

Confiance et structuration des réseaux d'entreprises en Algérie : Cas du Cluster Boissons Soummam –Bejaia

Trust and structuring of corporate networks in Algeria (Case Study: Soummam Beverage Cluster)

Mr IDIR Mohamed*, Pr. BENAICHA Badis** et Pr. CHABI Tayeb***

* *Université A. MIRA de Bejaia* ; e-mail: idimoh65@hotmail.com

** Laboratoire: Management du changement dans l'entreprise algérienne
(Université d'Alger 3); e-mail: bbadis@gmail.com

*** Laboratoire : Management et techniques Quantitatives (RMTQ)
(Université A. MIRA de Bejaia) ; e-mail: chabitayeb@yahoo.fr

Date de réception : 2020-04-16; **Date d'acceptation :** 2020-05-14; **Date de publication :** 25/06/2020

Résumé : Dans le cadre du plan quinquennal 2010-2014, l'Algérie a réservé plus de 1500 milliards de DA à l'appui au développement de l'économie nationale. Toutefois les agglomérations d'entreprises qui se sont constituées en Algérie, sont faiblement structurées ce qui augmente le risque de leurs réversibilités. Ce constat mitigé nous interpelle et nous pousse à vouloir comprendre pourquoi les réseaux d'entreprises peinent t'ils à émerger en Algérie malgré plus de deux décennies d'efforts soutenus par les pouvoirs publics et les sommes colossales injectées ?

La question abordée dans cet article est celle du rôle de la confiance dans la structuration des réseaux d'entreprises. Nous allons omettre l'hypothèse que la confiance (ainsi que ses différentes formes) est une condition de l'émergence et du développement des réseaux. Cet article s'appuie sur l'étude d'un réseau d'entreprises de la région de Béjaïa, Cluster Boissons Soummam (CBS).

Mots-clés : Algérie, réseaux d'entreprises, confiance, coopération, Cluster Boissons Soummam.

Abstract: In the context of the quinquennal plan 2010-2014, Algeria has reserved more than 1,500 billion DA to support the development of the national economy. However, the agglomerations of companies that were formed in Algeria are weakly structured and have no real territorial anchoring, which increases the risk of their reversibility. The forces are still fragmented and synergy is still weak. This mixed observation challenges us and pushes us to understand, why are corporate networks struggling to emerge in Algeria despite more than two decades of efforts supported by the public authorities and the colossal sums injected?

The question addressed in this article is about the role of trust in the phases of emergence and structuring of corporate networks. We will omit the hypothesis that trust (and its different forms) is a condition for the emergence and development of networks. This article is based on the study of a network of companies in the region of Bejaia (Soummam Beverage Cluster).

Keywords: Algeria, corporate networks, trust, cooperation, Soummam Beverage Cluster.

* Auteur correspondant, e-mail: idimoh65@hotmail.com

Introduction :

Depuis la crise du fordisme et les succès rencontrés, au cours des dernières décennies, par les différentes formes d'agglomérations locales d'entreprises, quelque soit leurs formes (districts industriels, SPL, cluster, pôle de compétitivités...), les réseaux d'entreprises s'imposent comme une forme d'organisation incontournable du système productif contemporain. L'élément catalyseur, qui pousse les entreprises à s'agglomérer sur un même territoire, est la synergie et le gain de productivité qui se dégage de ce regroupement grâce aux économies d'échelles et aux externalités. Il est communément admis aujourd'hui que les pays les mieux organisés au niveau local sont aussi ceux qui sont les plus ouverts à la compétition mondiale¹.

La recomposition postfordiste suggère entre autre :

- Un nouveau regard de la problématique du développement basé sur les logiques de « développement par le bas »² et la « spécialisation flexible »³, formes de développement endogènes et territorialisées, dont les PME jouent un rôle essentiel. D'abord en raison des rapports particuliers qu'elles entretiennent avec leur territoire d'appartenance et, en suite, en raison des relations singulièrement efficaces que les PME développent entre elles.

- Une réelle prise en charge des relations hors marché dans les dynamiques de construction industrielle et territoriale⁴. Ce qui souligne l'importance des relations sociales comprises « comme l'ensemble des règles, normes, réseaux mobilisés par les agents dans le cadre de leurs échanges non marchands »⁵.

Un nombre croissant de collectivités territoriales et de gouvernements nationaux se tournent, depuis, vers des politiques basées sur les agglomérations d'entreprises, suivant l'exemple des régions prospères dont les économies sont basées sur des groupes d'entreprises territorialisées. L'engouement des politiques publiques dans le monde pour les réseaux d'entreprises présente plusieurs enjeux stratégiques pour les territoires concernés, notamment en termes de compétitivité et de performance. Pour tenter de mobiliser et de valoriser les ressources et les compétences des territoires, les gouvernements font, de plus en plus, appelés aux acteurs privés. Toute fois, les formes d'agglomérations qui se sont constituées au sein des territoires productifs et leurs caractéristiques dépendent du jeu des acteurs qui les composent. Vu la singularité des logiques d'articulation, de combinaison et d'interaction entre les différents acteurs (entreprises, institutions publiques, para- publique et extra- publique) d'un même territoire et les synergies dégagés par ses réseaux, les territoires sont hétérogènes. « *La coopération inter-firmes revêt des formes extrêmement diverses selon la nature des partenaires, des secteurs économiques concernés, de sa vocation originelle, des traditions managériales et juridiques selon les pays et les aires géographiques concernées* »⁶.

L'Algérie a orienté sa politique économique, à partir des années 90, vers l'émergence et la promotion du secteur de la PME, particulièrement après l'adoption du nouveau code des investissements en 1993. Un nouveau tournant a été négocié, par les pouvoirs publics, au profit des réseaux d'entreprises à partir des années 2000, avec la mise en place de la politique industrielle des pôles de compétitivité et d'excellence (mort née), des Nucleus et des SPL et plus tard au profit des clusters.

Pour maintenir la dynamique de reconstruction nationale entamée depuis deux décennies, l'Algérie a mis en place le plan quinquennal 2010-2014. Le programme d'investissements publics retenu pour cette période, implique des engagements financiers de l'ordre de 21 214 milliards de DA (ou l'équivalent de 286 milliards de dollars). C'est le plus important financement public consacré au développement du pays, depuis l'indépendance. Le programme 2010-2014 réserve plus de 1500 milliards de DA à l'appui au développement de l'économie nationale dont 150 milliards de DA destinés à la promotion de la PME à travers la réalisation des nouvelles zones industrielles intégrées⁷.

Toutefois cette dynamisation ne paraît pas avoir porté tous ses fruits. La démarche volontariste et fortement centralisée de l'État est en déphasage total par rapport aux attentes des acteurs locaux⁸. Le faible niveau de coordination des acteurs du territoire fait que les agglomérations d'entreprises qui se sont constituées en Algérie, sont faiblement structurées et sans véritable encrage territorial, ce qui augmente le risque de leurs réversibilités. Les forces sont encore fragmentées et la synergie s'avère encore faible, même si certains acteurs et réseaux ont parfaitement identifié les axes de leur future stratégie individuelle et collective. L'esprit collectif

qui s'est manifesté alors a bien saisi l'ampleur des enjeux offerts aux régions, mais il reste à mi-parcours dans la mise en œuvre de solutions locales originales.

La préoccupation qui nous guide, dans le cadre de cet article, se rapporte aux potentialités de la confiance concept multiforme qui permet d'analyser les mécanismes par lesquels les facteurs sociaux influent sur l'émergence et la structuration des réseaux d'entreprises en soulignant l'importance des relations sociales comprises comme l'ensemble des règles, normes, réseaux mobilisés par les agents dans le cadre de leurs échanges non marchands. Dans le but d'apporter quelques réponses aux deux questions suivantes :

- Pourquoi les réseaux d'entreprises peinent-ils à émerger en Algérie malgré plus de deux décennies d'efforts soutenus par les pouvoirs publics et les sommes colossales injectées ?
- Quel est le rôle de la confiance dans la structuration des réseaux ?

Ce travail s'appuie sur l'analyse des résultats d'une enquête de terrain réalisée auprès des acteurs du Cluster Boissons de la Soummam (CBS). Notre méthodologie de recherche se base sur une démarche hypothético-déductive qui s'adosse, dans un premier temps, sur une recherche exploratoire servant à échauffer une grille de lecture permettant d'éclaircir la question du rôle de la confiance dans la structuration des réseaux ; dans un second temps, sur une recherche pratique au sein du cluster sous forme d'entretiens avec les principaux acteurs, dans le but d'identifier leurs comportements et leurs logiques d'appartenance aux réseaux dans le but de mettre en évidence les types de confiance mobilisés. Cependant la complexité du terrain de recherche (manque d'information) nous a obligé à opter pour un échantillon d'acteurs du cluster.

Afin de mener à bien ce travail, nous avons structuré ce dernier en quatre parties. Dans la première partie (1), nous allons présenter l'état des lieux de la PME en Algérie. Dans la seconde partie (2), les réseaux d'entreprises en Algérie à travers quelques expériences vécues. La troisième partie (3) sera consacrée au rôle de la confiance dans l'émergence et la structuration des réseaux d'entreprises. Dans la quatrième partie (4), nous allons présenter et analyser le Cluster Boissons de la Soummam (CBS) sous l'angle de la confiance et ces différents liens. Ce qui nous permettra de présenter, en dernier lieu, nos conclusions.

I- Etat des lieux de la PME en Algérie :

L'ouverture de l'économie algérienne et sa transition vers l'économie de marché a engendré l'émergence du secteur privé qui est, sans conteste, l'un des faits notables de ces vingt-cinq dernières années, même s'il est constitué dans son écrasante majorité par des très petites entreprises (TPE) et des petites et moyennes entreprises (PME). Progressivement, le secteur privé est devenu prédominant au sein de l'économie, et ce, grâce à la suppression des différents monopoles de l'Etat qui existaient dans la plupart des secteurs d'activité. Vu le rôle important que la PME algérienne est appelée à jouer, en terme de création de richesses et d'emplois, les pouvoirs publics tentent d'orienter leur action en faveur du développement de ces entités qui cadrent mieux avec l'économie de marché ; à l'instar des autres économies, y compris des pays industrialisés, qui considèrent la PME comme un véritable gisement pour la croissance en raison des retombées positives pour les territoires et un véritable levier de création de richesses. Nous allons dans un premier temps présenter l'évolution de la population des PME en Algérie et dans un deuxième temps présenter leurs dynamismes.

I.1 : Evolution de la population des PME en Algérie :

La population des PME a connu une expansion importante avec l'adoption du nouveau code des investissements en 1993. Selon A. Bouyacoub⁹, 60% des PME existantes en 2000, ont été créées après 1994. La population des PME est passée de 236298 entreprises en 1995 à 287534 en 2000, avec un taux de croissance de 22% pour cette même période. Les statistiques disponibles sur le secteur de la PME en Algérie indiquent que ces entreprises assurent une place de plus en plus importante dans la structure économique nationale. Selon les données du ministère de l'industrie et des mines, à la fin du premier semestre 2019 une grande partie du tissu économique est constituée de PMI-PME au nombre de 1.171.945 entreprises dont 99,98% pour le secteur privé. Les personnes morales privées souvent de petites SARL sont de 659.573, les personnes physiques 512.128 dont

243.759 professions libérales, 268.369 activités artisanales¹⁰. Toutefois, même si la population des PME a connu, ces dernières années, une nette augmentation (voir le tableau No1), la structure des PME, durant les 20 dernières années, n'a pas beaucoup changé, avec une prédominance du secteur des services (en particulier, le transport et le commerce) et le BTPH (en particulier, le Bâtiment). En 2001, plus de 55% des activités en Algérie sont concentrées dans les deux secteurs principaux : BTPH (34%), commerce (21%). Au 1er Semestre 2019, cette dominance reste visible pour les deux secteurs : BTPH 28,54% (avec 188275 PME privées personnes morales) et les services (y compris les professions libérales) 54.41% (avec 602695 PME privées personnes morales)¹¹.

TABLEAU N° 1 : Evolution de la population des PME de 2001 au 1^{er} Semestre 2019

Années Nat des PME	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PME privées	179893	189552	207949	225449	245842	269806	293946	392013	455398	482892	511856
PME publiques	778	778	778	778	874	739	666	626	591	557	572
Artisans	64677	71523	79850	86732	96072	106214	116347	126887	131505	135623	146881
Total	245348	261853	288577	312959	342788	376759	410959	519526	587494	619072	659309

Années Nat des PME	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	1 ^{er} Sem 2019
PME privées	550511	601583	656949	716896	786989	831914	899846	903332
PME publiques	557	557	542	532	390	267	262	244
Artisans	160764	175676	194562	217142	235242	242322	241494	268369
Total	711832	777816	852053	934569	1022621	1074503	1141602	1171945

Source: Constitué à partir des données du ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, des données du ministère de l'industrie et des mines et des données de l'ONS.

L'explication de cette dominance réside :

- Dans le développement qu'a connu, en particulier, le secteur BTPH suite au nombre important de projets lancés dans les différents plans de relance et d'appui à la croissance depuis l'année 2000, notamment le programme d'un million de logements lancé en 2001 et d'autres projets d'aménagement des villes ainsi que le projet de l'autoroute est-ouest. Cette dynamique qu'a connue ce secteur a permis une prolifération des activités en amont et en aval de toutes les branches liées au BTPH ;
- La tertiarisation de l'économie algérienne qui est caractérisé par l'informel et la rente.

I.2 : Le faible dynamisme des PME algériennes :

Alors que l'Algérie a besoin de 2 millions de PME pour réaliser un taux de croissance appréciable, elle souffre, selon le président du Conseil National Consultatif pour la promotion de la PME (CNC PME), d'un manque flagrant en matière de création de PME et les quelques entreprises créées font face au problème de la concurrence externe favorisée par l'importation. Pour ce dernier, l'Etat doit prendre des mesures pour mettre fin au spectre de la bureaucratie et booster les entreprises publiques et privées, car la bureaucratie est une entrave majeure pour les PME¹². De même, la PME reste faiblement représentée dans l'économie nationale avec une densité de 28

entreprises pour 1000 habitants (voir le tableau N° 2) loin derrière celle des pays de l'OCDE qui enregistrent une moyenne de 45 entreprises pour 1000 habitants.

TABLEAU N° 2 : Evolution de la population des PME et leurs densités de 2001 au 1^{er} Semestre 2019

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nombre de PME	245348	261853	288577	312959	342788	376759	410959	519526	587494	619072	659309	711832
Dens PME / 1000hab	8	8	9	10	10	11	12	15	16	17	19	20

2013	2014	2015	2016	2017	2018	1 ^{er} Sem 2019
777816	852053	934569	1022621	1074503	1141602	1171945
21	21	23	25	26	26	28

Source : Constitué à partir des données du ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, des données du ministère de l'industrie et des mines et des données de l'ONS.

Le développement tous azimuts de la PME ont permis un foisonnement d'unité de production de petites dimensions. A la fin du 1^{er} semestre 2019, 97% de la population des PME sont des TPE avec moins de 10 salariés, concentrés spatialement (près de la moitié des PME personnes morales, soit 49,16%, sont localisées dans 10 wilayas) et implantés dans la région du Nord qui regroupe, à cet égard, 459146 PME (personnes morales), soit 69,61% des PME (personnes morales) du pays¹³. Ces dernières sont créatrices d'emplois. Elles ont largement contribué, particulièrement ces dernières années, à la réduction du chômage. Toutefois les PME algériennes sont souvent trop isolées et par nature de taille insuffisante pour mettre en œuvre des actions déterminantes de leur développement (innovation, R&D, évolution des compétences, diversification ...). En outre le phénomène d'agglomération d'entreprises est très récent en Algérie. Les réseaux et les territoires productifs sont des processus en cours de réalisation vue : d'une part, la genèse des PME, dont la plus part ont été créés après la crise économique des années 80 et d'autre part, la faible densité des relations entre les acteurs locaux dominées, de surcroît, par l'aspect informel. A l'exception des activités du secteur traditionnel tels que la poterie et le tissage, dont les secrets de fabrication et les connaissances tacites sont transmis de génération en génération grâce à l'apprentissage et à la proximité des acteurs.

II- Les réseaux d'entreprises en Algérie :

Le réseau d'entreprise constitue une forme particulière d'organisation économique reposant sur des mécanismes de régulation spécifiques, caractérisées par des relations denses et de nature différentes (formel, informel, matériel, immatériel, marchand et non marchand) entre l'ensemble des acteurs. L'objectif des réseaux est de favoriser des coopérations entre des entreprises géographiquement contiguës dans le but de leurs permettre de se renforcer et d'évoluer. Cette transformation repose sur des changements dans les comportements et s'appuie à la fois sur des mécanismes d'apprentissage individuel mais également collectif (l'apprentissage par l'interaction). Au cœur de la notion de réseau, il y a donc l'idée d'une efficacité productive enchâssée ou encadrée dans la société et l'histoire locale, déterminée par la qualité des relations que les acteurs tissent entre eux¹⁴. Il est, donc, indispensable que les acteurs territoriaux coopèrent entre eux et s'inscrivent dans une dynamique de réseaux. Trois points seront abordés dans cette partie : l'évolution du concept de réseau, la dynamique des réseaux ainsi que quelques expériences d'implantation des réseaux d'entreprises en Algérie.

II.1 : Evolution du concept de réseau :

Le développement du concept de réseau dans les sciences économiques a connu trois phases essentielles : avant les années 70, durant les deux décennies 70 et 80 et après les années 80.

II.1.1 : Avant les années 70 : Cette période est caractérisée par la domination de l'approche de l'économie standard qui ne reconnaît pas cette forme d'organisation. Selon la théorie standard, l'entreprise est un acteur rationnel, parfaitement informé et un centre de décision autonome, dont le but est de maximiser son profit. Elle met en place des actions personnelles et tend à les valoriser afin, de prendre l'avantage sur les autres concurrents. Chaque entreprise poursuit un objectif personnel et intervient dans son propre intérêt, même si cela nécessite parfois d'adopter des comportements opportunistes. Il n'y a donc pas de coopération possible et d'existence pour les réseaux dans ce paradigme économique.

II.1.2 : Durant les deux décennies 70 et 80 : Alors que la notion du réseau était complètement ignorée dans l'approche de l'économie standard, la crise du Fordisme a obligé les entreprises à mettre en place de nouvelles façons de faire en développant des relations de coopération avec d'autres entreprises. Pour répondre aux exigences de flexibilité et d'adaptation, les entreprises se sont organisées en réseaux. Les entreprises cherchent ainsi à relever collectivement et à partager les risques du changement afin de garantir une amélioration et une transformation continue de la production et à augmenter leurs parts de marchés.

La vision dichotomique de l'analyse des organisations a été, donc, dépassée. Cependant, la position médiane ou intermédiaire du réseau entre le marché et la hiérarchie a été considérée comme structure hybride¹⁵. Pour Williamson, le réseau est une forme transitoire, instable et vouée à évoluer vers une des formes stables qui sont le marché ou la hiérarchie. Car sa robustesse paraît insuffisante en cas de turbulence environnementale majeure¹⁶.

Même si dans cette phase le concept de réseau a fait son apparition dans le domaine des sciences économiques toutefois, ce dernier n'est pas encore considéré comme un système d'organisation des relations à part entière.

II.1.3 : Après les années 80 : C'est grâce aux travaux pionniers de Richardson (1972), puis ceux de Bradach et Eccles (1989) et de Powell (1990) que le réseau est devenu une forme organisationnelle à part entière.

Richardson, scinde les activités économiques en deux catégories : les activités similaires et les activités complémentaires¹⁷. Il refuse la dichotomie habituelle et considère la coopération comme un objet d'étude pertinent dans la triple distinction : marché, coopération et firme. Il existe donc, pour lui, trois mécanismes de coordination des activités : l'organisation ou l'entreprise, le marché et la coopération. Cependant, Richardson ne mentionne pas explicitement la confiance comme mécanisme de coordination des échanges, mais propose d'établir le débat sur l'organisation des relations interentreprises avec un nouvel angle d'approche. S'inscrivent dans cette réflexion, le fonctionnement en réseau s'incarne dans l'activité relationnelle des acteurs économiques qui négocient leur coopération. Avec le réseau, on se situe donc d'emblée au-delà des marchés et de la hiérarchie. La coopération n'est plus le produit d'une hybridation d'une coordination par les marchés et par la hiérarchie mais bel et bien un élément organisationnel particulier fondé sur l'existence des réseaux.

Le mérite de l'introduction de la confiance comme mécanisme de coordination, au même titre que le prix et l'autorité revient, toutefois, à Bradach et Eccles qui de surcroît considèrent que les mécanismes de coordination ne sont pas purs, mais qu'au contraire, ils sont pluriels, « (...) overlapping, embedded, intertwined, juxtaposed, and nested »¹⁸.

II.2 : La dynamique des réseaux :

Le réseau d'entreprises contribue à renforcer la performance des entreprises et à dynamiser les territoires sur lesquels il évolue. C'est donc un accélérateur de développement, un moyen de faire grandir les entreprises à travers la mise en œuvre de projets collectifs. Pour que le réseau fonctionne et se développe, il faut veiller à ce que sa dynamique ne soit pas rompue et qu'elle soit en adéquation avec les besoins évolutifs des entreprises. Toutefois, les réseaux d'entreprises constituent non seulement une plus-value pour les entreprises, mais également pour le territoire sur lequel ils sont implantés et pour la structure qui les accompagne. De même, les réseaux ne sont pas liés à un modèle unique et reproductible mais donnent lieu à des applications propres à chaque contexte économique, historique, social et culturel. En outre, ils évoluent dans le temps et l'espace.

Pour qu'un réseau se structure et se développe, il est indispensable que les acteurs qui le composent se mobilisent, décident de sa stratégie et s'engagent pleinement dans sa mise en œuvre.

Car, les réseaux sont avant tout un formidable vecteur de communication¹⁹, en favorisant la production et la circulation de l'information, qui étaient mis à mal dans la relation de marché (opportunisme) et dans la hiérarchie (phénomène bureaucratique). Cependant, pour apprendre à se connaître, à se prescrire, à coopérer et à mutualiser des ressources, l'ensemble des parties prenantes ne peuvent s'affranchir d'un animateur, clef de voûte du système et de la relation du réseau à son environnement et du rôle central qu'il peut jouer dans la construction et la mobilisation du capital social²⁰ en générale et de la confiance en particulier.

Dans le cas de l'Algérie, les territoires productifs émergents sont le résultat d'agglomérations, spontanées et naturelles, d'entreprises qui s'appuient, dans la plus part des cas, sur un tissu de PME. Ces dernières sont majoritairement des entités traditionnelles et ne disposent pas en leurs seins de leader reconnu capable de fédérer l'ensemble des acteurs du territoire. La panoplie de programmes et d'actions, mis en place durant ces deux dernières décennies, en direction des entreprises n'ont pas pu mettre en place ou créer des liens stables de coopération entre ces dernières. Les politiques publiques se fondent principalement sur des incitations financières à la localisation ou des actions d'aménagement (réhabilitation et modernisation des zones industrielles et des zones d'activités, réalisation de nouvelles zones industrielles intégrées) et ne s'intègrent pas dans une logique de construction d'un tissu économique structuré a priori.

II.3 : Présentation de quelques cas de réseaux en Algérie :

L'Algérie c'est lancée dans plusieurs tentatives d'implantation des réseaux d'entreprises à partir de la deuxième moitié de la décennie 2000, dans le cadre du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT) à l'horizon 2025. Les lignes directrices, de ce Schéma, portent sur la durabilité du territoire ; la création des dynamiques du rééquilibrage territorial ; la mise en œuvre de l'équité territoriale ; la gouvernance et l'attractivité et la compétitivité des territoires²¹. Trois expériences menées dans le cadre des partenariats avec l'Union Européenne méritent un intérêt particulier, celle des pôles de compétitivité et d'excellence, des Nucleus et des Clusters.

II.3.1 : Cas des pôles de compétitivité et d'excellence : La stratégie des pôles de compétitivité et d'excellence est le fruit des différentes études de diagnostic de l'économie algérienne, en particulier, celles réalisées par le cabinet international BOOZ/ALLEN/HAMILTON (Industrie algérienne et politique industrielle en février 2002 ; Diagnostic des filières industrielles en Algérie en mars-avril 2003 et Politique industrielle, choix des filières et propositions de mise en œuvre en juillet 2003)²², qui convergent et confirment le même constat : **l'économie algérienne a un grand potentiel qu'il faut libérer**. Cette situation a préoccupé les autorités algériennes. En 2007, elles se sont engagées dans un projet de relance du secteur industriel qui a été débattu et enrichi lors des « Assises nationales sur la stratégie industrielle ». Cette dernière est basée sur les six (06) Pôles pré-identifiés, dont celui de l'agroalimentaire auquel la région de Bejaia fait partie. La stratégie des pôles est, toute fois, un mort née car, jusqu'au jour d'aujourd'hui aucun des six pôles n'a vu le jour.

II.3.2 : Cas des Nucleus : L'approche Nucleus, développée dans le monde depuis 1991, vise d'une part à mobiliser les entreprises individuelles (particulièrement les TPE), et d'autre part à initier des processus de développement structurel au sein des chambres et associations de commerce. Le Nucleus permet une coopération via des réseaux d'interaction entre acteurs locaux sous la médiation de l'animateur dans le but de développer une confiance en eux afin d'améliorer leurs entreprises. L'objectif du dispositif Nucleus est, donc, de créer une véritable plateforme organisationnelle dans laquelle les entrepreneurs peuvent échanger, identifier leurs problèmes, se comparer à d'autres, définir leur propre demande de service. Les Nucleus ont été mis en place, en Algérie, dans le cadre de la coopération algéro-allemande dans le but de relancer l'artisanat et les activités du secteur traditionnel tel que la poterie et le tissage. Les institutions publics algériennes, les Chambres de l'Artisanat et des Métiers (CAM) et les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI), ont signés en 2006 une convention de partenariat proposée par la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ). La structure d'Appui aux Associations Professionnelles et aux Organisations Patronales (AAPOP) à assurer la formation et l'accompagnement des animateurs dans leurs activités au profit des membres du ou des Nucleus qu'il anime.

Selon Cécile PERRET, le Nucleus est un réseau multilatéral monofonctionnel (Nucleus horizontal) ou multifonctionnel (Nucleus vertical) coordonné par un tiers, le conseiller ou

l'animateur. Ce dernier est le cœur du dispositif Nucleus. Elle définit le Nucleus comme « *groupes d'entreprises qui se réunissent périodiquement (normalement de façon hebdomadaire) autour d'un conseiller/animateur relevant d'une Chambre de l'Artisanat et des Métiers (CAM) ou d'une Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) afin d'identifier leurs problèmes communs et pour ensemble, trouver des solutions (commandes groupées, marketing commun, etc.)* »²³. La taille d'un Nucleus est relativement restreinte : de 7 à 20 participants, taille jugée maximale par Nucleus International pour que la réunion soit fructueuse. En s'organisant en Nucleus, « *les artisans deviennent un groupe productif et sont partie prenante d'un acteur institutionnel (la CAM). Ils acquièrent une légitimité différente du fait de l'élargissement de leurs liens avec des acteurs reconnus à une échelle supérieure (Animateurs, Directeurs des CAM)* »²⁴.

En 2009, trois ans après la mise en place du dispositif Nucleus en Algérie, plus de 1200 entreprises ont déjà été concernées. La CAM de la Wilaya de Bejaïa gère 18 Nucleus représentant 225 entreprises grâce à 3 animateurs. Malgré l'engouement des artisans et des TPE pour cette approche, les résultats restent cependant partagés entre le succès et la fragilité. Cette fragilité est due ; d'une part à l'incapacité des artisans à structurer de façon autonome et endogène leur métier et d'autre part au rapport de méfiance des artisans vis-à-vis de l'État, alors que dans l'approche Nucleus, l'État redevient créateur de lien social à travers l'entreprise.

II.3.3 : Cas des Clusters : C'est dans le cadre du plan quinquennal (2010-2014) que les premières tentatives de mise en place des clusters ont été engagées en collaboration avec l'agence de coopération allemande GTZ, notamment dans les secteurs de la construction/réparation navale, de l'agroalimentaire et des services transport et logistique, à travers le Programme DEVED (Développement économique durable). Dans le secteur de l'agroalimentaire, les expériences les plus abouties sont :

- Le cluster de l'huile d'olive de Bouira ;
- Le cluster de la transformation de la tomate industrielle, principalement basé à Guelma et Annaba ;
- Le cluster de la valorisation et transformation des dattes, à Ghardaïa et Biskra ;
- Le cluster des boissons, principalement basé dans la vallée de la Soummam autour de Bejaïa. Ce dernier bénéficie du programme DIVECO (Programme d'Appui à la Diversification de l'Economie en Algérie).

Même s'il est encore prématuré pour porter un jugement sur ces formes d'organisations, certains éléments, tels que la durée de la mise en place, de leur statut et la faible adhésion des pouvoirs publics locaux à cette démarche²⁵, témoignent de la fragilité de la démarche.

III- Le rôle de la confiance dans les réseaux d'entreprises :

Selon Fukuyama, la capacité d'une nation à développer les institutions qui la rendent puissante et performante dépend de l'aptitude à la confiance de sa population, aptitude qui trouve son origine dans les valeurs inhérentes à la culture : « *L'une des leçons majeure que l'on puisse tirer de l'étude de la vie économique c'est que la prospérité d'une nation et sa compétitivité sont conditionnées par une seule et unique caractéristique culturelle omniprésente : le niveau de confiance propre à la société* »²⁶. Nous allons dans un premier temps présenter le mécanisme de coordination des réseaux et dans un second temps la typologie de la confiance de Zucker.

III.1 : Confiance et coordination des réseaux :

Les réseaux d'entreprises, qui fonctionnent sur la base de la coopération entre firmes juridiquement autonomes, constituent une réponse adaptée aux impératifs actuels de flexibilité, de gestion du risque, et d'accès à des ressources. Ces réseaux qui représentent des formes économiques spécifiques et qui assument diverses fonctions économiques²⁷, sont aussi des réseaux sociaux compris au sens d'Offner et Pumain dont le terme réseau social « *tend à désigner indistinctement tout système relationnel à effet politique ou économique fondé sur une dimension informelle* »²⁸. Cette définition développe l'idée de système relationnel mais surtout elle tranche sur le fait que les réseaux sociaux seraient exclusivement informels et développeraient deux typologies d'effets, politique ou économique. En relation avec notre travail, elle a le mérite :

- de mettre en lumière une dimension importante par rapport aux réseaux économiques et aux réseaux politiques formels : ces derniers cohabitent souvent avec des modes relationnels plus informels, faisant appel à des relations fondées sur le caractère social, qui naissent, existent et meurent selon des fondements, des liens et des codes sociaux qui sont généralement non formalisés.
- de mieux coller à la réalité de notre terrain d'investigation et de notre pays qui se caractérise par le glissement de plus en plus net de son économie vers l'informel et la suprématie de la sphère politique sur les autres sphères dont les décisions sont dictées par les clans informels détenteur du pouvoir réel.

Il y a, donc, imbrication du formel et de l'informel, du social à l'économique et du social au politique.

Les réseaux sociaux sont, donc, la source du capital social des acteurs qui composent ces réseaux. Selon Heavy et Côté, le moteur du capital social est la confiance ; son mode d'exercice est la coopération, le travail en équipe, le partage des savoirs ; les lieux de son accumulation étant d'abord la famille, puis la communauté, enfin les institutions publiques et privées²⁹. Toute fois, on ne doit pas occulter la contribution de l'animateur qui est souvent un personnage-clé dans la construction et la mobilisation de la confiance.

La confiance est, selon l'avis de la quasi-totalité des chercheurs, le pré-requis indispensable, qui rend possible le contrat, l'engagement réciproque et le maintien des relations sociales, qui s'inscrivent dans la durée. Elle fut progressivement érigée en ciment d'un mode de coordination alternatif à la contractualisation marchande³⁰. La confiance est d'autant plus nécessaire qu'elle permet de réduire les coûts de transaction. La confiance, suscite actuellement un renouveau conceptuel, qui se justifie par l'incertitude grandissante et l'accroissement de la coopération entre les individus et les organisations. La relation de confiance prend, donc, son sens en présence d'incertitudes, telles que l'information imparfaite ou incomplète dont disposent les agents (incertitude qui affecte la relation présente) et la difficulté à produire des anticipations parfaites (incertitude qui concerne la difficulté à prédire les actions futures des concurrents ou partenaires).

Pour F. Bidault et J. C. Jarillo, « *la confiance se définit comme la présomption que, en situation d'incertitude, l'autre partie va agir, y compris face à des circonstances imprévues, en fonction des règles de comportement que nous trouvons acceptables* »³¹. Cette définition n'exclue pas l'opportunisme dans la mesure où celui-ci peut-être considéré dans certaines circonstances comme acceptable³². En ce qui nous concerne, nous considérons que la confiance est une relation qui ne peut être instaurée par la seule évaluation rationnelle des individus. Elle se fonde sur des croyances collectives et des pratiques sociales. Elle s'appuie sur des règles qui sont, elles mêmes, insérées dans des institutions.

III.2 : La typologie de la confiance selon Zucker :

La confiance peut être analysée sous différents angles, que ce soit au niveau des individus, des dyades, des groupes, des réseaux ou alliances, des systèmes, des marques, des entreprises, etc. Les typologies de la confiance s'inscrivent, pour leur majorités, dans le cadre défini par Zucker³³. Ce dernier distingue trois formes de confiance en fonction de leur mode de production :

III.2.1 : La confiance interpersonnelle : Discutée notamment dans les travaux de Zucker (1986) et de Morgan et Hunt (1994), elle puise ses sources dans les caractéristiques particulières des personnes (appartenance à une même famille, à une même ethnie, à un même corps,...). Elle fait ressortir les caractéristiques et les déterminants comme la réputation personnelle, la compétence personnelle et le comportement non opportuniste³⁴. La confiance est perçue comme une importante ressource sociale qui facilite la coopération et qui réduit les coûts de transactions.

III.2.2 : La confiance interorganisationnelle : Elle s'inspire entre autres des études de Sako (1997), de Doney, Cannon et Mullen (1998) et de Thuderoz et Mangematin (2003). Elle désigne une orientation collective de la confiance entre les individus des firmes partenaires³⁵. La poursuite de la relation, la stabilité des partenaires, le partage d'une culture commune, de même que la stabilité de l'organisation au sein de laquelle les parties sont engagées constituent des éléments favorables au maintien de la confiance. Cette dernière ne peut pas être négociée sur un marché, mais peut être transmise au sein des organisations. La confiance met notamment en évidence la

réputation de l'organisation, la compétence, la dépendance, le comportement non opportuniste comme caractéristiques et déterminants³⁶.

III.2.3 : La confiance institutionnelle : Elle est le résultant, entre autres, des travaux de Zucker (1986) et de Karpik (1995). Elle souligne la présence d'éléments comme le respect des institutions, des lois et des règles ou la structure sociale formelle. Elle repose sur les garanties et les recommandations des tierces parties³⁷. Par ailleurs, Zucker souligne que cette confiance institutionnelle est le type de confiance le plus important dans un environnement d'affaires où il n'y a pas eu d'interaction passée (moins de familiarité) et que les acheteurs et vendeurs proviennent de passés culturels et sociaux différents.

Toutefois, les trois types de confiance (interpersonnelle, interorganisationnelle et institutionnelle) ne sont pas opposés, mais se complètent ou se substituent l'un à l'autre au cours de la relation.

IV- Confiance et émergence du Cluster Boissons Soummam :

Convaincu de la nécessité d'une coopération pour de meilleures performances individuelles et collectives à l'export, et du potentiel important existant dans la région Soummam de Béjaia, Sétif, Bordj Bou-Arredj (BBA), Bouira, un groupe de producteurs de boissons a décidé la création d'un cluster dans la filière boissons dans la région de la Soummam. L'initiative est chapeautée par l'Association des Producteurs Algériens de Boissons (APAB), par le biais de son représentant et chef de projet Mr Bouattou Mourad. Ce dernier est devenu le président du cluster en 2014. Cette partie sera scindée en deux. Nous allons d'abord présenter le Cluster Boissons Soummam et son évolution et ensuite analyser les résultats de l'enquête.

IV.1 : Création et évolution du Cluster Boissons Soummam :

Le Cluster Boissons de la Soummam est officiellement lancé à l'issue de la journée organisée le 2 juillet 2012 en marge du 6eme Forum de Bejaia « Université et monde productif », même si les contacts, entre l'APAB est un nombre réduit de producteurs de boissons (7 entreprises dont 5 concurrentes dans la filière boisson), parmi eux CÉVITAL, IFRI et CANDIA, remontent à bien avant 2012. Selon la première feuille de route élaborée en 2011, le cluster est implanté dans la Vallée de la Soummam (de Bouira à Akbou), une région qui s'étale sur 65 kilomètres. Le territoire du cluster s'étend aujourd'hui sur quatre (04) wilayas : Bejaia, Bordj Bou-Arredj, Bouira et Sétif. Selon Mr Bouattou, ce dernier représente un important potentiel en matière de production de boisson, soit 60% des capacités national en 2014.

La mise en place du Cluster Boissons de la Soummam est adossée au programme de soutien de l'EDPME et au programme DEVED (Développement Economique Durable) de l'Agence de coopération GTZ. Dans le cadre de ce dernier, le cluster a bénéficié de l'appui des experts de la GTZ. Il regroupe une vingtaine de producteurs de boissons dont : groupe Yaici/Eau Minérale Saida (Djemila, Sétif), SBC Sétif, Sarl Limonaderie Soummam, EURL Hamoud Boualem/Alma, Tchinalait Candia, Spa Mami, SNTR AGS, Cevital/Numilog, Sarl GSA (Mont Djurdjura) et Général Emballage. Sa task force (mis en place en 2012) regroupe les représentants de la direction de la PME de la chambre du commerce, de l'APAB, de l'Université et une société de capital investissement (de capital risque) SOFINANCE, ainsi que les représentants des entreprises.

A l'issue de la réunion du 23 novembre 2014, six entreprises, ont confirmé leur participation, en tant qu'administrateurs au sein du Conseil d'Administration (CA), du Cluster Boissons Soummam : 1/ SNTR 2/ SPA Mami 3/ Candia 4/SARL Limonaderie Soummam 5/Groupe Yiaici 6/Général Emballage. La SBC Sétif est le 7 et le dernier membre à avoir intégré le Conseil. Le cluster Boissons de la Soummam est le premier cluster officiellement créé en Algérie dans le secteur de l'agroalimentaire en février 2015.

Selon le statut juridique adopté en 2014, la dénomination du cluster est « **Groupement d'Intérêt Economique Soummam Boissons** ». La durée du cluster est illimitée. Néanmoins, il peut être mis fin à son existence, à tout moment, sur décision unanime de l'ensemble des membres. Le cluster est à but non lucratif. Sa principale mission est de promouvoir la compétitivité et l'innovation au sien de la filière boisson, en créant des pôles de compétences, optimiser la chaîne

logistique, et ce, grâce à la mutualisation des moyens et les économies d'échelles, la coopération et le développement des activités de ses membres et la création d'un climat attractif et favorable à l'investissement et l'intégration de la filière dans la chaîne de valeur. A cet effet, les objectifs du Cluster sont principalement axés sur :

- L'information et l'animation, par le réseautage de ses membres et les centres de compétences industriels et universitaires ;
- L'assistance aux membres visant à leur développement à l'international, via des plateformes logistiques à l'export et la pénétration des marchés extérieurs ;
- Créer des synergies entre les entreprises par la mutualisation de leurs moyens : achats groupés ou comptoirs à l'export pour une meilleure compétitivité en termes de coûts et de moyens ;
- Développer des alliances stratégiques via des projets de coopération internationale ou et des partenariats, grâce à l'attractivité de son potentiel et par un climat d'affaires à valoriser au niveau international.

Le Président représente le cluster vis à vis des tiers. Il est chargé à cet effet de :

- Représenter le cluster auprès de l'autorité publique ainsi qu'auprès des organisations nationale ou internationales ;
- Convoquer les assemblées générales, les présider et en diriger les échanges ;
- Proposer l'ordre du jour des sessions de l'Assemblée Générale ;
- Veiller à l'exécution des résolutions prises par l'assemblée générale ;
- Etablir annuellement les bilans et synthèses sur la vie du cluster ;
- Transmettre tout renseignement à l'autorité administrative habilitée ;
- Préparer le rapport moral et financier et en faire un compte-rendu à l'Assemblée Générale qui statue sur sa gestion ;
- Exercer l'autorité hiérarchique sur le personnel salarié du cluster.

Les ressources du cluster sont constituées par :

- Les cotisations de ses membres ;
- Les revenus de son activité et ceux générés par ses services payants ;
- Les dons et legs ;
- Les subventions éventuelles octroyées par l'Etat et par les collectivités locales ;
- Toute autre ressource qui peut être accordée dans le cadre des objectifs définis par les statuts du cluster.

Les ressources sont versées sur un compte unique ouvert à la diligence du Président, dont il est l'ordonnateur.

A la fin 2015 un animateur a été recruté pour assurer l'animation du cluster dont les missions sont :

- Identifier, Accompagner et Aider les entreprises de la filière boissons ainsi que les prestataires de services, à la mise en place de projets collaboratifs dans le cadre du cluster CIE afin d'assurer le suivi et l'animation.
- Promouvoir l'adhésion de nouveaux membres et identifier le potentiel de la région.
- Organiser et mettre en œuvre le processus d'animation : Développer la visibilité du Cluster.

Le Cluster Boissons de la Soummam a connu à la fin 2016 un nouveau rebondissement. Il change d'appellation et devient le Cluster Boissons Algérie (CBA). Il compte, Aujourd'hui, une centaine d'entreprises et d'unités de production (selon la Chambre de Commerce et de l'Industrie de la wilaya de Bejaia).

IV.2 : Analyse des résultats de l'enquête :

Même si le Cluster Boissons de la Soummam a plus au moins réussi :

1. A fédérer les efforts de tous les opérateurs pour la mise en place d'une filière véritablement intégrée (fédération autour des producteurs de boissons de

- l'ensemble des opérateurs amont, aval). Des offreurs d'inputs aux partenaires d'assistance à l'Export ;
2. Que les acteurs privés ont compris qu'acquérir un niveau international de compétitivité est la plus sûre garantie de pérennité pour leurs entreprises et pour tirer avantage des opportunités offertes par l'ouverture du marché

L'analyse des résultats de l'enquête montre que :

1. les interactions entre les différents acteurs du cluster se sont intensifiées, plus particulièrement pour les entreprises qui entretiennent entre elles des relations marchandes et non marchandes soutenues par des relations interpersonnelles informelles.
2. les relations de partenariat portant sur la R&D et l'innovation entre les entreprises et les institutions de formation telle que l'Université ou les institutions de recherche telle que l'Institut National de Recherche en Agronomie (INRA) situé à Oued Ghir dans la wilaya de Bejaia, par exemple, sont très faibles.
3. Les interactions avec les acteurs institutionnels se limitent quant à elles aux stricts aspects administratifs (fiscalité et procédures de contrôle). De même, les acteurs privés (les entreprises) considèrent que les collectivités locales, en tant qu'acteur institutionnel, ne jouent aucun rôle dans l'accompagnement et la structuration du réseau. Cela nous renseigne sur l'état de déconnexion qui caractérise les relations entreprises collectivités locales.

De surcroît, les interactions prédominantes au sein du réseau sont de types informelles, essentiellement alimentées et soutenues par l'existence d'une confiance de type familiale ou tribal. Ce qui fait qu'on est en présence de réseaux plus interpersonnels. La logique dominante est de type familiale dans le sens où les liens entre entreprises sont dictés par l'appartenance à la famille (proche ou lointaine) avec des stratégies d'enrichissement propres.

Il est encore prématuré pour porter un jugement sur la capacité de la dynamique de la confiance à structurer le Cluster Boissons Soummam, vu sa genèse. Toute fois, la lenteur dans la constitution du cluster due à l'inadéquation du cadre juridique (le groupement économique ne permet pas d'intégrer les institutions et les personnes physiques) et l'intervention des pouvoirs publics qui se limite à la participation des représentants de ses structures (CCI, DDIPI, ANDPME de Sétif, ANDI, le CNRC, ...) aux réunions de la task force, nous informe du faible rôle de la confiance institutionnelle. De même l'absence des collectivités locales (wilaya, communes), l'absence d'un cadre global d'accompagnement et la méfiance et l'hésitation des entreprises à s'engager sont des indicateurs de la faiblesse du rôle de la confiance interorganisationnelle et institutionnelle.

L'émergence du cluster Boissons Soummam dans le secteur de l'agroalimentaire serait donc favorisée par des logiques d'appartenance à la famille et au groupe dominé exclusivement par la confiance interpersonnelle.

Conclusion:

Il est encore prématuré pour porter un jugement sur la capacité du Cluster Boissons Soummam à générer de la confiance, vu sa genèse. Toutefois, l'analyse de l'émergence de ce dernier nous montre que la volonté politique, de surcroît centralisée, seule ne suffit pas à exhorter les forces socio-économiques d'un territoire et œuvrer dans le sens de la mise en place des réseaux. Afin de renforcer la confiance institutionnelle et son rôle dans la structuration des Clusters, en général, et du Cluster Boissons Soummam, en particulier, l'Etat doit, avant tout, instaurer des relations de confiance avec l'ensemble des acteurs économiques locaux et réduire leurs méfiances. Elle doit soigner son image en déclarant la guerre à la corruption et à la bureaucratie. Il convient également qu'elles puissent compter sur des instances locales dotées de pouvoirs réels. Car selon le président de l'Association des producteurs algériens de boissons (Apab), dont l'association représente environ 85% de la production nationale, « *Conscients de l'enjeu, nos membres sont arrivés à un stade de maturité tel qu'ils préconisent un renforcement de nos moyens. Il s'agit aussi*

de faire face à l'administration locale. Ce regroupement est, de ce point de vue, un moyen de négociation »³⁸. Il dénonce aussi le gouffre qui existe entre le discours et la réalité du terrain.

L'émergence du cluster Boissons Soummam autour de l'agroalimentaire serait favorisée par des logiques d'appartenance à la famille et au groupe dominé exclusivement par la confiance interpersonnelle. Toutefois, les membres de la famille et de la communauté étant dispersés, le sentiment d'appartenance et la solidarité se sont estompés faute d'intérêts communs se qui risque d'entravé son développement futur.

Dans le cadre de l'initiative commune de promotion de l'approche cluster lancé par l'Agence Française de Développement (AFD) et L'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI), les participants algériens à l'atelier de travail par pays, ont arrêtés les propositions suivantes, afin d'améliorer le cadre national en matière de promotion des clusters^{39[27]}.

- Organiser des actions de sensibilisation sur le concept de cluster à deux niveaux :
 - ✓ Niveau global (ministères, opérateurs, banques, institutions d'appui, associations) ;
 - ✓ Niveau sectoriel avec des ateliers par secteur : agriculture, industrie et PME ;
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'appui au développement des clusters dans le plus bref délai ;
- Améliorer et adapter le cadre juridique en faveur des clusters (statut juridique approprié) ;
- Mettre en place des mécanismes de soutien au développement des clusters : financement au démarrage, défiscalisation, formation d'animateurs, accompagnement rapproché, coaching ;
- Accompagner le montage des projets pilotes.

Références :

- 1 Jean-Louis Guigou, Dominique Parthenay, Louis-André Gérard-Varet, Michel Mougeot et Alain Lipietz (2001), **Aménagement du territoire : rapports**, Paris, Ed la Documentation française, 253 pages.
- 2 Pour plus d'information voir l'ouvrage de Stöhr W.B et Taylor, F. (1981), **Development from above or below? The dialectics of regional planning in developing countries**, Chichester, éd Wiley, 488 pages.
- 3 Pour plus d'information voir l'ouvrage de Piore, M. J., Sabel, C. F. (1984), **The second industrial divide : Possibilities for prosperity**, New York, éd Basic Books, 354 pages.
- 4 Pour plus d'information voir l'ouvrage de Pecqueur B, Zimmermann, J.-B. (2004), **Economie de proximités**. Paris, éd Hermes-Lavoisier, 264 pages.
- 5 ANGEON V, CALLOIS J-M. (2004, a), **De l'importance des facteurs sociaux dans le développement**, 1ères journées du développement du GRES, Le concept de développement en débat, Université Montesquieu – Bordeaux IV, 16 et 17 septembre.
- 6 Rallet .A et Torre .A (1995), « **Economie industrielle et économie spatiale : Un état des lieux** », in « *Economie industrielle et économie spatiale* », Paris, éd l'Harmattan, pp 3-37.
- 7 Voir le communiqué du Conseil des ministres du 24 mai 2010 relatif au Programme de développement quinquennal 2010 – 2014.
- 8 Voir l'article de Mme Arabi Megherbi K. (2014) : « **Dynamique entrepreneuriale et construction territoriale en Algérie. Approche par les acteurs et les réseaux : Le cas de la région de béjaia** », in « *L'économie territoriale en questions* », Paris, éd l'Harmattan, 312 pages.
- 9 Bouyacoub A. (2004), **La PME en Algérie, quelles réalités ?**, in « *entrepreneurs et PME, approches algéro-française* », Paris, éd l'Harmattan, pp 75-94.
- 10 Ministère de l'Industrie et des mines, Bulletin d'information statistique de la PME N°35, novembre 2019.
- 11 Bulletin d'information statistique de la PME N°35, novembre 2019.
- 12 Intervention de Mr Zaïm Bensaci au forum du quotidien El Moudjahid, le 07 Novembre 2013.
- 13 Bulletin d'information statistique de la PME N°35, novembre 2019.
- 14 Granovetter M. (1985), « **Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness** » *American Journal of Sociology*, Vol. 91, pp.481-510.
- 15 Williamson O.E (1985), « **The economic institutions of capitalism, firms markets, relational contracting** », New York, éd The Free Press, Traduction Française, (1994), éd Inter Editions, 450 pages.

- 16 Williamson O.E (1975), **Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications**, New York, éd The Free Press, 288 pages.
- 17 Richardson G. B (1972), “**The organization of industry**”, *The Economic Journal*, September, pp 883-896.
- 18 Bradach J, Eccles. R. G (1989), “**Prices authority and trust: from ideal types to plural forms**”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 15, pp 97-118.
- 19 Giard Vincent (2000), **Besoins technologiques et réseaux**, conférence invitée au 66e congrès de l'ACFACS (Association Canadienne Française pour l'Avancement des Sciences), *Revue Française de Gestion*, n° 129, pp 5-20.
- 20 Bories-Azeau I., Loubès A., Esteve J.M. (2008), **Emergence d'une GRH territoriale et réseau inter-firmes**, 19ème Congrès de l'AGRH, Dakar.
- 21 Voir l'intervention du ministre de l'environnement et de l'aménagement du territoire lors du débat du 16/04/2006 sur le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT) 2025.
- 22 Voir le Catalogue des études technico-économiques réalisées par le Ministère d'Industrie et de la Promotion des Investissements, période : Février 1999- Février 2009, Document de travail n°01 /DGIEEP/09, Octobre 2009.
- 23 Perret C. (2009, e), « **Culture ambiante et organisation des entreprises sous forme de Nuclei en Algérie** », *Note de Recherche n°10-**, IREG, Université de Savoie.
- 24 Perret C. (2009, d), « **Coopération, confiance et encastrement : L'expérience des Nuclei d'entreprises en Algérie** », IREG, Université de Savoie.
- 25 Voir l'article de Mme Arabi Megherbi. K, op, cit, p 232.
- 26 Fukuyama F. (1995), “**Trust; The social virtues and the creation of prosperity**”, New York, éd Free Press Paperbacks, 457 pages.
- 27 Assens, C (2003), « **Le réseau d'entreprises : vers une synthèse des connaissances** », *Management International*, Vol 7, n°4, p.49-59.
- 28 Offner J-M, Pumain D (sous la Dir), (1996), **Réseaux et territoires : significations croisées**, Paris, Ed de l'aube, p 139.
- 29 Healy T, Côté S. (2001), **Du bien-être des nations. Le rôle du capital humain et social**, Paris, les éds de l'OCDE, n° 81072, 138 pages.
- 30 Voir les articles de Gambetta, D. (1988), **Can we Trust Trust ?** *In: Gambetta, D., Ed., Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, New York, éd Blackwell, pp. 213-237 et Shapiro, S.P, (1987), **The Social Control of Impersonal Trust**, *American Journal of Sociology*, 93(3), pp. 623-658.
- 31 Bidault F, Jarillo C (1995), « **La confiance dans les transactions économiques** », *In Confiance, Entreprise et Société*, Paris, éd ESKA, pp. 109-123.
- 32 NEUVILLE J-P (1998) « **Béni soit le partenariat : les dix commandements du fournisseur performant** ». *Gérer et comprendre, annales des Mines*, n°51, pp. 55-64.
- 33 Zucker L (1986), « **Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure, 1840-1920** », *Research in Organizational Behavior*, 8, p. 53-111.
- 34 Ramonjavelo .V et al, (2006), « **Une assise au développement des PPP: La confiance institutionnelle, interorganisationnelle et interpersonnelle** », *CANADIAN PUBLIC ADMINISTRATION / ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA*, Volume 49, Issue3, September, Pages 350-374.
- 35 Zaheer A, McEvily B et Perrone V, (1998), “**Does Trust Matter? Exploring the Effects of Inter-organizational and Inter-Personal Trust on Performance**”, *ORGANIZATION SCIENCE*/Vol. 9, No. 2, pp. 141- 159.
- 36 Ramonjavelo .V et al, (2006), op, cit, p 356.
- 37 Pour plus d'information voir les articles de Zucker (1986), op cit et de Shapiro (1987), op cit.
- 38 Voir l'intervention du Président du Cluster au forum du journal Liberté du 09/03/2015.
- 39 ONUDI/AFD. (2013), « **Diffusion de la démarche cluster dans trois pays du Maghreb (Algérie - Maroc - Tunisie)** », Définition d'une boîte à outils méthodologique opérationnelle, p 17.

Comment citer cet article par la méthode APA:

IDIR Mohamed, BENAICHA Badis et CHABI Tayeb (2020), Confiance et structuration des réseaux d'entreprises en Algérie : Cas du Cluster Boissons Soummam –Bejaia, *Entreprise Review*, Volume 09 (numéro 01), Algérie : Université d'Alger 3, PP465-479.



يتم الاحتفاظ بحقوق التأليف والنشر لجميع الأوراق المنشورة في هذه المجلة من قبل المؤلفين المعنيين وفقا لـ **رخصة المشاع الإبداعي نسب المصنف - غير تجاري -** منع الاشفاق **4.0** دولي (CC BY-NC 4.0).

مجلة المؤسسة مرخصة بموجب **رخصة المشاع الإبداعي نسب المصنف - غير تجاري -** منع الاشفاق **4.0** دولي (CC BY-NC 4.0).



The copyrights of all papers published in this journal are retained by the respective authors as per the **Creative Commons Attribution License**.

Entreprise Review is licensed under a **Creative Commons Attribution-Non Commercial license** (CC BY-NC 4.0).

