

## Approche de la localisation industrielle par les économies d'agglomération : cas du secteur Agroalimentaire en Algérie.

Fatiha DALI – Laboratoire LARAFIT, Université d'Oran 2  
Ouahiba MIHOUB –AIT HABOUCHE - Laboratoire LARAFIT,  
Université d'Oran 2

### Résumé:

L'objet de ce travail est l'étude du rapport de l'entreprise à son territoire, pour déterminer les aspects qui lui permettent de transformer les avantages que lui procure l'espace où elle évolue en des éléments de force lui permettant d'améliorer sa compétitivité. L'utilisation de l'approche de la localisation des entreprises par les économies d'agglomération nous permet de mieux comprendre les liens entre les acteurs d'un système où l'agencement entre les besoins d'entreprises agroalimentaires et les actions nécessaires sous forme de stratégies devrait se réaliser dans les limites d'une vision globalisée et dans un cadre de plus en plus relationnel.

**Mots clés :** localisation, agglomération, proximité, concentration, agroalimentaire, Algérie.

### ملخص البحث باللغة العربية:

الهدف من هذا العمل هو دراسة علاقة المؤسسة بإقليمها، لتحديد الجوانب التي تسمح لها بتحويل الميزات الناتجة عن الفضاء الذي تنتمي إليه الى عناصر قوة تمكنها من تحسين قدرتها التنافسية. إن استخدام مقارنة اقتصاديات التكتل لدراسة التوطن الصناعي للمؤسسات الناشطة في قطاع الصناعات الغذائية يسمح لنا بفهم أفضل للروابط الناشئة بين الجهات الفاعلة في النظام. حيث يكون الترتيب والتنسيق بين احتياجات الشركات والاستراتيجيات الضرورية في حدود رؤية شاملة وفي إطار علاقتي متزايد. تتجلى أهمية هذا العمل في مقارنته الميدانية لعلاقة مؤسسات قطاع الصناعات الغذائية بإقليمها في إقليم وهران والولايات المجاورة. الكلمات المفتاحية: التموقع، التكتل، القرب، التركيز، الصناعات الغذائية، الجزائر.

## **Introduction :**

L'approche des localisations des entreprises par les économies d'agglomérations est essentiellement distincte des modèles traditionnels dits par la distance. Le modèle de la concurrence parfaite a montré ses limites puisqu'il n'est plus dans la mesure d'intégrer la dimension spatiale considérée elle-même comme un facteur d'imperfection de la concurrence Sergot (2004). La concurrence spatiale, analysée en premier lieu par Hotteling (1929) a connu de nombreuses publications appliquées au domaine de l'économie spatiale et à la localisation des entreprises : Ponsard (1988), Scotchmer et Thisse (1993), Fujita et Thisse (1997), Basaille-Gahitte (1991). Hotteling, à travers son exemple de marchand de glaces, conclut que les entreprises qui offrent des produits homogènes ont tendance à se concentrer géographiquement Sergot (2004), Basaille-Gahitte (1991).

En se renvoyant à l'approche en termes d'économies d'agglomération on cherche à intégrer les avantages que peut procurer l'espace, défini comme un ensemble de lieux, aux entreprises qui l'occupent Moulaert et Farcy (1995). Néanmoins sa prise en compte dans l'analyse ne doit pas être considérée comme opposée à la vision plus statique reposant sur les diversités des régions en matière de ressources issues des différentes dotations. On se retrouve ainsi dans une vision plutôt complémentaire où nous recourant à des moyens qui nous permettent de mieux comprendre les modèles traditionnels de la localisation des entreprises. Ainsi nous pouvons comprendre mieux et relever davantage les facteurs qui affectent en réalité les choix des entreprises.

## **1. Problématique :**

De ce fait, l'analyse du rapport de l'entreprise à son territoire et la détermination des aspects de ce dernier qui peuvent profiter au développement de cette entreprise est l'objet de ce travail. Puis dans l'objectif de mieux apprécier ce rapport et les aspects qu'il peut affecter, nous avons réduit le champs d'étude à un secteur et une région bien déterminée. La question principale étant de rechercher comment peut-on expliquer, à l'usage de l'approche de la localisation par les économies d'agglomération le rapport des entreprises agroalimentaires d'Oran et de sa région à leurs territoires ? Et quel est le schéma qui leur permet, le

mieux, de transformer les avantages que leur procure ce dernier en faveur de leur compétitivité ?

## 2. Hypothèses :

Pour soutenir la réponse à cette problématique, nous avançons les deux hypothèses suivantes :

- L'entreprise constitue un élément d'un système complexe de relations dans lequel des liens la relie à l'environnement où elle évolue.
- pour que l'entreprise puisse transformer les avantages que lui procure le territoire en sa faveur, des conditions en termes de taille et de capacité relationnelle s'imposent.

## Méthodologie :

La démarche consiste, d'abord à situer cette approche par rapport aux différentes théories et modèles qui expliquent l'organisation spatiale des activités comme elles progressent dans l'histoire de la pensée économique dans l'objectif de construire une idée sur les éléments théoriques nécessaires à la compréhension de l'organisation des espaces industriels en général en matière de localisation des entreprises et d'émergence des territoires. De cette façon nous pouvons nous éclairer sur l'ensemble des éléments qui constituent les conditions du système global qui permet de créer une dynamique dans une perspective de développement local ou simplement d'amélioration de la compétitivité.

Cette recherche bibliographique nous a permis ensuite de dégager des éléments théoriques que nous avons examinés pour notre champ d'étude. A cet effet, nous avons combiné différents outils :

- Les données statistiques pour examiner l'existence d'agglomérations ;
- Les résultats des études effectués sur la concentration industrielle du secteur agroalimentaire en Algérie, pour vérifier la satisfaction d'un certain niveau de concentration ;
- Le travail d'enquête sur la localisation et la compétitivité des entreprises agroalimentaires d'Oran et de sa région qui a permis de faire ressortir l'existence d'un avantage de proximité.

### 3. Des économies de la distance aux économies de proximité et d'agglomération

La littérature des modèles économiques qui expliquent l'organisation spatiale des activités nous amène à interroger les différents travaux dont l'objectif était d'introduire ou plus précisément de réintroduire le concept de l'espace et ses implications dans la pensée économique. Ce concept qui a été pour longtemps absent dans la théorie économique a été ensuite abordé à partir d'un ensemble de modèles initialement a-spatiaux (Heraud et Kahn (2012)). Quatre grands paradigmes apparaissent dans l'histoire de la pensée économique spatiale. Ils sont respectivement liés aux travaux de von Thunen, Weber, Christaller et Losch et enfin Hotelling (Ponsard 1983 in Baumont et Huriot, 1996 ).

D'autres auteurs, comme Luhnardt et Greenhut peuvent être cités dans l'approfondissement des travaux sur l'espace, cependant il faut signaler d'autres études sur les complémentarités et les interactions entre ces paradigmes : Ponsard (1983) , (Fujita *et al.* 1988) ; Fujita et Thisse (1986). Alors que certaines ont dépassé même le champ de l'économie spatiale pour atteindre d'autres champs tels l'économie internationale ou l'économie industrielle et intégrer avec succès les propositions des économistes spatialistes (Krugman, 1991a, 1991b ; Rallet et Torre, 1995).

#### 3-1. Les modèles et théories de localisation (l'école allemande)

Bien que la manière d'envisager le rapport de l'entreprise à l'espace ne fasse pas l'objet d'un consentement (Coris and *al.* 2011) mais nous pouvons dire que l'analyse de l'entreprise dans le cadre théorique de l'économie néoclassique a constitué le point de départ de l'analyse économique spatiale. L'enjeu des développements néoclassiques et marginalistes était d'introduire l'espace dans le corpus théorique des économistes.

**3-1-1. Weber A. et le modèle de localisation industrielle :** L'objectif recherché était alors la détermination d'une localisation optimale pour un entrepreneur désirant implanter une nouvelle unité sous la contrainte de maximisation de profit. La démarche en ce sens est unanimement reconnue à Alfred Weber (1909) qui va élaborer le

premier modèle de localisation industrielle à travers son célèbre triangle de localisation.<sup>1</sup> D'une manière générale, il s'agit de rechercher le point qui constitue la meilleure combinaison possible qui va permettre de localiser une entreprise ayant une fonction de production à coefficients fixes (utilise des proportions données de chaque facteur ou input) et dont le choix s'inscrit dans un espace homogène et au sein duquel, les facteurs de production sont également dispersés (Zimmermann, 2008). A travers sa théorie, Weber, dégage trois principes explicatifs<sup>2</sup> :

- Le point minimal des frais de transport entre matière première et produit fini ;
- L'attraction qu'exercent les centres de main d'œuvre (qui représente l'avantage du point de vue des salaires) ;
- Le jeu des forces agglomératives (économies d'agglomération) ou désagglomératives (hausse de la rente foncière) qui déterminent la densité de l'industrie.

**3-1-2. Von Thünen et le modèle d'affectation agricole du sol :** Bien que le mérite revient à Weber d'avoir formalisé une théorie viable de la localisation industrielle (Duraton 1997, Belheddi 2010, Benko 2008), mais la première véritable théorie économique spatiale est née au début du XIX<sup>e</sup> siècle avec les travaux de Von Thünen (1826). Il distingue quatre couronnes concentriques qui vont du centre vers la périphérie et par ordre d'intensité (Belhedi, 2007).

1. Les cultures qui ont un prix élevé (se retrouvent près du marché et dans la première couronne). Elles exigent un entretien permanent et une main d'œuvre intense. Elles ne peuvent pas supporter beaucoup le transport et se trouvent fort demandées, procurant ainsi un revenu élevé comme le maraîchage qui doit être frais.

---

<sup>1</sup> En effet, c'est à Launhardt que l'on doit, en 1882, le premier modèle s'intéressant directement à l'identification de la localisation optimale pour une entreprise industrielle. Les idées de Launhardt ont ensuite été largement reprises par Alfred Weber (1909) considéré, en raison de l'influence de ses travaux, comme le fondateur de la théorie classique de la localisation. (SERGOT, 2004).

<sup>2</sup> Voir pour plus de détail : A. Belhedi, "les modèles de localisation des activités économiques", 2010

2. Le bois, fort demandé à l'époque (XIX<sup>e</sup> siècle) pour la chauffe et pour la cuisine à une époque où la seule énergie utilisée était le bois de forêt notamment dans les zones très froide. Il est donc affecté à la seconde couronne pas très loin de la ville pour permettre cet approvisionnement permanent des ménages en bois.
3. La culture céréalière qui constitue en fait, la base de l'alimentation de la population.
4. L'élevage extensif dont le coût de transfert est réduit vu que le cheptel se déplaçait tout seul sur de très longues distances sans occasionner de coûts de transport avec la production des produits laitiers qui sont chers, très demandés et se conservaient facilement comme le fromage, etc.

**3-1-3. Christaller W. et Lösch A. et la théorie des places centrales de la localisation des services :** La théorie des lieux centraux a été développée par Christaller et Lösch d'une manière indépendante (Claval 1966, Bailly 1975). Les résultats de cette théorie ont montré que la contrainte proxémique fait que les services de type *banal* suivent dans leur répartition celle des utilisateurs dans la mesure où ces derniers supportent directement le coût de déplacement. Pour cette raison, la théorie se trouve sollicitée en même temps par la Géographie urbaine, la Géographie économique et l'économie spatiale. Les résultats de Christaller ont été confirmés par Lösch (1940), il confirma et formalisa la théorie des lieux centraux et avance l'idée de portée limite et de seuil qui commande les aires de distribution des produits et des services et les niveaux d'apparition de ces derniers. Selon cette théorie, la disposition des villes, la distribution de leur taille, leur équipement et leurs relations obéit à un certain ordre que les deux auteurs ont essayé d'explicitier. La fonction première d'une ville est de jouer le rôle d'un lieu central, un lieu d'échanges de biens et services dans un milieu agricole où se fait la production, agricole et de plus en plus industrielle, il s'agit d'un problème de centralité.

### **3-2. La limite de l'école allemande et l'apport de la NEG de Krugman**

Les travaux récents de la "nouvelle économie géographique" ont renouvelé profondément l'analyse des localisations industrielles. Des décisions de localisations endogènes expliquent la distribution spatiale des activités économiques (Mansouri, 2008), ainsi la répartition géographique des firmes y est appréhendée comme le résultat de forces d'agglomération et de dispersion qui ne sont plus dépendantes de caractéristiques exogènes des espaces (Charlot, Gaigné, 2002). En effet, le modèle de Krugman (1991) de la répartition géographique des firmes explique la localisation par l'existence de forces d'agglomération et de dispersion, s'éloignant des modèles traditionnels qui expliquent les types de localisation par différents facteurs. "En fait, Paul Krugman s'est engouffré dans une brèche laissée vacante par les tenants de la géographie économique et a construit, sur une base néoclassique, une théorie hybride composée de ce qu'il appelle les cinq traditions bannies : la théorie de la localisation, la physique sociale, la causalité cumulative, la modélisation de l'utilisation du sol et les externalités locales marshalliennes de la théorie « centre-périphérie. »" (Coissard 2007: 116). Encore une fois les critiques sont nombreuses parce que l'économie spatiale néoclassique néglige les aspects sociaux.

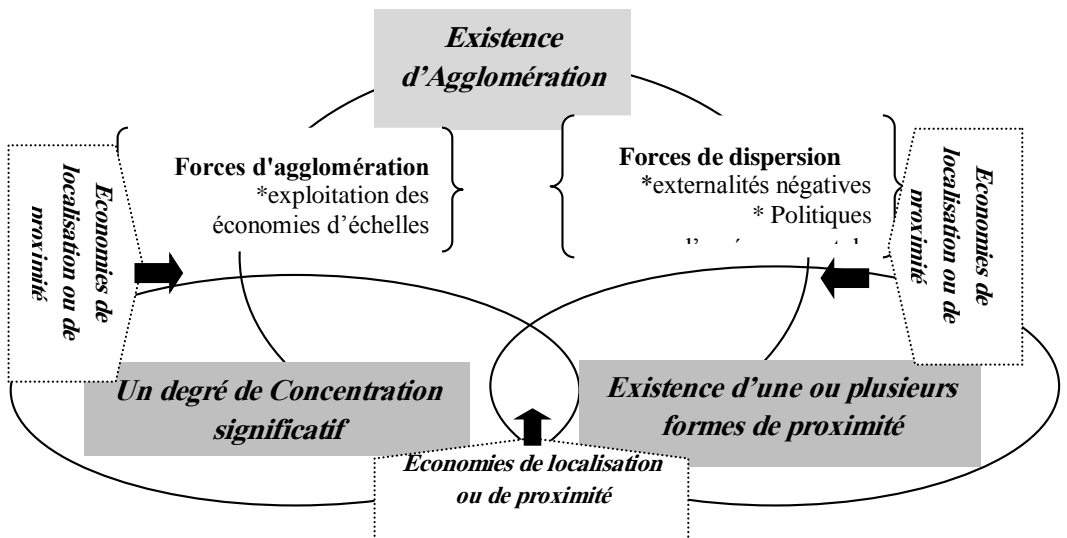
### **3-3. L'intégration des aspects sociaux-économiques dans l'approche des mécanismes d'agglomération : la notion de proximité comme substitue à l'idée de la distance**

L'intégration des aspects sociaux-économiques dans l'approche des mécanismes d'agglomération permet d'appréhender l'espace géographique d'une façon distincte des théories économiques classiques. Donnant ainsi naissance à une approche qui repose essentiellement sur le concept de proximité qu'elle substitue au concept traditionnel de distance. Ce recours au concept de proximité permet selon les partisans de cette approche d'appréhender ce qui réunit et non ce qui sépare (Zimmermann 1988, in Sergot 2004).

Une grande importance est accordée dans cette approche aux interactions qui se produisent entre les acteurs qu'elles soient de nature

marchande voir même hors marché dépassant ainsi le sens purement géographique (Sergot 2004). Ainsi la proximité est appréhendée en son sens le plus large incluant toutes ses formes : géographique, organisationnelle, culturelle ou même électronique (Loilier 2010). Son évaluation s'opère plutôt en référence à l'utilisation des infrastructures de transport, ou en terme de délais essentiels pour réaliser des relations de face-à-face particulièrement importantes dans des activités créatives ainsi démontré par Storper et Venables dans (Loilier 2010) différemment du sens traditionnel évalué en termes de distances purement physique (Sergot 2004). On se retrouve ainsi dans une approche en termes de territoire de l'espace local où l'ensemble d'interactions entre les acteurs locaux combinant différentes formes de proximités font qu'il se transforme d'un support passif en un construit actif ou même « historique » (Sergot 2004,) avec une dimension sociale capitale et tirant sa spécificité de sa densité institutionnelle et relationnelle régulant et orientant les pratiques individuelles et collectives (Storper 1996, Sierra 1997).

Schéma (01) L'approche par agglomération comme un système d'éléments



Source : élaboré par l'auteur.



La théorie d'autre part, nous enseigne que ces éléments sont nécessaires mais pas suffisants à eux-seuls. Car, le territoire ne peut pas se réduire à la simple interaction entre des éléments (comme est le cas de nos trois composantes). Autant qu'il ne doit pas se voir considéré comme un ensemble de zones. Mais il importe de percevoir le territoire comme un tissu pouvant se distinguer de tout autre par des caractéristiques qui lui sont propres. Donc son développement exige des stratégies qui lui sont adaptées (courlet 2008).

#### **4. La proximité et la dynamique du secteur agroalimentaire en Algérie : les enseignements d'une enquête sur la localisation et compétitivité des entreprises.**

Cette revue de littérature nous a permis d'avoir une idée sur les éléments théoriques nécessaires à la compréhension de l'organisation des espaces industriels en général en matière de localisation des entreprises et d'émergence des territoires. Elle nous a aussi éclairée sur l'ensemble des éléments qui constituent les conditions du système global qui permet de créer une dynamique dans une perspective de développement local ou simplement d'amélioration de la compétitivité. Il est cependant important de souligner que cette dynamique ne résulte pas forcément d'une stratégie de développement local ou industriel, mais elle peut être le fruit d'initiatives privées qui naissent de façon spontanée dans un espace industriel local (exemple des clusters spontanés en Algérie ou Tunisie (Pommier 2014)). La présente étude s'inscrit dans ce raisonnement d'examen de la dynamique industrielle. On essaye d'approcher l'activité industrielle en Algérie en matière de formation d'agglomérations, de concentration spatiale et de spécialisation industrielle afin de rechercher l'existence des premiers éléments nécessaires à la dynamique susceptible de générer le développement ou simplement booster la compétitivité du secteur sur le plan local ou national.

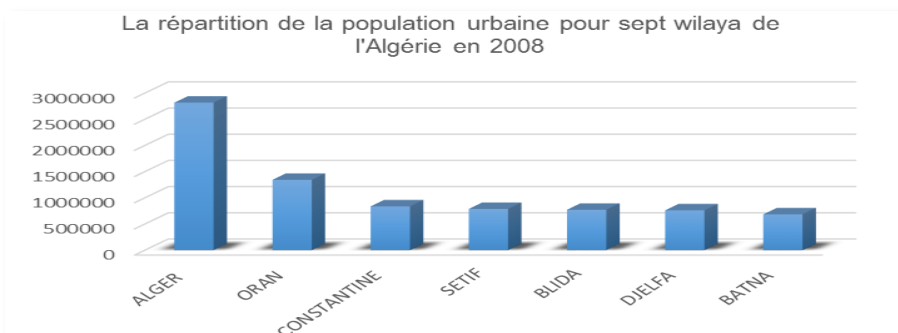
Une étude empirique sur Oran et sa région, avec plus de 60 entretiens en face à face avec les premiers responsables des entreprises agroalimentaires, a permis de compléter ce schéma par l'examen de la localisation sur des aspects liés à la nature de la localisation, degré de satisfaction et avantages liés à cette localisation et enfin ses effets par rapport à la compétitivité.

#### 4-1. Dynamique territoriale et évolution des agglomérations :

Le dernier recensement économique de 2008 nous révèle que la croissance des agglomérations en Algérie est caractérisée doublement d'un gonflement spectaculaire des grandes villes du Nord, et d'un accroissement des petites agglomérations et ce, depuis les années 80. Le retour progressif de la sécurité et de la paix civile après 1998 a eu son impact sur le développement du réseau urbain qui s'est renforcé de 172 agglomérations supplémentaires dont 6 grandes villes de plus de 100 000 habitants, 13 villes moyennes (de 50 000 à 100 000 hab.) et de 28 petites villes (de 20 000 à 50 000 habitants (Moussaoui, 2016). Le nombre d'agglomérations est passé de 2221 en 1977 à 4563 agglomérations en 2008.

Cependant, des déséquilibres importants sont enregistrés entre les grandes composantes du territoire algérien (Nord, Hauts Plateaux, Sud) mais également au sein de son système urbain et entre les villes et les campagnes. Reste que, selon l'ONS, 2011, La hiérarchie urbaine est encore dominée par les mêmes villes issues de la période coloniale, On peut dire qu'il y a une continuité dans la hiérarchie des villes 46 ans après l'indépendance. La répartition de la population urbaine par wilaya fait ressortir la prédominance de sept wilayas qui à elles seules représentent plus de 35% de la population urbaine du pays en 2008 (figure 01).

**Figure (01). La répartition de la population urbaine pour les sept premières wilaya de l'Algérie**



**Source :** élaboré par nos soins, sur la base des données du dernier recensement de 2011.

En outre, les facteurs de la dynamique territoriale en Algérie sont liés à la valorisation des ressources naturelles, le rôle de l'Etat et la croissance urbaine. Il est à relever, en ce qui concerne la dynamique territoriale en Algérie que hormis les quatre grandes agglomérations, les villes restent inaptes à remplir leurs fonctions économiques et sociales, au-delà de l'encadrement administratif. Les carences en matière de gestion urbaine, notamment dans les systèmes de transports et de circulation, handicapent le fonctionnement satisfaisant des activités économiques (Moussaoui, 2016).

#### **4-2. L'agglomération et la concentration des activités industrielles**

La tendance à la concentration de la population dans quelques espaces est liée pour une grande partie aux effets de la croissance économique qu'ont connue ces espaces, comme elle représente aussi la résultante spatiale d'un modèle de développement inégal. A titre d'exemple, dans la zone de l'OCDE en 2006, plus de la moitié de la population de cette zone (53%), vit dans des régions urbaines. Ces régions profitent ainsi, sur le plan économique, de cette concentration dû à une plus grande offre des ressources. Ce phénomène n'est pas propre à une seule région ou à une seule métropole, puisque la géographie du développement économique témoigne d'une propension générale à l'agglomération spatiale des activités soit sous formes de grands complexes d'entreprises et d'activités, soit sous formes de concentrations plus restreintes autour d'une spécialité et d'un métier.

Pour comprendre ce processus d'agglomération, un ensemble de déterminants sont cités pour expliquer la localisation des activités économiques : existence de rendements croissants et d'externalités positives issues de l'agglomération, le recours constant à une différenciation des produits, la proximité géographique, etc. Dans l'approfondissement de ce discernement, l'hétérogénéité de la répartition géographique des activités industrielle est perçue en théorie comme le produit de forces d'agglomération et de forces de dispersion (Krugman 1991). En effet, hormis des avantages de première nature qui appuient certaines activités dans leur lieu de localisation, la localisation des activités est organisée par un jeu de forces opposées : des forces d'agglomération qui incitent les activités industrielles à la concentration géographique (rapprochement les unes des autres), interagissant avec des

forces de dispersion, qui favorisent au contraire leur dispersion (éloignement les unes des autres) (Boudrama, 2016).

#### 4-2-1. Indicateurs statistiques de concentration spatiale et de spécialisation industrielle

Du point de vue de la théorie, les activités industrielles sont rarement uniformes dans leur distribution dans l'espace. De ce fait elles sont perçues comme le résultat de deux forces citées précédemment (agglomération et dispersion). Et afin d'établir la relation entre la présentation (l'analyse) et la mesure statistique de la concentration géographique des activités industrielles, nous allons utiliser les résultats d'une analyse exploratoire de données spatiales effectuée par (Boudrama, 2016) afin de positionner le secteur agroalimentaire de l'Oranais par rapport à l'activité industrielle en Algérie. Cette étude sur l'analyse de la concentration géographique des activités industrielles et la spécialisation régionale en Algérie a abouti aux résultats suivants :

##### ✓ Concentration industrielle globale

Il y a une forte concentration des activités industrielles à travers le pays (indice de Moran=0.0286). Ce résultat a été affiné par le calcul de la statistique de Moran pour 12 branches d'activités présenté dans le tableau N° 1 suivant.

Tableau (02) L'indice global de Moran des 12 Branches

Les branches industrielles	<i>I</i> de Moran global	espérance <i>E(I)</i>	Probabilité critique %
2-EE (Eau et énergie)	0,0104	-0,0213	20,10
3-IHC (hydrocarbures)	-0,0045	-0,0213	27,90
4-ISP (Services et travaux pétroliers)	0,0104	-0,0213	20,40
5-MC (Mines et carrières)	-0,0188	-0,0213	44,00
6-ISMMME (Industries sidérurgique, métallique, mécanique et électrique)	0,2737	-0,0213	0,10
7-IMC (Matériaux de construction, céramique, verre)	0,0279	-0,0213	16,10
9-ICP (Chimie, caoutchouc, plastique)	0,2847	-0,0213	0,10
10-IAA (agroalimentaires)	0,2733	-0,0213	0,10
11-ITX (Industries textiles, bonneterie et confection)	0,1773	-0,0213	0,10
13-IBP (Industries du bois, liège, papiers et imprimerie)	0,2563	-0,0213	0,10
12-ICC (Industries des cuirs et chaussures)	0,1871	-0,0213	0,10
14-ID (Industries diverses)	0,0722	-0,0213	6,50

Source : Boudrama, 2016, P.8

Nous pouvons constater que la branche industrie agroalimentaire présente une concentration spatiale de l'emploi positive (Indice de Moran=0.2733) car selon cette étude, pour la valeur positive de l'indice de Moran(IM) pour la variable de l'emploi, nous pouvons avancer l'explication de l'existence d'un nombre important d'entreprises avec un effectif dépassant les 250 salariés. Ce secteur représente 23% de l'emploi global selon Agroline (2017).

✓ **Concentration industrielle locale**

Pour ce qui est de la concentration industrielle locale, d'un côté, Oran comme la seule wilaya qui ressort de l'Oranais avec un indice de Moran=0.390 se positionne en 4eme place après Alger, Boumerdes et Tipaza selon l'étude de Boudrama (2016). De l'autre côté, en ce qui concerne l'Indice local de Moran, des industries agroalimentaires, Oran ne figure pas parmi les wilayas à concentration locale significative (voir tableaux 02 et 03 suivants).

**Tableau(03) L'indice local de Moran**

Wilaya	Moran local ( $I_i$ )	Probabilité critique %
Alger	0,506	2,40
Boumerdes	0,405	2,40
Tipaza	0,399	0,80
Oran	0,390	4,80
Blida	0,381	0,40
Tizi-Ouzou	0,366	1,20
Sétif	0,275	3,40
Bejaia	0,205	2,40
Constantine	0,168	1,80
Skikda	0,053	0,60
Annaba	0,015	1,60
Bordj-Bouarreridj	0,014	1,20
Mila	0,002	2,40

Source : Boudrama 2016, P.9

**Tableau N° 03 : l'indice local de Moran par branche d'activité et par wilaya**

IAA		
Wilaya	Mor-loc ( $I_i$ )	Prob
Alger	3,041	0,002
Boumerdes	1,709	0,002
Tizi-ouzou	1,642	0,002
Blida	1,304	0,006
Bejaia	1,016	0,008
Tipaza	0,976	0,032
Bouira	0,032	0,002

Source : Boudrama 2016, P.

#### **4-3. Localisation et proximité en relation à la compétitivité dans Oran et sa région.**

Une enquête sur Oran et sa région, pendant la période 2015-2017 a été conduite auprès des principales entreprises agroalimentaires de plus de 10 salariés (PME) de l'Oranie. Où plus de 60 premiers responsables d'entreprises en été entretenus en face-à-face. Elle a concerné les entreprises qui produisent uniquement ainsi que celles qui se chargent aussi de la distribution de leurs productions. Concernant le Traitement des données de l'enquête où nous avons questionné à travers 34 dirigeants d'entreprises au niveau de la wilaya d'Oran et près d'une trentaine (27) au niveau de la région. Nous avons utilisé pour le traitement du questionnaire le logiciel "Sphinx Plus<sup>2</sup>-V5 " et pour exploiter les données des deux enquêtes.

##### **4-3-1. Exploitation des résultats de l'enquête pour "Oran"**

Les entreprises enquêtées présentent un profil résumé en quelques éléments : Ce sont majoritairement des entreprises industrielles productives, privées ,près de 59% de ces entreprises ont une taille exprimée en terme d'emplois d'un effectif inférieur à 100 salariés, alors que pour plus de 40%, l'effectif est supérieur à 100 et peut atteindre les 600 salariés. Quant à la nature des entités enquêtées, il s'agit

majoritairement des entreprises – siège (91%), bien que quelques filières aient été touchées par l'étude. Ce point s'avère à notre avis positif à l'étude car, et d'une manière générale, ce sont les entreprises mères qui décident de la localisation de leurs filiales. Les investissements sont pour la majorité de type familial (55%).

S'agissant des résultats pour la localisation et compétitivité –Oran- : Nous avons essayé de couvrir à travers cette enquête les différents lieux de localisation. Les plus grandes (en terme d'équipement et d'effectif) sont souvent situées dans les zones industrielles (38,2%) et zones d'activité (29,4%), Mais le tissu urbain comprend aussi un bon nombre d'entre-elles (29,4%) dans des localisations perceptibles parfois et dissimulées dans d'autres. L'autre type de localisation enquêté est les terrains agricoles loin de la ville où nous retrouvons des implantations d'un certain type d'entreprises agroalimentaire qui utilisent souvent des inputs agricoles ou qui s'éloigne pour se procurer de l'espace ou pour des raisons de proximité sur lesquelles nous allons revenir plus loin.

La majorité des entreprises enquêtées disent avoir choisi d'elles même leurs localisations (localisation volontaire à 82,4%), car la plupart ont installé leurs projets dans leurs propres terrains (propriété des terrains à plus de 70%), pour les 30% restantes, ce sont à 70% des locataires, 20% des concessions et 10% des Gérances. Quant à la satisfaction par rapport à la localisation de leurs entreprises, près de 60% se disent dans l'ensemble satisfaites à des degrés différents, d'autres se disent complètement insatisfaites (23,5%) avec un désir de se relocaliser ailleurs pour près de 67% de ces dernières. Ce sont globalement les entreprises qui se retrouvent dans le tissu urbain étouffées (d'après les propos des chefs d'entreprises) qui désirent relocaliser leurs activités en zones industrielles notamment pour près de 73% d'entre-elles et le reste en zone d'activité mieux adaptée à leurs activités.

Dans une question ouverte liée aux avantages de localisation, nous avons recensé un nombre important de réponses résumé dans le tableau suivant :

**Tableau(05) : Avantages de proximité –Oran-**

Nature de l'Avantage	Répondants	%	
Proximité (réseau routier, clients)	13	38,23	<b>88,21%</b>
Proximité (réseau routier, clients, administrations)	2	5,88	
Proximité (réseau routier, clients, infrastructures portuaires)	3	8,82	
Proximité (réseau routier, aéroport, hôtellerie)	1	2,94	
Proximité (réseau routier, aéroport, administrations)	1	2,94	
Proximité (clients)	3	8,82	
Proximité (centre-ville)	2	5,88	
Proximité (administrations de sécurité)	2	5,88	
Proximité (matière première)	1	2,94	
Proximité (Forte demande, accès à la main-d'œuvre)	1	2,94	
Proximité (wilayas limitrophes, facilité d'accès)	1	2,94	
Espace suffisant	1	2,94	<b>11,79%</b>
Notoriété (bonne réputation)	1	2,94	
Pas de loyer (propriété du terrain)	1	2,94	
Isolement (vue la nature de l'activité)	1	2,94	
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Source :** réalisé par l'auteur sur la base des résultats de l'enquête

Il ressort des résultats de l'enquête que les avantages de proximité dans ses différentes formes théoriques citées plus haut : géographique (clients infrastructures routières, portuaire et aéroportuaire, hôtels, wilayas limitrophes), organisationnelle (administrations (collectivités locales, sécurité), culturelle (centre-ville et nouveaux centre-ville) sont présents pour la localisation des entreprises enquêtées dans le cadre de ce travail (plus de 88% des répondants). En plus d'autres avantages spécifiques à quelques activités. Cependant ces avantages de proximité semblent avoir un effet positif sur la compétitivité de ces entreprises : 64,7% des réponses des dirigeants d'entreprises enquêtées affirment que leurs compétitivités soient affectées par la localisation. Il est du moins important de signaler que cette compétitivité se résume surtout au marché local et national, puisque nous n'avons recensé que 6 entreprises exportatrices (17,6%). Ce qui nous amène à dire qu'il y a encore des efforts à faire dans le sens de la valorisation et l'exploitation de cet



avantage par les entreprises et les pouvoirs publics dans l'objectif de développer de ce secteur porteur.

Les résultats auxquels nous sommes arrivés auprès des entreprises du secteur agroalimentaire de la wilaya d'Oran sont appuyés et enrichi par ceux obtenus auprès des entreprises de la région.

#### **4-3-1. Résultats pour la localisation et compétitivité –région d'Oran-**

Dans le souci d'améliorer l'étude et d'approfondir l'analyse, l'enquête a été étendue à la région d'Oran. Des entreprises agroalimentaires dans les wilayas de : Tlemcen, Mascara, Saida, Ain Timouchent, Mostaganem et Relizane ont été concernées par l'étude et un total de 27 entretiens avec des chefs d'entreprises ont été réalisés. Les entreprises enquêtées dans la région sont en majorité aussi des entreprises privées, productives de type PME (de plus de 10 salariés). 53,8 % de ces entreprises font uniquement de la production, alors que 46,2% s'occupe elles-mêmes aussi de la distribution de leurs produits. Ce sont aussi à plus de 92% des entreprises mères (sièges), 53,8% de ces investissements sont de nature familiale, ce qui confirme encore une fois le caractère de l'entrepreneuriat en Algérie.

Concernant les aspects de localisation, et vu les spécificités de chaque wilaya en matière de produits agroalimentaire<sup>3</sup>, nous avons enquêté un bon nombre d'entreprises dans le tissu urbain (34,6 %) et d'autres en zones industrielles (30,8%) ou en zones d'activités (23,1%). Nous avons même touché par l'enquête des entreprises dans le milieu péri-urbain et rural (11,5%). La majorité des entreprises touchées par l'enquête sont propriétaires du terrain de localisation (76,9%), elles sont localisés d'une façon volontaire dans leurs localités (92,3%), d'autres sont contraint faute de foncier industriel. A propos des avantages de localisation, nous avons relevé des résultats similaires à ceux constatés

---

<sup>3</sup> Constat vérifié par exemple dans la wilaya de mascara qui est caractérisée par un tissu très dense d'entreprises de type très petites entreprises, de moins de 10 salariés (TPE), ainsi que des PME, spécialisées dans la production et conditionnement d'olives de table qui se retrouvent dans le tissu urbain en plus de celles localisés en zone industrielle ou d'activité.

pour Oran, avec quelques spécificités, comme nous l'avons signalé plus haut, que nous allons exposer dans le tableau qui suit. A noter d'abord que 65,4% des entreprises se disent satisfaites de leur localisation.

**Tableau(06) : Avantages de la proximité –Région d'Oran-**

Nature de l'Avantage	Répondants	%	
Proximité (réseau routier, clients)	6	22,22	<b>85,19 %</b>
Proximité (réseau routier, clients, grandes villes et accessibilité)	1	3,70	
Proximité (réseau routier, clients, fournisseurs)	3	11,11	
Proximité (réseau routier, aéroport, port)	1	3,70	
Proximité (main d'œuvre, transport, restauration, administration et commodités (gaz, électricité et assainissement)	1	3,70	
Proximité (d'autres producteurs, Notoriété et bonne réputation	11	40,74	
Espace suffisant,	4	14,81	<b>14,81</b>
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par l'auteur sur la base des résultats de l'enquête

L'analyse des avantages de localisation pour les entreprises agroalimentaires activant dans la région d'Oran a confirmé, d'un côté, l'existence d'un véritable avantage de proximité pour les entreprises (plus de 85% des entreprises le reconnaissent). De l'autre côté, l'examen de la nature de cette proximité nous permet de soulever des spécificités de quelques localités dans lesquels cette proximité crée une dynamique concrète de quelques filières du secteur (on entend notamment ici la filière Olives de table dans la wilaya de Mascara, ou encore la transformation des grains de caroube à la wilaya de Tlemcen). Cet avantage affecte positivement la compétitivité (sur l'échelle nationale et à un niveau un peu moins l'échelle internationale) des entreprises (5 entreprises exportatrices ce qui représente 18,51% des entreprises enquêtées).

Les résultats qui suivent, relatifs à la question sur l'effet de la localisation sur la compétitivité) confirment les propos qu'on vient d'avancer, puisque près de 60% des chefs d'entreprises confirme l'existence d'un lien positif entre localisation et compétitivité. Cette

question a été suivie par une autre relative aux aspects de ce lien. Trois aspects importants ressortent, il s'agit d'abord de l'avantage de proximité à la matière première (42,3%), suivi par l'existence d'une main d'œuvre qualifiée (23%) (un savoir-faire local) et enfin des atouts en matière de couts de production et de transport.

- **Discussion et conclusions**

Le dernier recensement économique de 2008 a fait ressortir Oran comme deuxième plus grande agglomération en Algérie. Cette donnée constitue la première composante du schéma que nous avons pu construire à partir de la théorie (on se réfère surtout aux apports de la NEG et de Krugman sur les économies d'agglomération). Néanmoins, l'existence d'agglomération, à lui seul, n'est pas suffisant si il n'est pas accompagné d'un certain niveau de concentration industrielle (deuxième composante). Ce niveau doit être significatif et capable de permettre la naissance d'une concurrence entre les entreprises d'un même secteur conduisant au développement des filières à travers l'innovation et la recherche et développement. Dans ce sens, le calcul de l'indice local de Moran, par wilaya, par (Boudrama, 2016), positionne Oran en 4eme place après Alger, Boumerdes et Tipaza avec un indice de Moran local égale à 0.390 ce qui peut être considérée comme une bonne performance globale. Néanmoins, le calcul du même indice par branche d'activité n'a pas fait apparaître Oran comme wilaya ayant un taux de concentration significatif.

Le travail empirique d'enquête a l'avantage de donner l'occasion d'approcher le terrain pour essayer de mieux constater les faits. Il nous a mené à nous interroger sur la manière de faire profiter aux entreprises ces avantages que ce soit par les pouvoirs publics mais surtout par les entreprises elles-mêmes. Il serait à notre sens aussi question de rechercher les meilleures possibilités et combinaisons permettant de réaliser des économies externes et/ou d'économies d'agglomération ou de localisation, qui sont à notre sens, le maillon perdu dans le schéma de la dynamique de ce secteur qui fait en sorte que les entreprises ne profitent pas pleinement des bienfaits des avantages que leur offre les agglomérations et la proximité. Cependant, l'exploitation des atouts desquels disposent les territoires pour les transformer en externalités, au

sens de Marshall, devient impérative : une main d'œuvre locale, un pôle local de fournisseurs et des externalités informationnelles entre les entreprises. Ses résultats nous ont permis de faire une lecture dans la dynamique du secteur agroalimentaire dans la région sur plusieurs aspects et avoir une idée bien claire sur ses atouts, problèmes et chances de développement dans les années à venir. Parmi les principaux résultats de ce travail d'enquête, il a permis de la de faire ressortir dans la wilaya d'Oran, comme dans sa région un avantage de proximité que nous allons utiliser comme troisième composante du schéma cité plus haut.

A travers cette schématisation, nous désirant créer un outil d'aide à la compréhension, et pourquoi pas d'aide à la prise de décision pour le secteur agroalimentaire dans région de l'Oranie. Sur ce schéma, nous pouvons positionner ce secteur par rapport à ce qu'il se passe ailleurs et par rapport aux enseignements de la théorie économique en matière de localisation industrielle. Nous avons essayé de rechercher les maillons qui manquent pour la création de cette dynamique positive qui mène au développement local et territorial.

Ce qui précède conduit nécessairement à l'amélioration de la concentration et à la création de formes d'organisation appropriée aux espaces et territoires (tels les Système de Production Localisés ou Clusters, Technopoles, etc.) En plus de la recherche des meilleurs moyens pour créer la synergie à l'intérieur des composantes de ce secteur. La recherche et le développement des techniques et procédés, l'innovation, l'accompagnement des entreprises par l'université et vice versa, les bons choix des pouvoirs publics en matière de politiques industrielles et d'aménagement des territoires et développement des villes, constituent des éléments parmi d'autres favorisant de cette synergie.

### **Bibliographie & références :**

1. AGROLIGNE N° 103 - Mars / Juin 2017
2. BAILLY A. S., *L'organisation urbaine : théories et modèles*. 1975.
3. BASAILLE-GAHITTE, A., *Un modèle de concurrence spatiale comportant deux variables de décision des firmes (prix et localisation)*. [Rapport de recherche] Institut de mathématiques économiques (IME), 1991, 24 p., réf. bib. : 8 réf. <hal-01538712>

4. BAUMONT, C., BEGUIN, H. and HURIOT. J., M., *Définir la ville*. 1996, Rapport de recherche, Laboratoire d'analyse et de techniques économiques(LATEC), 18 p., ref. bib. : 2 p. <hal-01527276>
5. BELHEDI, A., *Le rayonnement spatial des villes tunisiennes à travers la diffusion des entreprises multi-établissements pour l'innovation*, 2007, in revue Européenne de Gestion, Article 372
6. BELHEDI, A., *Les modèles de localisation des activités économiques*. 2010.
7. BENKO, G., *La géographie économique : un siècle d'histoire*, *Annales de géographie*, 2008/6 (n° 664).
8. BOUDRAMA, M., *Étude de la concentration spatiale des activités industrielles et de la spécialisation régionale en Algérie*, in revue *d'économie et de développement humain*, Volume 8, Numéro 2, Pages 513-526.
9. CARRINCAZEAUX C. and CORIS M., *Proximity and Innovation* , 2011, in Cooke P., Asheim B., Boschma R., Martin R., Schwartz D. and Todtling F. (Eds) *The Handbook on Regional Innovation and Growth*. Edward Elgar, Cheltenham.
10. CHARLOT, S., and GAGNÉ C., *Agglomération et politiques régionales de soutien de l'offre*, Dalloz, in *Revue d'économie politique* 2002/1 Vol. 112 | pages 47 à 63
11. CLAVAL, P., *Chronique de géographie économique. La théorie des lieux centraux*, in *Revue Géographique de l'Est* 1966/6-1-2 pp. 131-152
12. COISSARD, S., *Perspectives. La nouvelle économie géographique de Paul KRUGMAN. Apports et limites*, 2007, in *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, p. 112.
13. COURLET, *L'économie territoriale*, 2008, Presses universitaires de Grenoble, coll. « l'économie en plus », 135 p., EAN : 9782706114700.
14. DURANTON, G. (), *La nouvelle économie géographique : agglomération et dispersion*, in *Économie & Prévision* 1997/131 pp. 1-24
15. FUJITA , M., OGAWA, H. and THISSE, J.F., *A spatial competition approach to central place theory: some basic principles*, in *Journal of Regional Science*, Volume28, Issue, November 1988, Pages 477-494
16. FUJITA, M. and THISSE, J.F., *Spatial Competition with a Land Market: Hoteling and Von Thunen Unified*, *The Review of Economic Studies*, Volume 53, Issue 5, 1986, Pages 819-841
17. FUJITA, M. and THISSE, J.F., *Économie géographique, Problèmes anciens et nouvelles perspectives*, *Annales d'Économie et de Statistique* No. 45 (Jan. - Mar., 1997), pp. 37-87
18. HERAUD J., A. and KAHN, R., *L'apport de l'économie géographique et de l'économie de la connaissance à l'analyse des stratégies urbaines* ,

- Programme POPSU2, BETA, Université Louis Pasteur et CNRS, Strasbourg, Note d'étape, 28 novembre 2012.
19. KRUGMAN P., "*Geography and Trade*", 1991a, Cambridge (Mass.), MIT Press.
  20. KRUGMAN P., "*Increasing Returns and Economic Geography*", 1991b, in *Journal of Political Economy*, 99, p. 484-499.
  21. LOILIER, T. *Innovation et Territoire, Le rôle de la proximité géographique ne doit pas être surestimé*, in *Revue française de gestion* 2010/1 (n° 200).
  22. MANSOURI, Y., *La localisation des activités productives : les tensions entre forces centrifuges et forces centripètes*. Thèse Economies et finances à l'Université du Sud Toulon Var 2008.
  23. MOULAERT, and FARCY, "Développements récents dans la notion "économies d'agglomération", N° spécial de la *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 4, 1995.
  24. POMMIER, P., *Clusters au Maghreb, Vers un modèle de cluster Maghrébin spécifique*, IPEMED, Juillet 2014
  25. PONSARD, C., *Fuzzy mathematical models in economics*, Institut de Mathématiques Economiques, C. N. R. S., Université de Bourgogne, *Fuzzy Sets and Systems*, Volume 28, Issue 3, December 1988, Pages 273-283
  26. PONSARD, C., *History of spatial economic theory*, Springer-Verlag, 1983 - 238 pages.
  27. RALLET, M. and TORRE A. *Économie industrielle et économie spatiale*, in *Economica*, Paris (1995)
  28. SERGOT, B., *Les déterminants des décisions de localisation -2004, Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services*". Gestion et management. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I.
  29. STORPER, M., *Innovation as collective action: conventions, products and technologies*, industrial and corporate change, volume 5, issue 3, 1 january 1996, pages 761-790
  30. THISSE, J.F. and SCOTCHMER, S., *Les implications de l'espace pour la concurrence*, in *Revue économique* 1993/44-4 pp. 653-670
  31. ZIMMERMANN, J.B. *Le territoire dans l'analyse économique, Proximité géographique et proximité organisée*, in *Revue française de gestion* 2008/4 (n° 18).