

D'un territoire d'agglomération à un territoire de spécialisation : mythe ou réalité pour la commune d'Oran ?

From an agglomeration territory to a territory of specialization: myth or reality for the municipality of Oran?

KICHOU Nacer¹, FELA Ayachi ²

¹ Université Oran 2- Mohamed Ben Ahmed – Algérie, Laboratoire LAREGE,
kichou.nacer@univ-oran2.dz

² Université Oran 2 - Mohamed Ben Ahmed – Algérie, Laboratoire NTDPA,
fela.ayachi@univ-oran2.dz .

Reçu le : 12/09/2023

Accepté le : 22/10/2023

Résumé :

La prédominance d'un secteur d'activité peut jouer un rôle déterminant dans la prospective territoriale autour de son secteur dominant pour construire un territoire non seulement d'agglomération mais spécialisé, voire spécifique. En analysant la structure des entreprises du secteur dominant, la commune d'Oran pourra-t-elle se transformer en territoire spécialisé ?

L'analyse descriptive s'appuie sur l'exploitation des données relatives à la répartition des entreprises industrielles, par secteurs d'activités et par tailles. Une fois le secteur dominant est identifié, il reste à voir s'il y a une possibilité à transformer le territoire en territoire spécialisé. Ce travail sera reparti en deux parties : 1 - la revue de littérature autour des notions du territoire et de l'attractivité, 2 - la localisation spatiale des unités industrielles de la commune d'Oran.

Enfin en décryptant les atouts et les limites du secteur, le territoire va revêtir un processus défini.

Mots-clés : *Territoire, attractivité, répartition spatiale, agglomération, industries agro-alimentaires.*

Code Jel : C49, L60, O25, R12.

Abstract :

The predominance of a sector of activity can play a decisive role in the territorial prospective around its dominant sector to build a territory that is not only an agglomeration but specialized, even specific. By analyzing the structure of companies in the dominant sector, will the municipality of Oran be able to transform itself into a specialized territory?

The descriptive analysis is based on the exploitation of data relating to the distribution of industrial companies, by sector of activity and by size. Once the dominant sector is identified, it remains to be seen if there is a possibility of transforming the territory into a specialized territory.

This work will be divided into two parts: 1 - the literature review around the notions of territory and attractiveness, 2 - the spatial location of industrial units in the municipality of Oran. Finally, by deciphering the assets and limits of the sector, the territory will take on a defined process.

Keywords : Territory, attractiveness, spatial distribution, agglomeration, agro-food industries.

Code Jel : C49, L60, O25, R12.

¹ **Auteur Correspondant :** KICHOU Nacer, kichou.nacer@univ-oran2.dz

Introduction :

La notion du territoire a considérablement évolué, car si dans le passé, il était l'apanage des géographes, actuellement, et depuis près de 50 ans, il intéresse de plus en plus, un grand nombre de disciplines (économie, sociologie, histoire, droit, politique...) ce qui contribue à la compréhension du territoire qui est devenu un paradigme de développement et d'intégration.

Un territoire qui est au cœur des préoccupations des acteurs du territoire (collectivités locales, entreprises, société civile) est un construit social et résulte des forces de tous ses acteurs, ce qui a donné naissance à une nouvelle branche de l'économie ; c'est l'économie territoriale.

L'économie territoriale est venue en réaction aux anciennes analyses qui considèrent le territoire comme étant un espace homogène et neutre. Cette nouvelle économie spatiale considère l'espace comme étant à la fois "*actif et contextuel*" (Courlet, 2008).

Cet article va s'articuler autour de 3 points : le premier théorique va traiter les aspects liés au territoire et à l'attractivité. Le second volet est une étude descriptive des secteurs industriels de la commune d'Oran, qui va permettre de dégager le secteur dominant, et d'envisager une prospective territoriale autour de ce secteur dominant. Enfin, une conclusion portant sur les points forts et les limites du développement du territoire d'Oran

En plus, il ne suffit pas d'attirer les investisseurs mais le défi c'est de les maintenir aussi longtemps que possible sur le territoire. Cette course effrénée des territoires à l'attrait des firmes va modifier les forces des acteurs du territoire et aussi la combinaison des facteurs de production, entraînant ainsi - comme l'a souligné Schumpeter – *l'innovation des facteurs de production*. (Schumpeter, 1942)

S'agissant de la problématique de ce travail, la question principale est : l'agglomération d'un grand nombre de firmes appartenant à un même secteur d'activité peut-elle être à l'origine de la construction d'un territoire spécialisé dans le cas de la commune d'Oran ?

A partir de cette problématique, les hypothèses qui en découlent sont :

- les collectivités locales jouent un rôle déterminant pour façonner un territoire spécialisé en fonction de leurs propres ressources locales,
- les firmes industrielles fondent-elles leurs choix de localisation sur des facteurs exogènes ou endogènes.

1. Revue de littérature du territoire et de l'attractivité :

Le terme territoire n'a été introduit dans la littérature académique en sciences humaines que vers les années 1970, car avant cette période, les termes couramment utilisés pour exprimer le même sens sont : la région, la nation, l'espace vécu, pour laisser la place aux autres nouveaux termes plus contemporains tels que la mondialisation, la métropole et le territoire.

Si avant 1970, le terme de territoire était considéré comme homogène et neutre et n'avait pas d'incident sur les décisions de la firme, depuis, le territoire a constitué un tournant qui a permis de ne plus le considérer comme tel, mais au contraire, il est devenu important et essentiel dans l'analyse économique.

Les origines de ce changement sont que, malgré la forte crise qui a frappé les pays occidentaux (chômage, chute du taux de croissance et inflation), durant les années 1970, une région du sud de l'Italie, région qui regroupe les régions continentales et insulaires – appelée aussi la troisième Italie ou Mezzogiorno s'est caractérisée par des résultats et performances

inattendus au niveau de l'emploi, de la croissance. Cette situation unique a suscité ainsi l'intérêt d'un grand nombre de spécialistes, et le succès de ce territoire est la conséquence d'une organisation spécifique constituée d'un très grand nombre de PME très actives, exportatrices regroupées en réseaux et en concurrence autour d'un même métier. Les différentes études autour du territoire ont engendré une nouvelle branche de l'économie appelée économie spatiale ou économie territoriale.

Toutefois à côté des travaux théoriques économiques de Marshall (1890) et des travaux socio-économiques de Beccatini, (1984) autour des districts industriels, d'autres contributions et approches ont joué un rôle non négligeable dans l'émergence et l'affirmation de cette discipline.

La pensée économique qui s'est développée à travers le temps s'est particulièrement focalisée sur les agents économiques "négligeant" l'environnement géographique dans lequel ces agents évoluent comme l'a si bien affirmé (Zimmermann, 2008) qui cite que "*tout se passe comme si l'idée de territoire était implicite et qu'il n'était pas nécessaire de s'y référer*". C'est ainsi que le territoire est devenu un paradigme de développement.

Le terme territoire est polysémique et de ce fait, et selon (Pecqueur & Coissard, , 2007), le territoire n'a pas une seule et unique définition, et est situé à la limite entre économie, géographie, politique et société.

Les économistes de la proximité Pecqueur et al (2005) distinguent deux conceptions du territoire :

- le territoire institué recouvrant le sens politique d'un espace soumis à une autorité ;
- le territoire construit, c'est-à-dire un espace abstrait de coopération entre ses composantes avec un ancrage géographique pour créer des ressources spécifiques et des solutions inédites.

Lambony cite Bonnemaïson qui apporte sa contribution dans la définition du territoire, en s'inspirant de l'ethnologie, comme "l'expression géographique de la dominance qu'exerce un groupe ou un individu sur un lieu ou un espace. Cette dominance est de nature à la fois politique, sociale et culturelle, elle est la source d'identité du groupe ou de l'individu, en même temps que le fondement de sa sécurité, et la condition de sa survie". (Bonnemaïson, 1999)

En complément à la définition de Bonnemaïson, celle de Raffestin se base sur la vision politique en définissant "*le territoire comme un espace produit par un pouvoir*". (Raffestin & Nemmouchi, 2020)

Selon Veltz, les caractéristiques construites ont une grande influence sur le territoire comparativement aux caractéristiques naturelles. Tous ces éléments font que le territoire devient une organisation complexe composée de flux et de liens entre ses acteurs entraînant sa démarcation par rapport aux autres territoires. (Veltz, 2000)

D'après Ferguène, "*Le territoire se caractérise sur le plan socioculturel par une certaine homogénéité de sa composante humaine reflétant un ensemble de comportements spécifiques et reconnaissables*". (Ferguène, 2012)

A travers les apports de ces auteurs dans la définition d'un territoire, ce qu'il faut retenir c'est qu'un territoire est "vivant" et "innove". Il peut grandir avec l'afflux des investisseurs sur un territoire compte tenu des offres et avantages reçus. Comme il peut disparaître avec la délocalisation des entreprises et le départ massif de ses habitants vers d'autres territoires du fait qu'un autre territoire présente une meilleure offre.

Il est vrai que le processus de mondialisation et la décentralisation des décisions politiques au niveau local constitue la clef de réussite au développement social et économique d'un territoire. Le territoire, objet d'une attention particulière des économistes et des sociologues, demeure un champ inexploré et suscite une grande curiosité des différents courants de pensées. Le territoire, du fait de sa "découverte tardive" par les économistes, restera toujours un domaine vierge à explorer, du fait des interventions permanentes de l'homme son territoire, dans le but d'améliorer son quotidien par l'attrait des investisseurs et des personnes, résultant des priorités dictées par le pouvoir des forces de ses acteurs locaux.

1.1 Les dimensions d'un territoire :

Un territoire revêt une multitude de dimensions compte tenu du sens de ce terme et en fonction de la vision que se donnent les spécialistes de divers horizons.

Pour (Hospers, 2004), le territoire révèle quatre dimensions :

- la force territoriale c'est-à-dire la capacité d'un lieu à être défini selon ses propres frontières spatiales et à être distingué d'un autre territoire,
- la force symbolique fait référence aux symboles attachés au territoire : nom, paysages typiques, drapeaux, emblèmes....,
- la force institutionnelle : les institutions nécessaires au maintien des forces territoriale et symbolique,
- la force identitaire : le degré d'enracinement du territoire dans la conscience collective, les pratiques sociales des individus.

D'après Gervais-Lambony, le terme territoire comporte deux dimensions éthologique et juridique ; d'un côté, le territoire est un espace réservé par un animal pour permettre de chasser et survivre, même s'il doit affronter et combattre les animaux de la même espèce, et de l'autre côté, juridiquement, le territoire désigne l'espace sur lequel une autorité a juridiction, le modèle s'apparente à un territoire national, c'est-à-dire l'espace d'un groupe. Cette image du groupe peut être réduite à l'échelle individuelle du fait que dans l'espèce animale, il y a toujours un mâle dominant dans un territoire, ce qui prouve que selon l'auteur, il y a un lien étroit entre l'espace, l'individu et le groupe. (Gervais-Lambony, 2003)

Quant à Di Méo, sa définition de territoire englobe différentes dimensions : politique, sociale, symbolique, temporelle. Il ajoute que "*le territoire géographique qui associe toujours une dimension matérielle, une dimension idéelle, reste ouvert, mouvant, malléable, et se différencie du territoire politique qui tend à être clos.*" (Di Méo, 1998)

Selon les géographes Laganier, Villalba et Zuindeau, un territoire est composé de trois dimensions complémentaires :

- une dimension matérielle : le territoire est un espace doté de caractéristiques naturelles permettant de dégager des potentialités et des contraintes propres de développement et aussi de propriétés matérielles issues de l'aménagement de l'espace par les sociétés ;
- une dimension organisationnelle : le territoire est considéré comme une entité avec une organisation de ses acteurs locaux et institutionnels, et caractérisé par des rapports de hiérarchie, de domination, de solidarité, de complémentarité... ;
- une dimension identitaire : le territoire signifie une entité spatiale dotée d'une identité propre, comme son nom, ses frontières, son passé, son patrimoine, et aussi par la façon dont les

composantes humaines se le présentent, se l'approprient et le font exister aux yeux des autres. (Laganier, Villalba, , & Zuindeau, 2002)

Comme le territoire est un construit social, les spécialistes vont ausculter et s'intéresser de près au rythme de sa construction, sa manière, son champ, sa composante, ses étapes...et chaque territoire englobe des territoires. Aussi, les multiples dimensions dépendent de l'angle de vision qui diffère en fonction des domaines, des acteurs, des périodes, des niveaux...entraînant une apparition d'une nouvelle discipline qui s'inscrit dans le cadre de la géographie économique. (Perrat & Zimmermann, 2003)

Aucun territoire ne ressemble à un autre, et les différences palpables se situent dans la composante des ressources humaines, les activités économiques, les décisions politiques, les descriptions géographiques, les étapes historiques...Il faut préciser aussi que dans chaque territoire, il y a des territoires.

1.2 Les approches du territoire :

Dans une approche socio-économique proposée par Ménage (2014), un territoire regroupe trois groupes de terme : d'abord, un espace pris en tant que lieu, distance, aire spatiale, puis les caractéristiques naturelles issues de la géologie, de la topographie et du climat, et enfin les caractéristiques construites issues de l'intervention de l'homme. (Menage, 2014)

Hatem (2004) distingue cinq approches : trois sont rattachées aux niveaux économiques, une autre est une approche par l'image, et la dernière approche par les processus de décision :

1.2.1 Le niveau macro-économique – à l'échelle d'un pays ou une grande région - par les indicateurs globaux comme la stabilité politique et juridique d'un pays, la proximité d'un marché de grande taille, la qualité et les coûts des facteurs de production, le climat des affaires, et les infrastructures de base...Cette approche s'intéresse surtout aux investisseurs internationaux qui ont décidé de s'implanter dans un pays et pas ailleurs.

1.2.2 Le niveau méso-économique à travers les effets d'agglomération ou les clusters. L'attractivité du territoire se limite au niveau régional et englobe une ou quelques activités ou secteurs particuliers. L'analyse à ce niveau se focalise sur le mobile qui pousse les firmes appartenant à un secteur d'activité ou une fonction à vouloir se localiser dans un territoire particulier. Cette analyse s'appuie sur les entreprises spécialisées à travers les districts industriels spécialisés, les centres de recherche et de formation, les universités, les offres immobilières, les réseaux de coopération. Donc, un secteur d'activité prépondérant ou une fonction dominante peut être intéressé par une localisation dans un territoire donné. Les travaux de Marshall (1890) sur l'organisation des firmes constituent le fondement du choix du site à travers l'effet d'agglomération. La localisation dans un site s'appuie fondamentalement sur les dynamiques territoriales qui vont générer au sein de ce territoire un pôle de production et de compétitivité.

1.2.3 Le niveau micro-économique qui va se focaliser essentiellement sur les comparaisons de rentabilité suivant les sites par le biais du terrain d'assiette, accessibilité...

Comme il existe une multitude de sites et c'est à l'entreprise de dégager, pour un projet déterminé, la meilleure localisation possible. A cet effet, il faut passer par une étude approfondie du fonctionnement du projet, en faisant appel aux techniques utilisées dans l'analyse financière, à travers le business-plan projeté dans un avenir certain et/ou aléatoire, pour dégager les rentabilités respectives en fonction des coûts des facteurs de production.

Le fait de fonder la localisation sur le seul critère microéconomique ne constitue pas une garantie du succès de l'implantation sur un territoire pour la simple raison que le choix n'a pas retenu les niveaux macro et méso-économiques. (Hattem, 2004)

Il arrive que le choix d'implantation dans un site relève purement de la décision individuelle de l'investisseur remettant ainsi en cause l'approche néo-classique du niveau microéconomique. Cet investisseur ne sera pas intéressé par une analyse comparative des territoires pour en décider du choix du site mais sur une logique propre à lui. (Coriat & Weinstein, 1995)

Les deux catégories supplémentaires d'approches suivantes, selon Hattem, renvoient à une vision managériale de l'attractivité.

1.2.4 - L'approche en termes d'image qui est liée aux politiques de marketing territorial basées sur un processus stratégique issu de la valorisation du territoire en tenant compte de différenciations des territoires. Cette approche, selon Cohen-Bacrie, n'est nullement efficace si elle s'appuie uniquement sur un marketing territorial et sans l'existence d'une organisation industrielle performante à l'instar de districts industriels, de systèmes de production locaux, de milieux innovateurs ou de clusters sous la condition de la démarcation du territoire donné par rapport aux concurrents en attirant un type d'activité particulier. (Cohen-Bacri, 2004)

1.2.5 - L'approche behavioriste de la localisation qui dépend du comportement de l'investisseur industriel en insistant sur deux principaux axes : le rôle de l'information et les étapes du processus de décision.

Léon et Sauvin proposent des approches plus simples en distinguant l'attractivité traditionnelle qui se fonde sur les réseaux entreprise-territoire, de l'attractivité nouvelle ou territoriale qui se base sur une relation entreprise-espace. (Léon & Sauvin, 2010)

Rallet, A et Torre, A, affirment que l'espace est considéré comme un élément passif, et les entreprises ne sont pas uniquement demandeuses de lieux pour leur implantation, mais elles peuvent devenir, de par leur présence massive dans un lieu avec l'appui des institutions locales, une source d'offre et de créations de ressources localisées – donc non transférables - pour les autres entreprises voulant s'y installer. (Rallet & Torre, 1995)

L'attractivité, sous toutes ses approches, dépend surtout des acteurs qui composent le territoire, et la présence d'un grand nombre de firmes constitue une ressource indéniable pour le développement local. Les collectivités locales doivent, en permanence, exploiter toutes les ressources matérielles et immatérielles existantes localement du territoire pour garantir un développement durable du territoire.

1.3 Les processus de développement d'un territoire :

Un territoire est appelé à "évoluer" et "se métamorphoser" dans le temps. Il est vrai que le territoire se construit et suit des étapes différentes de transformation car il se peut qu'un territoire puisse avancer et se développer, comme il peut reculer et perdre "son aura".

Selon Hattem, les processus de développement d'un territoire peuvent revêtir différentes formes :

- le processus d'agglomération : c'est le fait de regrouper un ensemble d'activités économiques dans un espace donné et sans que ces activités ne soient homogènes ou complémentaires. Ce processus est la résultante des économies externes aux entreprises, en rapport avec des

économies d'échelle dans le partage de certaines ressources. Dans ces cas, les externalités sont pécuniaires entraînant des conséquences sur les prix des facteurs de production.

- le processus de spécialisation : il s'articule sur une structure organisationnelle forte du tissu industriel, menée par une activité industrielle ou un produit. Il se base sur une logique industrielle homogène, claire et sur des externalités technologiques. Ces dernières ont pour conséquence de modifier la fonction de production elle-même provoquant alors une baisse des coûts et une amélioration de la qualité du produit.

- le processus de spécification se distingue par un mode de coordination entre les acteurs économiques et leur proximité organisationnelle et vont dégager une flexibilité dans la disposition des activités, des ressources et des compétences sans que le territoire ne soit disloqué. Dans ce cas, ce processus ne se base pas sur des économies externes mais sur des structures publiques ou privées aptes à organiser une souplesse de combinaisons des ressources et la concrétisation des stratégies collectives capables de modifier le devenir économique du territoire. (Hatem, 2005)

Il n'y a pas de prééminence d'un processus sur un autre. Chaque territoire va vivre durant son existence un des processus cités. Pour chaque processus, le territoire va revêtir un mode de développement particulier. (Gilly & Walker, 2001). La construction d'un territoire se dégage à travers une cohérence statique - par les interdépendances industrielles, technologiques, organisationnelles, institutionnelles – et une cohérence dynamique à travers les interdépendances mieux assurées en termes de trajectoires des combinatoires, et cela dans le passage du processus d'agglomération d'abord, puis de spécialisation après de spécification. En général, ce sont le poids d'influence des acteurs notamment économiques et les collectivités locales lesquels décideront du sort à réserver à leur territoire d'appartenance et ce territoire va s'inscrire dans stratégie du développement territorial.

Un territoire se développe et "s'étend" avec la nouvelle arrivée des facteurs de production, notamment les entreprises. Le cas contraire peut aussi se concrétiser avec le départ de ces mêmes facteurs de production. En général, l'attractivité doit cibler les facteurs de production se trouvant hors du territoire et tenter d'attirer les facteurs de production surtout étrangers qui contribuent à développer le territoire de leurs implantations, à travers le transfert de technologie, la maîtrise de coûts... Cette attractivité des unités industrielles notamment devient un moyen pour assurer son développement local.

Les outils nécessaires pour atteindre cet objectif, sont notamment :

- l'aménagement du territoire qui délimite le cadre d'action à mener,
- une politique de décentralisation et une liberté des initiatives des acteurs issus du territoire,
- la gouvernance locale visant la réalisation d'un projet global et des projets spécifiques menant au développement des collectivités,
- la participation citoyenne active à travers les structures de gouvernance locale,
- le financement grâce à la fiscalité nationale et locale et les agences internationales.

Le concept de l'attractivité a été évoqué dans les travaux empiriques se rapportant à l'économie urbaine à travers la loi de Reilly (1931) relative à la gravitation du commerce de détail et qui conclut, au même titre que le principe de base de Newton, que "deux corps tendent à s'attirer en proportion à leur masse et inversement proportionnel au carré de la distance qui les sépare". (Varenne, 2017)

Si le terme d'attractivité, utilisé en sciences physiques, renvoie aux notions d'attraction et de mobilité d'acteurs, l'attractivité du territoire est utilisée en géographie, en économie spatiale et en aménagement. Ce qui prouve que, d'après Le Roy et Ottaviani, ce terme revêt un concept multidimensionnel. (Le Roy & Ottaviani, 2013)

L'attractivité territoriale est définie comme une opération de captation des facteurs mobiles de production ou de la population – principaux acteurs économiques - qu'ils soient nationaux ou étrangers, grâce aux avantages spécifiques du territoire. S'il y a implantation d'une firme dans un territoire cela prouve que cette firme a trouvé les ressources particulières qui lui ont permis de s'y installer. Cette localisation peut durer dans le temps (localisation durable) comme elle peut s'implanter de façon limitée (localisation temporaire) et touchera une partie ou l'ensemble des activités de la firme.

Dans le passé récent, le choix de localisation d'une firme dans un territoire s'appuyait essentiellement sur la stabilité du paysage industriel caractérisé par de fortes spécialisations qui vont permettre au territoire de s'identifier à une activité et/ou un domaine industriel aboutissant à un ancrage historique de la firme sur un territoire. Si un nombre limité de firmes décident de s'implanter durablement dans leur territoire, une grande partie de ces territoires a assisté aux bouleversements profonds de leur espace avec les opérations de délocalisations des firmes existantes. Toute crise d'une firme - ou de l'industrie - entraîne celle du territoire et tout déclin industriel se transforme en drame social. (Merenne-Schoumaker, 2013)

Le terme Attractivité du territoire est très souvent évoqué par les collectivités locales et/ou les services en charge de développement lors de leurs prises de décisions à l'effet de justifier les choix d'investissements, l'accueil et la communication. Les actions menées par les collectivités locales n'ont qu'un seul objectif c'est d'assurer le développement économique du territoire, voire le développement durable.

Certains auteurs notamment Hatem (2004) pensent que s'il y a attractivité d'investisseurs étrangers sur un territoire, cela est dû aux dynamiques locales propres à chaque territoire qui va créer ainsi un pôle de production et de compétitivité, et l'arrivée de nouvelles firmes exogènes constituera un outil de renforcement du pôle de compétitivité locale.

Dans le même sillage, Hatem (2005) aborde l'attractivité en relation avec le développement endogène en la définissant comme "*la capacité d'un territoire à générer, accueillir et faire fructifier les activités productives quelle que soit l'origine des investisseurs et les entrepreneurs*".

2. Localisation spatiale des unités industrielles dans la commune d'Oran :

La présente étude empirique va porter sur l'analyse des entreprises industrielles par secteurs d'activité et par tailles exerçant dans la commune d'Oran, afin de dégager ainsi le secteur dominant et d'anticiper la prospective territoriale de la commune d'Oran et servir de levier à la configuration du territoire autour du secteur dominant.

La méthodologie de cette enquête va se baser sur l'analyse descriptive de l'ensemble des entreprises industrielles, privées et publiques, recensées dans la commune d'Oran, et dont le nombre d'unités s'élève en 2021 - selon la Direction de l'industrie et des mines de la wilaya d'Oran - à 1.103 unités industrielles, pour un effectif de 14.205 salariés, et réparties entre 11 secteurs industriels.

En analysant ces entreprises, une première étape consiste à répertorier les entreprises industrielles par secteur. Quant à la seconde étape, elle portera sur la désignation du secteur dominant basée sur le plus grand nombre d'unités industrielles dans le secteur. Enfin le dernier volet qui constitue un essai d'anticipation du territoire futur sous condition que ces entreprises activent sous forme de réseaux agissant en coopération et en concurrence. Ce tissu industriel s'il est organisé en réseaux offrant des externalités du fait de leur proximité, va permettre à ce territoire d'offrir des ressources spécifiques, non transférables, sources d'attractivité des entreprises non seulement endogènes mais surtout exogènes étrangères, **seuls** facteurs de développement du territoire, pour faire bénéficier sa composante humaine et économique.

L'étude empirique se limite à l'étude des 11 secteurs industriels dans la commune d'Oran, pour la simple raison est que la wilaya d'Oran constitue le deuxième pôle économique d'Algérie, après la capitale, avec près de 28.970 entreprises économiques recensées par la Direction de l'industrie et des mines de la wilaya d'Oran.

2.1 Aperçu global des unités industrielles de la commune d'Oran :

La commune d'Oran est considérée comme la deuxième plus importante commune d'Algérie - après la capitale Alger - et parmi les plus importantes villes du Maghreb. La superficie de la commune est de 64 km² et sur les 1.103 unités industrielles en activité 47 unités sont publiques. Comparativement à l'exercice précédent, il est recensé 594 unités en 2021, faisant grimper le taux d'évolution à 85,70%. En ce qui concerne les effectifs exerçant dans ces unités, ils sont passés de 8.147 salariés – dont 6.514 salariés dans les unités publiques - en 2020, à 14.205 salariés, en 2021, dégagant un taux d'évolution non négligeable de 74,36%, prouvant que cette commune est convoitée par un grand nombre d'opérateurs économiques nationaux surtout. Les unités industrielles publiques contribuent à hauteur de seulement 4,26% du total des unités industrielles, mais paradoxalement, elles emploient près de la moitié du total des effectifs de la commune (45,85%), justifiant la forte concentration humaine dans les unités publiques – en moyenne 39 salariés par unité - contrairement aux unités privées, dont la moyenne des effectifs ne dépasse pas 7 salariés.

Cette commune d'Oran abrite la plus grande entreprise en l'occurrence l'entreprise publique SPA SEOR, - Société de l'eau et de l'assainissement -, avec un effectif total de 2.290 salariés et, est suivie par une autre SPA privée de fabrication d'ammoniac et d'urée, appartenant à la branche de chimie caoutchouc plastique (816 salariés).

La commune d'Oran est la seule de la wilaya qui abrite tous les secteurs industriels (11) et ses unités représentent 41,20% de l'ensemble des unités industrielles de la wilaya d'Oran. Aussi, en termes d'effectifs, le taux ne représente que 25,01% de l'effectif total de la wilaya, justifiant ainsi la forte composante humaine dans les unités industrielles se trouvant hors de cette commune, c'est-à-dire 58,8% des unités de la wilaya sont localisées hors commune d'Oran, et 74,99% des effectifs de la wilaya exercent dans des unités hors commune d'Oran. Ce constat révèle aussi que, dans la commune d'Oran, il n'y a pas de forte concentration ni d'unités industrielles ni d'effectifs comparativement au total des 25 autres communes qui composent la wilaya d'Oran.

Par tailles d'entreprises industrielles, comme c'est le cas de l'ensemble des entreprises du pays, la taille dominante est celle des TPE, où elle contribue dans la commune d'Oran à concurrence de 85,85% des unités localisées dans cette commune. Le reste (14,15%) est réparti

entre les PE (10,52%), les ME (2,81%) et les GE (0,82%). En 2021, selon le site officiel du Ministère de l'industrie, la part des TPE représente 97,58% des PME activant dans tous les secteurs économiques. Ce chiffre ne tient pas compte des entreprises de grandes tailles.

Tableau n° 1 : « Tailles des entreprises par secteurs industriels dans la commune d'Oran »

Secteurs industriels	Unités par tailles				
	TPE	PE	ME	GE	Total
Chimie caoutchouc plastique	70	13	6	3	92
Eau et énergie	2	3	2	4	11
Hydrocarbures	2	2	0	0	4
Industries agro-alimentaires	372	29	3	1	405
Industries diverses	40	5	2	0	47
Industries du bois et papier	132	22	6	0	160
Industries du cuir	30	4	0	0	34
Industries du textile	99	4	3	0	106
Matériaux de construction	41	7	2	0	50
Mines et carrières	7	3	1	0	11
Sidérurgie-métallurgie	149	24	9	1	183
Total	947	116	31	9	1.103

Source : Elaboré par l'auteur à partir des données de la Direction de l'Industrie et des mines de la wilaya d'Oran (2021)

2.2. – Classement des secteurs industriels par leur importance (nombre d'unités) :

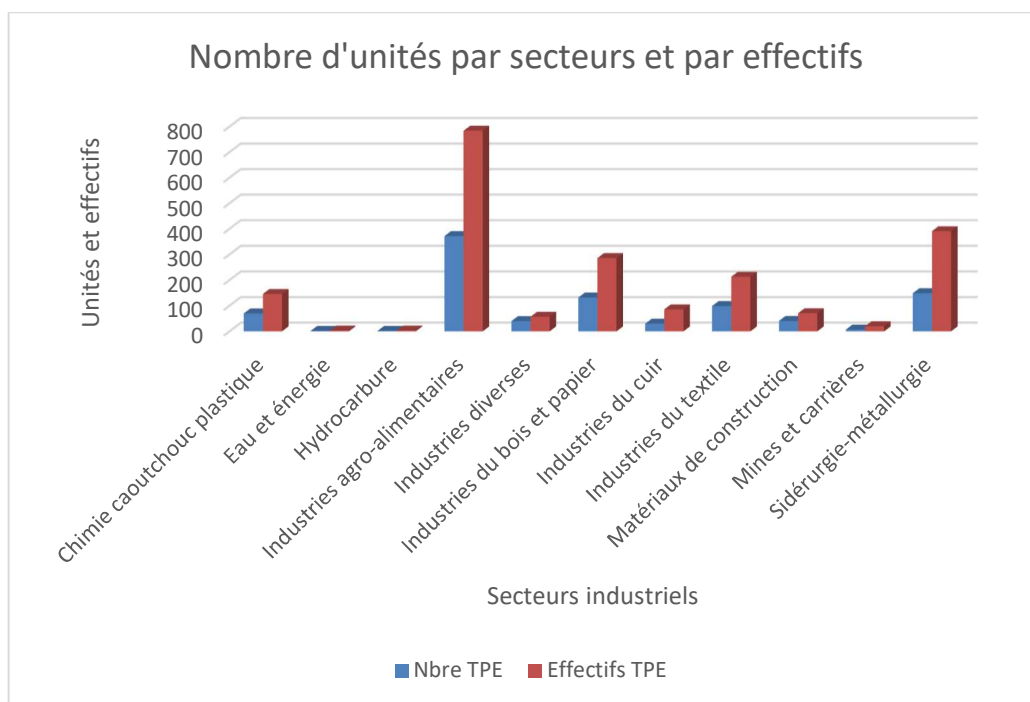
En se référant aux entreprises industrielles, le secteur dominant revient à celui des industries agro-alimentaires qui abrite 405 unités en 2021, contre 146 unités en 2020, enregistrant une évolution assez significative de 177,39%. Les effectifs de ce secteur sont passés de 1.128 salariés, en 2020, à 1.890 salariés en 2021 (+67,55%). La part des effectifs de ce secteur représente 29,59% des effectifs totaux de la commune. L'effectif moyen du secteur est de près de 5 salariés. Les entreprises publiques sont présentes avec seulement 5 unités industrielles, soit 0,98% des unités totales, et un effectif total de 126 salariés représentant 6,66% des effectifs de ce secteur. La moyenne d'effectifs par unité publique est de 25 salariés, alors qu'elle n'est que de 4 salariés dans le secteur privé.

La répartition des entreprises de ce secteur agro-alimentaire par taille se présente de la façon suivante :

- Très petite entreprise (TPE) (0-9 salariés) : 372 unités avec 784 salariés ; - Petite entreprise (PE) (10-49 salariés) : 29 unités avec 556 salariés ; - Moyenne entreprise (ME) (50-250 salariés) : 3 unités avec 221 salariés ; - Grande entreprise (GE) (>250 salariés) : une unité de 329 salariés, représentée par une unité de fabrication et de conditionnement de la margarine, SARL MATEG, située à Hai Zitoune.

Pour les tailles des unités publiques, elles sont composées de 3 TPE (4 salariés), une PE (43 salariés) et une ME de 73 salariés.

Figure : « le nombre d'unités par secteurs et par effectifs dans la commune d'Oran »



Source : Elaboré par l'auteur à partir des données de la Direction de l'Industrie et des mines de la wilaya d'Oran.

2.3 L'impact de la grande unité agro-alimentaire dans son secteur d'activité et son territoire :

Pour analyser l'effet de la présence de cette grande unité de fabrication de margarine sur le secteur et le territoire, il est intéressant de scruter le processus de fabrication de ce produit, pour éventuellement dégager des externalités qui contribueront à baisser les coûts de production et à rendre le territoire spécialisé et compétitif. La localisation des autres unités gravitant autour de cette grande unité peut constituer des ressources locales et pourquoi pas spécifiques – non transférables - dans le cas où ces unités tissent entre eux un réseau très riche et très dense.

Pour y parvenir, une attention particulière sera prêtée à l'étude du processus de fabrication de la margarine notamment si son processus nécessite l'intervention de plusieurs étapes à l'intérieur ou à l'extérieur de cette unité.

En principe, les margarines sont des émulsions composées de matières grasses végétales à hauteur de 50% à 80%, le plus souvent un mélange d'huiles de tournesol, de colza, de maïs et parfois d'huile de palme, contrairement au beurre qui est fabriqué sur la base des matières grasses animales.

La chaîne de production de la margarine est très uniforme et très simple du fait que les 5 étapes de transformation se déroulent dans un même lieu de production. Ces étapes se déroulent comme suit :

- a - la préparation de la phase huileuse, et l'émulsifiant qui se définit comme le mélange de l'eau dans l'huile afin de préserver le produit dans le temps, selon les différentes conditions de températures, et de stockage, et dans le but de le commercialiser,
- b - la préparation de la phase aqueuse,

c - la préparation de l'émulsion, par la pesée des huiles et les graisses, le mélange d'émulsifiants et la phase aqueuse. Une fois, la fine émulsion obtenue, elle permettra de créer une margarine de haute qualité qui présente une souplesse, une régularité et une structure satisfaisantes.

d - la pasteurisation s'effectue à des températures situées entre 80°-85°C afin d'éviter la prolifération de bactéries et d'autres micro-organismes.

e - et la cristallisation s'effectue à travers plusieurs tubes de refroidissement de différentes tailles et surfaces pour produire la margarine souhaitée pour sa commercialisation en fonction des cibles. (<https://www.alfalaval.fr/>, s.d.)

La production de la margarine est le résultat d'une chaîne de production très simple, et dont les étapes de fabrication ne nécessitent pas d'externalités, car ce produit est transformé dans son intégralité à l'intérieur de la même unité. Malheureusement, cette grande unité de transformation n'a pas eu d'effet d'entraînement escompté ni sur son secteur ni sur son territoire du fait qu'elle agit "seule" et sans le concours d'autres opérateurs.

2.4 Limites du secteur agroalimentaire :

Le nombre élevé des firmes exerçant dans le secteur agro-alimentaire devait constituer en principe un atout et une ressource de la commune d'Oran, et le développement de cette commune devait se focaliser autour de ce secteur dominant.

Sur le terrain, aucun impact n'a été souligné à cause, entre autres :

a) de la taille de ces unités du secteur en majorité des TPE - c'est-à-dire entre un et 9 salariés - alors que l'effectif moyen par unité - hors unité de fabrication de la margarine - avoisine 3 salariés seulement.

b) de la place insignifiante des 3 ME du secteur en activité, et qui ne peuvent pas constituer un atout dans le secteur du fait qu'elles exercent des activités qui ne sont pas complémentaires, car on trouve :

- une unité de production de boisson – SARL Brasserie Algérienne d'Oran de 88 salariés,
- une unité de transformation et de commercialisation des produits viticoles –EPA SPA SOTRAVIT (88 salariés),
- et une minoterie privée qui emploie 54 salariés.

c) de l'atomicité des unités agroalimentaires où aucun offreur ou demandeur ne peut influencer le reste des agents économiques.

d) de la superficie agricole de la commune d'Oran qui est dominée par l'occupation urbaine et aucune surface agricole n'est relevée auprès de la Direction de l'agriculture d'Oran. Il est à déplorer que même l'espace périurbain qui autrefois était à vocation agricole s'est complètement transformé en espace urbain du fait qu'il abrite d'autres activités qui n'ont pas de lien avec l'activité agricole. Aujourd'hui, cet espace abrite des activités nouvelles (d'une part, résidentielles à travers les programmes de construction de logements et la résorption de l'habitat précaire qui existait dans la commune d'Oran, et d'autre part, industrielles par la création de nouvelles zones d'activités à travers les communes de la wilaya d'Oran...). Parmi les exemples cités : les plaines de Bir El Djir, Es Senia, El Kerma, Sidi Chami, Tafraoui et Oued Tlelat.

Aussi, faute d'espace dans la commune d'Oran pour réaliser des projets structurants, d'investissement et de logements, et compte tenu de la forte demande de réalisation de ces projets face à une très faible offre du foncier, les nouvelles orientations des pouvoirs publics

qui consistaient à délocaliser ces activités vers d'autres communes ont provoqué une diminution drastique de l'espace rural et des surfaces agricoles.

Conclusion :

Ce secteur des industries agro-alimentaires, dont les unités ne sont pas complémentaires, n'a pas d'impact sur la dynamique du territoire et, par conséquent sur la prospective de la commune d'Oran.

Cet état de fait est confirmé par une étude réalisée par Bou Abdellah (2018) et qui a conclu que "*l'Ouest algérien, voire tout le pays, ne présente aucun avantage ni comparatif ni spécifique aux investisseurs étrangers mis à part la taille du marché.*" (Bou Abdellah, 2018). Ce qui prouve que l'attractivité du territoire ne se limite qu'aux firmes nationales surtout et rarement aux firmes étrangères.

Une autre étude était l'idée que "*les territoires d'Oran ne connaissent pas tous le même niveau de développement, seules les communes d'Oran et à un degré moindre celle de Bir El Djir enregistrent des niveaux appréciables de développement tant pour les activités économiques que pour les habitants.*" (Remmas & Zouad, 2022)

Actuellement, il ne suffit pas d'enregistrer des niveaux appréciables du développement, au niveau régional ou national, mais le plus important est de cadrer ce développement et de fixer des horizons pour atteindre le processus de développement spécialisé voire spécifique. Il est vrai que cet objectif ne peut se réaliser qu'à long terme, avec la participation de tous les acteurs du territoire.

Il est à déplorer encore une fois que le processus de développement de la commune d'Oran se limite à son processus initial, à savoir un processus d'agglomération, alors que le processus de spécialisation offre plus de ressources et tend à rendre un territoire plus compétitif.

La commune d'Oran à l'instar de tous les territoires du monde, qui sont en concurrence permanente essaie de tirer profit de cette mondialisation pour attirer les détenteurs de capitaux en offrant des avantages non seulement génériques, mais spécialisés, voire spécifiques.

Pour y parvenir, l'Algérie a adopté de nouvelles politiques dans le domaine de l'agriculture à travers la mise en valeur des terres situées dans les hauts plateaux et le Sahara, l'installation de stations de dessalement d'eau de mer (11 stations sont opérationnelles et 8 en projets) pour satisfaire les besoins de consommation d'eau potable et d'irrigation de surfaces agricoles, et l'électrification des terres agricoles... Parmi aussi les dispositions préconisées d'encouragement de l'économie nationale par l'investissement productif de biens et services, l'Algérie a promulgué en 2022, une loi sur l'investissement (loi 22-18 du 24 juillet 2022) dont le but est de faciliter l'attrait des investisseurs nationaux et étrangers et de fixer le régime des secteurs, le régime des zones, le régime des investissements structurants qui vont bénéficier des avantages accordés par l'Etat. Les projets éligibles aux régimes d'incitation peuvent même bénéficier de terrain relevant du domaine privé de l'Etat (article 6 de la loi citée précédemment). A travers l'article 26, l'industrie agro-alimentaire comme les autres industries est éligible aux aides consenties par l'Etat, en plus du foncier, il y a notamment les aides fiscales, parafiscales et douanières. Avec ces mesures d'accompagnement, la commune d'Oran compte renforcer sa position en qualité d'un des territoires les plus développés et riches d'Algérie

A la lecture de cette répartition spatiale dans le secteur d'agro-alimentaire, la commune d'Oran est restée dans sa phase initiale d'agglomération, alors que cette commune recèle des potentialités importantes tant en moyens humains (deuxième plus grande wilaya d'Algérie après la capitale) qu'économiques avec un nombre impressionnant d'opérateurs économiques)

Le territoire qui est un construit social doit faire apparaître le rapport de force de tous les acteurs qui le composent ; non seulement les acteurs économiques, mais aussi et surtout la place que doivent jouer les collectivités locales dans la prospective territoriale en fixant des objectifs clairs ; stratégiques et opérationnels pour garantir un développement et une amélioration du niveau de vie des citoyens. Pour y parvenir, il ne suffit pas d'attirer les détenteurs de capitaux mais de créer un climat favorable des affaires et un réseau dense qui sera tissé par les entreprises appartenant au même secteur d'activité. Un territoire bien "construit" signifie qu'il y a une forte synergie entre ses composantes et de surcroît un niveau de développement trop appréciable dont tous les acteurs du territoire en tirent profit.

Dans notre étude, les collectivités locales qui se limitent à offrir des services non marchands à leurs populations, doivent tracer des politiques de développement du territoire sur la base des atouts spécialisés locaux.

L'étude de notre cas a montré les insuffisances d'une politique de développement territoriale tracée par les collectivités locales dans la mesure où chaque territoire se contente d'agglomérer des firmes sans arriver à la concrétisation d'un territoire spécialisé autour d'un secteur dominant.

L'environnement du secteur de l'agro-alimentaire est porteur, d'une part, d'opportunités que ses unités doivent saisir, notamment le taux élevé de la croissance démographique, garantissant un marché prometteur, l'octroi des avantages incitatifs accordés dans le cadre de la promulgation de la nouvelle loi sur l'investissement, la politique de substitution des importations par la production nationale, la mondialisation des échanges, l'introduction de l'intelligence artificielle, la faible parité de la monnaie nationale..., et d'autre part, de menaces sous forme de la bureaucratie, de la rareté du foncier industriel, de la place prédominante de l'économie informelle, du climat des affaires qui reste à améliorer...

Bibliographie

- Bonnemaison, J. (1999). *Les territoires de l'identité : le territoire, lien ou frontières ?* Tome I. Éd. L'Harmattan, Série Fondements de la géographie culturelle, Collection Géographie et culture, ISBN 2-7384-7462-4, Paris, pp 11-15.
- Bou Abdellah, D-E. (2018, Décembre). *Attractivité territoriale et IDE: cas de l'industrie agro-alimentaire de l'Oranie*. (Journal of Industrial Economics, Vol.15, pp 1-20.
- Cohen-Bacri, B. (2004, 2^o trimestre). *Collectivités : ressorts de l'activité et politique d'image*. Revue Pouvoirs locaux, n° 61, Paris, pp 17-34.
- Coriat, B., & Weinstein, O. (1995). *Les nouvelles théories de l'entreprise*. (Librairie Eyrolles, Éd.) Revue d'économie Industrielle, n° 129, Paris, pp. 145-167.
- Courlet, A. (2008). *L'économie territoriale*. Presses universitaires de Grenoble, Collection L'économie en plus. Grenoble, p 75-102
- Di Méo, G. (1998). *Géographie sociale et territoire*. (T. d. Reims, Éd.) Collection Fac-géographie, Vol. 25, n° 99-100, pp. 178-180.
- Ferguene, A. *Economie territoriale et développement local : Concepts et expériences*. (Campus ouvert, Éd.), distribué par les Editions L'Harmattan, Paris, pp. 17-29.
- Gervais-Lambony, P. (2003). *Territoires, citadins, 4 villes africaines*. Editions Belin, Paris, pp. 83-91.
- Gilly, J, & Walker, F. (2001). Forms of Proximity, local Governance *and the Dynamics of Local Economic Spaces : The Case of industrial conversion Processes*. International Journal of Urban and Regional Research, Vol 25, number 3, pp 553-567.
- Hatem, F. (2004). *Investissement international et politiques d'attractivité*. Edition Economica Gestion, Paris, pp 97-101.
- Hatem, F. (2005). *Attractivité du territoire : théorie et pratique, aller-retour*. Cahier de recherche, <https://www.fabricehate.com/fr/2004/12/21/attractivite-theorie-et-pratique-aller-et-retour> Consulté le 28 Avril 2023, pp. 13-21
- Hospers, G.-J. (2004, Sept/Oct). Place marketing in Europe : the branding of the Oresund region *Intereconomics*. vol 39, n° 5, pp. 271-279.
<https://www.alfalaval.fr/produits/solutions-de-process/solutions-pour-huiles-vegetales/systemes/-pour-usine-de-margarine>. (s.d.).
- Laganier, R., Villalba, B., & Zuindeau, B. (2002). *Le développement durable face au territoire : éléments pour une recherche pluridisciplinaire*. Centre de ressources documentaires - Développement durable, France, pp 11-18
- Le Roy, N., & Ottaviani, F. (2013, octobre-décembre). Mesurer pour comprendre les dynamiques territoriales et nourrir les politiques locales. *Géographie, économie, société*, 15(4), pp. 345-364.
- Léon, A., & Sauvin, T. (2010, 1er semestre). L'entreprise et son empreinte territoriale : quelle politique d'attractivité ? *Revue Monde en développement*, pp. 43-52.
- Menage, P. (2014, Mars). Comprendre la compétitivité territoriale : différences avec l'attractivité territoriale et rôle des réseaux d'acteurs. *Développement et économie*, pp. 4-9.
- Merenne-Schoumaker, B. (2013). *Localisation des industries, Enjeux et dynamiques*. (C. D. Géographie, Éd.) Rennes: Presse Universitaire de Rennes,.
- Pecqueur, B., & Coissard, S. (2007). *Des avantages comparatifs aux avantages différenciatifs, une approche par le territoire*. Actes du XLIII^o Colloque de l'ASRDLF (Association de Science Régionale de Langue Française).
- Perrat, J., & Zimmermann, J.-B. (2003). Stratégies des firmes et dynamiques territoriales *Entreprises et territoires*. Les nouveaux enjeux de la proximité. *La documentation française*, pp. 15-32.
- Raffestin, C., & Nemmouchi, H. (2020). Pour une géographie du pouvoir. *Revue algérienne d'anthropologie et de sciences sociales*(90), pp. 121-124.

- Rallet, A., & Torre, A. (1995). *Economie industrielle et économie spatiale : un état des lieux*. Editions Economica, Paris, pp 3-37.
- Remmas, M., & Zouad, R. (2022, Avril). Disparité de développement territoriale : un essai d'une typologie socio-économique de la wilaya d'Oran . *El Bashaer economy journal*, VIII(01), pp. 1060-1076. Consulté le Mai 3, 2023, sur ISSN : 2437-0932
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Les éditions Payot, Paris, pp 89-98.
- Varenne, F. (2017). *Théories et modèles en sciences humaines : le cas de la géographie*. Collection : modélisation, simulation, systèmes complexes. Editions Matériologique, France, pp 298-312
- Veltz, P. (2000). *Le nouveau monde industriel*. Editions Gallimard/Le Débat, Paris, pp. 221-230.
- Zimmermann, J.-B. (2008). *Le territoire dans l'analyse économique. Proximité géographique et proximité organisée*, Vol. 34. Revue française de gestion, pp 105-118.