

L’ancrage territorial des entreprises: La logique du choix des facteurs de localisation, Une étude empirique auprès des PME de la wilaya d’Oran

The territorial anchoring of companies: the logic of the choice of localization: An empirical study of SME in Oran wilaya

REDJEM Kamilia¹, BENDAHO Abdelkader², MIHOUB AIT HABOUCHE Ouahiba³

¹ FSECSG université d’Oran 02, (camelia.rdj@gmail.com)

² FSECSG université d’Oran 02, (bendaho.aek@gmail.com)

³ FSECSG université d’Oran 02, (wmihoub12@gmail.com)

Received: 14/09/2018

Accepted: 08/12/2018

Published: 23/01/2019

Résumé

Notre article vise à étudier les choix des facteurs de localisation des entreprises. Il s’agira de sélectionner les facteurs territoriaux les plus importants pour l’implantation des entreprises dans le territoire Oranais. Pour cela notre étude s’appuie sur, d’une part, une revue de littérature sur la création des PME et l’ancrage territoriale, et d’autre part sur les résultats d’une enquête de terrain menée auprès d’un échantillon d’entreprises activant à Oran et appartenant à différents secteurs d’activité.

Cette dernière a montré que les motifs de la création des entreprises sont en premier degré un issu pour augmenter leurs revenus et s’échapper du chômage, aussi le choix de localisation des entreprises Oranaise est déterminé non seulement par les facteurs traditionnels, mais aussi, des raisons personnelles à caractère social.

Mots clés : Ancrage territoriale, facteurs de la localisation, PME, enquête.

JEL Classification: R30, L26, O18

Abstract

Our paper aims to study the choices of companies’ location factors of location. It will be selected the most important territorial factors of companies in the Oran territory. For that our study is based on, firstly, a

Auteur correspondant: Kamilia REDJEM, **Email :** camelia.rdj@gmail.com

review of literature on the creation of SMEs and the territorial anchoring, and in second place an investigation of ground near a sample of companies belonging to different sectors of activity.

Our results indicate that the reasons for the creation of the companies are in first degree resulting to increase their incomes and to escape from unemployment, also the choice of Oranian localization of the companies is determined by the traditional factors (availability of their sources, by qualified work, of basic infrastructures...) and their family responsibility.

Keywords: Territorial anchorage, choice of location of SMEs, factors of location.

JEL classification: R30, L26, O18

1. Introduction

La réflexion sur le rapport entre mobilité et ancrage territorial des entreprises a été largement renouvelée par les approches de la proximité développées en sciences sociales et économiques depuis vingt ans.(Pascale, 2015)

L'émergence du phénomène de la localisation dans la théorie économique date de 1929 grâce aux travaux d'Alfred Weber. Ses travaux sont considérés comme une référence dans ce domaine mais ont connu ultérieurement plusieurs modification voir (Lösh, 1948), (Hoover, 1948), (Izard, 1956).

Ce phénomène appliqué aux entreprises correspond donc aux processus de sélection de l'emplacement jugé optimum pour des activités socio-économiques spécifiques (Damborsky & Jetmar, 2009). En effet, chaque localité dans le monde offre un spectre de ressources spécifiques et chaque activité sociale ou économique est caractérisée par différents besoins. Par conséquent, la localisation optimale se trouve là où l'accessibilité des ressources est capable de satisfaire tous les aspects de la demande des entreprises.

Par ailleurs, le développement des réseaux de transport et des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont grandement augmenté les spectres de localisation pour les entreprises d'un pays. (Buchwalder, 2009)

La force des PME viendrait alors de leur ancrage fort au territoire dans lequel elles puisent les ressources techniques et financières mais aussi humaines, culturelles et sociales qui leur permettent de partir mieux armées vers de nouveaux marchés. C'est en ce sens que nous nous sommes focalisés dans ce travail sur l'étude et la sélection des facteurs territoriaux qui sont à la base de la création et la localisation des entreprises Oranaise, à partir d'un questionnement : **quels sont les déterminants à la localisation des entreprises au sein du territoire Oranais ?**

Ce questionnement nous conduit à une réflexion sur les facteurs territoriaux de la localisation des entreprises. Partant de là, notre démarche repose sur deux hypothèses principales selon la première, la disponibilité de ressources et d'infrastructures dans le territoire oranais stimule la localisation des entreprises.

La deuxième, une forte agglomération économique et urbaine stimule l'implantation des entreprises au sein du territoire oranais.

Dans cet article, nous présenterons d'abord un cadre théorique sur la création d'entreprises et ses rapports au territoire puis nous introduisant les fondements théorique sur l'ancrage territorial. Enfin, nous allons déterminer les facteurs territoriaux de l'implantation des entreprises dans la région oranaise. Notre méthodologie empirique a pris la forme d'une enquête par questionnaire auprès de 49 entreprises oranaises afin de répondre à notre problématique.

2. La création d'entreprises et ses rapports au territoire

2.1 Bref retour historique sur la problématique

La dialectique de la création d'entreprises et ses rapports au territoire a été abordés par les spécialistes en économie régionale depuis des années, ont intéressés plus particulièrement sur les disparités régionales en matière de créations d'entreprises. Dans l'histoire des sciences économiques, la création d'entreprises a émergée au milieu des années 1970 comme problématique de recherche en économie régionale. Mais elle n'est reconnue que depuis les années quatre-vingt grâce aux travaux et publications pionnières des économistes, citons Cross (1981), Storey (1982 ; 1984), Keeble et Weber (1986) et Johnson (1986). Qui ont devenues des

références classiques. (Dejardin, 2010)

Dans le monde de l'entreprise, il y avait qu'une vision dominante, celle la grande taille d'entreprises et ses avantages relatifs en termes d'économies d'échelle et de diversification des activités. La crise des années soixante-dix, a remis en cause cette conception au profit des petites entreprises. En effet, pour (Julien, 1997) *«toutes les données convergent pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés »*.(Julien (1997) in Amghar , 2009)

Vers les années quatre-vingt, et grâce à l'accélération de l'internalisation de l'économie et l'émergence de technologies nouvelles, le contexte général change. Ce n'est plus de la croissance économique ou la politique régionale orientée qui importent mais bien la création d'emplois. A ce sujet, les grandes entreprises créent moins qu'auparavant, et les petites et moyennes entreprises deviennent plus dynamiques. L'étude de l'économiste américain (Birch, 1979) in (Dejardin, 2010) confirme les avantages des PME par rapport aux entreprises de grande taille dans le domaine de la création d'emplois pour la période 1969-1976.(Dejardin, 2010)

Selon (Maillat, 2006), *« C'est ainsi que ces changements structurels ont provoqué, dans certains pays, un renversement spatial caractérisé par le déclin d'anciennes régions industrielles et l'émergence de nouvelles régions prospères dans d'autres parties du même pays. »* (Maillat, 2006).

Ces nouvelles régions dépendent dans leur succès d'un développement de type endogène basé sur *« ... l'utilisation des ressources locales, la capacité de contrôle au niveau local du processus d'accumulation, le contrôle de l'innovation, la capacité de réaction aux pressions extérieures et la capacité d'introduire des formes spécifiques de régulation sociale au niveau local favorisant les éléments précédents »* (Dejardin, 2010, p. 61)

Dans ce contexte, la création d'entreprises tout en demeurant un choix individuel, répond à une identité et à un développement local.

2.2 Les déterminants territoriaux de la création d'entreprise

Les déterminants territoriaux de la création des entreprises sont le résultat de la combinaison de plusieurs facteurs. Certains chercheurs ont essayé d'identifier ces facteurs de la création d'entreprises, même si cette tâche n'est pas aisée. En effet, la spécification de ces déterminants territoriaux nécessite une optique axée sur les approches spatiales et/ou sectorielles et à des niveaux aussi bien microéconomique que macroéconomique (Giacomin & Guyot, 2007)

Dans le tableau N° 1 nous synthétisons ces déterminants

Table N° 1. Les déterminants de la création des entreprises

Dimension	Facteur	Effet
Macroécon omique	taux de croissance réel du PIB	D'après (Robson, 1996), ce taux a un effet positif sur la création des entreprises. Mais (Noorderhaven, 2004) fait remarquer que le niveau élevé de PIB par habitant est lié à un faible niveau d'auto-emploi. (Giacomin & Guyot, 2007, p. 5).
	le taux de chômage	Seulement (Giacomin, 2007) affirme que le taux de chômage aurait plutôt une influence négative sur la création des entreprises. Plusieurs auteurs ont contredit cette idée. (Fotti et Vivarelli, 1993) qui ils ont dit que le chômage dans une région est un facteur stimulant pour le fait entrepreneurial.
Microécon omique	Le chômage	Le chômage est un facteur de création d'entreprises. Selon l'étude réalisée par (Mason, 1989) sur les motivations individuelles à la création d'entreprises. Ce qui est connue comme la théorie push-pull ¹ .

¹La théorie push-pull est un modèle réalisé pour expliquer les motivations individuelles à la création d'entreprises. «...Cette étude a été menée sur deux groupes d'individus, le premier ayant créé leurs entreprises en période de pré-récession (1976-1979) et le second groupe composé d'individus ayant créés leurs entreprises en période de récession (période post 1979). De sorte qu'en période de pré-récession, les individus seraient

		Les travaux de (Ritsilä et Tervo, 2002), affirment l'impact du chômage sur la création d'entreprises. Où les individus se trouvant dans une situation de chômage depuis une courte période (soit de 1 à 8 mois) présentent une propension à créer des entreprises plus élevée que les chômeurs de longue durée (soit de 9 à 12 mois)
--	--	--

Source : préparé par les Doctorants s'appuyant sur la référence (Giacomin & Guyot, 2007)

Dans une optique microéconomique, même si le chômage est un facteur clé de création d'entreprises, d'autres facteurs interviennent à savoir la précarité de l'emploi, la faiblesse des salaires ou l'absence de perspectives professionnelles. Par ailleurs, il est important de ne pas négliger la composante identitaire dans la création d'entreprise ainsi que les caractéristiques socioculturelles qui ont un impact sur le mode de perception de la réalité.(Giacomin & Guyot, 2007)

3. L'ancrage territorial des entreprises : un cadre conceptuel

3.1 Définition de l'ancrage territorial

Le concept d'ancrage territorial permet d'étudier la rencontre productive et les relations qui se nouent entre une filiale étrangère et son territoire d'implantation (Serval, 2015).

L'ancrage territorial se définit au sens large comme « l'ensemble des liens réciproques qui unissent une activité économique (acteur, entreprise, filière...) avec un territoire » (FRAYSSIGNES, 2005).

Le concept d'ancrage territorial revisite ainsi la notion de localisation pour la compléter par celle de territorialisation (Franc, 2010) et pose le postulat d'une rationalité limitée (Simon, 1955) et située des acteurs pour une cognition distribuée (Laville, 2000).

motivés par des facteurs pull, tandis qu'en période de récession ils seraient motivés par des facteurs push. » (Naïma & DJENANE, 2016)

3.2 Théories de la localisation des entreprises

a) Marshall et l'étude des économies externes :

Dans ses «Principes d'Economies Politiques» (1890), **Alfred Marshall** retient deux causes qui prévalent à l'installation d'entreprises sur un lieu particulier :

Les causes internes au territoire (climat, matières premières) et externes (spécialisation des artisans, demande de qualification des mains-d'œuvre).

b) Analyse Béhavioriste :

Dans l'analyse Béhavioriste, la localisation est le résultat d'un processus de décision. L'information dont dispose le décideur est limitée et coûteuse. La rationalité limitée de la localisation est donc contrainte par ces coûts. Le choix optimal n'est plus qu'un choix «satisfaisant».

3.3 Attractivité territoriale, facteurs de localisation :

a) La localisation :

Résultat d'une convergence entreprise-territoire les facteurs de localisation dans l'espace géographique ont notamment été étudiés par Alfred Weber (stratégie de minimisation des coûts), Christaller (théories des places centrales) ou par les partisans de l'équilibre spatial de l'école des sciences régionales des années 1960 et 1970. La localisation est le résultat d'une convergence firme-territoire. Les avantages spécifiques des firmes sont à rapprocher de la notion plus générale d'avantages compétitifs. Selon Porter, ces avantages peuvent provenir de deux sources : la réduction des coûts de production (innovations technologiques ou nouveaux facteurs de production) et la différenciation des produits (marques, publicité, concurrence monopolistique). Les avantages à la localisation des territoires doivent être englobés dans les avantages comparatifs des pays.

b) Choix de la zone d'implantation :

Les choix de la localisation d'une entreprise dépendent du nombre d'implantations déjà réalisées et de la nature de l'implantation à effectuer. Lors d'une première implantation, les risques sont plus élevés et la connaissance du terrain étranger est moins développée.

Il existe de nombreuses typologies des facteurs de localisation. Chaque firme peut posséder sa propre grille. On peut retenir sept grandes familles de facteurs globaux ou intangibles:

- Les facteurs généraux: situation politique, économique, sociale, présence d'autres sociétés étrangères, force du secteur, proximité du marché, agences de développement, facilités de crédit.
- Les conditions de travail : réglementation des embauches et licenciements, permis de travail, présence d'une main-d'œuvre qualifiée, universités, centres de recherche.
- Les critères géographiques de la localisation : environnement rural, urbain, banlieue, emplacement prestigieux, technopoles, parcs d'activités, etc.
- Les voies de communication : proximité et qualité du réseau autoroutier, ferroviaire, port maritime, de transports en commun, d'un aéroport, congestion de la circulation.
- Les télécommunications : disponibilité et qualité des lignes et réseaux de communication.
- Les fournitures : Disponibilité et fiabilité de l'énergie, du gaz, de l'eau, traitement des déchets, réseaux de distribution, matières premières, sous-traitants.
- Les conditions de vie : Logements, hôpitaux, écoles, hôtels, infrastructures culturelles et de loisirs, magasins.

c) Alfred Weber et la localisation industrielle :

Alfred Weber (1909) élabore une théorie de la localisation industrielle. Pour Weber, la meilleure localisation ou la localisation optimale correspond à celle qui minimise les coûts de production. Sa théorie est fondée sur trois postulats de base (Mérenne-Schoumaker, 1991):

- un grand nombre de matières ont une localisation spécifique, on ne peut pas les trouver partout (sauf l'eau et l'air considérés comme des matériaux « ubiquistes » que l'on trouve partout) ;
- les marchés des produits finis sont localisés en certains points et la concurrence est parfaite ;

- les bassins de main-d’œuvre sont localisés et peuvent offrir un nombre illimité de travailleurs à un certain taux de salaire. L’espace est totalement uniforme culturellement, politiquement et spatialement.

3.4 Les facteurs de localisation des entreprises :

Il existe une multitude de facteurs susceptibles d’influencer sur la localisation des entreprises. Le tableau ci-après fait état de facteurs évoqués par trois auteurs.

Table N°3. Les facteurs de localisation des entreprises selon les trois auteurs

R.Hayter (1998)	P.Aydalot (1985)	B.Merrenne-Schoumaker (2008)
<ul style="list-style-type: none"> • Les matières premières ; • les marchés et les transports ; • La main-d’œuvre ; • Les économies d’échelles externes ; • L’énergie ; • Les équipements publics et les aménités locales ; • Les capitaux ; • Le pays ; • L’environnement ; • Le gouvernement. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les coûts de transport et la proximité des inputs ; • Le travail ; • La proximité des marchés ; • L’existence d’un milieu industriel ; • L’organisation des contacts internes à l’entreprise ; • Les terrains et les bâtiments ; • L’infrastructure ; • Le marché financier ; • Les facteurs personnels (histoire individuelle de chaque entreprise et de chaque branche, aménités locales) ; • La fiscalité locale ; • l’attitude des populations vis-à-vis de l’entreprise ; • Les aides publiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • La situation géographique ; • Le marché ; • Les avantages comparatifs ; • La politique des pouvoirs publics ; • Les matières premières, l’eau et l’énergie ; • Les transports ; • Les disponibilités en terrains et en bâtiments ; • Les aspects quantitatifs et qualitatifs de la main-d’œuvre ; • L’environnement économique ; • Les préoccupations et les contraintes de l’environnement ; • Le cadre de vie ; • L’intervention des pouvoirs publics.

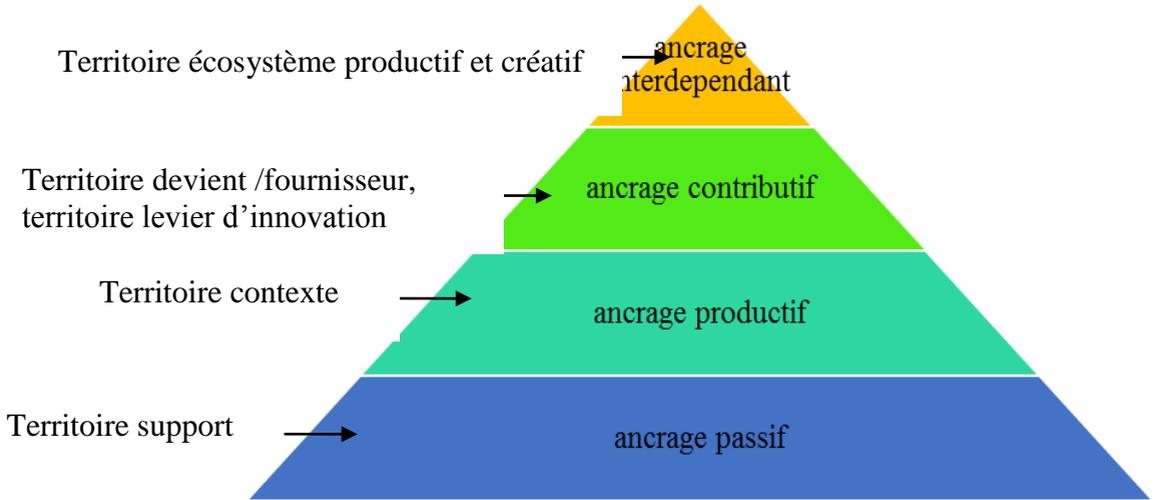
Source : établi par les doctorants à partir de références citées ci-dessus.

3.5 La territorialisation des entreprises :

La territorialisation des entreprises est le corollaire de la diversité des trajectoires socio-économiques des territoires sur lesquels elles sont implantées (Colletis et Pecqueur, 2005). Il s'agit d'une « rencontre productive » entendue comme « une configuration de rencontre entre une entreprise caractérisée par une stratégie et/ou des besoins particuliers et une dynamique territoriale spécifique (Colletis et Pecqueur, 1993) » (Colletis & Pecqueur, 2005).

3.6 Scénario de l'ancrage territorial des entreprises :

- Ancre passif : Le territoire est un support pour l'activité de l'entreprise qui ne cherche pas à développer son ancre local au-delà des nécessités du Licence to operate.
- Ancre productif : L'entreprise analyse son environnement pour consolider le Licence to operate et adapter son offre aux besoins locaux. Ses actions visent à rendre plus performant son « outil de production ». Dans un environnement qu'elle juge plus contraint, elle travaille son image et sa réputation pour entretenir la confiance.
- Ancre contributif : L'entreprise a besoin de développer / renforcer son ancre local pour développer sa performance économique. Elle engage des processus d'apprentissages collectifs et de co-construction qui l'amènent à contribuer au développement du territoire dans une logique gagnant/gagnant.
- Ancre interdépendant : Le territoire est devenu pour l'entreprise un espace de projets avec les autres acteurs de l'écosystème local. Elle en retire une démultiplication de sa capacité d'innovation et un renforcement de sa capacité à adresser ses marchés.

Figure N°1 : Scénario de l'ancrage territorial des entreprises

Source :(OREE, 2012)

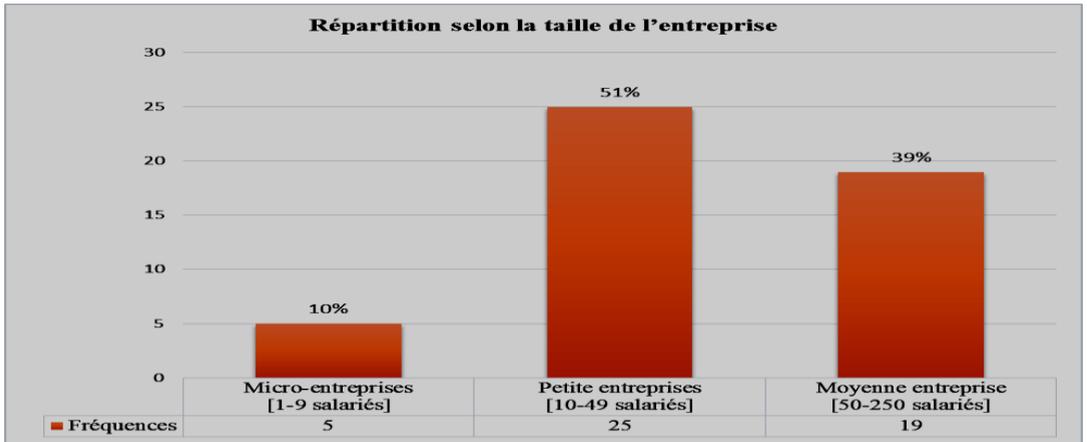
4. Quels facteurs de localisation des entreprises oranaises ?

L'objectif de notre enquête est d'accumuler le plus d'observations possible afin de déterminer les facteurs qui influencent le choix de la localisation des entreprises à Oran. La population ciblée est celle des entreprises activant à Oran au niveau des zones industrielles et des zones d'activités. Notre échantillon objet de l'enquête de terrain est constitué de 49 entreprises.

3.1. Caractéristiques des entreprises enquêtées

Notre échantillon est constitué à 61% de petites entreprises et très petites et à 39% d'entreprises moyennes. La tendance en Algérie est à la création d'entreprises de petite taille plus facile à créer étant donné tous les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics pour encourager ce type d'initiative chez les jeunes (voir figure2).

Figure N°2. Répartition de l'échantillon retenu selon la taille de l'entreprise

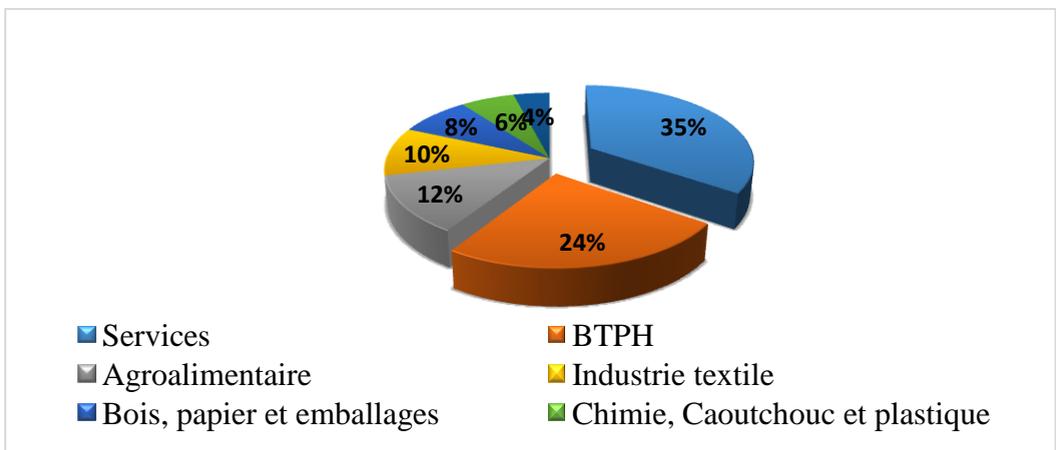


Source : Nos résultats à partir de l'enquête du terrain.

On déduit par ailleurs, que notre échantillon d'entreprises actives dans sept (7) branches d'activité :

- dix-sept (17) entreprises enquêtées opèrent dans le secteur des services. Elles représentent 35% de notre l'échantillon,
- douze (12) entreprises opèrent dans le secteur du BTP (25%)
- les reste de l'échantillon soit les 40% des entreprises sont repartis sur les 5 secteurs d'activité comme le la figure ci-dessous :

Figure N°3. Répartition de l'échantillon par secteur d'activité

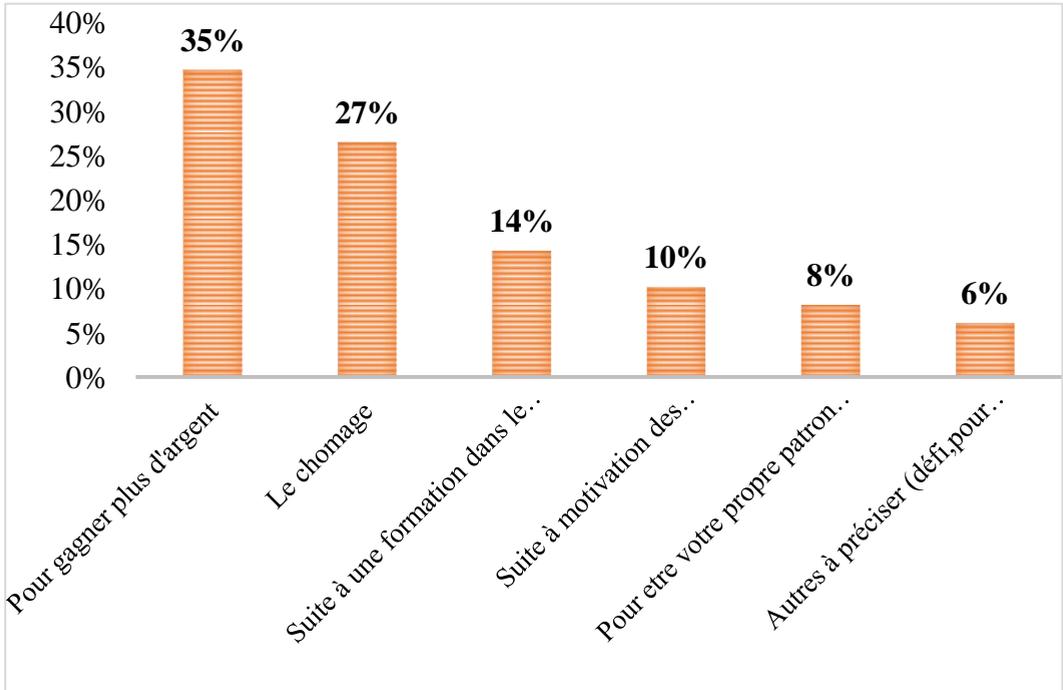


Source: Nos résultats à partir de l'enquête du terrain

3.2. Les modalités de la création de l'entreprise :

L'objet de ce paragraphe est de déterminer les motifs de création des entreprises et les difficultés rencontrées dans ce processus.

Figure N°4. Motifs de la création



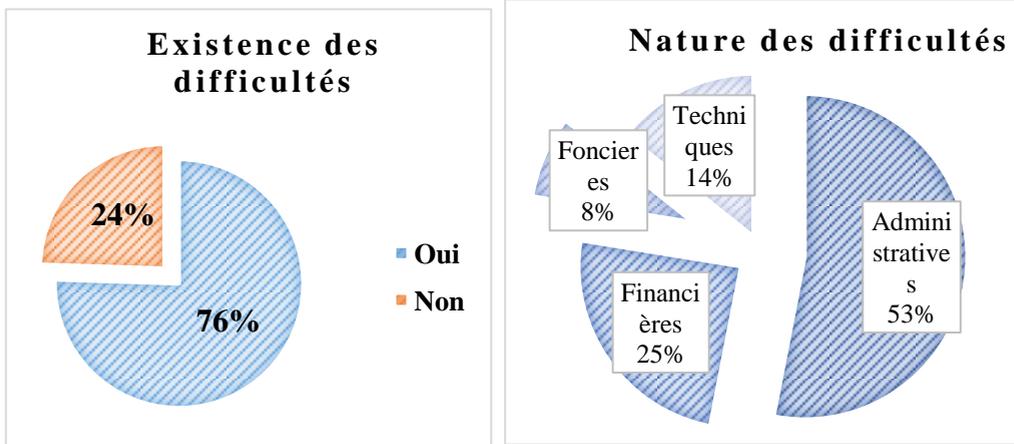
Source: Nos résultats à partir de l'enquête du terrain

Concernant les motifs de création des entreprises, la principale raison d'être entrepreneur d'après les réponses obtenues, c'est de gagner plus d'argent avec un taux de réponse de 35%. Il ressort aussi que 27% des répondants étaient au chômage et 8% d'entre eux justifient leur choix par l'envie d'obtenir leur propre emploi.

Enfin, les chefs d'entreprise ont créés leur affaire en premier pour augmenter leurs revenus et gagner plus d'argent afin d'améliorer leurs niveau de vie, ensuite pour n'être plus au chômage et gagner en indépendance.

La majorité des répondants ont par ailleurs, avancé les difficultés rencontrées dans la création de leurs entreprises (76%)

Figure N°5. Les difficultés de la création des entreprises



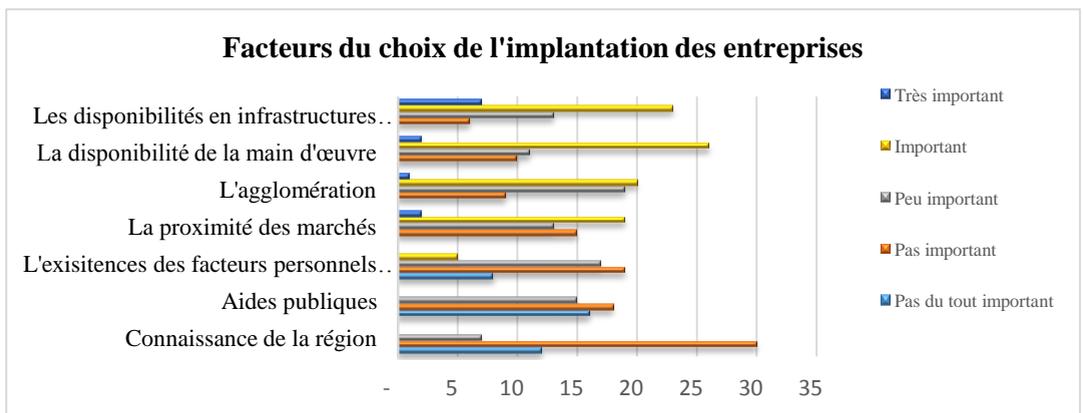
Source : Nos résultats à partir de l'enquête du terrain

A la lumière des réponses obtenues, 53% des répondants affirment que les difficultés majeures rencontrées au moment de la création sont des contraintes administratives, suivies de contraintes de financement (25%).

3.3. Discussion des facteurs du choix de l'implantation des entreprises

Afin de vérifier les hypothèses que nous avons avancées plus haut, nous allons analyser les réponses relatives au choix de facteurs territoriaux de localisation par les entreprises enquêtées. Le graphique suivant illustre ces réponses:

Figure N°6. Facteurs du choix de l'implantation des entreprises



Source : Nos résultats à partir de l'enquête du terrain

- La disponibilité de ressources et d'infrastructures comme un facteur majeur de localisation :

Il ressort que 62% des entreprises affirment que la disponibilité de ressources et d'infrastructures est considérée comme un facteur clé du choix de la localisation.

L'existence d'un réseau d'infrastructures de bases, tels que les réseaux routiers, ferroviaires, les aéroports, les ports ...etc. peuvent minimiser le coût du transport des biens, induisant par conséquent une baisse des coûts de production. A ce titre, le territoire de la Wilaya d'Oran dispose d'importantes potentialités en termes des ressources et d'infrastructures.

Il possède d'un réseau routier très important constitué de 187 km des routes nationales, 592 km des chemins de wilaya, 274 km des chemins communaux et d'un réseau ferroviaire d'une longueur de 96 km qui contient trois gare (Oran, Es-Senia et Oued Tlelat par lesquelles transitent 2 millions de voyageurs/ an et 3 millions de tonnes des marchandises/ an).

Aussi, Oran dispose d'un réseau portuaire comptant trois ports (Oran classé deuxième port commercial du pays, Arzew classé premier port pétrolier du pays et Bethioua), en plus d'un aéroport de classe international d'une capacité de 3 millions de voyageurs/ an. (DPAT, 2013)

Par ailleurs, on dénombre cinq zones industrielles et plus de vingt zones d'activités d'une superficie totale de 3750 Ha, auxquelles, on ajoute la zone industrielle de 250 Ha où est implantée l'usine de production d'automobile en partenariat avec la société Renault (ANIREFF, 2016)

- L'accès à la main d'ouvres qualifiée est un facteur déterminant dans le choix d'implantation :

La disponibilité de la main d'œuvre est facteur important classé dans la deuxième position, par plus de la moitié des répondants (57%). En effet, les entreprises cherchent les territoires peuplés où la main d'œuvre disponible peut être à la fois moins chère et qualifiée. A ce sujet, la population oranaise s'établit à 1 577 556 habitants, soit une densité de 746 h/km², avec un taux d'accroissement annuel moyen de 2,45% depuis 2008. (RGPH, 2008)

De notre enquête, on déduit que les entreprises interrogées emploient une main d'œuvre assez qualifiée disposant en général de diplômes universitaires (Master, licence, ingénieurs et techniciens). Le territoire oranais est en effet, un pôle universitaire par excellence disposant de trois universités (Universités Oran 1, Oran 2 et l'USTO) et de plusieurs écoles nationales (ENPO, écoles des télécommunications...).

- Les effets de l'agglomération économique et urbaine sur la localisation des entreprises :

En troisième position, on trouve l'agglomération économique et urbaine, ce facteur à un effet sur la décision de localisation des entreprises. A ce sujet, la répartition spatiale des entreprises oranaises selon la daïra d'implantation nous montre la concentration des entreprises dans les agglomérations urbaines à forte densité de population soit plus de 72% des entreprises sont installées dans deux daïra, à savoir Oran et Es-Senia. (DIPME, 2010)

Cela montre, que la localisation des entreprises est fortement et positivement corrélée avec la densité de la population.

5. Conclusion

L'objectif de cet article, était de répondre à la question de savoir «quels sont les déterminants de la localisation des entreprises au sein du territoire Oranais ?». A la lumière des résultats obtenus, la localisation des entreprises enquêtées dépend aussi bien de facteurs traditionnels (disponibilité des ressources, de la main d'œuvre qualifiée, d'infrastructures de base...), que de facteurs que nous qualifierons invisibles, telles que les logiques familiales. Sur ce dernier point, les entretiens réalisés auprès des chefs entreprises enquêtées ont révélé que leurs responsabilités familiales sont une contrainte à leur mobilité professionnelle, résultat confirmé par les travaux de (Boutillier, 2005).

Au terme de ce travail, nous pouvons avancer que le territoire oranais est très attractif pour les investissements et la création des entreprises car possédant d'importantes potentialités en termes de ressources, d'infrastructure set du capital humain.

6. Liste Bibliographique

- ANIREFF. (2016). (Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière).
- Boutillier, S. (2005). Entrepreneuriat et développement territorial, évolution de la création d'entreprises dans le territoire dunkerquois (Nord-France) entre 1993 et 2005. (*spécial*), 39-58. RCSR.
- Buchwalder, A. (2009). Les stratégies de localisation des firmes multinationales au sein de l'Union Européenne Le cas de Samsung à Voderady en Slovaquie,. *Mémoire*, 5. UNIVERSITÉ LYON 2 Institut d'Etudes Politiques de Lyon.
- Colletis, G., & Pecqueur, B. (2005). Révélation de ressources spécifiques et coordination située . *Économie et institutions*.
- Damborsky, M., & Jetmar, J. (2009). Localization decision-making of the firms as dynamic process. 1. Récupéré sur www.regional-studiesassoc.ac.uk/events/prague08/papers/Damborsky.pdf.
- Dejardin, M. (2010). La création d'entreprises et ses rapports au territoire. *Canadian Journal of Regional Science*, 33, 59-72. Canadian Regional Science Association. Récupéré sur <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00618267>
- DIPME. (2010). (Direction de l'industrie et des PME).
- DPAT. (2013). (Direction de Planification et d'Aménagement du Territoire d'Oran).
- FRAYSSIGNES, J. (2005, mars 17 et 18). Les signes officiels de qualité dans les dynamiques de développement territorial : étude géographique à partir des AOC fromagères françaises. *communication au colloque "Faire Campagne – pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui"*. UMR ESO, CNRS, Université Rennes II.
- Giacomin, O., & Guyot, J.-L. (2007). Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne : Identité et dynamiques push-pull. 6. CRESIS, Louvain School of Management.
- Julien (1997) in Amghar . (2009). essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneurial au développement du territoire , cas de BBA. *mémoire de magistère en sciences de gestion*, 20. (U. d. Bejaia,

Éd.)

- Laville, F. (2000). La cognition située. Une nouvelle approche de la rationalité limitée. *Revue économique*, 51(6), 1301-1331.
- Maillat, D. (2006). Milieux innovateurs et nouvelles générations de politiques régionales. Paris: Economica.
- MENGUE OYONO , M. (2015). Attractivité territoriale et stratégies de localisation des entreprises industrielles dans les collectivités territoriales de la région du centre au Cameroun. Yaoundé: Université de Yaoundé 2 - SOA.
- Mérenne-Schoumaker, B. (1991). La localisation des industries. *Coll.Géographie d'aujourd'hui*, 37(101)(ISBN 2-09-190091-5), 418–420. Paris, Nathan: Cahiers de géographie du Québec.
- Naïma, A.-M., & DJENANE, A. (2016). DYNAMIQUE DE CREATION D'ENTREPRISES, ENTREPRENEUR ET LOGIQUE DE PERCEPTION DU TERRITOIRE : étude empirique auprès d'un échantillon de PME de la wilaya de Bejaia. *la revue des sciences commerciales*, 15, 121-137. Récupéré sur www.asjp.cerist.dz/en/article/15561
- OREE. (2012). (entreprises, territoire et environnement). *Ancrage local et performance globale synthèse des résultats de l'étude et hypothèses de travail*, 4.
- Pascale, F. (2015). Mobilités des entreprises et territoires : les paradoxes du secteur de la mode à Tanger. *Armand Colin « Annales de géographie »*(701), 31-50. Récupéré sur www.cairn.info/revue-annales-de-geographie-2015-1-page-31.htm
- RGPH. (2008). (Recensement Général de la Population et de l'Habitat).
- Serval, S. (2015). les managers territoriaux face à l'attractivité durable de leur territoire : comment favoriser l'ancrage territorial des filiales étrangères? Une Perspective Ago-Antagoniste. *thèse de doctorat en sciences de gestion*. AIX université de Marseille.