturel ,et pétrole) ,et en même temps elles constituent une attraction aux industries.

✓ **L'infrastructure de télécommunication**

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

212. Les infrastructures socio-économiques

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

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

22.Les milieux d'accueil et les facteurs d'agglomération et d'accompagnement

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

1. Les milieux industriels

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

2. Les milieux urbains

Lorsque les entreprises atteignent un niveau considérable de développement industriel, dans ce cas, elles ne pourront pas s'éloigner de la ville. En cet effet, les multiples facteurs disponibles et indispensables pour son développement¹⁷. Ils regroupent:

¹⁷ BELATTAF Matouk, Localisation industrielle et aménagement des territoires: aspects théoriques et pratiques, OPU, 2009.

- **Les grandes métropoles commerciales**

Actuellement .une lecture abondante sur le rôle de la ville dans le développement de la l'industried'où les unités de production vont toujours être interdépendante et parfois subordonnées aux unités de reproduction urbaines.Cet avis rejoint celui de théoricien J.Remy « la ville comme un centre de production de connaissances .est le milieu nécessaire au développement de l'industrie moderne. En effet .de nombreuses agglomérations de type urbaine industrielle entretiennent leur propre développement .non seulement en terme de fonctionnement et de facteurs .mais également en tant que noyau d'échange d'informations et de possibilité de création .base réelle de l'industrie d'aujourd'hui.»¹⁸ .Dans une autre perspective où s'imbrique développement et urbanisation .le processus d'urbanisation peut être considéré comme la dynamique et le moteur de la croissance.¹⁹

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

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

3. Les milieux scientifiques et les équipements tertiaires - industriels

¹⁸ REMY. J, Utilisation de l'espace, innovation technologique et structure sociale, In Espaces&sociétés, Paris, 1971.

¹⁹ LAJUGIE, DELFAUD et DELACOUR, Espace régionale et aménagement du territoire, Précis Dalloz, paris, 1979, p157.

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

23. La qualité des ressources humaines

Les industriels sont sensibles à la structure de la main-d'œuvre locale et plus particulièrement à la présence des catégories extrêmes (la main d'œuvre qualifiée et hautement qualifiée pour les industries de pointe) , de techniciens aux différents niveaux de formation .d'institution pour l'éducation supérieur et universitaire .niveau de formation et de qualification de la population .qui prennent une importance sans cesse croissante pour le niveau d'attraction qu'exerce le territoire .en permettant à celle-ci de démontrer une capacité d'évolution par rapport aux secteurs de production. À l'opposée .la forte présence d'ouvriers non qualifiés a un effet nettement répulsif²⁰. Le niveau d'instruction est un indicateur des compétences d'un individu dans ses activités

²⁰ Conseils économiques et sociaux régionaux de l'Atlantique, Avis interrégional sur la prospective des facteurs d'attractivité des régions atlantiques, 2001.

quotidiennes et en situation professionnelle. Il occupe une place importante dans l'attractivité du territoire.

24. La stabilité politique et macroéconomique

L'environnement économique (technique, politique et financier) regroupe des éléments qui peuvent attirer ou répudier les investisseurs. Ce facteur renvoie à un ensemble d'éléments tel que: toute décision politique et économique (encadrement du crédit, politique fiscale, budgétaire, structurelle, monétaire, législation du travail, attitudes des partis politiques et les syndicats, la déclaration de guerre) et la qualité de l'environnement industriel (stabilité politique, flexibilité de système bancaire, l'existence d'un environnement de recherche et développement,etc). Il peut avoir des effets positifs ou négatifs sur l'attractivité du territoire. Aussi, la nature du régime politique, sa stabilité et le développement économique, qui pousse les firmes multinationales à s'implanter ses unités²¹.

25. Le régime fiscal

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

²¹ MARTY Frédéric, Politiques publiques d'attractivité des territoires et règles européennes de concurrence: le cas des aides versées par les aéroports aux compagnies aériennes, 2004.

firmer ,et la convergence des taux nominaux d'impôts sur les sociétés des pays témoignerait de la pression de la concurrence fiscale.

26. Le coût de la main d'œuvre

Le coût du travail contribue sur l'allocation spatiale des activités en raison de ses variations dans l'espace. Les entreprises sont incitées à se localiser là où la rémunération du travail est la plus faible²². Pour certaines entreprises ,notamment de grande taille ,il est devenu nécessaire de s'implanter dans des zones de recrutement de main d'œuvre. Lorsqu'on fait intervenir la géographie salariale mondiale ,de nombreuses industries ont tendance à localiser unités ,filiales ,dans des pays où il existe de main d'œuvre moins chère et qualifiée. Le coût salarial n'apparaît plus comme une variable décisive dans la localisation. Son poids dans le processus de localisation est devenu moins significatif dans la mesure où les différences de salaire entre les régions tendent à refléter les différences de productivité (Clark , 1987)²³.

27. Les services

L'existence d'un réseau de services composé des services d'administration ,d'assurance ,de banque ,d'infrastructures touristiques ,de restauration ,de hôtellerie ,des aires commerciales ,infrastructures et de stockage...etc. Il représente un facteur important

²²AUBERT Francis et GAIGNE Carl, Histoire de la dynamique territoriale de l'industrie.: Le rôle de la demande de travail, in Cahiers d'économie et sociologie rurales, n° 76, 2005.

²³ Idem.

dans l'attraction des firmes multinationales car les firmes multinationales s'implantent à proximité de ce réseau de services.

28. La qualité de vie

Pour attirer et retenir une main d'œuvre qualifiée l'entreprise mise sur le facteur relatif à la qualité de vie dans son choix d'un site d'implantation. La qualité de vie est relative à la qualité de l'environnement urbaine et naturel l'accès aux services collectifs et individuels le volume de l'emploi et des services disponibles l'équilibre du territoire la sécurité des biens et des personnes²⁴. Elle renvoie aussi aux fortes d'atouts liés notamment à la vitalité de leur tissu associatif et mutualiste le réseau d'éducation et les services de santé à l'assistance aux personnes âgées et handicapés (hôpitaux et maison de propos) au dynamisme du développement des services aux personnes l'accès à des loisirs culturels aux différents milieux d'accueil et attraction touristique (restaurants hôtels ...) à la présence d'un cadre rural dynamique la qualité et la beauté de paysage à la diversité et la richesse de l'espace naturels et la proximité du lieu de travail. A ce propos Alain Lapointe a cité « en raison de l'élasticité — revenu de la demande pour la qualité de vie les salariés à revenu élevé sont attirés par des endroits où la qualité de vie est élevée et les

²⁴ Conseils économiques et sociaux régionaux de l'Atlantique, Avis interrégional sur la prospective des facteurs d'attractivité des régions atlantiques, 2001.

entreprises qui les embauchent ont tendance à les suivre »²⁵. Dans ce cas, l'augmentation du revenu accroît la qualité de vie, par conséquent les entreprises sont attirées vers les zones où elle est élevée.

En fin de compte, la qualité de la vie, les contacts personnels et l'accès aux centres de recherche ce que l'on peut appeler les nouveaux facteurs entrant en compétition dans la scène des facteurs d'attractivités, et qui ont une importance de plus en plus accrue dans les pays développés.

29. La qualité de l'environnement

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

210. La taille du marché

²⁵LAPOINTE Alain, Compétitivité et attractivité des villes canadiennes, In document d'information de HEC de Montréal, juin 2004.

Plusieurs études identifient la taille du marché associé au revenu par habitant ainsi que le taux de croissance économique comme étant des critères traditionnels les plus importants de l'attractivité des IDE²⁶. Les entreprises s'adressant aux consommateurs vont être sensibles à l'importance de la demande finale. Pour cela, elles organisent souvent leur nouvelle implantation en fonction de la taille du marché. Il peut avoir une influence positive sur l'attractivité du territoire.

211. Les nouvelles technologies de l'information et de communication

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

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

22. Les déterminants et indicateurs de l'attractivité des territoires

Déterminer qu'un territoire est attractif renvoie à utiliser quelques paramètres ou indicateurs qui nous donnent une idée sur le degré d'attractivité de ce dernier. Certains organismes sont également

²⁶AYACH Fethi, BERTHOMIEU Claude, Les déterminants des investissements directs étrangers européens et la gouvernance dans la région MEDA: une estimation par la méthode des moments généralisés, avril 2006.

lancés dans le calcul d'indicateurs plus spécifiquement destinés à mesurer l'attractivité comparée des pays du monde pour l'accueil des investissements étrangers²⁷. Pour obtenir des indicateurs pertinents d'attractivité .il faut donc affecter à chaque indice élémentaire une pondération reflétant son importance pour l'investisseur potentiel²⁸:

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

²⁷ HATEM Fabrice, Les indicateurs comparatifs de compétitivité et d'attractivité: une rapide revue de littérature, In Agences Françaises pour les Investissements Internationaux (AFII), 2005.

²⁸ HATEM Fabrice, Investissement international et politiques d'attractivité, Economica, Paris.

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

3. Les politiques d'attractivité territoriale de l'Algérie

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

1) La mise en œuvre d'une politique régionale

Le but de la politique de développement régional est de soutenir le développement économique sur la totalité du territoire de l'Algérie. Le développement local devient un instrument privilégié de l'aménagement du territoire puisqu'il vise à rendre mieux plus attractifs et plus vivables là où les équipements structurants et les budgets nationaux assurent leur désenclavement et égalisent leurs chances de développement. Ce développement va contribuer de manière déterminante à rééquilibrer le territoire. Compte tenu du faible niveau actuel de l'attractivité du territoire algérien, l'enjeu n'est pas de renforcer une attractivité jugée insuffisante, mais de la

créée de toute pièce. Il s'agit de rendre les régions algériennes tant au niveau de leur territoire national qu'international. L'attractivité régionale repose sur quatre facteurs²⁹:

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

• **Développement des formations supérieures et de recherche:** chaque région devra donc posséder des outils de formation supérieure et de recherche performante.

• **Des villes attractives:** la modernisation de tissu urbain . d'implantation d'équipement structurant de niveau international . d'amélioration de la qualité de services pour rendre les villes algériennes attractives et de donner aux villes les instruments d'une fonction nationale et pour certaines d'entre elles une fonction internationale.

• **Des incitations économiques:** il repose sur la création d'un dispositif d'incitation économique et financière tel que adaptation bancaires publics et privées aux contraintes de développement local . prise de participations .sociétés de développement .prime à l'emploi.

²⁹ Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

prime d'implantation .subvention .prêts à taux bonifiés .exonération fiscalesetc.

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

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

3) Des métropoles attractives

La métropole est une grande ville qui s'étale de plus en plus .qui concentre population et emploi .et rassemble des activités diversifiées comportant de nombreuses fonctions tertiaires supérieures .qui rayonne de plus en plus en réseau avec les autres grandes villes³⁰ .

³⁰ Le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT).

Tableau 1: Fonctions des métropoles

Branche d'activité	Secteur d'activité
Art	Artistes et emplois supérieurs artistiques. Activité cinématographiques et vidéo. Autres activités du spectacle. Artisanat d'art.
Banque - assurances	Intermédiation financière et assurances.
Commerce	Commerce de gros et intermédiaires de commerce.
Commercial dans l'industrie	Cadres et ingénieurs commerciaux et de la publicité.
Gestion dans l'industrie	Cadres de direction d'administration et de finance des établissements industriels.
Information	Edition de journaux .de revues .de périodiques .impression de journaux .agence de presse .services aux entreprises .activité de radio et télévision.
Information dans l'industrie	Industrie -ingénieurs .cadres spécialistes en informatique.
Recherche	Ingénieurs et cadre technique de recherche .étude ou développement dans l'établissement industriel .

	chercheur de la recherche publique . emploi supérieurs des établissements de recherche et d'enseignement supérieurs.
Services aux entreprises	Cadres des services d'auxiliaires financiers et d'assurance .du crédit-bail . des activités immobilières .location . activités informatiques .services aux entreprises et organisation économiques.
Télécommunications	Ingénieurs et cadres des pôles et télécom.
Transport	Ingénieurs et cadres de transports .de la logistique .personnel navigant technique de l'aviation .officiers de la main marchande.

Source: Schéma National d'Aménagement du Territoire 2025.

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

4) Le développement des TIC

L'information et les connaissances qui en résultent sont devenues des facteurs de production stratégiques. Encore . faut-il organiser l'économie et le territoire pour qu'ils puissent accueillir .traiter et

diffuser les informations recherchées. La compétition dans l'économie globale dépend de la nouveauté des biens et des services offerts or l'économie de la connaissance est celle où le taux d'apparition de nouveaux produits et services s'élève le plus vite. L'économie de la connaissance sera certainement la principale force productive de XXI^{ème} siècle .et la maîtrise de l'information et de sa circulation constitue un domaine stratégique majeur. La diffusion des nouvelles technologies de communication constitue un puissant vecteur de requalification des territoires.

L'Algérie bénéficie de nombreux atouts qui lui permettraient une transition rapide vers l'économie de connaissance. L'action du ministère des postes et de l'information s'appuyant sur l'élaboration et la réalisation du schéma directeur national des autoroutes de l'information et de la société mondiale de l'information. L'ensemble de ses recommandations conduit au développement des TIC et la transition à l'économie de savoir et de connaissance et être attractive et compétitive qui constituent l'un des clés de développement économique d'un pays développé.L'enjeu de l'attractivité territoriale de l'Algérie consisterait à inciter les acteurs locaux de jouer un rôle dans le développement de leur territoire .à mettre en place des ressources stratégiques .à leur permettre de jouer un rôle dans le développement de leurs territoires .et valoriser ses ressources stratégiques et ses potentialités.

4. Analyse des résultats

Le long de cette section .nous essayerons de bien analyser les résultats de l'enquête. En vue de faire ressortir l'incidence des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprises

agroalimentaires dans la wilaya. L'industrie agroalimentaire occupe une place importante dans l'activité économique. La wilaya de Béjaia dispose d'un tissu industriel significatif où presque toutes les branches sont présentes avec une prédominance des activités manufacturières et de transformation qui compte plus de 220 unités en activité. Une diversification de type d'industrie: lourde ,légère ,et l'émergence des PME-PMI renforce la position qu'occupe la wilaya de Béjaia dans la production nationale. La grande majorité du tissu que compte la wilaya de Béjaia se localise autour des zones appelées zones industrielles et zones d'activités. Les industries agroalimentaires (IAA) se concentrent en majorité ,dans les trois pôles industriels de la wilaya (Béjaia ,EL Kseur ,et Taharacht).

4.1 La taille de l'échantillon étudiée

Il aurait été préférable de prendre un échantillon assez grand. Cependant plusieurs contraintes ont empêché de faire une représentation fidèle de la réalité. Pour cet effet ,le manque de temps et de moyens a réduit la possibilité de prendre un échantillon assez grand. Mais ,les entreprises enquêtées n'ont pas répondu favorablement à notre questionnaire. De ce fait ,le nombre d'entreprises qui ont participé à l'enquête est de 22 entreprises agroalimentaires , intervenant presque dans toutes les filières agroalimentaires.

Tableau2: Présentation de l'échantillon de l'enquête

Raison sociale de l'entreprise	Statut juridique	Branche d'activité	Localisation
Cevital	SPA	Huile végétales et sucre	Zone industrielle Béjaia

COGBelle	SPA	Huile alimentaire margarine et savon	Zone industrielle Béjaia
Tchin lait-Candia	SARL	Lait UHT .lait chocolaté . boisson au lai et jus de fruits	Zone d'activité Béjaia (RN12)
Laiterie d'Amizour	SPA	Lait pasteurisé (sachet) et lait fermenté	Amizour (propriété privée)
Email du grain d'or	EURL	Blé dur farine	Zone d'activité Elkseur
Moulex Ets Sfacene	SARL	Semoule Son	Zone industrielle Elkseur
Pâtes et couscous El Hadja	SARL	Couscous moyen et gros	Zone d'activité Elkseur
Les moulins de la Soummam	SPA	Semoule Son et farine	Sidi Aich (propriété privée)
Moulina	EURL	Farine Son grain	Zone industrielle Elkseur
Grand moulin de la vallée	SARL	Semoule	Zone d'activité Taharacht
Boisson STAR	SARL	Eau fruitée Soda	Ighzer Amokrane (propriété privée)
Juc Tar	Entreprise individuelle	Eau fruitée	Zone d'activité Tala Hamza
Limonadrie Kassa	Entreprise	Boissons	Tala Hamza (propriété privée)

	individuelle	gazéifiées	
Brasserie Star d'Algérie	SPA	Bière	Zone industrielle Elkseur
Sica	SARL	Végecao et chocolat	Zone d'activité Tala Hamza
Ski Mani	Entreprise individuelle	Flan et madeleine	Sidi Aich (local)
COJEC	SPA	Jus et conserverie	Zone d'activité Elkseur
Boumeraou Farid	Entreprise individuelle	Nougat	Amizour (local)
Laifaoui Taklit	Entreprise individuelle	Nougat et bonbon	Amizour (propriété privée)
Limonade de la Soummam	Entreprise individuelle	Boissons gazéifiées	Smeoune (propriété privée)
NAIT Kaci Karim	Entreprise individuelle	Produit laitiers	Béjaia (local)
Moulin Ouarti	EURL	Farine et semoule	Zone d'activité Oued Ghir

Source: Réalisée par nous même.

Le secteur agroalimentaire de la wilaya de Béjaia est composé principalement des entreprises de taille moyenne ayant moins de 100 employés .soit 95% des entreprises agroalimentaires (les statistiques de la DPAT en 2009).

Pour le lieu de localisation .nous avons enquêté auprès de 13 entreprises implantées dansles zones aménagées soit une zone

industrielle ou bien une zone d'activité .le reste est localisé en dehors des zones aménagées avec 40 ,91%.Donc .l'implantation industrielle des différentes entreprises agroalimentaires au niveau de la wilaya de Béjaia est d'une forte concentration auprès des zones industrielles ou d'activités. Cela explique cette concentration au niveau des communes de Béjaia ,d'El Kseur ,d'Amizour et de Tala Hamza car elles disposent des zones aménagées (zone industrielle ou d'activité). Cette localisation permet de bénéficier de bonne infrastructure de base (la proximité du port pour la zone portuaire ,et proximité des axes routiers le cas de la route nationale RN12 pour Candia -Tchin lait) ,des coûts de transport bas ,et de tirer des externalités positives et des effets d'agglomérations en cas de coopération avec d'autres entreprises à proximité géographiques. Malgré ces avantages tirés de cette localisation.Le choix de localisation de ces entreprises dans les zones aménagés est imposée par l'Etat pour neuf d'entres elles.

4.2 Aspects relatifs à la création d'entreprises

Ici , nous s'intéressons beaucoup plus aux profils des entrepreneurs .ce qui concerne leur âge .le sexe .leur niveau d'instruction , leur trajectoire professionnelle .l'origine de l'idéede création d'entreprises et leurs motivations. La nature de terrain et le choix du secteur agroalimentaire.

Le créateur d'entreprise agroalimentaire à Béjaia se situe dans la fourchette d'âge de la trentaine et de la quarantaine soit 50% des enquêtés. L'âge relativement avancé des entrepreneurs ,suppose une certaine maturation du projet professionnel ,une accumulation de

ressources financières .une bonne expérience .une qualification technique et de gestion administrative requise .des licenciements ou des départs volontaires due à la suite de la dissolution des entreprises publiques.La moyenne d'âge à la création d'entreprises agroalimentaire est 37 ans. C'est l'âge de la création effective du projet industriel .l'âge de mise en route d'une entreprise. Pour les jeunes entrepreneurs qui représentent la tranche d'âge entre (23-33ans) .ils représentent 36 . 36% de l'effectif. Deux raisons peuvent être expliquer cette précocité: il s'agit d'individus issus de milieux plus aisés disposant d'une base matérielle et aussi des conséquences du chômage et de la difficulté de trouver un travail salarié rend les jeunes personnes portées sur l'entrepreneuriat .ou son premier objectif est de créer un travail fixe. Ils créent plutôt des micros entreprises dans le cadre du dispositif de l'ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes).

Quant à leur sexe .sur les 22 entreprises agroalimentaires enquêtées .une seule a été créée par une femme alors que dans la population elle représente 49%³¹ . Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste fermée aux femmes. Les caractéristiques de la société algérienne et les mœurs ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu réputé très dur et fermé. Donc le créateur d'entreprises dans la wilaya est du sexe masculin.Et 72 .27 % des entrepreneurs ayant le niveau universitaire

³¹DPAT, annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, résultat 2008, édition2009.

Lors de l'enquête ,la plupart des chefs d'entreprises sont natifs de la wilaya de Béjaïa ,cela influe sur le choix de la localisation et implique une connaissance sur le modèle de la consommation de la wilaya.

L'exercice des activités à permet aux créateurs d'entreprises de tisser des réseaux amicaux et professionnels et la connaissance des enchaînements de l'administration vont être d'une grande utilité au moment de la création de l'entreprise. Pour les entrepreneurs enquêtés , il n'y a pas une seule raison a facilité et stimulé la création de leurs entreprises ,c'est la combinaison de plusieurs raisons dans la prise des décisions. À Béjaïa ,l'expérience requise à l'origine de l'idée de création de l'entreprise avec 16 réponses des enquêtés. En deuxième position vient les relations professionnelles avec 7 réponses. Aucun chef d'entreprise n'a demandé des conseils d'un bureau d'étude.

4.3. Aspects relatifs aux facteurs d'attractivité et l'attractivité du territoire

Nous essayerons durant cette section de faire ressortir les facteurs d'attractivité contribuant à la création d'entreprises agroalimentaires dans la wilaya ,et de répondre à une question principale sur l'attractivité de la wilaya.

4.3.1 Les facteurs d'attractivité

L'infrastructure de transport la plus utilisée dans l'activité des entreprises enquêtées c'est les routes avec 54 ,54 % ,soit 12 entreprises .le reste par la voie maritime. Ce qui concerne le chemin de fer et l'aéroport ne jouent aucun rôle dans leur activité. La totalité des entreprises enquêtées internalise le transport par ses propres moyens.

S'agissant des facteurs infrastructurels les plus contribuant sur la décision de localisation ,vienne en première position la diversité de mode de transport (aéroport ,port ,routes ,et chemin de fer) avec 16 réponses ,suivi par la qualité de l'infrastructure existante avec 4 réponses ,en dernier lieu la présence de l'infrastructure socioéconomique (éducation ,formation ,...etc.). Nous pouvons déduire que la présence de l'infrastructure de base est un facteur déterminant dans la création d'entreprise et sa localisation. Surtout la proximité du port et des principaux axes routiers (RN).

Par contre ,les facteurs d'attractivité liés à la main d'œuvre ,les entrepreneurs enquêtés ont le souci lors de la séance de recrutement de s'intéresser beaucoup plus à une main d'œuvre qualifiée ,soit plus que 50% des réponses.

Ce qui concerne les entreprises de notre échantillon ,nous avons constaté que presque la totalité des employés sont originaires de la commune de localisation avec 1017 employés ,cela est du à la taille des entreprises qui leur permet de se limiter à la commune de localisation , et d'une proportion moindre dans les communes environnante. Quant à la main d'œuvre venant des communes plus lointaines et du reste du pays elles n'atteignent que 12%.

Sur 22 entreprises enquêtées seulement six d'entres elles disposent d'un syndicat des travailleurs ,pour le reste ,elles justifient la non disposition d'un syndicat à la petite taille d'entreprises (peu d'effectif) et la participation des travailleur dans la prise de décision (management participatif) ainsi que les droits des travailleurs sont atteints.

Le facteur naturel est l'une des caractéristiques favorables particulièrement à l'agriculture au niveau de la wilaya. Il représente un réservoir des matières premières pour les entreprises agroalimentaires. Mais l'approvisionnement de la matière première des entreprises enquêtées dépend de l'extérieure avec 90% pour 13 entreprises. Il faut à signaler que quatre parmi elles s'approvisionnent de l'étranger à 100%. Quant aux entreprises qui s'approvisionnent de la matière première nationale ou locale, sont en générale des entreprises de limonade, de jus et des eaux superficielles qu'elles utilisent l'eau comme matière première.

4.3.2 Les rapports avec les acteurs locaux

Le tissu industriel et les rapports avec les acteurs locaux sont des facteurs importants dans l'attractivité des territoires. Dans ce cas une série de questions sont posées aux chefs d'entreprises dans le but de mesurer la qualité du tissu industriel. Avec les entreprises à proximité géographiques, seulement 14 entreprises tissent des relations de coopération entre elles, et 8 entreprises enquêtées sont implantées dans les zones aménagées où le tissu industriel est très dense et important. Donc ces entreprises profitent de cette proximité qui génère des synergies et d'échange des services et d'externalités positives.

L'administration locale occupe une place primordiale lors de création d'entreprises et dans la réhabilitation des zones industrielles et zones d'activité et l'aménagement de nouveaux espaces à travers le territoire de la wilaya. Ainsi le rôle joué par les différents dispositifs pour stimuler l'investissement a travers un ensemble d'organisme qui

facilité le financement (APSI .ANSEJ .ANDI) n'est pas moins important mais plusieurs entreprises sont créées grâce aux aides de ces dispositifs d'aides.S'agissant des rapports avec les acteurs locaux tels que l'administration publique locale .les administrations économiques . l'université et les banques et les organismes de promotion d'investissements (ANDI .ANSEJ) seront traités dans le tableau (5) :

Tableau 3: Rapports avec les acteurs locaux

Nom de l'acteur local	Médiocres	Moyens	Excellents
Administration locale	03	12	07
Banques et les organismes de promotion d'investissements	01	13	08
Justice	00	13	09
Fiscalité	00	13	09
CNAS	00	10	12
CNAC	00	12	10
Chambre de commerce	00	15	07
Inspection de travail	00	14	08
Environnement	00	12	10

Source: Enquête de terrain.

Les réponses des chefs d'entreprises sur leurs rapports avec les acteurs locaux sont subdivisées entre excellents et moyens. 13 entreprises ont répondu que les rapports avec les banques et les organismes de promotion d'investissements .la justice et la fiscalité sont moyens. Trois d'entre elles ont jugé que les rapports avec l'administration publique locale sont médiocres. Mais en général les rapports sont moyens pour tous les acteurs locaux. Quant à la proximité de l'université .seulement l'entreprise Cevital qui s'intéresse à cette proximité dans le but de faire un échange de recherche et

d'information . seulement 7 entreprises enquêtées entretiennent des rapports avec elle .le type de rapport est en général des stages pratiques et formation des étudiants.Pour les facteurs institutionnels . nous avons proposé quelques facteurs que nous avons jugés intéressant pour notre travail. Le plus avantageux pour eux c'est l'exonération d'impôts pour 12 entreprises .suivi par 8 entreprises qui ont répondu favorablement pour les terrains et les locaux et 2 pour les subventions et aides financières. Quant aux procédures de création d'entreprises sont rigides pour la plus part des entreprises .soit 90 .90% des réponses.Nous avons demandez aux chefs d'entreprises de faire une comparaison avec les autres wilayas du pays .ils ont répondu que la phase tardive pour la phase de création d'entreprises .et trop de bureaucratie rendent la wilaya de Béjaia répulsive en terme des procédures de création d'entreprises par rapport aux autres wilayas du pays. Dans ce cas .les acteurs locaux sont obligés de mettre en place des procédures flexibles lors de la phase de la création d'entreprises et l'efficacité de l'administration publique.

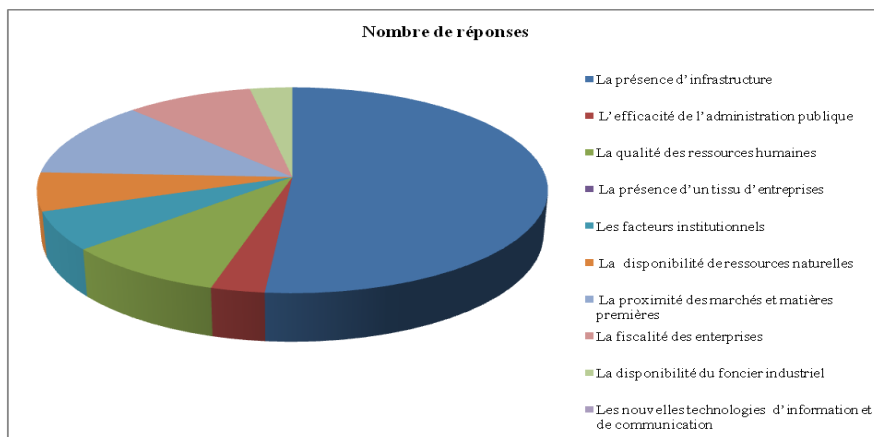
Sur les 22 chefs d'entreprises enquêtées .15 d'entre eux ont demandé une aide auprès des organismes de promotion d'investissement .surtout avec l'ANDI .suivi par l'ANSEJ et le fonds de garantie. Sur les 15 demandes d'aides seulement 8 sont reçues. La nature d'aide se partage entre les avantages fiscaux .l'octroi des crédits .l'allongement les délais .l'exonération des droits de douanes et d'impôts .la garantie de crédit .l'aide financière . et un crédit bancaire pour l'achat de matières premières à l'étranger.

4.3.3L'attractivité du territoire

L'attractivité du territoire est devenue une composante essentielle pour le développement économique d'une nation. Pour notre cas empirique nous avons remarqué que 50% des chefs d'entreprises ont répondu pour le facteur infrastructurel qui représente pour eux un facteur attractif pour la création de son entreprise. En occurrence les autres facteurs ont une influence faible leurs réponses se partagent entre les facteurs suivants: la qualité des ressources humaines (main d'œuvre qualifiée et compétente) la proximité du marché et matières premières la fiscalité des entreprises et la disponibilité de ressources naturelles. En revanche la présence d'un tissu d'entreprises et les nouvelles technologies d'information et de communication ne représente aucun influence pour les chefs d'entreprises cela explique le choix de localisation au niveau des zones aménagé est une localisation imposée par l'Etat. Quant aux motivations qui ont poussé les chefs d'entreprises à choisir la wilaya de Béjaia pour la localisation de leurs entreprises c'est l'existence des facteurs suivants :

- Présence et proximité d'infrastructure de base ;
- Présence d'une ressource naturelle ;
- Attachement à la wilaya (natifs de la wilaya).

Figure 7: Les facteurs attractifs pour les enquêtés



Source: Enquête de terrain.

17 d'entre eux pensent que la wilaya de Béjaia est attractive par rapport aux autres wilayas du pays. Les raisons du choix de la wilaya pour la localisation sont presque identiques pour la plupart des enquêtés tels que la disponibilité et proximité de l'infrastructure de base et qu'ils sont natifs de la wilaya pour la plupart des enquêtés. Ils suggèrent une flexibilité des procédures lors de la phase de la création d'entreprises et l'efficacité de l'administration publique et les organismes d'aides à l'investissement qui pourront jouer un rôle primordial dans l'épanouissement du secteur agroalimentaire de la wilaya. Le reste des enquêtés qui voit que la wilaya de Béjaia est vulnérable, ils pensent de délocaliser leur entreprises vers les wilayas suivantes: Alger, Sétif, Annaba, Burdj Boueriridj, Oran, Blida. Ils justifient cette délocalisation aux déficits du terrain foncier, concurrence intense, phase tardive pour la phase de création, trop de bureaucratie et l'expansion de l'entreprises dans le but de pénétration d'autres marchés (le cas du Cevital par exemple).

Conclusion

L'étude effectuée sur la wilaya de Béjaïa nous a permis de révéler une dynamique territoriale observée plutôt liée à la présence et proximité d'une infrastructure (port .et axe routier) et d'équipements de base indispensables à un développement harmonieux et intersectoriel important plus qu'à des actions d'encouragement à l'activité qui émanerait des collectivités locales pour pouvoir développer des politiques attractives pour l'investissement.

Le facteur déterminant dans le choix de la localisation industrielle et la création d'entreprises c'est le facteur infrastructurel le plus contribuant sur la décision de localisation soit 50% des réponses. 17 des chefs d'entreprises enquêtés pensent que la wilaya de Béjaïa est attractive par rapport aux autres wilayas du pays. Les raisons et les motivations qui ont poussé les chefs d'entreprises à choisir la wilaya de Béjaïa pour la localisation de leurs entreprises sont presque identiques pour la plus parts des enquêtés .c'est l'existence des facteurs suivants :

- Présence et proximité d'infrastructure de base ;
- Présence d'une ressource naturelle ;
- Attachement à la wilaya (natifs de la wilaya).

Le reste des enquêtés pensent de délocaliser leur entreprises vers les wilayas suivantes: Alger .Sétif .Annaba .Burdj Boueriridj .Oran .Blida. Ils justifient cette délocalisation aux déficits du terrain foncier .phase tardive pour la phase de création .trop de bureaucratie et l'expansion de l'entreprise dans le but de pénétration d'autres marchés (le cas du Cevital par exemple).L'enquête de terrain a montré que .la localisation

des entreprises se concentre dans les zones aménagées (zone industrielle et zone d'activité) dans le but de bénéficier de bonne infrastructure de base (la proximité du port pour la zone portuaire et proximité des axes routiers le cas de la route nationale RN12 pour Candia -Tchin lait) des coûts de transport bas et de tirer des externalités positives et des effets d'agglomération en cas de coopération avec d'autres entreprises à proximité géographiques.

Bibliographie

I.Ouvrages généraux

- 1.ABEDOU Abderrahmane «BOUYAKOUB Ahmed «LALLEMENT Michel «
Entrepreneurs et PME: approches algéro-françaises «L'harmattan «
paris «2004.**
- 2.BELATTAF Matouk - Localisation industrielle et aménagement du territoire:
aspects théoriques et pratiques- Algérie .1995.**
- 3. COURLET Claude - Territoires et régions: les grands oubliés du
développement économique- Edition l'Harmattan .Paris .2001.**
- 4. COURLET Claude et (al) - Réseaux d'entreprises et territoire: regards sur les
systèmes productifs locaux- La documentation Française .Paris .2001.**
- 5.DERYCKE Pierre—Henri- Espace et dynamique territoriales- Economica .
Paris . 1992.**
- 6. HATEM Fabrice- investissement international et politique d'attractivité-
Economica .Paris .2004.**
- 5.LAJUGIE Joseph .DELFAUD Pierre et LACOUR Claude - Espace régional et
aménagement du territoire- Edition Dalloz .Paris .1979.**
- 6. MATTEACCIOLI André — Philippe Aydalot pionnier de l'économie
territoriale-L'harmattan .Paris .2006.**

7. PECQUEUR Bernardet ZIMERMANN Jean-Benoît- Economie de proximités- Hermes science .Paris .2004.

8. POLESE Mario - Economie urbaine et régionale: logique spatiale des mutations économiques- Edition Economica .Paris .1994.

9. TAQUES Marseille- créateurs et création d'entreprises: de la révolution industrielle à nos jours- ADHE .Paris .2000.

10. VERSTRAETE Thierry - Entrepreneuriat: Connaître l'entrepreneur , comprendre ses actes- L'harmattan .Paris .1999.

11. WACKERMAN Gabriel - De l'espace national à la mondialisation - Ellipses . Paris .1995.

II. Articles et communications

1. AKNINE SOUIDI Rosa et ZIOUR Hocine- Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie: le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires » .Tamanrasset .2006.

2. ANTIPOLIS Sophia - Optimisation des choix de localisation et concurrence spatiale - Journées de l'OFCE .Octobre .2005.

3. AIT SIDHOUM (H) - La dynamique et les déterminants de la création des PME: cas de la wilaya de Bejaia- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires » .Tamanrasset .2006.

4. AIT ZIANE Kamel et AIT ZIANE Houria -Territoire et entrepreneurs innovateurs: cas de l'Algérie- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires » .Tamanrasset .2006.

5. AYACH Fethi - BERTHOMIEU Claude .Les déterminants des investissements directs étrangers européens et la gouvernance dans la région MEDA: une estimation par la méthode des moments généralisés .avril 2006.

6. AYDALOT (P) - La crise économique et l'espace: recherche sur les nouveaux dynamismes spatiaux - In the canadian journal of regional science .n°1 .1984.

7. **BENARD Raymond et JAYET Hubert** — Les préférences de localisation des entreprises— in INSEE .n°9 .Nord pas de Calais .1998.
8. **BOUKELLA (M)** - Les industries agro-alimentaires en Algérie: politique , structure et performance depuis l'indépendance- CIHEAM .Options méditerranéennes .1996.
9. **BOUTALEB Kouider** - La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie- In colloque international Tamanrasset: « Création d'entreprises et territoires » .03 et 04 Décembre 2006.
10. **BOUYACOUB (A)** - Entrepreneuriat .territoires et capital humain- In Colloque International sur « Création d'entreprises et territoires » .Tamanrasset .2006.
11. **BOUYACOUB (A)** - La PME en Algérie: dynamisme économique et territorial - In Colloque International sur « les implantations d'entreprises dans les pays émergents » 2003.
12. **BOUABDALLAH (K) et ZOUACHE (A)** - Entrepreneuriat et développement économique » In « cahiers du Cread » n°73-2005.
13. **CHERRADE Salah Eddine** -PME et territoire en Algérie - In « cahiers du CREAD» . 2006.
14. **FERGUENE Améziane** — PME .territoire et développement local: le cas des pays du sud- In deuxième rencontre des sud sur: développement local et coopération décentralisée entre régions de la méditerranée .Marrakech .10 et 11 octobre 2002.
15. **FOURCADE Colette** — Le territoire comme atout des processus d'internationalisation des PME: le concept de milieu internationalisant- In XXVIII^{ème} colloque de l'ASRDLF .Québec 21-23 août 2002.
16. **HATTAB-CHRISTMANN Malika** - Attractivité des territoires et développement versus attractivité et recompositions territoriales: le rôle des accords bilatéraux sur l'investissement- In 1^{ères} journées du développement du

GRES Le concept de développement en débat .Université Montesquieu Bordeaux 4 .
16 et 17 septembre 2004.

17. HATEM Fabrice — Attractivité: de quoi parlons-nous ? - 2006.

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

19. HUGES François ·HIRCZAK Maud et SENIL Nicolas — Territoire et patrimoine- In revue économique régionale et urbaine ·2006 ·n° 5.

20. LAKAUD Claude - *Territoires du développement régional-In revue économique régionale et urbaine ·2006 ·n° 3.*

21. LAPOINTE Alain- Compétitivité et attractivité des villes canadiennes- In document d'information de HEC de Montréal ,juin 2004.

22. LAURIOL Jaques— Territoires et stratégies: quelques éléments pour un programme de recherche — In XIV^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique ·pays de la Loire ·Angers ·2005.

23. MAILLET Denis et PERRIN Jean- Claude— Entreprises innovatrices et développement territorial- Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs (GREMI) .institut de recherche économique et régionale .Neuchâtel .
1992.

24. MATHIEU Edouard — Le tableau du bord de l'attractivité de la France: un outil opérationnel face aux classements internationaux de compétitivité- In Agences Françaises pour les Investissements Internationaux (AFII) .2005.

25. MUDARD FRANSEN Nathalie — La question du système productif localisé: local is beautiful- In document de travail du Laboratoire de Redéploiement Industriel et Innovation .n° 37 .Université du Littoral côte d'Opale .Dunkerque .
2001.

26. REMY (J) -Utilisation de l'espace .innovation technologique et structure sociale - In Espaces&sociétés .1971.

27. SAMSON Ivan- Territoire et système économique . Communication aux 4^{èmes} journées de la proximité .réseaux et coordination .Marseille les 17 et 18 Juin 2004.

28. SAIVES (Anne-Laure) et LAMBERT Annie — Approche stratégique des comportements spatiaux des firmes: quelles ressources stratégiques territoriales pour les industries agroalimentaires- In Laboratoire de Recherche en Gestion et Economie Industrielle Agroalimentaire .Le Croisic .8-10 decembre1999.

29. STORAI Christophe— Attractivité territoriale et stratégie de localisation firmes: le territoire Corse peut-il devenir un nouvel éden ?- In international journal of Info et Com Sciences for decision making (ISDM) n 9 .juillet 20003.

30. SOUIDI.M.Y. FERFERA&T.AKROUF - Les entrepreneurs «le territoire et la création D'entreprises: enquête à Boghni - In « cahiers du CREAD» n°51 «2000.

31. VAN HUFFEL Christophe-Investissements directs étrangers: problèmes et enjeux pour les pays de sud et de l'est de la méditerranée- 2001.

32. ZIMMZERMANN Jean-Benoît — Entreprises et territoire: entre nomadisme et ancrage territorial- In revue de l'institut de recherche économiques et sociales IRES .numéro 47 .1^{ER} trimestre 2005.

III. Rapports et documents statistiques

1. Schéma National d'Aménagement du Territoire 2025 .document du ministère de l' d'Aménagement du Territoire et de l'Environnement .avril .2006.
2. DPAT .annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa .résultat 2008 .édition2009.
3. Direction des Mines et de l'Industrie de la wilaya de Béjaïa .2009.