



Université d'Oran 2
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences
de Gestion

THÈSE

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat « LMD »
en Sciences de Gestion

Dynamisme et localisation des PME en Algérie

Présentée et soutenue publiquement par :

BOUYACOUB Leila

Devant le jury composé de :

Président : M. BOULENOUAR Bachir	Professeur	Université d'Oran 2
Rapporteur : M. BENCHIKH Houari	Professeur	Université d'Oran 2
Examineur : Mme. TAIBI Ghalia	Professeure	Université d'Oran 2
Examineur : Mme. BOUZADI Sultana	Professeure	Université USTO
Examineur : M. MOULAI Ali	Professeur	Université d'Oran 1

Année **2021/2022**

Remerciements

Tout d'abord, j'aimerais remercier mon directeur de thèse, M. Houari BENCHIKH, professeur à l'université d'Oran 2, pour l'encadrement de cette thèse de doctorat ainsi que ses conseils, aides et remarques capitales.

Je souhaite également remercier le professeur Bachir BOULENOUAR qui a accepté de présider le jury de soutenance et les professeurs Sultana BOUZADI, Ghalia TAIBI et Ali MOULAI d'avoir accepté d'en faire partie et de consacrer du temps à l'évaluation de mon travail.

J'adresse également mes sincères remerciements à tous mes enseignants, qui ont grandement contribué à la réussite de mon parcours universitaire.

J'adresse aussi mes remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de cette thèse et qui ont pu me guider ou m'orienter avec leurs précieux conseils pour mes recherches.

Et enfin, je tiens à remercier infiniment mes parents, les professeurs Ahmed et Djohar BOUYACOUB, ainsi que mes frères Amine et Kamel pour leur soutien indéfectible et leur patience durant la période de réalisation de cette thèse.

SOMMAIRE GENERAL

REMERCIEMENTS	I
SOMMAIRE GENERAL	II
INTRODUCTION GENERALE	2
CHAPITRE I : LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA LOCALISATION DES ENTREPRISES	12
INTRODUCTION CHAPITRE I	13
SECTION 1. LE DYNAMISME TERRITORIAL	15
SECTION 2. ÉVOLUTION DES MODELES TERRITORIAUX DE LOCALISATION	30
CONCLUSION CHAPITRE I	68
CHAPITRE II : LES APPROCHES THEORIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT	70
INTRODUCTION CHAPITRE II	71
SECTION 1. GENERALITES SUR L'ENTREPRENEURIAT	74
SECTION 2. L'ENTREPRENEURIAT TERRITORIAL	106
CONCLUSION CHAPITRE II	129
CHAPITRE III : GENERALITES SUR LES PME	131
INTRODUCTION CHAPITRE III	132
SECTION 1. LA DIVERSITE DES COURANTS DE RECHERCHE	133
SECTION 2. LES DIFFERENTES TYPOLOGIES DE LA PME	156
SECTION 3. LA DENSITE DES PME	182
CONCLUSION CHAPITRE III	196
CHAPITRE IV : CADRE EMPIRIQUE	198
INTRODUCTION CHAPITRE IV	199
SECTION 1. DYNAMISME DES PME EN ALGERIE	200
SECTION 2. PRESENTATION, TRAITEMENT ET ANALYSE DES DONNEES EMPIRIQUES	223
CONCLUSION CHAPITRE IV	282
CONSLUSION GÉNÉRALE	284
BIBLIOGRAPHIE	291
ANNEXES	316
LISTE DES GRAPHES	323

LISTE DES SCHEMAS.....	323
LISTE DES ABREVIATIONS.....	324
TABLE DES MATIERES.....	324

*« La maturité d'un domaine de recherche n'est pas un constat, elle réside
dans l'intention d'une communauté à vouloir y accéder »*

Par Verstraete & Fayolle (2005)

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

La Petite et Moyenne Entreprise (PME) est devenue un sujet d'actualité ayant un rôle économique et social important au sein de notre économie. Elle suscite beaucoup d'interrogations et offre un énorme champ d'études et de recherches (Kraus et al., 2020). La PME est considérée dans la littérature comme un élément déterminant dans le développement socio-économique d'une région ou d'un pays. On remarque, à travers les nombreux travaux empiriques, que le paysage économique des pays en développement est dominé par les PME. Ces dernières sont qualifiées de *noyau des activités économiques* pour leur contribution à la production et à l'emploi (Rahman & Kabir, 2019).

À l'échelle internationale, le secteur économique connaît un enthousiasme particulier suscité par les PME, comme on a pu le constater à travers les médias et les recherches liées à ce domaine. Les PME semblent faire l'unanimité. Elles sont devenues un phénomène mondial, quels que soient les régimes politiques, les niveaux de développement économique et industriel. Partout, les PME sont considérées comme des entreprises aux multiples vertus, entre l'adaptabilité, la flexibilité et la créativité (Filion, 2021).

Aussi, les PME font objet d'instrumentalisation de plus en plus forte de la part des pouvoirs publics. Dans les pays développés, elles représentent l'entreprise pourvoyeuse d'emplois et nourrissent tous les espoirs de la classe politique et des sociétés. En effet, selon les grands auteurs en management (Messeghem & Torres, 2015), l'entreprise constitue l'agent économique principal et décisif dans les économies modernes et, plus particulièrement les petites et moyennes entreprises PME, qui constituent, à elles seules, une force dominante dans toutes les économies (OCDE, 2019). Elles connaissent un dynamisme important que tous les pouvoirs publics cherchent à encourager afin de créer de l'emploi et de la richesse. Ces espérances se traduisent par l'engouement des valeurs entrepreneuriales, le sens de l'initiative et des responsabilités, l'aptitude à gérer les situations de crise et d'incertitude (Marchesnay, 2020). Mais elles ne se développent pas au même rythme et de la même façon dans le vaste territoire d'un pays. L'Algérie ne semble pas échapper pas à cette règle.

En effet, si l'on se réfère au cas de l'Algérie, ce n'est qu'à partir des années 1980 qu'elles ont connu une profonde mutation économique, en passant de l'économie administrée à l'économie de marché. Durant la première période, le plan du développement de l'Algérie été principalement orienté vers la grande dimension des entreprises publiques et négligeait les PME qui n'avaient pas vraiment leur place dans le tissu industriel (Abedou et al., 2004). À partir du milieu des années 1990, l'État algérien a commencé à accorder de l'importance aux PME et à s'intéresser à elles en tant qu'entité productrice de richesse favorisant le développement économique, dans le cadre des nouvelles réformes visant la libéralisation de l'économie algérienne.

En outre, durant toutes ces années, les PME ont évolué dans un environnement particulièrement turbulent à cause de cette transition encore relativement inachevée et d'une intégration trop rapide dans l'économie mondiale. Effectivement, ces dix dernières années ont été marquées par la multiplication des petites et moyennes entreprises (PME) qui ont réussi, tant bien que mal, à s'imposer malgré les obstacles (Abedou et al., 2004). Par ailleurs, les PME sont une composante indispensable de l'économie nationale, régionale et locale (North & Varvakis, 2016).

Quant au territoire, il peut être considéré comme un facteur explicatif du dynamisme des PME, car il représente un support d'infrastructures, de ressources et d'organisations. C'est également le lieu où les phénomènes plus invisibles ont lieu et conditionnent la distribution des PME. De nombreux indicateurs de développement, tels que les niveaux d'emploi, les niveaux de revenu régionaux et le taux de croissance, dépendent fortement des choix de localisation et d'investissement des entreprises. De ce fait la localisation spatiale de ces dernières à un impact significatif sur le développement économique des villes et des régions.

En effet, la prise en compte d'aspects tangibles (infrastructures) ou mesurables (densité des populations, taux de chômage...) des territoires comme facteurs explicatifs, est importante non seulement pour les chercheurs, mais aussi pour les pouvoirs publics ; la mise en œuvre de politiques publiques efficaces du point de vue de la création d'entreprises demeure un défi pour les territoires (Levratto et al., 2008).

Dans chaque pays, certaines régions regroupent une large part des activités économiques et au sein même de ces régions, certains territoires en sont plus pourvus que d'autres (Arbia et al., 2015).

Les entreprises exercent leurs activités dans différentes zones géographiques distinctes, des choix d'implantation alternatifs s'offrent à elles et se traduisent par des décisions stratégiques qui influencent leurs mouvements. La sélection de ces lieux s'opère selon certaines variables

économiques interdépendantes et la compréhension de ces choix reflète des enjeux politiques et managériaux associés (Chłoń-Domińczak et al., 2020).

En effet, le choix d'une bonne localisation joue un rôle primordial dans la stratégie de ces entreprises, et c'est sans doute l'une des décisions les plus importantes qu'une société peut prendre. Les décisions de localisation d'une firme découlent généralement du choix volontaire d'un espace géographique identifié pour son implantation. La prise d'une telle décision suppose, au préalable, que le promoteur concerné ait pu différencier les différents territoires en vue d'établir un ordre de préférence des choix qui s'offrent à lui.

Bien entendu, analyser les facteurs responsables de l'attractivité des PME est un des moyens qui permet de soutenir le développement économique, car ces entreprises prennent une place primordiale dans le développement territorial ; le meilleur moyen de réussir à développer un territoire sans projet est de le mettre en valeur. À ce titre, on ne peut ignorer l'importance et l'apport de l'entreprise à son territoire d'implantation ainsi que sa forte contribution au processus de développement de ce territoire.

Le choix de localisation s'effectue selon des modalités qui diffèrent selon la nature et l'activité des entreprises. À travers diverses recherches documentaires, on peut identifier plusieurs facteurs déterminants pour le choix de localisation tels que : disponibilité du transport, des matières premières, de main-d'œuvre qualifiée, présence d'infrastructures, milieu stratégique, expérience professionnelle dans le secteur, proximité aux clients et aux fournisseurs (Ait Habouche & Ait Habouche, 2016).

Rahman & Kabir (2019) rappellent que les théories de localisation existantes et les études empiriques ne se focalisent pas sur la différence de taille des entreprises qui a certainement un impact sur la décision de localisation ; les PME sont souvent ignorées dans ce type d'études. Selon les auteurs, très peu de recherches ont soulevé cette thématique en expliquant le comportement de localisation des PME.

Par ailleurs, notre intérêt s'est orienté vers les PME, car elles sont considérées comme le moyen le plus efficace pour la relance économique d'un pays compte tenu de leur impact dans le processus d'industrialisation, d'urbanisation et de croissance économique (OECD, 2019). Dans le cas de l'Algérie, leur importance est tout aussi primordiale ; le territoire dans lequel elles s'implantent devient plus attractif. À cet effet, on conçoit qu'il est nécessaire de mieux appréhender le phénomène de l'emplacement et de regroupement des PME. Ce type de recherches

peuvent également aider les gouvernements et les décideurs à diagnostiquer les besoins de localisation de ces PME et à formuler des stratégies appropriées pour leur développement.

En somme, compte tenu de l'importance des PME dans le processus d'industrialisation, d'urbanisation et de croissance économique, ce travail vise à explorer les facteurs qui influencent le choix de la localisation des PME algériennes. La revue de la littérature révèle que l'implantation des entreprises dans les pays du monde est un phénomène relativement complexe, de multiples facteurs jouent un rôle prépondérant dans le dynamisme de localisation (Tong & Murray, 2017), qu'en est-il alors de l'Algérie? Les enjeux de localisation sont un des éléments clés du développement économique d'un pays ; le pouvoir d'attraction du territoire est primordial pour les investisseurs qui souhaitent s'implanter dans une région. Effectivement, afin de concevoir une image *attractive*, le territoire doit avant tout créer *un climat plus favorable aux affaires*, notamment en proposant un environnement d'affaires adaptée et non dissuasive (Spalanzani et al., 2016). Les politiques mises en œuvre par les gouvernements, les collectivités territoriales sont, en quelque sorte, des leviers ou des freins qui conditionnent fortement l'attractivité d'un territoire.

Bien que les composantes psychologiques, sociales, culturelles et politiques soient toutes aussi essentielles pour la compréhension de ce phénomène, les facteurs économiques semblent avoir le plus d'impact et sont les plus présents dans les travaux empiriques.

1 Cadre théorique

La théorie de la localisation a pour mission de justifier la configuration spatiale de différents types d'entreprises. Peu répandues dans les sciences de gestion, les notions de l'économie spatiale, d'urbanisme et de développement régional commencent, par le biais de l'économie, à attirer l'attention des gestionnaires dans leur prise de décision, notamment dans la localisation de leurs activités (Spalanzani et al., 2016). La théorie peut être envisagée tant en termes microéconomique que macroéconomique. En termes microéconomique, la théorie de la localisation s'applique à une entreprise qui, compte tenu de ses coûts et de ses avantages, recherche le meilleur emplacement pour son activité. Toutefois, en termes macroéconomiques, la théorie de la localisation fait partie de l'économie spatiale au sens large. Elle repose sur l'hypothèse selon laquelle les coûts de production et les bénéfices d'une entreprise dépendent de son emplacement (Szymańska & Plaziak, 2014).

La mobilisation des concepts « *localisation* » et « *facteur* » qui sont considérés comme importants et que nous avons jugé utile d'élucider tout au long de ce travail va nous permettre de mieux aborder notre problématique principale et les hypothèses de recherche qui en découle.

La localisation des entreprises est un nouveau terrain d'observation abordée de façon interdisciplinaire, elle est également au carrefour de plusieurs champs de recherche ; l'analyse des comportements spatiaux se situe inévitablement au croisement de plusieurs disciplines telles que l'économie, la sociologie, la géographie, le droit (Huriot, 1993). Les principales notions qui permettent de comprendre le phénomène de l'implantation des entreprises ont été forgées par l'ensemble des sciences humaines et sociales, en s'inspirant des concepts issus de la dimension spatiale des sciences régionales (Bousquet, 2014). Soussi (2013) définit la localisation comme étant « *le processus par lequel, une entreprise décide du choix d'un lieu géographique pour les besoins de ses activités.* » (p.20).

Le choix de la localisation des entreprises est considéré comme un sujet de réflexion incontournable pour les économistes depuis près d'un siècle (Rahman & Kabir, 2019). Connaître le lieu de localisation des entreprises, et pourquoi, est une question majeure pour de nombreux chercheurs (Von Thünen, 1826 ; Marshall, 1890 ; Weber, 1929 ; Christaller, 1933 ; Hayter, 1997 ; Trullén, 2001 ; Parker, 2004 ; Autant-Bernard et al., 2006 ; Van Praag & Versloot, 2007 ; Ferreira et al., 2010 ; Lafuente et al., 2010) en géographie économique, planification stratégique, économie régionale et comportement organisationnel (Vlachou & Iakovidou, 2015). La localisation des entreprises a également retenu l'attention des responsables de l'aménagement urbain et des responsables politiques, car celle-ci a un impact sur différents indicateurs de développement d'une région. Ainsi, les théories de la localisation sont devenues un des piliers de la géographie économique. Les théories de localisation permettent d'expliquer la relation entre l'activité économique et humaine et l'espace géographique et tentent d'identifier le modèle de localisation émergent des secteurs dans un contexte spécifique (Bousquet et al., 2018). À cet effet, il est indispensable de revoir les principaux apports initiaux des chercheurs tels que (Von Thünen, Weber, Christaller, Hotelling, Lösch, ...).

Les théories générales de localisation élaborées au cours du siècle dernier se distinguent en deux courants : les théories économiques (néo-) classiques et les théories comportementales. Les théories classiques sont basées sur les postulats de « l'homme économique » et de « l'espace isotrope » qui se focalisent principalement sur la minimisation des coûts (Rahman & Kabir, 2019).

Selon ces théories, les PME disposent d'informations complètes sur les paramètres de décision et agissent de manière rationnelle sur la base d'une évaluation des coûts et des bénéfices lors du choix de leur implantation ; il n'existe aucune variation dans les espaces géographiques (Weber, 1929 ; Predöhl, 1928). Les théories néoclassiques diffèrent des théories classiques en ce sens. Ces dernières renforcent leurs hypothèses en introduisant des notions de concurrence sur le marché, de revenus, d'économies d'échelle internes, de facteurs de production, et se focalisent sur la maximisation des profits (Hotelling, 1929 ; Lösch, 1954 ; Hoover, 1948 ; Isard, 1949 ; Smith, 1966).

D'autre part, le paradigme behavioriste considère le choix du lieu d'implantation comme une composante de la prise de décision stratégique en matière d'investissement, qui est conditionnée par de multiples facteurs, outre les coûts de production et le profit. Il présume également que les entrepreneurs sont d'une rationalité limitée et qu'ils ont tendance à se limiter au strict nécessaire plutôt qu'à optimiser ou maximiser. Ce qui signifie qu'il y a toujours une chance qu'un individu puisse prendre une décision de localisation réfléchie pour ne pas maximiser le profit lorsque d'autres objectifs tels que la croissance, la minimisation des risques ou simplement la survie deviennent prioritaires. Des concepts tels que la reconnaissance spatiale, les cartes heuristiques et les représentations régionales des entrepreneurs sont au cœur de ces théories du comportement (Van Noort & Reijmer, 1999).

Aussi, un paradigme d'analyse de la localisation, souvent appelé nouvelle géographie économique (Krugman, 1991 ; Gatfield et Yang, 2006), soutient que la structure de production flexible entraîne une division sociale du travail étendue et génère de nombreux sous-secteurs spécialisés.

Par conséquent, il peut exister une multitude de facteurs retrouvés dans les travaux empiriques qui sont pertinents par rapport à la localisation des entreprises (Sergot, 2004 ; Victor, 2004 ; Costes, 2008 ; Levratto et al., 2008 ; Koning et al., 2010 ; Lasch, 2012 ; Kibler, 2013 ; Soussi, 2013 ; Szymańska & Plaziak, 2014 ; Ross et al., 2015 ; Jain et al., 2016 ; Müller, 2016 ; Spalanzani et al., 2016 ; Drafor, 2017 ; Gbadeyan et al., 2017 ; Tran & Santarelli, 2017 ; Jing, 2018 ; Julien, 2019 ; Rahman & Kabir, 2019 ; Chłoń-Domińczak et al., 2020). Effectivement, on constate que dans les modèles conceptuels et économétriques retrouvés dans la littérature, une attention particulière est accordée aux facteurs socio-économiques tels que : le marché, la main-d'œuvre, les matières premières, le transport, le capital, l'eau, l'énergie et les facteurs environnementaux (Vlachou & Iakovidou, 2015 ; Rahman & Kabir, 2019). En effet, Sergot (2004) rapporte des

résultats d'enquêtes qui révèlent les facteurs de localisation qui sont considérés comme les plus importants chez les répondants pour la réussite de leur activité ; les facteurs liés à la main d'œuvre ; Moriarty, 1983 in Hayter, 1997; Barkley & McNamara, 1994), la proximité avec les marchés (Tong 1978 ; Haigh, 1990 ; Barkley & McNamara, 1994), la proximité avec des infrastructures de transport routières ou portuaires (Moriarty, 1983 in Hayter, 1997 ; Haigh, 1990).

Problématique de la recherche :

À cet effet, dans le cadre de notre problématique, il convient de soulever les différents facteurs mesurables qui ont le plus d'incidences sur la localisation des PME. En d'autres termes, notre travail de recherche se propose de dégager les facteurs socio-économiques qui ont le plus d'impact sur la distribution géographique des PME en Algérie ; les éventuelles ressources collectives localisées qui peuvent créer un avantage concurrentiel pour ces entreprises.

La problématique qui guide notre travail pourrait, ainsi, se résumer par la formule suivante :

« Quel est l'état de la localisation des PME en Algérie et quels sont les principaux facteurs déterminants de leur répartition entre les différentes wilayate ? »

À l'examen de la distribution des PME en Algérie, on constate une forte diversité en termes de nombre de créations et de cessations d'activité par wilaya. Une étude détaillée permet d'identifier les wilayate les plus attractives de PME, d'une part, et de rechercher les facteurs explicatifs de cette diversité de situations, d'autre part.

Ainsi, la revue de la littérature nous a permis de formuler nos hypothèses de recherche de la manière suivante :

- **Hypothèse 01** : les PME connaissent une distribution territoriale hétérogène.
- **Hypothèse 02** : l'environnement socio-économique dans lequel les PME évoluent, a une incidence positive sur leur distribution spatiale.
- **Hypothèse 03** : la répartition des PME au niveau des Wilayate est expliquée par une série de facteurs importants tels que l'activité commerciale, le transport, la main d'œuvre, la densité de la population, le financement bancaire et l'activité industrielle

2 Cadre Méthodologique

Notre méthodologie s'inscrit dans une démarche hypothético-déductive. Notre démarche consiste à dégager des observations préalablement résumées en faits stylisés des mécanismes susceptibles d'en rendre compte, en s'appuyant sur des connaissances théoriques d'arrière-plan.

Le cadre de notre travail s'est appuyé sur la littérature existante sur la localisation des PME. En effet, une recherche théorique préalable nous a permis d'acquérir une meilleure compréhension du vaste champ de la PME et de son dynamisme territorial, et nous a fourni les connaissances nécessaires pour aborder la partie empirique de notre recherche.

Dans le contexte de notre recherche, nous optons pour une démarche quantitative. L'objectif de ce travail de recherche consiste à analyser la répartition des PME entre les 48 wilayate d'Algérie et identifier les facteurs explicatifs susceptibles d'influencer cette distribution.

De ce fait, notre démarche empirique s'articule autour de trois étapes :

- La première étape concerne le recueil de toutes les données par wilaya (pour l'année 2019) correspondante aux facteurs socio-économiques pertinents pour notre analyse.
- La deuxième étape est exploratoire. Elle vise d'abord à déterminer le degré d'inégalité relatif à la distribution des PME au niveau territorial, puis à relever, à travers un diagnostic territorial effectué sur les 48 wilayate, l'existence d'une éventuelle relation entre l'ensemble des facteurs socio-économiques regroupés et la répartition géographique des PME.
- La troisième étape représente l'analyse quantitative. Elle implique l'utilisation d'une analyse de données afin de tester les facteurs les plus significatifs cités dans la revue de littérature.

3 L'intérêt de notre sujet

➤ **Sur le plan théorique :** Très peu de travaux de recherche, en Algérie, ont abordé la thématique de la localisation des PME telle que nous l'avons traité, et suivant la même démarche méthodologique que nous avons adoptée, d'où l'originalité et la singularité de ce travail. En effet, la plupart des travaux réalisés sur ce thème sont des études d'enquêtes (questionnaires) menées sur la localisation des PME dans une seule wilaya et optant le plus souvent pour une démarche micro-économique.

➤ **Sur le plan pratique :** Ce travail permettra aux acteurs économiques, sociaux et politiques (universités, entreprises, pouvoirs publics) d'avoir une idée précise sur l'ensemble des facteurs déterminants à l'attractivité des PME au niveau territorial.

4 La structure de la thèse

Afin de pouvoir répondre à notre question centrale, ce travail sera organisé en quatre chapitres :

➤ **Chapitre I :** Intitulé *Les fondements de la localisation des entreprises* (le cadre conceptuel). Ce chapitre est consacré à l'état de l'art de notre thématique. Il englobe un certain nombre de connaissances qui ont été rassemblées au fil de l'histoire par les grands pionniers du domaine et qui ont fortement contribué à la construction du corpus théorique relatif à la localisation des entreprises. Ce chapitre représente également notre base de référence pour le cas empirique.

➤ **Chapitre II :** Intitulé *Les approches théoriques de l'entrepreneuriat*. La section 1 de ce chapitre se focalise sur les principaux fondements de l'entrepreneuriat. Dans la section 2, nous nous sommes focalisés sur l'entrepreneuriat territorial, une notion assez récente dans le domaine de l'entrepreneuriat et qui suscite beaucoup d'intérêt auprès des chercheurs. Cette notion traite le domaine de l'entrepreneuriat sous un angle différent, tout en s'inspirant des approches de l'économie géographique et spatiale.

➤ **Chapitre III :** Intitulé *Généralités sur les PME*. Ce chapitre aborde dans la section 1 et 2 l'évolution du concept de la PME, la construction de ses fondements théoriques et son évolution à travers l'histoire, ainsi que le développement des principales typologies utilisées actuellement par les auteurs. Quant à la section 3, nous avons présenté la densité des PME, les différentes utilisations de ce concept par les chercheurs ainsi qu'une analyse comparative de cet indicateur par rapport à certains pays du monde.

➤ **Chapitre IV :** Intitulé *Cadre empirique*. Ce chapitre se focalise, en premier lieu, sur le dynamisme des PME en Algérie, afin de présenter un état des lieux des PME ainsi que leur évolution durant ces dernières années. Quant à la section 2, nous avons présenté un résumé des principales études empiriques qui nous ont inspirées dans notre travail de recherche, puis, nous avons exposé les données ainsi que les méthodes d'analyses qui nous ont été nécessaires pour le traitement et l'interprétation de celles-ci. Ce dernier chapitre s'articule autour de l'étude empirique que nous avons réalisée sur l'ensemble des 48 Wilayate d'Algérie. Les résultats obtenus de notre analyse empirique nous ont permis d'évaluer et de vérifier nos hypothèses énoncées dans l'introduction.

Chapitre I

Les fondements théoriques de la localisation des entreprises

Introduction chapitre I

Ayant un impact significatif sur la répartition et la distribution des entreprises, la revue de la littérature a permis de recenser un nombre important de déterminants socioéconomiques « environnementaux ». Certaines recherches ont également mis en évidence le cadre analytique de du dynamisme territorial et régional des entreprises afin d'améliorer leur développement (Nlemvo, 2011). Aussi, Julien (2015) tente d'expliquer la source des disparités régionales des entreprises dans un territoire à travers la conceptualisation de l'approche territoriale du dynamisme entrepreneurial.

Le dynamisme des entreprises, comme de nombreux phénomènes, est inégalement réparti dans l'espace géographique. Bien que les théories de l'économie spatiale soient peu mobilisées par les sciences de gestion, de nombreux progrès ont été réalisés dans la compréhension des facteurs qui expliquent la répartition inégale de l'activité entrepreneuriale dans l'espace (Spalanzani et al., 2016).

En effet, selon la revue de littérature, la compréhension de la localisation des entreprises dans une région ou un territoire a été le sujet de recherche de nombreux scientifiques et sciences différentes. Son ampleur semble croître au fil des ans et varier en fonction de son évolution. C'est pour cette raison, depuis 1952 jusqu'à aujourd'hui, des chercheurs de différents continents ont examiné les effets de facteurs déterminants sur l'implantation d'entreprises.

En dépit de l'importance accrue de la présence des entreprises dans nos économies, il ne paraît pas exister de modèle théorique homogène pour appréhender les déterminants de la localisation des entreprises ; ses éléments divergent d'un auteur à l'autre. De même, ces recherches sur la localisation ont été enrichies au fil des années par les progrès de l'économie géographique qui permettent d'étudier la localisation spatiale des entreprises. Ainsi, en plus des déterminants traditionnels, ils ont permis d'introduire des externalités positives qui favorisent l'agglomération des activités (Victor, 2004).

Ce chapitre se propose de faire le point sur les différentes approches qui abordent la question de la localisation des entreprises. Dans un premier temps, les travaux de l'économie spatiale seront examinés, retenant les auteurs qui ont le plus contribué dans cette approche tels que Thünen, Weber

et Hotelling. Ensuite, l'approche behavioriste inspirée des travaux de Simon, qui introduit le principe de la rationalité chez les individus dans la localisation des entreprises. Aussi, l'approche institutionnelle dont les fondements ne sont que les résultats de plusieurs études et théories multidisciplinaires qui se sont intéressées à « *l'organisation* » et l'ont analysé sous différents aspects. Et enfin, l'approche de l'économie géographique, dont les plus grands précurseurs sont, Alonso, Marshall et Krugman, met en avant ses concepts en les reliant aux approches économiques les plus récentes. Ce courant tente de rectifier et de reconsidérer certains aspects ignorés et négligés auparavant par les approches classiques.

Section 1. Le dynamisme territorial

La théorie économique spatiale a longuement cherché à résoudre les questionnements qui se situent dans le cadre des théories traditionnelles non concernées par l'espace et des théories spécifiques relatives à l'espace ; le modèle de l'équilibre général concurrentiel était incompatible à la dimension spatiale. La question que les chercheurs se posent également est de savoir si les théories classiques non relatives à l'espace ainsi que leurs hypothèses peuvent être transposées aux théories économiques spatiales et être validées par le même protocole de recherche scientifique.

D'autant plus que, les travaux issus de la nouvelle économie géographique, indiquent non seulement la relation qui existe entre le territoire et les entreprises, mais démontrent le réel impact du territoire sur le comportement des agents économiques ainsi que leur répartition spatiale (Boutillier et al., 2016).

L'intérêt porté à l'espace peut amplement être justifié. Il permet de remettre en question les approches de la pensée économique classique qui néglige l'explication de la distribution hétérogène des activités économiques et leur localisation (Huriot, 1993).

1 Histoire de l'économie territoriale : la constitution et l'évolution du concept « territoire »

1.1 Les premiers pas de la géographie économique

D'après Palard (2018), l'économie est avant tout une affaire de territoire. Il considère que le système économique est une représentation d'un « *processus institué* » qui englobe une multitude de normes et de règles qui garantissent l'équilibre du processus de la création de richesses.

Les récentes découvertes en recherches historiques et anthropologiques démontrent que les relations humaines et sociales vont de pair avec « *l'économie* » (Palard, 2018). Le comportement humain exprime souvent son envie de protéger et d'assurer son statut social, les droits sociaux ainsi que les privilèges qui vont avec. Cependant, la dimension territoriale du développement économique ne suit guère une logique linéaire dans l'histoire de la pensée économique.

À cet effet, Boutillier et al (2016) ont retracé en détail le cheminement de l'histoire du territoire dans la théorie économique. Durant la période du moyen âge, l'analyse économique est presque inexistante. Seulement une poignée d'auteurs tels que Saint-Augustin et Saint-Thomas d'Aquin se sont distingués en ce temps-là. Aux alentours du 14^e siècle, Ibn Khaldoun est également reconnu par les auteurs comme étant le pionnier de la pensée matérialiste ; il réussit à mettre en œuvre une théorie sociale sur le territoire qui repose sur un ensemble d'approches pluridisciplinaires (Sternberg, 2021). La principale hypothèse de Ibn Khaldoun qui émane de sa théorie stipule que la ville est un endroit instable et dynamique susceptible de rassembler des menaces qui nuisent au développement et à la prospérité des entreprises. La campagne quant à elle, est reconnue pour être le lieu le plus pertinent et le plus stable pour une entreprise qui souhaite exercer son activité en toute tranquillité, tout en préservant les bonnes relations sociales.

Vers le 16^e et le 17^e siècle, le souverain des mercantilistes s'implique dans les affaires économiques de son territoire. Son intérêt s'est principalement porté sur la méthode de l'ancrage territorial des activités économiques. Dans le contexte de cette époque, l'idéologie des mercantilistes prônait l'intérêt du royaume avant tout ; les richesses du territoire doivent absolument être protégées des autres pays. C'est pour cette raison que la réflexion territoriale des mercantilistes est reconnue pour être très primitive et surtout très limitée. Aussi, la notion de l'espace n'est pas définie à proprement parler. La confusion entre les espaces politiques, économiques, culturels et juridiques font en sorte que, les différentes dimensions de l'espace sont ignorées dans la pensée économique chez les mercantilistes .

Quant aux physiocrates, étant considérés comme plus au moins libéraux, ils parviennent à développer leurs réflexions et leur courant de pensée sans pour autant exclure le territoire. Ils prônent l'agriculture et la notion du libre-échange. Ils accordent également de l'importance au territoire, car hormis l'exploitation agricole, le développement économique de leur pays dépend majoritairement des grandes propriétés localisées dans leurs espaces.

Dans le cadre de son expérience, en tant qu'entrepreneur dans le domaine agricole, et faisant face aux nombreuses difficultés lié à son activité, Jean Baptiste Say, grand auteur de son époque, développe, à son tour, ses réflexions autour de l'importance du territoire dans l'extension économique du pays. Toujours dans la continuité de la pensée libérale, il tente d'expliquer l'influence qu'a la dimension économique du territoire sur le dynamisme entrepreneurial (Messeghem & Torres, 2015). Les régions économiquement développées sont plus susceptibles d'attirer et de favoriser l'émergence des activités entrepreneuriales comparées aux régions isolées ;

l'accessibilité aux richesses et aux moyens de production facilite les échanges économiques et favorise le climat des affaires.

Contrairement à l'approche de Say dans la pensée libérale, les auteurs Smith et Ricardo, considérés comme les pères de la pensée économique classique, ont malheureusement exclu la notion du territoire dans leur courant relatif à la théorie du commerce international. Pour ces auteurs, même si la notion de l'exploitation des richesses est toujours présente, le territoire n'a pas de réel impact sur le développement économique. En effet, bien que le territoire soit considéré chez les classiques comme un réservoir de richesses, seuls les échanges de biens et de marchandises influencent sur le flux économique entre les pays.

Le 18^e siècle, caractérisé par une période relative à une pensée économique bien ancrée, Cantillon, l'un des précurseurs de l'économie spatiale, développe, dans son essai, une vision différente de l'économie qui implique l'espace dans ses théories et qui parvient à décrire l'organisation spatiale des activités économiques. Cantillon contribue également à l'intégration de la dimension spatiale dans l'analyse économique. Selon l'auteur, il est inconcevable de traiter les aspects clés liés au fonctionnement de l'économie sans les associer à l'organisation spatiale de ses agents économiques. La répartition spatiale de ces agents économiques découle des lois et des comportements économiques (Huriot, 1993).

Quant à Marx, il développe une théorie sur les relations territoriales et le système capitaliste. Bien qu'il n'accorde pas explicitement de l'importance au territoire autant que telle, il tente d'expliquer la localisation des activités économiques dans un territoire grâce à l'accessibilité aux ressources naturelles, la configuration structurelle de la région, la disponibilité des facteurs de production et ainsi de suite. Autant de facteurs pertinents à la construction d'un climat propice aux dynamismes économiques.

Jusqu'à la fin du 19^e siècle, bien que le « territoire » soit implicitement présent dans les différentes écoles de pensées citées précédemment, le concept n'est toujours pas réellement mis en valeur ni appréhendé autant que variable importante dans le dynamisme économique et régional. Comme le mentionne d'ailleurs Benko (2008) : « *Dans l'histoire des sciences économiques, peu d'auteurs ont accordé une place importante à l'espace... curieusement, bien que l'homme vive depuis toujours dans l'espace, les économistes ont longtemps ignoré cette évidence.* » (p.24). L'auteur indique également dans ses écrits que cette marginalisation du territoire n'est pas réellement expliquée par les sciences économiques et bien que la plupart des

thématiques économiques en ce temps-là étaient dépourvues de la dimension spatiale, cela ne justifie pas la négligence de ce facteur, ayant toujours été considéré comme une variable neutre. De ce fait, avant les années 80, le raisonnement des auteurs ne tournait qu'autour des concepts liés à « *la productivité* », au « *rendement* » et à « *la concurrence pure parfaite* » (Daumas & Lescure, 2014).

Au milieu des années 1980, le concept « *territoire* » et notamment celui de « *l'espace* », ont été introduits dans la pensée économique et dans le domaine de la recherche en général (Améziane, 2013). Deux courants soulignent les travaux liés aux économies d'échelles pratiquées par les entreprises. Ces courants parviennent à expliquer le phénomène de proximité et de connexion spatiale, selon des contextes et des cadres conceptuels différents. À la suite des travaux d'Alfred Weber sur « *les économies de localisations* » et publiés en 1909, des théories concernant la localisation et l'urbanisation des activités économiques se sont développées. Ces théories parviennent à transformer la ville en un aboutissement d'un ensemble de forces et de mouvements d'agglomérations, de production des biens et de services et d'échanges de transactions, dans un espace limité. Les travaux empiriques d'Alfred sur les économies externes s'inscrivent dans le cadre conceptuel de la microéconomie, se portant principalement sur l'économie industrielle.

Quant aux économies dites « *internes* », celles-ci se situent par rapport à l'environnement de l'entreprise, et engendrent des économies d'échelles et des coûts fixes ; les activités économiques s'implantent dans des régions qui leur procurent un avantage concurrentiel dans un territoire donné, par le biais de ressources naturelles, de mains d'œuvres qualifiées, de moyens de transport... etc. Les économies d'agglomération quant à elles, favorisent la baisse des coûts unitaires des entreprises grâce à la régulation du marché de travail et par la présence de fournisseurs spécialisés et qualifiés (Daumas & Lescure, 2014).

Vers le début des années 1990, période caractérisée par l'émergence des nouvelles théories du commerce international et l'intégration d'une nouvelle démarche d'analyse empirique. Ces théories permettent d'étudier le marché et les différentes structures qui le composent. Cette démarche considère le rendement croissant et les coûts du transport comme déterminants de la localisation des firmes et de l'agglomération. Ainsi, passant d'un statut passif à un réel facteur déterminant pour la localisation des activités économiques, le territoire a commencé à avoir de l'ampleur avec l'apparition des théories néo-classiques. Ces dernières se sont d'abord intéressées au domaine agricole avant de s'orienter vers la production industrielle et des services. Comme le précise Mérenne Schoumaker (1996), le courant néo-classique est dirigé par deux écoles.

Vers le début des années 2010, les débats se font de plus en plus nombreux sur la question de la disparité des territoires (Boutillier et al., 2016). Les spécialistes en économie spatiale s'orientent vers des analyses plus approfondies des déterminants pertinents et responsables dans la configuration des territoires les plus avantageux et les plus efficaces.

Actuellement, les récentes analyses liées aux thématiques de l'économie géographique ont tendance à se situer davantage dans la lignée de la théorie néo-classique, en adoptant une démarche méthodologique et des concepts économiques plus récents. L'économie géographique, l'économie spatiale ou économie des territoires est une conception nouvelle de la géographie économique. Comme l'indique Requier-Desjardins (2009) : « *L'économie géographique est un prolongement de l'économie spatiale néo-classique...* » (p.4). Autrement dit, les évolutions socio-économiques à l'intérieur d'un territoire, sont souvent très contrastées (Degorre et al., 2015). Et bien que les économies régionales et territoriales dépendent globalement de l'économie nationale et mondiale, celles-ci restent particulières. La forte disparité territoriale entre les différentes régions met en lumière les atouts et les limites de leur structure. Quant à l'analyse du dynamisme régional au niveau des observations géographiques, on constate que chaque région se constitue d'un ensemble de territoires hétérogènes qui présente un dynamisme bien spécifique à lui (Degorre et al., 2015).

La dimension territoriale illustre la diversité spatiale des parties prenantes locales et prend en considération l'ensemble des processus sociaux et économiques qui se traduisent par des interactions entre individus, firmes et un ensemble d'institutions (Torre, 2018).

Et pour finir, le territoire dans lequel opèrent les entreprises se distingue de par sa diversité et sa complexité. Bien qu'elles soient cantonnées aux territoires désignés par les marchés, les entreprises présentent souvent divers instruments fonctionnels et contractuels de gestion (Daumas & Lescure, 2014). Ainsi, l'association de l'économie industrielle et de l'économie géographique facilite l'analyse des interactions entre les activités économiques dans l'espace et leur distribution non uniforme sur le territoire (Denis, 2016).

2 L'évolution historique du concept territoire

2.1 Étymologie

Compte tenu des réserves et des réticences scientifiques portées autrefois à l'enthousiasme territorial, un glissement important du terme *territoire* a été constaté dans l'usage scientifique actuel ainsi que dans diverses disciplines, que ce soit en économie, en marketing, en géographie, voir même en sociologie. Le terme *territoire* est devenu un symbole pertinent inévitable sur toute réflexion qui implique les aspects de l'espace, son dynamisme ainsi que son utilité (Giraut, 2008).

Les premiers usages du terme « *territoire* » ont été au court du 17^e siècle et bien que le concept ait connu certaines difficultés par rapport à sa polysémie, ce n'est, effectivement, qu'au début des années 1980 que l'usage du terme *territoire* est devenu tendance dans le domaine de la recherche scientifique (Jean, 2013).

Le terme *territoire* est originaire du mot latin « *territorium* », qui signifie *la terre* ou plutôt *l'endroit où se passe l'action* (Paquot, 2011). L'étymologie du terme territoire est ainsi, la rencontre de la matière et de l'action, de l'objet agi et du sujet agissant. L'initiation du terme territoire a été proposée par l'ornithologie anglaise Elliot Hward afin d'expliquer le comportement animal vis-à-vis de son territoire ; la survie des animaux dépend de leur capacité à pouvoir protéger leur territoire contre les espèces menaçantes, et à s'approprier l'espace où ils vivent (Girault & Barthes, 2016). Par la suite, le concept a été repris par les sciences humaines et sociales. Les scientifiques ont inséré le concept « *territoire* » dans leur domaine de recherche en l'adaptant au contexte de l'époque. Le territoire représente le lieu de vie quotidienne. Ainsi, il est devenu le symbole des espaces structurés et hiérarchisé, chargé d'histoires, de cultures et de traditions, qui relie la population entre elles en créant les liens d'appartenances (Requier-Desjardins, 2009).

À première vue, Ramadhan (2019) affirme que la définition la plus basique du territoire serait la suivante : « *le territoire est un espace occupé par force* » ; le processus de naissance du territoire nécessite la présence de la force et de la violence afin de pouvoir transformer l'espace en territoire. L'auteur précise qu'en histoire, le terme « *violence* » a toujours été lié au « *monopole de la violence* » qui appartient à l'État alors que l'État lui-même est la conséquence logique de la révolution agricole.

Graduellement, le terme territoire évolue en s'imposant dans les écrits scientifiques. Il couvre un large panel de disciplines qui se rapportent aux sciences économiques, sociales et humaines. Aussi, afin de préserver les équilibres et les enjeux sociaux et économiques, les firmes mettent en place des stratégies qui les engagent fortement avec leurs territoires. Ainsi, ce dynamisme induit à l'émergence des flux d'investissements et des ressources importantes qui participent à l'engagement des territoires dans leur stratégie d'attractivité.

2.2 Le territoire, un concept multidimensionnel

La littérature économique s'est intéressée au concept « territoire » depuis plus de deux décennies. Bien que cette notion était indissociable aux réflexions économiques, elle n'était, pourtant, ni explicitement intégrée dans la pensée économique, ni considérée comme une variable importante dans le domaine scientifique. D'ailleurs, comme le précise l'auteur : « *le territoire n'est pas initialement un concept économique, même si l'espace est présent à des degrés divers dans l'analyse économique dite "standard"* » (Requier-Desjardins, 2009, p.02). Le territoire est un terme qui est appliqué sans contestation à différents domaines tels que, l'économie, la géographie, l'environnement, le tourisme et à l'agroalimentaire. De ce fait, la notion de territoire renvoie à l'idée d'équilibre, d'homogénéité et d'harmonie territoriale ; il désigne une réalité socio-économique chargée de valeurs et d'usages. Il est également représenté par un espace et un support d'action dans lequel l'appropriation par ses agents joue un rôle primordial (Kustos, 2018).

La conceptualisation du territoire donne naissance à plusieurs usages scientifiques de la part des chercheurs et de certaines disciplines prédominantes (Denis, 2016). En sciences humaines et sociales, le territoire est défini selon les approches qui englobent diverses applications du concept et selon la discipline qui le mobilise. Un ensemble d'indicateurs permettent également d'étudier le territoire sous différents angles. Parmi ces indicateurs nous citons : la densité, la fréquence, le type et le nombre de professions, le comportement de la population (Belhedi, 1991).

La revue de la littérature expose un certain nombre de travaux et d'études empiriques sur le territoire selon les spécialités. Les notions du territoire du territoire varient donc selon les disciplines suivantes :

- La dimension géographique désigne le territoire comme étant un endroit collectif et socialisé, occupé par ses habitants, quelle que soit sa taille. C'est aussi un espace

appartenant à un groupe d'individus organisés pratiquant des routines quotidiennes. Ces personnes partagent également un ensemble de repères, valeurs, traditions, et toute une culture qui les réunissent, générant ainsi le sentiment d'appartenance ou d'exclusion (Denis, 2016). Les géographes s'accordent pour définir le territoire comme étant une portion de la surface terrestre. Ce dernier se réserve une collectivité humaine qui l'aménage en fonction de ses besoins, mais aussi comme « un espace socialisé, approprié par ses habitants, quelle que soit sa taille » (Giraut, 2008). De ce fait, en géographie, le territoire est perçu comme « un espace » sous forme de support qui regroupe l'ensemble des ressources nécessaires à son développement.

➤ La dimension politique indique un découpage administratif du territoire. Ce dernier implique également une hétérogénéité dans sa population, avec des compétences distinctes. Aussi, le territoire est délimité par des frontières qui font office de barrière et de séparation avec un autre territoire. De ce fait, l'autorité territoriale revient aux commandes de l'État ; l'État gère et aménage l'ensemble des ressources matérielles et humaines disponibles dans l'espace.

➤ Les historiens définissent le territoire sous différentes formes au fil des années. Le territoire peut être l'État, la frontière, le marché...etc.

➤ La dimension économique : les auteurs Chakor et al (2021) présentent le concept économique du territoire sous plusieurs aspects, nous citons :

- Un lieu d'administration gouvernementale locale : malgré le fait que le territoire rassemble un ensemble d'acteurs privés qui peuvent intervenir dans la prise de décision locale, il existe un organisme étatique responsable qui évalue et établit les dispositions actuelles du territoire. Cet organisme veille à mettre en œuvre les actions nécessaires à la création des avantages concurrentiels ;

- Un lieu de stratégie concertée : l'économie de proximité est la représentation d'un concept relationnel et social entre les différentes entités économiques situées dans un périmètre géographique défini. Elle a pour objet d'améliorer leur compétitivité et de veiller à l'établissement d'un système unifié et coordonné du territoire ;

- Un lieu d'économie innovatrice : il s'agit d'adopter de nouvelles offres en s'appuyant sur l'innovation organisationnelle et technologique. D'un point de vue économique, un territoire créatif est un territoire attractif, surtout pour des acteurs

économiques importants tels que les investisseurs. La mobilisation d'une main d'œuvre professionnelle et créative est alors une nécessité ;

- Un lieu d'effets de synergie : le dynamisme des acteurs économiques ainsi que leur cohabitation cultivent la production d'initiatives et d'activités collectives nécessaires à la création de synergie entre les agents économiques ;

- Un lieu d'économie locale : la proximité spatiale encourage la réduction des coûts, facilite la flexibilité des transactions et des communications entre les acteurs impliqués.

3 Croisement des réflexions sur l'espace et le territoire par les économistes

3.1 Définition du territoire selon les auteurs

L'actualité sur la dynamique territoriale s'inscrit dans une transversalité empirique et académique qui ouvre de nombreuses perspectives dans le monde de la recherche. En économie, le territoire est présenté comme étant une notion riche en questionnements (Messegem et al., 2009). À la lumière des crises actuelles qui se succèdent, que ce soit sur le plan intellectuel ou politique, le territoire est devenu un concept important érigé par la nouvelle grammaire de l'économie (Courlet & Pecqueur, 2007).

Au-delà des questionnements habituels, les auteurs se sont toujours demandé si le territoire se réduisait aux trois dimensions classiques citées par la revue de la littérature, c'est-à-dire : les coûts de transport, les coûts de transactions, les économies d'échelles et d'agglomérations. Selon l'économie traditionnelle, le territoire est un espace géographique qui comporte une certaine quantité de ressources. On retrouve certaines fonctions de références intégrées dans le territoire telles que : le rendement croissant, la minimisation de la distance ainsi que les effets d'agglomérations. Cependant, d'après Ladouceur (2009), ces éléments ne font part que des caractéristiques d'un territoire, et ne le définissent certainement pas.

Belhedi (1991) présente le territoire comme étant : «... *la matérialité d'un espace géographique...* » (p.5). L'auteur pense également qu'on attribue au territoire une figure symbolique qui relie les individus entre eux en générant un fort sentiment d'appartenance. D'ailleurs, actuellement, dans un contexte de mobilisation des ressources humaines à l'échelle

internationale, le sentiment d'appartenance à un territoire permet de préserver l'identité des individus et de valoriser leurs sentiments d'intégration.

Lacoste (2004) décrit le territoire sous sa dimension politique et estime que le territoire se réfère avant tout à la délimitation administrative des frontières géographiques. Il suscite l'ensemble des coopérations politiques et économiques à travers le conditionnement de l'action de la gouvernance locale (Jafari & Benthami, 2020).

Pour Leloup et al (2005), le territoire peut être défini de la manière suivante : « *Le territoire s'impose comme un construit social permanent, en constante appropriation. Dans ce sens, il peut être apparenté à un système dynamique complexe... En tant que système, le territoire se définit par rapport à son environnement... le territoire est par essence ouvert, nourri par les échanges et les relations, emboîté dans un ensemble d'autres espaces qu'il influence et qui l'influencent réciproquement* » (p.326). On sait que le territoire englobe un système qui change selon les différentes interactions qui regroupent ses acteurs et ses variables. L'auteur rajoute que : « ... *le territoire devient un tout, cohérent et construit ; ce qui signifie qu'il développe sa propre identité, sa propre histoire, sa propre dynamique différenciée dans autres espaces...* » (Leloup et al., 2005, p327). Dans ce sens, le concept « *territoire* » s'impose en sciences économiques comme étant un ensemble de construits économiques et sociaux permanents.

Requier-Desjardins (2009) présente le territoire de la manière suivante : « *le territoire renvoie à une définition d'un ensemble de relations entre une population et un espace. Cet ensemble de relations constitue un système dans lequel chacun des deux éléments ne peut s'appréhender qu'en référence à l'autre.* »(p.2). L'auteur précise également que la notion du territoire réunit également les représentations d'espace de vie, les pratiques de la population, l'espace vécu et l'espace social, par le biais des interactions sociales et le développement des lieux.

Ladouceur (2009) estime que le territoire a toujours été présenté comme étant un concept complexe et polysémique réapproprié en sciences économiques depuis des années. Il ajoute que : « *la complexité confère au territoire une certaine spécificité parce qu'il est le lieu de relations particulières entre de nombreux acteurs* » (p.41). Bien que cette complexité soit rarement envisagée par les chercheurs, elle renvoie souvent à un éventail de champ d'analyses pluridisciplinaires. En géographie, le territoire s'approprie de son environnement social en veillant à répondre aux besoins de la société. Étant compatible à l'approche géographique, la sociologique rattache le territoire beaucoup plus aux différents critères symboliques, culturels et identitaires qui

composent la structure de la société. Cet ensemble de valeurs et de normes communes résulte des liens historiques, relationnels et des interactions qui rattachent les individus à leur espace (Jafari & Benthami, 2020).

Colletis (2010) décrit le territoire sous une forme d'organisation sociale particulière. Elle estime que les territoires sont issus des mécanismes interactifs générant la création de richesse inattendue. Ces processus sont des dispositifs d'innovation qui découlent d'un certain nombre d'observations, d'expérimentations, et des nombreux tâtonnements. Aussi, le développement et l'évolution d'un territoire entraînent obligatoirement la construction d'une organisation qui interagit avec son environnement socio-économique, selon les normes de proximité géographique (Leloup et al., 2005).

En effet, Colette estime que le territoire n'est pas qu'un simple concept théorique, ce terme exprime une réalité d'ordre méthodologique et opératoire (Messeghem et al., 2009). La conceptualisation du mot « *territoire* » résulte d'un long processus historique. Le terme s'est construit à travers le temps et représente la structure de vie commune d'une région. Ce terme indique également un contenu spécifique et concret qui reflète l'aspect socio-économique et institutionnel du pays ; le concept illustre une configuration économique et sociale dont, les ressources, les activités ainsi qu'un ensemble de collectivités humaines assurant la cohésion de ce territoire. Il s'agit d'un segment dynamique établi de l'espace géographique. Étant un outil paradoxal résultant de l'encastrement des PME dans leur territoire (Messeghem et al., 2009), le territoire se compose de caractéristiques bien déterminées qui influencent les normes et les valeurs de son l'environnement. D'ailleurs, les entreprises opèrent généralement dans des espaces présentant une grande diversité de fonctions et d'activités contractuelles de gestion.

Par ailleurs, le territoire est considéré comme un mode d'adaptation à la mondialisation et qui résulte de la réactivité d'un certain nombre d'acteurs enracinés dans un lieu géographique apparent et distinct. A savoir que, le territoire n'est plus perçu un champ délimité sur lequel s'applique une gouvernance. Ce dernier devient un espace de coordination et d'interactions qui mobilise ces agents socio-économiques à diverses échelles (Landel & Pecqueur, 2011).

Messeghem et al (2009) relèvent trois principaux axes liés au concept du territoire :

- Le territoire est considéré comme étant un levier important du développement économique : un ensemble de réflexions sur la logique territoriale et son influence sur l'activité économique ;

- Le territoire est un acteur principal de la stratégie des entreprises : le territoire considéré comme un outil important pour le développement durable local et favorise l'encastrement des PME dans un territoire ;
- Le passage du territoire géographique au territoire relationnel : le territoire est abordé sous l'angle géographique, mais pas que. L'engagement des acteurs économiques dans un territoire explique les liens relationnels qui peuvent se développer entre eux ; on parle alors de proximité relationnelle.

Courlet & Pecqueur (2013) rajoutent d'autres spécificités, complémentaires aux précédentes, et désignent le territoire selon les critères suivants :

- D'après les théories liées aux économies externes, le territoire acquiert un certain nombre d'avantages liés au principe de proximités. Ce dernier regroupe un ensemble de facteurs tangibles et intangibles qui permettent, en partie, de réduire les coûts de transaction ;
- Il englobe l'ensemble des relations socio-économiques qui favorisent le capital dit « *relationnel* » ou « *social* » ;
- Étant un lieu de rassemblement collectif, qui permet d'insérer le système de gouvernement local ainsi que les administrations publiques locales dans leur environnement.

En somme, le territoire a plusieurs fonctions économiques. Il représente l'endroit où les firmes créent leurs richesses en combinant les différents facteurs de production dont, le coût du travail ainsi que le capital, tout en essayant de satisfaire la demande locale (Claval, 2008). Le territoire est le lieu où se rassemblent les fournisseurs et sous-traitants de biens et services afin de faciliter les transactions marchandes (Daumas & Lescure, 2014). Le territoire est de plus en plus analysé comme une organisation ayant un système dynamique qui intègre des acteurs qui interagissent entre eux socialement, et qui remplissent leur fonction en évoluant (Courlet & Pecqueur, 2013).

Par conséquent, le territoire représente le lieu d'échange, d'interactions et d'incertitudes entre les acteurs présents dans un environnement turbulent et variant (Pesqueux, 2014). Que ce soit en économie ou en gestion, l'entreprise étant une entité inséparable de son écosystème et de son territoire. Le croisement des travaux mobilisés par les chercheurs a permis d'ouvrir autant de perspectives d'analyses que d'outils méthodologiques, que ce soit dans le domaine de l'économie

ou des sciences de gestion (Messeghem et al., 2009). Toutes ces préoccupations s'inscrivent dans l'actualité de l'économie moderne, s'engageant dans une transversalité empirique, académique et scientifique, ces interrogations ouvrent de nouvelles perspectives aux contributions futures sur le dynamisme des territoires.

3.2 La notion de l'espace en économie géographique

Durant la période où le courant néo-classique était dominant, l'économie spatiale, une des branches principales d'analyses en sciences économiques, se préoccupait davantage de la notion « *espace* » ; l'espace était considéré comme le socle des activités économiques (Huriot, 1993) ; l'espace est le révélateur de structures au sein desquelles la covariation de propriétés quantifiables informe le chercheur dans son travail (Denis, 2016). Toutefois, dans ce contexte, les réflexions émises par les sciences économiques concernant les activités économiques et l'espace étaient univoques. Le principal usage de l'espace été dans les thématiques qui se rapportaient à la localisation des activités à travers les théories de l'équilibre spatial ou bien le comportement des acteurs économiques dans un territoire.

La conception de l'espace se développe en tant qu'ensemble articulé de lieux et de distances. D'ailleurs certains auteurs définissent l'espace comme : « *La notion d'espace est, par nature, attachée à celle d'inégalité : les ressources, la main d'œuvre, les prix de vente ne sont pas répartis de façon homogène ; la distance, les coûts de transport, introduisent des différenciations spatiale* ». (Lamarlière & Staszak, 2000, p.25)

Selon les multiples spécialités qui existent dans le domaine de la recherche, le terme « espace » se prête à différentes définitions, il est difficile de le cerner en une seule définition qui satisfait l'ensemble disciplines. Ce terme recouvre une multitude de réalités complexes qui évoquent plusieurs notions telles que : milieu, environnement, région, territoire. D'après Capron (2009) : « *l'espace n'est pas économiquement neutre...* » (p.36) ; en effet, l'espace peut également être un frein aux mouvements des biens et des individus ; du moment où il est considéré comme le lieu de rencontre entre les producteurs et les consommateurs, il provoque des coûts de transport variés et supplémentaires. Ces derniers peuvent, éventuellement, déséquilibrer les lois du marché dans le cas où l'espace est considéré comme une variable neutre.

À la différence du terme «territoire», la notion d'espace n'a pas de contenu concret. Il s'agirait, selon Améziane (2013) : «*d'une notion abstraite sans forme particulière et sans contours délimités. Elle évoquerait une étendue géographique informelle* » (p.35).

Le Tableau 1 ci-dessous recense certains aspects dressés par Sauvin (2015) dans son ouvrage, et qui ont été initialement abordés par les auteurs Léon & Sauvin (2010) sur les différences qui existent entre l'espace du territoire :

Tableau 1 : Différence entre espace et territoire

L'espace	Le territoire
Ensemble	Système
Homogène	Hétérogène
Découpage géopolitique	Tracés identitaires (conscience d'appartenance)
Substituable	Spécifique
Continu	Discontinu
Mesurable	Non mesurable
Transparent	Complexe
Appropriable	Non appropriable
Marchandise	Bien commun
Primat de la dimension économique	Approche multidimensionnelle
Relation de marché	Marché et hors marché
Collection d'individus	Acteurs-auteurs
Stock de production	Qualité des facteurs et de la relation
Passif	Actif
Allocation de ressources (réduction des coûts de transport)	Allocation et création de ressources spécifiques
Absence de capacité	Existence de capacités

Source : (Sauvin, 2015)

Dans la pensée économique traditionnelle, même si l'échange de produits homogènes se faisait dans des espaces différents, ils demeuraient des produits similaires. L'économie était encore considérée comme un monde ponctiforme. Toutefois, ce n'est qu'au cours du 20^e siècle que les changements dans l'utilisation du terme espace ont pu se révéler dans l'analyse économique (Beckerich, 2000).

De plus, l'espace n'est pas sans consistance physique. Il implique un assortiment de ressources matérielles et immatérielles, qui sont, à la fois générique et particulier (Améziane, 2013). Bien entendu, la gérance de ces richesses nécessite l'intervention d'un ensemble d'acteurs socio-économiques très variés tels que les entreprises (sous différentes formes), les pouvoirs publics et sans oublier les institutions de recherche et les établissements de formation. Aussi, sur le plan socioculturel, l'espace géographique jouit d'une certaine homogénéité de ses résidents, ce qui explique l'existence d'un certain nombre de comportements typiques et distinctifs d'une région à une autre.

Quant à la concentration des activités économiques dans l'espace, elle est considérée comme un phénomène courant dans la l'économie géographique. Dans chaque territoire, les régions rassemblent un large panel d'activités, et au sein même de ces régions, certaines zones sont plus dynamiques que d'autres (Jean-Roger, 2015).

Section 2. Évolution des modèles territoriaux de localisation

1 La disparité spatiale des entreprises

Selon Benko (2007) : « *les fruits du développement économique ne se répartissent pas de façon égale sur le territoire. On observe dans tous les pays des inégalités économiques d'une région à une autre.* » (p.141).

Les concepts inégalité ou disparités désignent les divergences de concentration et de développement des activités dans une ville ou une région. L'expertise de ces régions en termes de dispersion des activités économiques se fait, d'une manière implicite ou explicite, toujours en se référant à une autre source d'origine. D'ailleurs Benko (2007) rappelle le fait qu'admettre ces inégalités régionales entre les différents territoires justifie, en partie, les politiques de redistributions des activités économiques employées par les pouvoirs publics dans la lutte contre les disparités territoriales.

En économie, les chercheurs avaient tendance à considérer le comportement rationnel concernant la répartition des activités économiques comme l'unique outil d'analyse ; les modèles économiques avaient exclu le facteur espace de leur équation (Mack & Qian, 2016). Ce comportement rationnel est amené à expliquer la plupart des interactions et des échanges qui étaient présents au sein d'une société. De ce fait, l'idée même qu'une activité économique puisse dépendre de son environnement et du milieu dont lequel elle est présente n'était pas envisageable. La gestion des ressources était la seule perception du raisonnement économique. Comme le soulignent Lamarlière & Staszak (2000) : « *Les considérations spatiales ont été peu à peu évacuées de l'économie...* » (p.24) ; le marché est un lieu qui doit être assuré par un certain équilibre, or, la dimension et les lois qui régulent le milieu ont été abandonnées.

En effet, les disparités spatiales résultent des choix décisionnels volontaires émis par les entrepreneurs concernés. Ces choix sur la localisation des entreprises impliquent la différenciation entre les lieux géographiques basés sur des critères de préférences. L'approche économique permet, ainsi, d'analyser l'ensemble des variables susceptibles d'avoir un impact sur le choix de la localisation (Jean-Roger, 2015). Par ailleurs, l'acheminement de la démarche du choix de localisation passe, en premier lieu, par l'analyse de l'espace géographique.

Aussi, les activités économiques ont tendance, en règle générale, à se concentrer sur certains espaces plus que d'autres. Des chercheurs se sont penchés sur cette question en ayant pour objectif d'étudier les mécanismes d'interactions qui influencent sur ces inégalités (Sène & Codjia, 2016). Afin d'y parvenir, ces derniers ont commencé par examiner le processus des marchés régionaux du travail, en mesurant l'offre et la demande du marché du travail (Benko, 2007).

A cet égard, l'espace est devenu un facteur intrinsèque parmi les concepts économiques qui ont eu le plus d'impact durant ces dernières années (l'analyse des avantages comparatifs, l'émergence technologique... etc.). Il peut également être considéré comme un facteur de distance. D'ailleurs, la distance est l'un des premiers indicateurs mesurables évoqués par l'analyse économique de l'espace ; plusieurs théories ont été développées à partir de cet élément (Courlet & Pecqueur, 2007).

1.1 Les hétérogénéités qui affectent les activités économiques selon Lamarlière & Staszak, (2000)

Avant d'aborder les théories liées à l'économie spatiale, les auteurs Lamarlière & Staszak (2000) présentent les différents types d'hétérogénéités qui sont susceptibles d'avoir une influence sur les activités économiques dans un territoire.

1.1.1 Hétérogénéité de l'espace

La question que l'on pourrait se poser est : quels sont les éléments qui peuvent déséquilibrer l'activité économique ? Les chercheurs estiment que l'hétérogénéité spatiale est le produit de l'économie. Les éléments que l'on va aborder ultérieurement font également partie des résultats de l'implication de l'économie dans les territoires. Comme le soulignent certains auteurs : « *L'hétérogénéité spatiale à laquelle l'économie est confrontée semble, pour une part, le résultat de l'activité économique elle-même* » (Lamarlière & Staszak, 2000, p.129). D'ailleurs les nouvelles approches de l'économie géographique s'intéressent non seulement à la compréhension des dispersions spatiales, mais aussi à l'impact que peuvent avoir les activités économiques sur l'ensemble des territoires.

1.1.2 La distribution inégale des ressources naturelles

Le territoire est défini dans l'une des approches abordées comme un ensemble de ressources matérielles (Landel & Pecqueur, 2011). Les richesses naturelles d'un territoire sont, d'une manière générale, distribuées de façon inégale. Les richesses auxquelles on fait référence sont toutes les ressources naturelles présentes dans un territoire telles que l'eau, l'énergie solaire, les minéraux et les hydrocarbures... etc.

Leur distribution inégale fait la rareté et l'importance de l'espace qui détient ses ressources. Comme l'avaient souligné précédemment Lamarlière & Staszak (2000), il est impossible de considérer que les ressources naturelles soient indépendantes de l'activité économique. Celles-ci doivent sans cesse évaluer les coûts de transport et les coûts de matières premières par rapport à leur activité, et se retrouvent confrontées aux limites de l'espace.

Surtout que, ce qui décide de la rareté de ces ressources est bel et bien le contexte économique. Ainsi, l'auteur considère que l'hétérogénéité des ressources naturelles peut être perçue comme une donnée économique. La distribution de ces ressources est ainsi marquée par des niveaux de présence très différente selon les espaces.

1.1.3 La distribution inégale des individus dans un territoire

Tout comme les ressources naturelles, l'individu est indissociable de l'activité économique, il en est même le centre. Dans les sciences économiques, l'homme est considéré non seulement comme un facteur de production, mais aussi comme un consommateur. D'où l'importance de prendre en considération l'hétérogénéité de la population résidante dans un territoire donné.

À savoir que, la population connaît une distribution inégale à l'échelle mondiale, et cette inégalité s'explique majoritairement par le taux de croissance naturel de la population. En calculant le taux de natalité et de mortalité on obtient le taux d'évolution de cette population, mais pas que. Cette croissance dépend également des migrants qui sont souvent négligés ; la circulation de l'homme d'un territoire à un autre fait que, certains espaces se vident et d'autres se remplissent.

Et qui dit hétérogénéité de la population, dit forcément hétérogénéité de la main d'œuvre, autrement dit « *la force de travail* ». La main d'œuvre est répartie différemment dans tous les

espaces. Elle ne présente pas les mêmes qualités de travail, que ce soit par rapport aux critères de compétences, d'aptitudes, de capacités ou de valeur (coût de travail).

Dans les pays développés dits « *industriels* », la main d'œuvre présente y est généralement compétente et expérimentée, toutefois les honoraires de cette ressource restent élevés. Rappelons-le que l'objectif général des entreprises est de minimiser les coûts de transport et surtout de la main d'œuvre. Toutefois, lorsqu'il s'agit d'entreprises qui visent des produits de qualité, elles visent des pays dotés de ressource humaine plus compétente, en dépit des coûts élevés de travail.

Contrairement aux pays développés, les pays en transition économique connaissent une évolution industrielle récente. De ce fait, ils n'ont pas forcément besoin une main d'œuvre très qualifiée. Ils ont également l'avantage d'avoir un coût de travail beaucoup plus faible que les pays développés. Généralement, ce genre de pays attirent beaucoup plus les industriels qui veulent faire appel à une main d'œuvre pas très coûteuse et qui cherchent la quantité en dépit de la qualité.

Ainsi, la répartition spatiale des ressources humaines dans un territoire est un facteur capital pour la localisation des activités économiques. Les entreprises s'adaptent et se localisent dans des régions qui leur semblent adéquates pour leurs activités.

1.1.4 La population, consommateur de biens et services

Le deuxième aspect sur l'hétérogénéité de la population concerne le nombre de consommateurs. Effectivement, un nombre de populations élevé dans une région particulière est égal à un nombre de consommateurs élevé. D'ailleurs, l'auteur avait mentionné que : « *Les espaces densément peuplés garantissent des demandes plus élevées* » (Lamarlière & Staszak, 2000, p.124).

Toutefois, il est indispensable de prendre en compte le contexte socio-économique et politique de la région, car tout est relatif. La demande est fortement affectée par le pouvoir d'achat des consommateurs ; le revenu affecte les choix et les habitudes de consommation et évolue avec celui-ci. Un consommateur venant d'un pays développé ne consomme pas de la même manière qu'un consommateur issu d'un pays pauvre ou en voie de développement.

L'hétérogénéité de la demande peut, éventuellement, refléter celle du marché ; le marché est le lieu de rencontre de l'offre et de la demande. Et les sociétés n'évoluent pas au même rythme des

différents espaces qui existent. La disparité au sein des sociétés peut ainsi être un résultat de la variation de la demande.

1.1.5 La répartition hétérogène des capitaux

On rappelle que les capitaux sont un des facteurs de production les plus importants. Tout comme les ressources naturelles et la population, ils sont répartis différemment dans l'espace. Actuellement, la mondialisation économique a fait que les flux financiers circulent de plus en plus librement dans le monde. Dans les pays développés et riches, les capitaux circulent plus librement et sans restriction, contrairement aux pays pauvres, qui ont moins de capitaux disponibles dans leur territoire. Cette situation explique, en partie, la variation qui existe dans la distribution des capitaux dans l'espace.

2 L'approche de l'économie spatiale selon les précurseurs de la pensée territoriale

Ponsard (1988) présente le terme « espace » dans le cadre d'une démarche économique qui se réfère à « *la théorie néoclassique* » et qui nous renvoie à un ensemble de paradigmes classés selon ses travaux de recherche (Jean-Roger, 2015).

L'économie spatiale est définie par certains auteurs comme étant : « .. *une branche qui étudie l'influence de la distance, essentiellement de façon mathématique, sur la distribution géographique de l'activité économique.* » (Lamarlière & Staszak, 2000, p.24).

En dépit de son importante contribution au cours du 19^e siècle, l'économie spatiale a longtemps été considérée comme un domaine marginal, contrairement au corpus de la pensée économique (Huriot, 1993). Ce n'est qu'avec les apports et les contributions des chercheurs tels Thunen, Weber et d'autres pionniers en économie spatiale, qu'une large littérature sur la dimension spatiale a été développée ; elle a pu être intégrée parmi les grandes théories de la pensée économique.

Récemment, les chercheurs assistent au développement et à l'intégration de ce qu'on appelle aujourd'hui « *l'économie spatiale* » dans le champ d'études scientifiques. Cette démarche a pour

intérêt de comprendre et d'expliquer les phénomènes liés à la dispersion spatiale. Elle engage également les principales avancées théoriques sur l'espace dans les sciences économiques. Jean-Roger (2015) indique que : « *L'analyse des phénomènes sous l'angle de leur organisation spatiale est alors mise au service de la compréhension de leurs propriétés et de la recherche de modèles explicatifs* » (p.25). Par ailleurs, cette approche intervient dans diverses disciplines telles que l'économie, avec l'extension de son analyse en « *économétrie spatiale* ». Pecqueur (2007) assume également que : « *depuis un quart de siècle s'est développée une vision de l'espace à la fois "actif et contexte" définissant une nouvelle économie spatiale appelée aujourd'hui "économie territoriale."* » (p.45).

Losch intègre dans son ouvrage "*l'ordre spatial de l'économie*"; considéré comme l'une des références en matière de contributions scientifiques dans le domaine de l'économie spatiale, la théorie de l'équilibre général de Walras à la théorie de localisation des firmes (Lamarlière & Staszak, 2000). Il parvient à joindre la différenciation des coûts de production dans l'espace et celle des prix de ventes aux problèmes liés à la localisation des activités économiques. Quant à T Palander et W. Isard, ils tentent de relier la dimension spatiale à l'économie, la géographie et l'aménagement du territoire. Ils s'intéressent davantage à la localisation des activités économiques et à la théorie de l'équilibre.

Ces apports de recherche permettent de construire une typologie de la recherche en économie spatiale tout en rappelant les travaux essentiels qui touchent des notions telles que : la distribution des ressources naturelles, les organisations, la répartition des firmes... etc. Cette approche est également qualifiée par les chercheurs d'approche "*néoclassique*". Elle a été développée en réponse aux insuffisances liées à la prise en considération de l'espace (Lamarlière & Staszak, 2000). Concernant la problématique de la localisation des entreprises, cette approche puise ses fondements essentiellement des théories sur les coûts de transport. Ces théories sont liées à la distance géographique et à l'existence d'une hétérogénéité relative à un certain nombre de facteurs explicatifs entre les différents espaces. Dans cette approche, le principe de la localisation dépend majoritairement de la relation entre la maximisation et la minimisation des coûts de transport, mesurés selon des principes bien définis (Jean-Roger, 2015).

Aussi, on distingue deux principaux axes issus de l'approche néoclassique. Le premier axe consiste à insérer l'espace dans le processus d'équation initial de Walras, de sorte à préserver l'équilibre de la localisation des firmes d'une manière rationnelle et optimale. À savoir que, cet axe n'a pas réellement pour objectif de comprendre ni d'expliquer le phénomène de répartition des

entreprises. Toutefois, prenant conscience de la contradiction des indicateurs de l'espace au modèle de l'équilibre général, certains économistes tels que Tord et Walter ont préféré se focaliser davantage sur les processus concrets liés au développement économique. Ce n'est qu'à la suite de la Seconde Guerre mondiale que l'analyse spatiale parvient à être considérée comme un champ d'études, avec la réintroduction de l'espace en économie internationale qui sert de fondement de base à l'explication de l'hétérogénéité de l'espace (Lamarlière & Staszak, 2000).

Par rapport au deuxième axe, ce dernier se développe avec l'approche macroéconomique et plus particulièrement avec l'auteur Keynes. Les différents apports de l'économie spatiale s'accompagnent d'une attention plus particulière au fonctionnement économique des territoires ; le modèle keynésien est utilisé pour estimer l'impact de l'investissement sur une région, une ville ou un pays.

Quant à l'approche marxiste, les économistes s'intéressent à la division internationale et au développement inégal d'un territoire. Toutefois, l'espace n'est pas réellement considéré comme une donnée quantitative ; il est le résultat issu des rapports sociaux.

En somme, les théories de l'économie spatiale expliquent la localisation des entreprises à travers un ensemble de principes communs et qui se basent sur :

1. La maximisation/minimisation des coûts de production (transport, main d'œuvre...);
2. Le choix de la localisation est basé sur la capacité de l'entreprise à couvrir suffisamment ses dépenses et ses coûts de production ;
3. La régulation du marché et des comportements économiques s'opère à travers l'existence du système de concurrence.

2.1 La localisation des activités agricoles selon J.H. Von Thünen

Avant le 18e siècle, la pensée économique et l'économie spatiale étaient deux disciplines qui avaient longtemps suivi des chemins séparés ; l'économie spatiale était marginalisée par rapport aux approches de l'économie classique (Huriet, 1993).

Ce n'est qu'aux alentours du 19e siècle que la première véritable théorie économique spatiale est apparue (Benko, 2008). L'analyse économique du territoire a commencé à faire son apparition

en Allemagne, notamment avec les apports pionniers des chercheurs Von Thunen et d'Alfred Weber (Boutillier et al., 2016). Ces auteurs étaient parmi les premiers économistes à s'intéresser à l'espace autant qu'objet de recherche ; ils cherchaient à l'inclure dans les sciences économiques.

De ce fait, vivant dans une époque dite « *l'avant-révolution industrielle* », la majorité de la population travaillait dans l'exploitation agricole. Cette dernière qui se trouvait être l'activité économique principale en ce temps-là, et sa distribution était relativement équilibrée dans l'espace. D'ailleurs, à l'époque d'Adam Smith et des physiocrates, le problème de la localisation ne concernait que l'agriculture. Le chercheur Krzyzanowski (1927) mentionne que Schaffle été parmi les premiers à aborder l'importance de l'attractivité territoriale et l'intérêt des conditions naturelles dans les grandes villes.

Quant à Thünen, il tente de comprendre le mécanisme de localisation des activités agricoles selon les villes ou tous les acteurs socio-économiques y été concentrés et exerçaient les échanges selon l'offre et la demande. À travers la vérification de ses hypothèses, il considère que la production des biens n'a de sens et n'est exploitable que si elle se trouve à proximité du marché. Sans cela, les coûts reviendraient trop élevés. Grâce à la contribution de ses travaux, il parvient à dresser un réel arbitrage entre la rentabilité de l'activité agricole et sa distance avec le marché.

En s'inspirant des travaux antérieurs présentés par Ricardo et à partir de sa théorie intitulée autrefois « *théorie de la rente* », Thünen formule une théorie sur les facteurs responsables de la répartition des activités agricoles ainsi que leur concentration (Jean-Roger, 2015).

Les principales hypothèses émises par Thünen sont :

- Le prix de vente est invariable ;
- Les coûts de production sont partout similaires ;
- L'existence d'un marché unique et homogène ;
- Les coûts de transport sont identiques et ne varient pas en fonction de la direction ;

L'auteur parvient à développer ses hypothèses en plusieurs axes principaux et les résume de la manière suivante :

- Les produits localisés près du marché sont les biens qui ont le coût de transport le plus élevé. La distance structure et influence la répartition des activités dans un territoire. Le coût de transport dépend vraisemblablement de deux facteurs importants ; le bien et la distance.

- La concentration des activités agricoles dépend non seulement de la rareté des terrains mais aussi des coûts directs et indirects liés aux produits (coût de transport, coûts liés à la vente... etc.)

Ainsi, c'est au milieu vingtième siècle que Thünen connaît le plus de succès. L'auteur détermine son principal modèle qui décrit le mécanisme de la localisation en fonction de la distance de l'activité avec son marché. Son modèle a pu fournir des déclinaisons différentes et variées pour de nombreux chercheurs. Il est également compatible avec différentes disciplines telles que, l'économie, l'agronomie, ainsi que l'économie géographique et urbaine. Par la suite, de nombreux chercheurs se sont inspirés de son modèle et l'on utilisé comme référence de base pour développer des paradigmes liés au commerce international.

2.2 La localisation des industries selon le modèle d'Alfred Weber

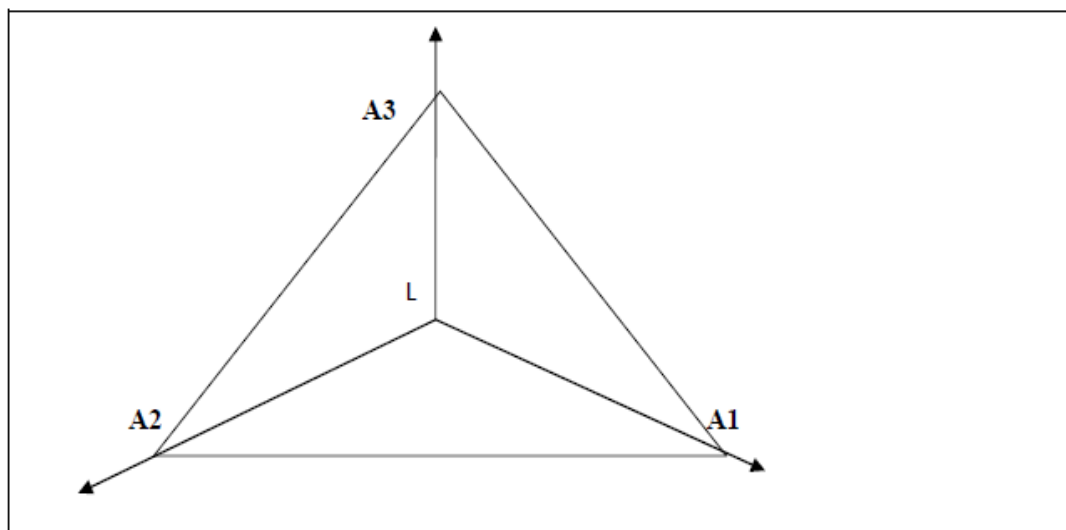
Faisant partie des économistes pionniers en analyse spatiale des activités industrielles, Weber était considéré, à tort, comme un économiste néo-classique. L'approche de son analyse était plus sociologique qu'économique. Son objectif était avant tout d'expliquer la révolution urbaine allemande ; il avait développé ses principes fondamentaux en Allemagne durant la période 1860 et 1895. Poursuivant ses recherches, Weber se retrouve, sans le vouloir, entrain de comprendre et d'expliquer les évolutions des localisations spatiales économiques (Lamarlière & Staszak, 2000).

Avec le débarquement de « *la révolution industrielle* », l'économie a connu un grand bouleversement révolutionnaire. Ce dernier s'est traduit par l'extension de l'industrie dans la plupart des grandes villes, laissant l'activité agricole dans les zones rurales les plus éloignées. C'était une période où les contraintes économiques se sont détournées du domaine agricole pour se focaliser sur l'industrialisation des espaces. Et cela grâce à l'inauguration et au développement de nouveaux mécanismes de production dans les villes. Comme le mentionne Jean-Roger (2015): « *l'industrialisation diffuse... et la production se concentre désormais autour d'un nombre plus réduit de pôles. Cette situation va générer une réduction des coûts de transport entre les zones de production et les zones de consommation.* » (p.30). Ainsi, le premier initiateur du modèle de la localisation des activités industrielles a été développé par Weber.

Les principales idées du modèle conçu par Weber sont axées sur :

- L'optimisation de la localisation des industries ne pouvait se faire qu'à travers la minimisation des coûts de production, et plus précisément, les coûts de transport.
- Par le postulat de l'uniformisation de l'espace Wébérien, les facteurs spatiaux tels que le coût de la main d'œuvre sont responsables.
- L'effet d'agglomération ou de désagglomération .

Schéma 1: La localisation des entreprises selon Alfred Weber



Source : (Lamarlière & Staszak, 2000, p)

- A1 et A2 : Les lieux d'extraction des matières premières
- A3 : Le centre de consommation
- L : le lieu d'implantation de l'entreprise

Weber avait conçu son modèle sur la base certain postulats. Pour l'auteur, l'entreprise est une entité qui produit un bien unique et constant. Ce produit ne nécessite qu'un nombre limité de matière première. Il nécessite également l'optimisation des coûts de transport dans une optique de concurrence pure et parfaite.

En outre, on peut considérer que sa théorie découle d'une idée de base assez simple. Pour l'auteur, l'optimisation des coûts de transport est l'un des facteurs clés pour augmenter la productivité d'une entreprise tout en proposant un produit à un prix très compétitif sur le marché (le moins cher possible).

C'est ainsi qu'il propose deux choix :

- Dans le cas où les entreprises se trouvent confrontées à des coûts de transport élevés, celles-ci devront revoir leur stratégie de localisation et se rapprocher au maximum des sources de matières premières ;
- Dans le cas où les coûts de distribution vers le marché sont élevés, l'entreprise devra se rapprocher alors de ce dernier.

Weber retient des indicateurs simples et faciles à manipuler pour expliquer la répartition spatiale des industries, parmi ces indicateurs on retrouve :

- Les coûts de transport globaux (en incluant les coûts de transport liés à l'expédition du produit fini jusqu'au marché) ;
- L'introduction d'une variable déviante qu'est le coût de la main d'œuvre comme alternative au coût de transport ; lorsqu'il est plus rentable pour l'entreprise de se focaliser sur la minimisation des coûts de la main d'œuvre qui compensera les coûts élevés de transport ;
- Les économies d'agglomération ;
- Les facteurs d'environnement tels que le climat ;
- Facteurs institutionnels tels que le taux d'impôts, taux d'intérêt... etc.

Néanmoins, selon Weber, ces facteurs ne peuvent avoir une signification qu'en présence de certaines conditions et dans un environnement qui doit répondre aux critères adéquats :

- L'espace est considéré comme homogène sur tous les aspects ;
- Le marché est soumis à la concurrence pure et parfaite. Les prix ne peuvent pas fluctuer selon les individus ;
- La main d'œuvre est généralement répartie dans un endroit commun et bien précis ;
- Les produits finis sont localisés dans un marché précis ;
- La matière première est présente dans des espaces spécifiques ; d'où l'intérêt pour les entreprises de s'en rapprocher le plus possible afin de minimiser les coûts ;
- Ce système ne produit pas de différenciation dans les prix.

Aussi, Weber réalise une analyse dite « capitaliste » et intègre la main d'œuvre pour estimer la portée de ce facteur sur la répartition spatiale des industries ; il cherche à comprendre les mécanismes des effets d'agglomération (Lamarlière & Staszak, 2000).

Il est alors indéniable de considérer Weber comme le précurseur du modèle de base de toutes les théories qui se sont succédé sur la compréhension des choix de localisation des firmes. Il a, incontestablement, laissé une trace grâce à son modèle qui a été repris par de nombreux chercheurs. Il a également su donner un sens économique et mesurable au facteur primordial de sa théorie ; on parle bien évidemment du coût de transport. Depuis, des travaux ultérieurs se sont engagés à améliorer les approches empiriques initiées par Weber. Et surtout, son modèle a également servi de référence à l'analyse de l'économie néoclassique dans le domaine du commerce international.

Néanmoins, compte tenu des apports conceptuels apportés par l'auteur, ses travaux ont souvent fait l'objet de critiques. Ils ont, en effet, été qualifiés de traditionnels et de non stratégiques pour les firmes. Aussi, son modèle ne résout que partiellement la compréhension du choix de localisation, et néglige les sources multiples qui peuvent souvent avoir des répercussions sur la localisation.

2.3 Le modèle duopole de concurrence spatiale de Hotelling

Hotelling occupe une place importante dans la pensée « *néoclassique* ». Auteur du 3^e modèle en économie spatiale, il s'intéresse à la localisation des entreprises (et plus particulièrement celle de deux entreprises) en ayant pour seul objectif la maximisation de leurs profits.

Les activités économiques peuvent-elles insérer de l'hétérogénéité dans un territoire initialement considéré comme homogène ? Hotelling tente de répondre à ce type de thématique en proposant un raisonnement simpliste dans son approche (Lamarlière & Staszak, 2000). Considéré également comme initiateur de la « *concurrence spatiale* », il explique à travers ses apports la notion de différenciation des biens dans une localisation. Selon lui, même si deux produits peuvent être jugés comme étant homogènes et similaires, s'ils ne sont pas exposés dans le même marché, ils seront automatiquement considérés comme des biens différents.

Les idées clés proposées par Hotelling sont :

- Le marché est linéaire ;
- Le choix de la localisation concerne deux vendeurs ;
- Les produits sont vendus aux mêmes prix et qualité par les entreprises ;
- Pour le consommateur, le seul critère de choix est la distance à parcourir jusqu'au vendeur le plus proche.

Jean-Roger (2015) indique également que : « *La distance est un écart spatial, elle exprime plusieurs séparations spatiales entre les phénomènes dans un espace donné et recouvre plusieurs formes selon le type d'espace considéré. L'espace géographique est un espace bidirectionnel ponctué d'objets* ». (p.38). Bien que la notion « *distance* » se trouve être présente dans toutes les théories citées jusqu'à maintenant, il est important de préciser qu'elle est considérée comme une variable dépendante de son environnement. Elle est liée à la culture du territoire, à la politique exercée par le gouvernement, et dépend du niveau de richesse et développement du territoire.

En essayant d'apporter le maximum d'équilibre à son modèle de localisation spatiale, Hotelling tente de :

- Mettre en évidence le conditionnement de la localisation spatiale des entreprises concurrentes et observer les échanges et les interactions qui s'opèrent entre elles, sur le même marché.
- Définir les tendances les plus influentes sur le choix de la localisation de ces entreprises.
- Démontrer que plus les deux entreprises représentées dans son modèle se rapprochent l'une de l'autre, plus elles arriveront à minimiser les coûts de transport et à réduire la différenciation de leur produit au maximum.

D'où l'appellation de « *La loi de Hotelling* » ou bien « *le principe de différenciation minimale* ». Ce principe exprime les différentes manifestations stratégiques des firmes face à la concurrence spatiale. La loi de Hotelling explique également, plus en détail, le lien qui existe entre la concentration géographique des entreprises et le type de biens qu'elles produisent ; plus leurs produits sont similaires et homogènes plus ces entreprises ont tendances à se rapprocher l'une de l'autre et à se localiser dans le même espace, afin de rapprocher au maximum les consommateurs. Toutefois, les travaux de Hotelling présentent, également, certains inconvénients qui remettent en cause l'équilibre de son modèle de localisation par rapport aux consommateurs.

Les limites de ce modèle résident dans le fait que certains chercheurs estiment que, contrairement au raisonnement de Hotelling, les entreprises qui vendent des produits homogènes et similaires ont tendance à écarter au maximum la possibilité de la concurrence directe ; les entreprises qui vendent des produits homogènes et similaires ont tendance à vouloir écarter la concurrence en s'éloignant le plus possible des autres entreprises.

2.4 Le modèle du coût global et des éléments de la compétitivité de Tord Palander

Palander tente d'apporter un prolongement aux théories présentées par Hotelling et Weber, en essayant de contourner les limites de leurs modèles. Ainsi, à partir des travaux antérieurs sur les effets de la variation des prix sur le marché, Palander avait proposé une analyse de type duopole (le cas de deux entreprises) pour définir la limite du marché selon les coûts de production. Il avait également essayé d'analyser les répercussions résultantes de la baisse des prix dans un marché partagé avec les concurrents. À la fin, son objectif était tout simplement de dresser une classification des liaisons spatiales qui étaient susceptibles d'avoir un impact sur l'activité économique.

De ce fait, en reprenant le concept de la compétitivité initié par Weber, Palander formule son hypothèse dans la manière suivante :

L'entreprise n'est pas attentive qu'aux coûts de transport. Elle s'intéresse davantage à son profit global ; ce qui explique que, lorsque l'entreprise cherche à minimiser les coûts de transport, elle cherche avant tout à augmenter son profit et sa présence sur le marché.

Aussi, dans sa démarche vers la compréhension du phénomène de localisation spatiale des entreprises et dans le contexte du capitalisme, Palander s'inscrit plus dans une démarche micro-économique. Il accorde plus d'importance au comportement de l'entrepreneur. Ce dernier peut présenter des comportements différents qui varient selon la localisation spatiale de l'entreprise.

Dans un contexte où Palander intègre, dans son analyse, les évolutions des prix et de la demande dans un marché, ce dernier se décide à ne retenir que certains facteurs qu'il juge importants dans son modèle :

- Les coûts de transport initiés précédemment par Weber ;
- Le dynamisme du marché et son impact sur l'entreprise. Le marché détermine les prix selon la demande et influence la décision de localisation de l'entrepreneur. Ce dernier cherche à maximiser son rendement en tenant compte des coûts de transport et en adaptant ses coûts de production et son prix de vente selon son concurrent sur le marché.

Cependant, bien que le modèle de Palander ait apporté certaines nouveautés par rapport aux théories précédentes, il est, néanmoins qualifié de « *statique* » pour certains auteurs (Jean-Roger,

2015). Effectivement, l'analyse de Pander exclue d'autres facteurs tout aussi importants et influant dans l'analyse spatiale des firmes,

2.5 Le modèle d'Auguste Losch

Dans ses travaux de recherche, Losch présente une réponse critique par rapport aux contributions de Weber ; Weber avait exclu le facteur de la demande dans son analyse ainsi que son évolution dans le marché. Losch considère la demande comme la variable la plus déterminante dans le processus de la localisation des firmes. Selon lui, la localisation la plus optimale est celle qui permet de viser le point minimum des coûts. Il établit son modèle à partir des facteurs suivants :

- L'interdépendance des entreprises ;
- La demande dans le marché ;
- Les forces d'agglomération.

Les systèmes de lieux centraux de Losch permettaient de créer des lieux spécialisés. Il a également illustré comment certaines places centrales se développent en zones plus riches que d'autres. Il a négligé les variations spatiales des coûts de production en les maintenant constantes, et a plutôt décrit l'emplacement optimal comme étant celui où la plus grande zone de marché possible est monopolisée. Losch tente ensuite de trouver l'emplacement à profit maximum en comparant, pour différents emplacements, à la fois les coûts de production et la zone de marché qui peut être contrôlée. Dans le cadre de cette situation concurrentielle, l'emplacement choisi ne sera peut-être pas l'emplacement le moins coûteux, comme le prévoit l'école wébérienne. Il s'agira plutôt de l'endroit où le profit est maximal, en fonction des recettes des ventes plutôt que des coûts de production et de distribution.

Les limites de la théorie de Losch sont :

- La théorie de Losch est de nature abstraite ;
- Elle est excessivement axée sur la demande ;
- La notion de demande du marché de Losch est considérée comme étant trop simple ;
En réalité, un entrepreneur devra traiter plusieurs questions avant d'estimer la demande comme base de ses décisions de localisation ;

- L'étude empirique pourrait ne pas montrer un modèle tel que celui envisagé dans la théorie.

3 L'approche behavioriste

L'approche behavioriste a pour ambition d'introduire l'analyse comportementale de la firme dans les théories de la localisation des entreprises (Chaudey, 2014). Cette approche a été développée à la fin des années soixante. Elle s'est principalement inspirée des travaux du chercheur Simon qui avait abordé le principe de la rationalité chez les individus. Bien que ce principe était également présent chez les néoclassiques (Jean-Roger, 2015). Cette approche représente la rationalité limitée de la localisation. Elle estime que cette rationalité est contrainte par les coûts vu que la localisation est le résultat d'un processus décisionnel ; l'information dont dispose l'entrepreneur est coûteuse et limitée (Ajabid et al., 2002).

Bien que cette approche ne présente pas de modèle d'analyse sur répartition spatiale des firmes, contrairement aux théories citées précédemment, elle considère que la localisation est une question de choix satisfaisant et fournit un ensemble de concepts et de notions qui facilitent le discernement du phénomène d'implantation des entreprises.

Cette approche a pour principal objectif d'intégrer plusieurs notions dans son analyse des choix d'implantation des firmes.

- Le comportement de l'entrepreneur et la rationalité limitée ;
- L'utilisation de l'information comme outil important dans la prise de décision d'implantation ;
- La prise en considération de la dimension psychologique de l'entrepreneur dans le choix de localisation.

Afin de déterminer le choix d'implantation le plus rationnel, l'entrepreneur doit prendre en considération tous les facteurs qui l'entourent et évaluer chaque possibilité dont il est confronté (Bousquet, 2014). On retrouve également les notions du risque et de l'incertitude qui sont appréhendées d'une manière différente, par l'entrepreneur, selon ses aptitudes. Sachant que, la réussite et la pertinence de l'entrepreneur dépendent de l'information dont il dispose pour faire le choix le plus satisfaisant et le plus rentable pour son entreprise.

Ce qui est différent avec cette approche, contrairement aux théories précédentes, dont l'objectif commun était avant tout d'atteindre la localisation la plus parfaite et la plus optimale, l'approche behavioriste a plutôt tendance à s'orienter vers la localisation la plus satisfaisante et surtout, la plus acceptable pour l'entrepreneur. Effectivement, dans ce cas, il est question de répondre aux objectifs que l'entrepreneur s'est fixés au départ, comme par exemple augmenter le profit de son entreprise, améliorer sa productivité, faire concurrence aux autres entreprises... etc.

Aussi, on constate l'intérêt que porte cette approche pour le comportement de l'entrepreneur, et plus particulièrement l'aspect psychologique de celui-ci. Sur la base de travaux empiriques, les chercheurs ont observé que la dimension psychologique du décideur était fortement liée au processus de prise de décision. Bien que le mécanisme de prise de décision chez l'individu est complexe et très compliqué à cerner.

L'entrepreneur réagit aux stimulus qui émanent de son environnement selon ses préférences, ses goûts, ses aptitudes et ses expériences. Tous ses éléments influencent d'une manière ou d'une autre ses décisions face au choix de l'espace. À savoir que, l'espace comporte également une culture, des habitudes et des traditions. Ainsi, nous retrouvons une combinaison de facteurs déterminants, qui pouvaient paraître insignifiants pour certains chercheurs, mais qui en réalité, ont un réel impact sur la localisation des firmes dans un espace.

En somme, la recherche d'un espace acceptable et satisfaisant passe par plusieurs étapes. L'entrepreneur procède au traitement d'informations nécessaires sur ses éventuels projets, les outils nécessaires au bon fonctionnement de celui-ci, le type de main d'œuvre recherchée... etc.

4 L'école institutionnelle

L'approche institutionnelle est un courant qui a été vulgarisé depuis les années 80 (Jean-Roger, 2015). Les fondements de cette approche ne sont que le résultat de plusieurs études et théories multidisciplinaires qui se sont intéressées à « *l'organisation* ». Cette dernière a été analysée sous différents aspects.

Et tout comme l'approche behavioriste, l'approche institutionnelle dite « *l'approche stratégique des firmes* » considère, également, la théorie de la localisation des firmes comme un processus stratégique important pour l'entrepreneur. Bien qu'elle ne présente pas un réel modèle

économique, elle participe à mettre en évidence les facteurs importants liés au comportement de l'entrepreneur face à la prise de décision liée à l'implantation de l'entreprise.

L'approche institutionnelle s'est inspirée des nouvelles théories économiques de l'entreprise. Parmi ces théories on cite : la théorie des contrats, la théorie évolutionniste, la théorie japonaise... etc. Mis dans le contexte socio- économique et politique, l'entreprise dépend incontestablement de son territoire. Ce qui se traduit par la participation directe ou indirecte l'environnement dans le processus de prise de décision de l'entrepreneur. D'autant plus que, l'entrepreneur est un individu qui dépend de sa dimension psychologique ainsi que de son vécu pour réagir et effectuer une tâche. Ce processus peut paraître rationnel et cohérent, cependant, il reflète un ensemble de compromis, de négociation, de conflits et de débats avec les fondations du territoire d'implantation.

Toujours dans la perspective de cette approche, étant une organisation et une institution à la fois, l'entreprise présente plusieurs statuts (Martin, 2010). L'organisation est une notion qui a été introduite dans les nouvelles théories classiques de l'entreprise en dépit des déficiences du marché. Plusieurs approches et théories tentent de mieux la cerner en combinant plusieurs aspects, que ce soit des faits socioéconomiques, politiques, ou autres. En outre, l'auteur définit l'organisation comme étant : « *un groupement de participants qui œuvrent ensemble pour atteindre des objectifs partagés, tels que la conquête du pouvoir, la production, l'aide humanitaire... Les organisations exercent des interactions avec les acteurs qui la composent et la société* » (Lamarlière & Staszak, 2000, p.205).

➤ **Organisations vs institutions**

Selon certaines conditions, les territoires ne sont pas seulement « des organisations » mais aussi « des institutions » (Lescure, 2007). En économie, on constate une distinction importante entre les deux concepts organisation et institution (Chavance, 2018). Ces concepts répondent à une réalité et un contexte bien différents. Les institutions représentent l'ensemble des valeurs et des standards qui contribuent aux fondements et à l'équilibre d'une société dans un territoire (Offner, 2006). Étant indépendantes juridiquement, elles se composent de : familles, religions, école... etc. Aussi, elles dépendent fortement du contexte historique et social dans lequel elles sont enracinées.

Plus loin dans cette théorie, on constate que l'approche néo-institutionnelle s'intéresse, comme son nom l'indique, davantage aux institutions et à leur rôle dans la société surtout par rapport aux individus. Selon l'analyse de Jean-Roger (2015), l'importance de ces dernières réside dans le fait que : « *les institutions déterminent la dotation initiale des ressources des individus... elles*

établissent des règles d'agrégation et de pondération des intérêts individuels. » (p.60). Dans le courant néoclassique, les institutions sont retenues comme étant un élément neutre et indifférent. D'autant plus que, les chercheurs les considèrent comme des variables indépendantes et exogènes. Ceci explique le fait qu'elles peuvent faire partie d'un nouveau champ de recherche dans les sciences économiques. L'existence même des coûts de transaction et la recherche continue des coûts les plus compétitifs poussent les acteurs économiques à différencier ouvertement les diverses institutions, d'où l'importance de l'intégration des organisations dans le processus de minimisation des coûts de transaction.

Dans le Tableau 2, Jean-Roger (2015) propose une comparaison basée sur des théories actualisées de l'entreprise :

Tableau 2 : Les théories de l'entreprise

	Théorie des contrats	Théorie des coûts de transaction	Théorie évolutionniste	Théorie de la firme japonaise
Auteurs principaux	E.Fama et M. Jensen	R.H.Coase et O.E. Williamson	S.Winter et R.Neslon	M. AOKI
Les fondements	- les droits de propriété définissent les délimitations des différentes formes d'organisations. -l'application de contrats entre les différents agents au sein d'une organisation. - l'entreprise est l'endroit où se rassemble les personnes	- l'objectif principal de l'entreprise est la réduction de ses coûts de transaction en suivant ces trois stratégies : - l'intégration d'un grand nombre de fonctions au sein d'une entreprise	- la survie est l'une des préoccupations principales de l'entreprise - une entreprise qui arrive à survivre parmi ses concurrents détient des capacités adaptatives d'enlever. Son aptitude à	- entre les entreprises japonaises et américaines, il existe une forte différence dans les structures des échanges d'informations. - une structure horizontale de l'information est plus souple

	propriétaires et les autres acteurs tels que les employés, fournisseurs, et les actionnaires grâce à l'intégration de l'outil « contrat »	-suivre les tendances dictées par les lois du marché. - diversifier les relations contractuelles telles que des agents intermédiaires (sous-traitants)	s'intégrer dans le milieu lui permet un meilleur développement.	et s'adapte plus efficacement à l'environnement contemporain turbulent actuel qu'une structure classique hiérarchique et autoritaire.
--	---	---	---	---

Source : Jean-Roger (2015)

Au final, ces approches dites « classiques » présentent des théories et des thèses qui demeurent limitées par rapport à l'économie moderne actuelle. Ces approches ne se focalisent que sur la recherche de l'équilibre optimal en ignorant le rôle important de l'espace. Elles négligent les spécificités et les caractéristiques du territoire, ce qui est tout à fait légitime dans un sens ; ces modèles ont été conçus dans un contexte où les forces d'agglomérations et les économies modernes n'existaient pas encore.

5 La localisation des firmes selon l'économie géographique

Depuis les années 1980, les mutations dans le domaine de la recherche ont été plus en plus remarquables. Elles élargissent de plus en plus leur champ d'études en s'orientant vers des concepts tels que l'espace et le territoire. Le renouvellement de la géographie économique s'inscrit dans une nouvelle aire appelée « la nouvelle géographie industrielle » (Benko, 2007).

Cette partie met en avant les concepts de la géographie économique avec les approches économiques les plus récentes. Cette approche tente également de rectifier et de reconsidérer certains aspects ignorés et négligés auparavant par les approches classiques. Contrairement aux approches précédentes, l'économie géographique accorde beaucoup d'importance à l'espace ainsi que son rapport avec la société. Elle représente l'ensemble des initiatives et des rapports tissés

entre les acteurs socio-économiques veillant à laisser leur trace dans un espace déjà existant ; elle estime également que l'espace résulte des liens et des interactions humaines (Thémines, J. 2011).

Selon Behrens & Thisse (2007), l'existence de ces théories de localisation des firmes démontre que les chercheurs ont toujours tenté d'analyser le dynamisme des firmes et leur lien avec le territoire à travers les interrogations suivantes : pourquoi certains territoires connaissent une concentration d'entreprises plus élevées que d'autres ? Mais encore, qu'est-ce qui explique la répartition hétérogène des entreprises dans les différentes régions d'un territoire ?

À travers les approches traditionnelles dites *classiques*, le modèle explicatif de la localisation des firmes le plus récurrent se base uniquement sur le postulat de la concurrence pure et parfaite (Tabuchi & Thisse, 2001). L'économie géographique cherche à rectifier cet aspect en proposant des théories différentes ou complémentaires.

5.1 L'économie géographique

Au cours du XX siècle, l'histoire de l'économie géographique a été marquée par une logique interne au sein des deux disciplines « économie » et « géographie ». Les dispersions et les reconstitutions ont été plus particulièrement notables dans la deuxième moitié du siècle. Les évolutions économiques et les exigences sociales ont complètement changé et amplifié l'intérêt des chercheurs envers l'économie géographique (Benko, 2007). La géographie distingue plusieurs approches et présente une large variété de théories qui décrivent le processus territorial. Comme le souligne Pecqueur (2007) : « *les géographes ont depuis longtemps utilisé la notion de territoire pour dépasser la vision purement éthologique et insister sur le processus d'appropriation par les acteurs qui crée le territoire à partir de référents partagés par ces acteurs.* » (p.40).

L'économie géographique s'établit peu à peu durant la période entre 1820 et 1950 grâce à la contribution des travaux d'auteurs tels que Cantillon, Smith, Thunen, Ricardo et Marshal. Les riches écrits de recherches élaborés par ces auteurs constituent le cœur de l'économie géographique approfondie et moderne ; leurs apports ont participé à l'émergence et à l'expansion de cette discipline.

Ce n'est qu'à la fin des années 1980 que l'économie géographique a réellement connu un bouleversement, grâce à l'intérêt porté à cette discipline par des chercheurs anglo-saxons ou français tels que Walker, Benko ou Krugman. Bien que les théories antérieures n'ont pas réussi à

complètement cerner les turbulences de la conjoncture économique des années précédentes, la globalisation de l'économie est parvenue à susciter de l'enthousiasme envers cette science et nouveaux axes et horizons de l'économie géographique ont pu être explorés (Coissard, 2007).

Qui ou quoi se localise où? l'économie géographique tente de trouver une réponse à cette question grâce à l'économétrie et par le biais de plusieurs modèles économiques qui essaient d'expliquer le phénomène de localisation des acteurs économiques importants tels que les entreprises ou les ménages dans un territoire précis.

5.2 Le modèle d'Alonso : modèle de la concurrence spatiale

Actuellement, l'économie urbaine et régionale connaît une grande émancipation dans les différents champs d'application de la discipline. Comme le mentionne Vignolles (2011) : *« L'économie urbaine reprend les raisonnements et les résultats de la théorie économique traditionnelle en y ajoutant une dimension spatiale. »* (p.2). L'économie urbaine doit son apparition aux précédents travaux des approches classiques inspirées de l'économie spatiale telles que les analyses proposées par V.Thunen et A.Weber sur l'optimisation des ressources, et aux travaux empiriques de Wingo (1961), Alonso (1964) et Muth (1961 et 1969). Leurs apports ont significativement contribué dans le développement des courants actuels de l'économie spatiale. Sachant que celle dernière se focalise davantage sur le comportement des individus en termes de choix de localisation spatial dans un territoire. Vignolles (2011) rajoute que : *« ... elle introduit ainsi la question fondamentale de la répartition des activités et des acteurs économiques dans l'espace, de ses causes et de sa dynamique. »* (p.3).

Alonso, auteur d'un célèbre ouvrage intitulé *« location and land use »*, s'est particulièrement intéressé à la compréhension des processus d'affectation du sol. En s'inspirant du modèle agricole de V.Thunen, l'auteur réussit à développer une approche économique qui lui permet d'expliquer, à la fois, la localisation des firmes urbaines et la localisation résidentielle des ménages.

Les principales hypothèses proposées par Alonso se concentrent sur le lien qui existe entre la rente foncière et l'exploitation du sol dans une région. De ce fait, l'auteur tente d'introduire le concept de la localisation résidentielle à son approche. Les consommateurs qui logent et exercent leurs activités dans une ville essaient de consommer des biens et services en fonction de la

localisation de leur résidence. Cette opération nécessite une conciliation et un arbitrage entre les coûts de transport et l'endroit où habitent les individus, afin de trouver un équilibre entre la ville et les consommateurs en termes d'optimisation des coûts et de distances.

Toujours dans l'optique du dynamisme des villes contemporaines, et grâce au modèle préalablement établi par V.Thunen, Alonso s'en inspire en introduisant dans son approche le concept de la ville *mono centrique*. Ce concept considère la ville comme un agent homogène réunissant les emplois et les affaires ainsi que toutes les modalités au centre. Argumenté par Jean-Roger (2015), *le principe de centralité* représente le centre de la ville et qui est, également, le point d'attraction intra-urbaine du sol. Entre autres, les choix de la localisation résidentielle dépendraient globalement de l'accessibilité au coût du terrain, l'optimisation des coûts de transport et surtout, du niveau de revenu du ménage ainsi que de leur pouvoir d'achat. De ce fait, suivant l'approche d'Alonso, les individus entrent en compétition afin de pouvoir bénéficier des meilleurs espaces résidentiels. D'ailleurs, il propose d'introduire le concept de la « *rente d'enchère* » afin de définir le prix unitaire maximal du sol ; le modèle met en avant la proximité des infrastructures et la localisation des entreprises les unes à côté des autres, toujours en étant près du centre (Costes, 2008).

A cet effet, le modèle d'Alonso permet de mettre en avant les principes de la localisation urbaine qui sont relativement enchaînés au pouvoir d'achat des ménages et à leurs revenus. Ce système fait que, les classes sociales élevées peuvent se permettre de résider au centre des villes et de manière à bénéficier des privilèges du principe de centralité ; toutes les modalités et les activités sont concentrées au centre également.

Toutefois, cette approche s'appuie sur un autre principe. Les inégalités des revenus font que, un nombre limité d'individus peuvent se permettre de résider au centre de la ville. Le reste de la population doit s'accommoder avec leur budget en s'éloignant du centre et se localiser en zone périphérique de la ville. Les habitants se retrouvent ainsi défavorisés et démunis des avantages qu'offre le centre de la ville. C'est pour cette raison que dans ce contexte-là, la baisse des coûts de transport permet d'apporter un équilibre à la dispersion et à la croissance d'une ville (Vignolles, 2011).

Les éléments qui constituent cette approche reflètent des fondements théoriques et des analyses interactives en économie urbaine. Les modèles de la localisation urbaine apportent, d'une

certaine manière, des éclairages indispensables sur la compréhension du comportement des agents économiques dans une ville.

Le modèle présenté par Alonso est très apprécié par les chercheurs, surtout lorsqu'il s'agit d'analyser le phénomène de la localisation résidentielle et ses agrégats. Néanmoins, en ce qui concerne la localisation des firmes et des activités industrielles, tout comme le modèle de Thünen, le modèle d'Alonso est confronté, selon Belhedi (2010), aux problèmes liés à la fixation des prix et des coûts qui sont déterminants pour la localisation.

5.3 Marshall et la reconnaissance totale de la dynamique territoriale

L'analyse marshallienne a suscité un engouement sans précédent auprès de la communauté scientifique. Les fondements théoriques du dynamisme industriel marshallien sont centrés sur le comportement et les performances industrielles de la firme ainsi que sur son évolution dans les différentes structures du marché. L'empreinte de Marshall a toujours été considérée comme une référence à travers ses nombrables écrits scientifiques, souvent utilisés dans le prolongement des théories de localisation territoriale (Ajabid et al., 2002).

Marshall espère maintenir l'équilibre de la concurrence dans le marché économique en intégrant dans la pensée économique de nouvelles approches. Ces dernières concernent les processus relationnels particuliers et l'existence de territoire opportun favorisant le développement des activités économiques.

Jusqu'à la fin du 19^e siècle, Marshall admet que les préoccupations temporelles primaient toujours sur les considérations spatiales. Il dénonce le délaissement et la négligence de la dimension territoriale dans les sciences économiques, ce qui ne l'a pas empêché de détourner ce mouvement de pensée ancré dans les courants précédents. Extrait de son article, Benko (2008) affirme à son tour que : « *les difficultés du problème tiennent surtout aux différences relatives à l'espace et à la période de temps sur lesquels s'étend le marché en question ; l'influence du temps étant plus fondamentale que celle de l'espace.* » (p.24).

À partir des années 1970, la pensée économique du territoire regagne les principaux fondements marshalliens. D'ailleurs, l'auteur parvient à développer les principales idées de sa démarche sur les faits industriels, en s'imprégnant des notions telles que les *économies externes* et les *districts industriels* (Lecoq, 1993).

Toujours en s'inscrivant dans le contexte du renouveau marshallien, ces concepts font référence aux « *avantages comparatifs régionaux* ». D'autant plus que, les économies externes ont la particularité de consolider le phénomène de concentration des activités économiques par le biais des interdépendances entre les décisions de localisation des firmes. Le territoire est sans doute un objet de recherche important pour ces économistes. Il est considéré à la fois comme étant une ressource dont les agents économiques peuvent bénéficier de ses avantages, tout comme il est perçu comme une contrainte face aux difficultés et menaces du territoire.

Les inégalités spatiales naissent des résultats de ces avantages et de ces inconvénients que procure un territoire. Martin (2012) avait repris un extrait des écrits d'Alfred Marshall : « *lorsqu'une industrie a ainsi choisi une localité, il est vraisemblable qu'elle y est installée pour longtemps, tant sont grands les avantages que procure à des personnes exerçant la même activité spécialisée le fait d'être à proximité immédiate les uns des autres.* » (p.02).

De nombreux chercheurs ont été influencés par les écrits essentiels de l'auteur. À savoir que, l'analyse pionnière de Marshall est aussi à l'origine du concept des économies externes et des effets d'agglomération. Ces notions représentent un avantage économique, car ils permettent de baisser les coûts de transport des biens, des individus et des pensées (Boutillier et al., 2016). Ayant longuement étudié les différentes structures de l'économie de marché, l'auteur développe la notion des rendements d'échelles croissants. Les économies d'échelles découlent des économies internes et externes. Quant aux économies externes, elles dépendent à leur tour des concentrations urbaines ayant le même type d'entreprises localisées dans la région.

Comme il a été mentionné par Bousquet (2014) « *les économies d'agglomération sont le résultat d'externalités qui apparaissent du fait d'une densité accrue d'entreprises sur un territoire donné* ». (p.46). De ce fait, la concentration des firmes repose sur le principe d'externalité ; plus les entreprises se localisent dans un même endroit, plus elles ont l'avantage d'avoir accès aux ressources qui leur sont nécessaires telles que la main d'œuvre, les sous-traitants, l'accès à l'information... etc. Ce système, dans sa globalité, engendre des économies externes qui encouragent et favorisent le développement régional (Chantal & Serge, 2017).

En somme, la contribution de l'analyse marshallienne a permis d'ouvrir le champ de réflexion et de nouvelles perspectives d'investigation dans la pensée économique sur le long terme (Lecoq, 1993). Comme l'indiquent les chercheurs Fujita & Thisse (2003) : « *L'œuvre de Marshall a largement influencé les recherches menées en économie régionale et urbaine. Elle a notamment*

conduit au développement du concept d'externalités marshalliennes, concept qui vise à rendre compte des avantages procurés par le regroupement spatial des firmes. » (p.336).

5.4 Paul Krugman

L'économie territoriale est un terme plus récent qui renvoie à l'économie régionale ou géographique et qui se distingue de par sa diversité (Capron, 2009). Ce terme est une réponse de la part des fondateurs de « *la nouvelle grammaire de l'économie* » qui affirment que l'espace est homogène. Aussi, l'économie territoriale représente la nouvelle économie spatiale actuelle et récente, elle se base sur un jugement de l'espace étant un « actif » et un « contexte » (Ladouceur, 2009). Ce terme englobe un corpus théorique inachevé ; l'apport des nouvelles analyses conteste sans cesse les études antérieures, c'est pour cette raison que les chercheurs estiment que *le territoire* s'aligne avec l'analyse économique. Ils tentent de théoriser ce concept à nouveau afin de s'inscrire dans des courants de pensée plus mondialisés et en intégrant des phénomènes liés aux organisations industrielles (Courlet & Pecqueur, 2007).

Le processus de mondialisation renforce de jour en jour les régions. Les sciences sociales actuelles affichent un certain paradoxe : le rétrécissement du monde va de pair avec la redécouverte de l'importance de la géographie (Ajabid et al., 2002). Dans un contexte de globalisation, Krugman est considéré comme l'un des piliers de la résurrection de la géographie économique (Coissard, 2007). Ayant obtenu le prix Nobel en Économie en 2008, cet auteur a grandement participé au développement des concepts de cette discipline. Ses multiples contributions portent sur les aspects suivants : les effets des économies d'échelles, les modèles du commerce international et la localisation des activités économiques basés sur les fondements des mécanismes de développement endogène.

Krugman tente, à la fois, d'explorer et d'expliquer les différentes notions liées à cette discipline par le biais du protocole scientifique. Il entame ses recherches en combinant plusieurs théories afin de les tester selon le nouveau contexte. Il réussit à introduire également des notions interdisciplinaires dans la définition de l'économie géographique, en s'inspirant des idées de la physique, la biologie, la géographie et bien sûr, l'économie. Par la suite, il élabore un modèle à partir de ses pistes de recherches sur l'intégration économique et le développement des régions. À savoir que, le commerce international, les externalités et la localisation des activités industrielles

constituent le socle de sa pensée. De ce fait, les théories du développement régional ont été construites et développées, en partie, grâce aux apports de ses travaux (Benko, 2007).

Le modèle de localisation de Krugman suggère dans son analyse la prise en compte de plusieurs aspects déterminants dans la localisation des agents économiques, nous citons :

- L'intégration des rendements croissants, des coûts de transport et de la demande dans l'analyse des choix des agents ; dans un contexte où existent plusieurs localisations, chaque entreprise souhaite servir l'ensemble du marché à partir d'un seul point et, pour minimiser les coûts de transport, choisit une localisation qui correspond à une demande locale élevée (Ajabid et al., 2002).
- L'existence d'une variété de produits peut avoir un effet positif sur l'équilibre du marché ; un marché diversifié et hétérogène offre plus de choix aux consommateurs ainsi qu'une forte disponibilité des fournisseurs spécialisés (Coissard, 2007) ;
- Instaurer et encourager la concurrence qui permet d'appuyer la stratégie précédente en diversifiant les biens et services ; dans certains lieux, les avantages liés à la taille des marchés sont renforcés par la proximité des connaissances et du savoir grâce aux externalités informationnelles et technologiques ;
- La logique des forces d'agglomération, les inégalités périphériques inspirées des externalités marshalliennes classiques et les effets de dispersion et d'attraction sur les interactions des agents économiques dans les régions étudiées ;
- Les mouvements en aval/amont qui représentent successivement les consommateurs et les entreprises.

En somme, Krugman est l'un des initiateurs de l'économie géographique dite *nouvelle* avec ses apports sur l'inégalité du développement régional (Sergot, 2004). La Nouvelle Économie géographique a permis de renouveler la problématique relative à la nature et à l'évolution des disparités spatiales et a contribué à expliciter le processus de différenciation économique des régions (Costes, 2008). Vers une conception plus vaste de l'économie, ce domaine cherche non seulement à expliquer la répartition des richesses et l'échange des biens et services, mais explore tous les aspects historiques, sociaux, culturels, géographiques et surtout, économiques. Aussi, les auteurs s'intéressent de plus en plus à la problématique de la disparité spatiale des activités économiques, de leur répartition hétérogène et de leur localisation au niveau territorial, un lien étroit avec l'entrepreneuriat territorial. La conception spatiale en sciences économiques est reliée

aux nombreux travaux qui démontrent l'existence d'un idéal parfait de l'équilibre émis par les néoclassiques. Les économistes s'orientent vers un modèle économique plus explicatif que normatif qui ne considère plus l'espace comme un simple support passif pour l'ensemble des agents économiques (Lamarlière & Staszak, 2000).

6 Synthèse des modèles théoriques

Julien (2007) explique que l'approche de l'économie géographique ou régionale est utilisée pour distinguer les régions en fonction de leur capacité à maintenir une culture entrepreneuriale et à soutenir la création ou la localisation des entreprises. En d'autres termes, tout dépend leur dynamisme. L'implantation des entreprises diffère d'une région à une autre, c'est pour cette raison qu'il est nécessaire de tenir compte de la place de l'organisation dans la société et des liens qui se tissent avec la communauté. Chaque entreprise est située sur un territoire qui lui procure, outre les ressources financières, des ressources et du capital social en plus du capital financier et humain dont elle a besoin pour soutenir son développement, quel que soit son âge. Par conséquent, le territoire possède des consommateurs, des structures de production, des institutions, des infrastructures dans lesquelles les entreprises s'insèrent.

À la lumière des théories et des enjeux soulevés par les différents auteurs, nous présentons une synthèse des modèles de localisation des entreprises réalisée par Soussi (2013).

Tableau 3 : Panorama des principaux modèles de localisation depuis les années 1820

Année	Auteur	Théorie/ Modèle	Apport/ Explication
1882	Laundhardt	Théorie de la localisation	Localisation optimale
1890	Marshall	District industriel	Concentration des activités dans l'espace en fonction des économies externes
1910	Weber	Théorie de la localisation industrielle	Détermination de la localisation optimale

1926	Burgess	Théorie des zones concentriques	Formation de couronnes concentriques à partir du CBD (Centre Business District)
1926	Thünen	Théorie de la rente foncière	Affectation agricole du sol
1929	Hotteling	Modèle de concurrence spatiale	Concurrence spatiale et principe de différenciation minimum
1931	Reilly	Attraction des centres urbains	Attraction des centres urbains en fonction de la distance et de la population des centres.
1933	Christaller	Théorie des lieux centraux	La répartition des services, leur hiérarchie, leur espacement et leurs aires de chalandise à travers le système de villes
1939	Hoyt	Théorie des secteurs	Caractère sectoriel du développement urbain
1940	Losch	Théorie de l'équilibre économique spatial	Différenciation des espaces et localisation des services
1945	Harris & Ullman	Modèle polynucléaire	Structuration de la ville autour de nombreux centres et zones fonctionnelles spécialisées
1949	ZIPF	Loi de rang-taille	Pour des villes d'un pays classées par taille dans l'ordre décroissant, la taille d'une ville est proportionnelle à l'inverse de son rang
1955	Perroux	Théorie des pôles de croissance	Déséquilibre spatial des processus de croissance
1956	Isard	Méthodes d'analyse spatiale	Équilibre économique spatial

1959	Simon	Théorie comportementaliste (behavioriste)	Remise en question de <i>l'Homo economicus</i> et la rationalité dans les décisions de localisation
1964	Alonso	Economie urbaine	Localisation des activités urbaines ou interfèrent entreprises et ménages
1985	Aydalot	Théorie des milieux innovateurs	Rôle du territoire dans la dynamique de localisation et de recomposition des activités
1990	Krugman-Fujita	Nouvelle géographie économique	Fonctionnement de l'économie en se basant sur l'enracinement territorial, les externalités et la dynamique technico-industrielle
1993	Pecqueur	Théorie de la proximité	Typologie de la proximité : géographique, organisationnelle et institutionnelle.

Source : (Soussi, 2013, p.127)

7 Les déterminants actuels de localisation des firmes

La décision de localisation des firmes découle d'un choix volontaire dans un territoire distinct et bien déterminé. Ce choix volontaire passe par un processus d'analyse comparative entre les différents espaces géographiques sélectionnés par l'entrepreneur. Cette démarche va engager la prise en compte de plusieurs facteurs environnementaux et territoriaux importants à des degrés différents et qui sont susceptibles d'avoir une influence directe ou indirecte sur l'activité des entreprises.

Jean-Roger (2015) considère que les facteurs de localisation sont considérés comme des *variables* et des *déterminants* importants qui pèsent dans la démarche du choix d'implantation des entreprises dans un territoire défini. Ces variables responsables de la localisation des firmes peuvent être des variables économiques, sociales, institutionnelles et environnementales. De ce

fait, bien qu'initialement, la localisation des firmes dépend également de la nature de l'activité de celle-ci, les déterminants mentionnés précédemment et qui sont de différentes natures mettent l'accent sur les aspects les plus influents.

Dans le Tableau 4, Jean-Roger (2015) dresse une typologie des conditions de localisation des firmes recensées préalablement par l'auteur Hayter (1997). Pour Mérenne-Schoumaker (1996) un seul facteur ne peut être amené à expliquer le choix d'une localisation. L'influence d'un facteur peut avoir un poids différent selon le type d'entreprise et sa situation, et surtout, la décision finale du choix de localisation résulte nécessairement d'une réflexion comportementale venant de l'entrepreneur. Leducq (2013) précise que les dirigeants d'entreprises choisissent ce qui convient le mieux à partir de « *ce qu'ils veulent* » et en fonction de « *ce qui est disponible* ».

7.1 Les facteurs de localisation

Le terme environnement des entreprises peut être défini comme étant le monde extérieur à l'entreprise dans la mesure où il a une influence pertinente ou déterminante sur le fonctionnement de l'entreprise (Gasse, 2003). Van Noort & Reijmer (1999) rapportent que Lambooy (1995) divise l'environnement des affaires en trois dimensions : l'environnement de marché (avec les relations commerciales/marché), l'environnement physique et l'environnement institutionnel. Chacun de ces trois environnements est caractérisé par des facteurs qui, dans une plus ou moins grande mesure, influencent la localisation des entreprises. Ces facteurs de localisation ne sont effectivement pas isolés. Ils dépendent des caractéristiques des entreprises auxquelles ils se rattachent. L'infrastructure physique est un facteur important lorsque les entreprises de transport choisissent un emplacement, car leur fonction de distribution impose certaines exigences à l'infrastructure. En plus, la littérature sur la localisation des entreprises établit rarement un lien entre les facteurs de localisation et les caractéristiques commerciales qui les sous-tendent.

7.2 Les facteurs de localisation des entreprises selon certains auteurs

Victor (2004) rapporte que Mérenne-Schoumaker (1996) estime que les facteurs de localisation présentent, en général, un ensemble d'aspects matériels et immatériels et que seuls les facteurs tangibles peuvent être mesurés et utilisés. Toutefois, vu la réelle importance des variables

intangibles et leur impact sur les entreprises, celles-ci doivent tout de même être prises en compte. Elle rajoute également que de nombreux facteurs peuvent corrélés entre eux d'où la nécessité de passer par des tests tels que le test de multi colinéarité dans l'étape de l'analyse de données d'une étude empirique.

Tableau 4 : Les facteurs de localisation les plus cités par les auteurs

Auteurs	Critères
P. Aydalot (1985)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le travail ▪ La proximité des marchés ▪ Les coûts de transport ▪ L'existence d'un milieu industriel ▪ Les terrains et les bâtiments ▪ L'infrastructure ▪ Le marché financier ▪ Les facteurs personnels ▪ La fiscalité locale ▪ L'attitude des populations vis-à-vis de l'entreprise ▪ Les aides publiques ▪ Les facteurs personnels (histoire et culture de l'entreprise)
Hayter (1997)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le marché ▪ La matière première ▪ Le transport ▪ La main d'œuvre ▪ Les capitaux ▪ L'environnement ▪ Le gouvernement ▪ La disponibilité des énergies ▪ Les économies d'échelles externes ▪ Les équipements publics et aménités locales

<p>Ajabid et al (2002)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les facteurs généraux : situation politique, économique, sociale, présence d'autres sociétés, force du secteur, proximité du marché, agence 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, centre de recherche. ▪ Les critères géographiques de la localisation : environnement rural, urbain, banlieue, emplacement prestigieux, technopoles, parcs d'activités. ▪ Les voies de communication : proximité et qualité du réseau autoroutier, ferroviaire, port maritime, transports en commun, aéroport, congestion de circulation. ▪ Les télécommunications : disponibilité et qualité de 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.
<p>Merenne-Schoumaker (2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La situation géographique ▪ Le marché ▪ Les avantages comparatifs ▪ La politique des pouvoirs publics ▪ Les matières premières ▪ Les énergies telles que l'eau ▪ Les aspects quantitatifs et qualitatifs de la main d'œuvre ▪ Les opportunités et les contraintes de l'environnement ▪ Le cadre de vie ▪ L'intervention des pouvoirs publics ▪ La situation géographique ▪ Le marché ▪ Les avantages comparatifs

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La politique des pouvoirs publics ▪ Les matières premières ▪ Les énergies telles que l'eau ▪ Les aspects quantitatifs et qualitatifs de la main d'œuvre ▪ Les opportunités et les contraintes de l'environnement ▪ Le cadre de vie ▪ L'intervention des pouvoirs publics
<p>Soussi (2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infrastructures de transport : routes, voie ferrée, ports, aéroports, télécommunication ▪ Matières premières : disponibilité des matières premières nécessaires à la production ▪ Marchés : clientèle potentielle, offre et demande, pratiques spatiales des consommateurs ▪ Travail : disponibilité, qualification et coût de la main d'œuvre ▪ Économies externes : économies d'urbanisation, économies de localisation ▪ Infrastructures locales : infrastructure économique [lignes à haute tension, services, zones industrielles.], infrastructure sociale [écoles, universités, hôpitaux, bibliothèques...] ▪ Terrain/Bâtiment : nombre et taille des espaces [terrains ou locaux] disponibles, caractéristiques des locaux disponibles [de plain-pied ou avec étages], prix fonciers, loyers, droit au bail ▪ Environnement : qualité de vie, réglementation sur l'environnement ▪ Politiques publiques : aides et incitations, fiscalité, procédures administratives, attitude des collectivités locales, des syndicats, etc., vis-à-vis de l'entreprise ▪ Proximité : proximité géographique, organisationnelle, institutionnelle
<p>Jean-Roger (2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilités de transport : coûts de transport, sureté, fréquence, préjudices, disponibilité ▪ Matière première : coûts de production, coûts de transport, sécurité, qualité ▪ Marchés : coûts de transport, coûts de service, contacts personnels, concurrence

	<ul style="list-style-type: none">▪ Travail : salaires, avantages non salariaux, coûts d'embauche, attitude, syndicalisation, aptitudes, turn-over, disponibilités▪ Économie externe et urbanisation Localisation : externalités, aptitudes de main-d'œuvre, diffusion d'information▪ Énergie : coûts, sureté, diversité▪ Infrastructures : coûts d'investissement, taxes, qualité, diversité▪ Capital fixe et financier : coûts, rente, taux d'emprunt▪ Environnement : cadre de vie, Politique, Coûts, taxes, préférence des travailleurs, attitudes locales▪ Terrains/bâtiments : taille, forme, accessibilité, services, configuration▪ Politique gouvernementale : aides, subventions, pénalités, taxes, attitude, stabilité, climat, entrepreneuriat
--	---

Source : Synthèse élaborée par l'auteure d'après les auteurs cités

Julien aborde brièvement les concepts de « voisinage » et « chemins » et leur importance dans la théorie de localisation. Selon lui, l'existence de plusieurs types de commerces regroupés côte à côte est susceptible d'attirer un plus grand nombre de clientèles que si le commerce était seul. Il rajoute que le concept *voisinage* dans la théorie des facteurs de localisation touche aux aptitudes de partage des ressources matérielles entre les entreprises telles que les équipements (Messegem & Torrès, 2015).

Aussi, la théorie économique indique que pour assurer l'attractivité des entreprises et leur développement au niveau régional certaines conditions sont nécessaires et doivent être présentes. Parmi ces conditions on retrouve la présence d'un marché dynamique assez proche géographiquement ou culturellement, la disponibilité et l'accès aux ressources de qualité, un environnement sociopolitique favorable ; la mise en place d'infrastructures qui englobent tout ce qui concerne le transport, la diversité des routes, les ports, les aéroports... etc. Les chercheurs se penchent également sur le rôle joué par la qualité de vie et la vitalité du milieu culturel pour attirer et retenir la main d'œuvre qualifiée (Julien, 2012).

Pour décrire les facteurs de localisation, on a recours à une classification des facteurs qui correspond aux trois environnements différents dans lesquels une entreprise doit opérer :

- L'environnement du marché : les relations commerciales qu'une entreprise entretient avec les autres parties du marché, par exemple les relations avec les clients, les banques, les fournisseurs ;
- Environnement physique : éléments tels que les infrastructures, les bâtiments, les équipements de (télé) communication ;
- Environnement institutionnel : il s'agit de la politique gouvernementale en fonction de laquelle une entreprise doit adapter sa stratégie. La relation peut s'exprimer sous la forme d'une législation, de règlements visant à stimuler les entreprises, etc. Les relations avec les organisations commerciales et les organisations d'employés et d'employeurs.

L'environnement physique et institutionnel imposent des restrictions aux activités commerciales d'une entreprise. Les facteurs qui sont liés à ces deux dimensions sont donc appelés facteurs de localisation conditionnels. Ces facteurs affectent l'attractivité d'un site. Ils ne doivent pas être considérés séparément de l'environnement du marché. Après tout, un mauvais emplacement peut entraîner des coûts plus élevés ; les clients sont difficiles à atteindre.

Jain et al (2016) rajoutent que parmi les principaux facteurs issus de l'environnement macro-économique qui peuvent avoir une incidence sur les décisions des entreprises en matière de localisation des entreprises on retrouve : la taille du marché et sa croissance, les obstacles au commerce, le coût et la disponibilité de la main-d'œuvre, les coûts de transport et d'information, la disponibilité d'infrastructures telles que l'énergie, les routes et les systèmes de communication, les initiatives du gouvernement et les réglementations commerciales.

Plusieurs de ces indicateurs ont été cités par des spécialités qui ont plusieurs points en commun par rapport à la localisation des firmes. Nous en citons les principaux facteurs de la littérature, sachant que certains d'entre eux peuvent influencer de manière plus complexe que d'autres le choix de localisation. Il est nécessaire de comprendre le mécanisme et l'ampleur de chaque facteur pour apprécier l'influence globale des différentes forces. Parmi ces facteurs nous en citons :

- **L'environnement économique** : les entreprises cherchent à s'implanter dans des espaces qui lui sont favorables en termes de coût de production, coût de la main d'œuvre, de profit et davantage concurrentiel. Les variables économiques se réfèrent

en général au dynamisme de ces activités économiques, les secteurs d'activités les plus importants, la situation du marché, l'emploi et l'accès aux banques et aux financements bancaires ;

- **Le marché** : l'accès au marché est également un déterminant très important. La prise en compte de ce facteur reflète d'un côté l'ambition des entreprises ainsi que leur stratégie mises en place dans le but conquérir le marché visé. Sans oublier la taille de la demande et le « *potentiel du marché* », une notion qui a été intégrée selon Jean-Roger (2015) par les spécialistes en économie géographique et qui tient tout simplement compte de la distance géographique ;
- **Le climat social** : il se réfère aux coûts de la vie, la sécurité, les politiques sanitaires et sociales. Les indicateurs les plus connus pour ces facteurs sont : le nombre de commerces et de lieux de loisirs, la quantité et la qualité du coût des logements, nombre de médecins par habitant, taux de criminalité ;
- **La situation Géographie et climat** : en raison de son importance, ce type de facteur pèse davantage au niveau régional et local, car ce type de ressources représentent la géographie physique, telle que la proximité de la mer, zone frontalière, le climat, mais exprime également une différenciation dans leur répartition. Pour cette variété de données, les chercheurs utilisent comme indicateur la disponibilité des ressources naturelles, sachant que leur utilisation varie selon chaque type d'entreprise et son secteur d'activité ;
- **Les infrastructures** : l'accessibilité aux réseaux de transport ainsi que les externalités de réseaux. Les indicateurs pour mesurer ce type de ressources sont : la densité des réseaux maritimes, aériens, automobiles, disponibilité des établissements d'enseignement... ;
- **Les terrains/bâtiments** : les entreprises donnent de l'importance au prix du foncier, car de plus en plus d'entre elles choisissent de se localiser dans les zones portuaires ou reculées afin de bénéficier de terrains plus vastes a des prix concurrentiels ;
- **La démographie** : elle représente en général le poids et le dynamisme démographique ainsi que tout ce qui a une relation avec le mouvement et l'évolution des populations existantes. Le cadre de vie peut aussi compter dans cette catégorie. Il existe de nombreux indicateurs qui peuvent représenter ce genre de facteur tel que le nombre d'habitants, la densité de la population, la croissance démographique, la répartition de la population par âge, par professions... ;

- **Les organisations politiques** : elles peuvent représenter la position du pouvoir local, les politiques publiques nationales ou régionales en termes de subventions, le montant des recettes fiscales ou bien l'existence de facilités en aménagement du foncier industriel. Parmi les indicateurs nous citons : le nombre d'institutions internationales présentes, statut politique de la ville... etc.

Conclusion chapitre I

Les entreprises représentent actuellement un enjeu de taille dans les politiques de développement économique et d'innovation (Lafuente et al., 2010). Les organisations publiques et privées de développement économique ont concentré leurs efforts dans un pays ou au niveau local, sur l'attraction ou le développement de nouvelles entreprises, l'expansion des entreprises existantes et la rétention des entreprises sur place (Love & Crompton, 1999). La question de savoir où les entreprises s'implantent, et pourquoi, est une question majeure pour les chercheurs (Thünen, 1826 ; Marshall, 1890 ; Weber, 1929 ; Christaller, 1933 ; Hayter, 1997 ; Trullén, 2001 ; Parker, 2004 ; Van Praag & Versloot, 2007 ; Ferreira et al., 2010 ; Lafuente et al., 2010) en économie géographique, en planification stratégique, en économie régionale et en comportement organisationnel, depuis plus de cinquante ans (Vlachou & Iakovidou, 2015).

Au début des années 50, après l'éclosion des théories de la localisation, un nombre croissant de chercheurs ont stimulé, par le biais d'études empiriques, l'étude des forces dynamiques qui motivent les choix de localisation des entreprises. Cependant, beaucoup de changements sont intervenus depuis lors : restructuration des marchés, tendances des consommateurs, nouvelles réglementations environnementales, progrès technologiques, évolution des transports et renouvellement des politiques structurelles. De la même manière, suite à tous ces changements, les facteurs entraînant la localisation des entreprises ont également subi une évolution.

Aussi, il peut exister une multitude de facteurs à prendre en considération lors de la décision d'implantation, mais seuls quelques-uns d'entre eux sont véritablement pertinents. La littérature semble être beaucoup plus axée sur des facteurs économiques tels que le marché, la main-d'œuvre, les matières premières et le transport. En même temps, il est impossible de reconnaître et d'évaluer tous les sites possibles convenant à une entreprise selon les critères choisis. C'est la raison pour laquelle, le mécanisme de décision en matière d'implantation vise à limiter la prise en compte des facteurs les plus importants pour les emplacements les plus probables, tout en s'assurant que toutes les alternatives viables sont prises en considération.

Enfin, ce chapitre nous a permis d'avoir une idée globale sur l'ensemble des fondements théoriques liés à la localisation des entreprises. Nous avons également exposé les principaux travaux qui ont permis l'émergence des concepts tels que le territoire, l'espace, l'économie spatiale, l'économie géographique.

Dans le prochain chapitre, nous allons exposer les concepts fondamentaux liés à l'entrepreneuriat (Section 1), car il existe une forte corrélation entre ce dernier et l'univers de la PME. Ensuite, nous allons aborder les concepts relatifs à l'entrepreneuriat territorial, un aspect qui est très lié aux thématiques de la localisation des entreprises.

Chapitre II

Les approches théoriques de L'entrepreneuriat

Introduction chapitre II

Fayolle (2017) assure que l'entrepreneuriat joue un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Pourtant, aussi surprenant que cela puisse paraître, la vision de l'entrepreneuriat a disparu pendant plus d'un siècle des écrits académiques. Les pères fondateurs des sciences sociales considèrent l'entrepreneuriat comme un aspect essentiel de leur vision et du fonctionnement de la réalité économique (Messeghem & Torres, 2015). Aussi, l'analyse historique de l'entrepreneuriat montre que ce dernier est une discipline qui avait commencé à se structurer et à s'imposer depuis le début du XXI^e siècle, bien que ses origines remontent jusqu'au XVIII^e siècle (Torres & Fimbel, 2020). En effet, d'après les observations issues des écrits historiques, la société était trop submergée par l'invention des grandes entreprises pour s'intéresser à l'entrepreneuriat. Évidemment, il y a eu des exceptions notables, notamment dans les travaux de recherche de Knight (1921) et Schumpeter (1934). Toutefois il a fallu attendre la révolution des technologies de l'information, des télécommunications ainsi que la chute du mur de Berlin à l'automne 1980 pour que les chercheurs et les politiciens réalisent que l'entrepreneuriat n'est pas seulement un phénomène important, mais qu'il est également indispensable (Carayannis, 2020).

Au tournant du millénaire, le professeur Dana (2021) assume que l'attention s'est déplacée des petites entreprises vers les startups et les nouvelles entreprises. Le potentiel de production et d'encouragement de la créativité, de l'expérimentation et de l'apprentissage était immense. Toutefois, qu'est-ce qu'une petite entreprise sans l'entrepreneur ? Là encore, d'après l'auteur, l'attention s'est déplacée de l'entreprise vers la personne. Il est alors apparu que c'était le milieu académique qui avait inventé le domaine de l'entrepreneuriat. Bien évidemment, le domaine était déjà présent depuis longtemps, mais sous des appellations différentes. Il n'y a pas de meilleure façon d'exprimer l'omniprésence et la richesse du domaine de l'entrepreneuriat que d'étudier l'histoire et l'évolution du concept à travers les années.

La recherche sur l'entrepreneuriat est de plus en plus populaire de nos jours et le domaine s'est considérablement développé durant ces dernières années (Turcan & Fraser, 2018 ; Dirksen, 2019 ; Ratten, 2020). Bien qu'avant, tel qu'il a été souligné par Verstraete & Fayolle (2005), la maturité du domaine de la recherche de l'entrepreneuriat fut longtemps questionnée et qu'elle était encore

à un stade qualifié *d'adolescent* ; dans une certaine mesure et d'une perspective épistémologique, l'auteur estime que le champ de recherche sur l'entrepreneuriat est plutôt préparadigmatique. Borges & Enoque (2020) pensent qu'il existe plusieurs initiatives visant à délimiter le champ et la sphère de la recherche en entrepreneuriat (Lopes & Lima, 2019 ; Shepherd et al., 2019). D'après la synthèse des travaux de recherche effectuée par les auteurs, le domaine de l'entrepreneuriat a, sans aucun doute, un caractère pluridisciplinaire ; il est influencé par différentes disciplines (Turcan & Fraser, 2018), approches théoriques et méthodologiques et diverses orientations ontologiques et épistémologiques. Dans ce contexte, il y a de la place pour des études qui visent à répertorier la production scientifique liée à l'entrepreneuriat en problématisant les spécificités de la littérature sur le sujet.

Toujours sur le plan scientifique, les chercheurs se limitaient à travailler sur des problématiques de gestion qualifiées de « *traditionnelles* », réduisant les PME à de grandes entreprises miniatures. Ainsi, l'entrepreneuriat s'est considérablement développé en passant d'une petite entreprise émergente dans les années 1970, à une industrie mondiale à ce jour, avec des milliers de scientifiques dans le monde entier qui se considèrent comme des chercheurs et des enseignants en entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat devient alors un objet de recherche complexe et versatile qui ne cesse de se développer et qui s'étend et touche plusieurs aspects (Rajhi, 2011). Le nombre remarquable de publications et d'ouvrages scientifiques publiés au cours de ces dernières années reflète sans aucun doute l'intérêt que portent les individus à l'entrepreneuriat, sachant qu'un grand nombre de scientifiques d'autres domaines migrent vers ce dernier.

L'entrepreneuriat est également caractérisé comme un domaine dynamique dans lequel les anciens thèmes disparaissent rapidement et de nouveau apparaissent constamment. Dans ce type de domaine en croissance exponentielle, très diversifié et évolutif, il y a toujours un risque que l'accumulation de connaissances se perde, les nouvelles études ayant tendance à s'appuyer davantage sur le tout récent article que sur les connaissances déjà accumulées dans le domaine (McFarlane, 2016). Effectivement, la dernière décennie a montré des changements significatifs dans la société tels que les nouvelles formes de communication (Instagram, twitter), les services de personnalisation, les plateformes en ligne et les nouvelles monnaies (bitcoin et autres crypto-monnaies), mais aussi un intérêt croissant pour les aspects sociaux et durables de l'entrepreneuriat. Tous ces aspects reflètent les changements qui influencent de manière significative les activités entrepreneuriales dans la société. À savoir que, les chercheurs en entrepreneuriat n'ont pas tardé

à suivre eux aussi ces mutations de la société, qui ont également suscité l'intérêt de chercheurs dans d'autres domaines, tels que les systèmes d'information, la géographie et la finance. Par conséquent, l'entrepreneuriat se distingue aujourd'hui par un équilibre intéressant entre la poursuite de thèmes de recherche déjà existants et les plateformes de connaissances dans l'identification de nouvelles opportunités de recherche basées sur les mouvements de la société.

En parlant de changements significatifs, la géographie économique a déjà développé une approche de l'analyse des distributions spatiales de l'entrepreneuriat (en se concentrant sur le niveau d'analyse régional). Il s'agit d'un processus nettement inégal dans l'espace, il constitue alors une explication importante du développement économique inégal des régions et nations.

En effet, l'entrepreneuriat participe au développement du territoire en contribuant au renouvellement du système productif et en favorisant la croissance économique. Il est bien connu que le contexte national (lois, règlements, taxes, administration...etc.) déterminé par les gouvernements nationaux est important pour l'entrepreneuriat et a une incidence sur les comportements entrepreneuriaux. L'entrepreneuriat a une dimension régionale bien marquée. Plusieurs courants de la littérature soulignent l'importance du niveau régional et se concentrent sur le lien entre l'activité de création de nouvelles entreprises et les caractéristiques/attributs spécifiques à la région (Carayannis, 2020).

Pour Stam (2010), si toutes ces approches sont combinées dans une perspective dynamique et incluent également le niveau très micro de l'entrepreneur, les conditions institutionnelles macro et les niveaux intermédiaires, elles aboutiront forcément à une approche très complète pour une compréhension de la création de richesse, à plusieurs niveaux et à plusieurs échelles de temps.

En conclusion, tous ces éléments reflètent les singularités qui caractérisent la littérature sur l'entrepreneuriat et mettent en évidence sa pertinence, sa dynamique, et révèlent entre autres sa nature scientifique et les principaux enjeux du domaine (Wiklund & Wright et Zahra, 2019). On peut également considérer que l'entrepreneuriat régional comme étant le résultat de la maturité des théories de l'entrepreneuriat. En effet, la progression de ce domaine en question a permis d'établir de nouveaux sous-domaines tels que la gestion des entreprises (familiales), le comportement entrepreneurial, la gestion des petites entreprises, l'entrepreneuriat féminin, l'entrepreneuriat technologique ou l'entrepreneuriat social, l'entrepreneuriat territorial. (Kraus et al., 2020).

Section 1. Généralités sur l'entrepreneuriat

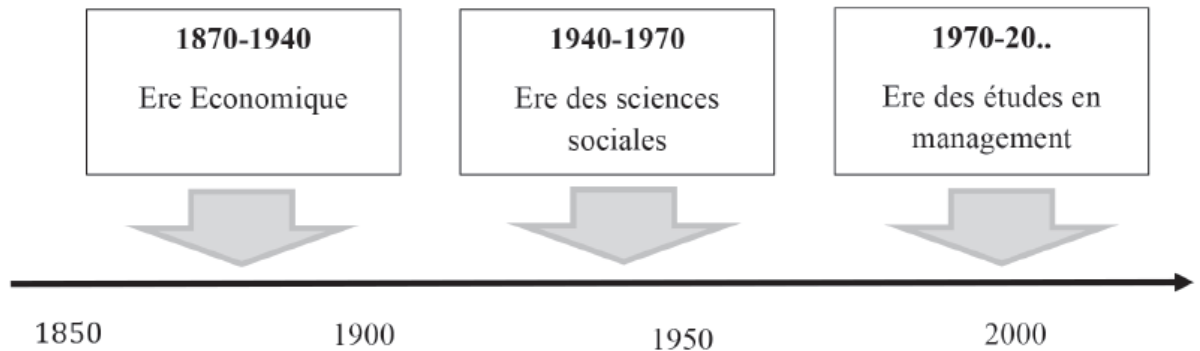
1 Évolution historique de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est devenu un domaine très médiatisé, outre sa présence imposante dans le domaine académique, ce dernier est surtout au cœur des enjeux socio-économiques et politiques des pays (Marchesnay, 2020). L'entrepreneuriat est de plus en plus reconnu comme un moyen de susciter le changement et la croissance au sein des différentes économies nationales (Kuratko, 2016). Cette discipline suscite également un engouement particulier auprès de nombreux pays qui se sont imprégnés de la pensée économique schumpetérienne et qui tentent d'intégrer l'entrepreneuriat dans la stratégie de leur modèle économique. Selon les spécialistes, l'entrepreneur est l'essence même du mouvement libéral et capitaliste (Fayolle, 2017).

Le domaine de l'entrepreneuriat continue de se débattre avec le développement d'une théorie contemporaine de l'entrepreneuriat. Au cours des vingt dernières années, le développement des théories actuelles de l'entrepreneuriat s'est concentré sur la reconnaissance de l'entrepreneur individuel. Cependant, malgré les nombreuses tentatives des chercheurs à vouloir développer une théorie dans ce domaine, le manque de consensus dans la définition de l'entrepreneuriat n'a laissé aucune théorie émerger. Cette absence de consensus est en grande partie due au manque de clarté des chercheurs par rapport aux hypothèses non formulées sur l'entrepreneuriat ; les chercheurs n'étaient pas réellement conscients des hypothèses qu'ils élaboraient dans les perspectives théoriques (Alvarez, 2005).

De ce fait, à travers les analyses historiques, l'entrepreneuriat ainsi que l'entrepreneur se sont vu administrer des rôles plus au moins différents selon chaque époque et son contexte.

Schéma 2: L'évolution de la pensée en entrepreneuriat



Source : (Messegem & Torrès, 2015, p.16)

À cet effet, Rajhi (2011) présente une synthèse qui résume le cheminement historique de l'entrepreneuriat :

- **Durant la période du moyen âge**, la notion de l'entrepreneuriat désigne une personne qui travaille et qui gère les vastes chantiers de production en utilisant les ressources disponibles et en sa possession.
- **Vers le XVI siècle**, le mot entrepreneur fait référence à un individu qui s'engage dans une activité militaire.
- **Le début du XVII siècle** est une période caractérisée par l'émergence des premières théories sur l'entrepreneuriat, un peu plus tard, la notion du risque et d'opportunité fait son apparition dans le domaine de l'entrepreneuriat. Dans un contexte où l'entrepreneur gère ses relations avec les autorités publiques en contrepartie d'un travail ou d'un service, ce dernier achète, transforme et vend ses produits et doit, en plus de ça, assumer les risques liés à son activité, que ce soit profit ou perte.
- **Vers le XVIII siècle**, les deux notions entrepreneur et fournisseur de capitaux connaissent une réelle différenciation et séparation dans leur sens. L'entrepreneur est la raison d'être des professionnels du capital-risque contemporain. Ce dernier est un spécialiste en gestion financière qui investit et assume en même temps le risque d'engager une somme particulière afin de générer un retour sur investissement.

Parmi les définitions universelles existantes en ce temps-là, le dictionnaire du commerce présente l'interprétation des notions suivantes :

- ❖ **Entreprise** : se dit des ouvrages que les maîtres d'une affaire, d'une communauté de quelques arts ou métiers font sans avoir droit de les faire et lorsqu'ils appartiennent aux maîtres d'un autre corps.
 - ❖ **Entreprendre** : se charger de la réussite d'une négociation, d'une affaire, d'une manufacture, d'un bâtiment... etc.
 - ❖ **Entrepreneur** : c'est celui qui entreprend un ouvrage, une manufacture, une entreprise de bâtiment.
- **Vers la fin du XIX siècle et au début XX siècle**, l'entrepreneur et le manager sont deux notions qui sont considérées comme identique. L'entrepreneur a pour rôle d'organiser et de gérer une entreprise afin de réaliser un bénéfice. Ce dernier investit son capital, son temps, son savoir-faire et ses compétences... etc. Il assume également toutes dépenses (machines, matières premières, salaires du personnel, etc.) ainsi que les pertes liées à l'exploitation de son activité.
- **À partir du milieu du XX siècle**, l'innovation fait son entrée dans la notion de l'entrepreneur ; ce dernier créer un nouveau produit ayant une valeur ajoutée.

2 Les différents paradigmes de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat se diffuse de plus en plus dans notre vie quotidienne et au sein de nos sociétés, et les manifestations qu'il recouvre se développent et évoluent de plus en plus. Là où cette notion d'entrepreneuriat est présente, de nombreux efforts académiques, politiques, économiques et pratiques se sont mobilisés afin de donner du sens à ce phénomène. À travers ses travaux de recherche, l'analyse de Verstraete & Fayolle (2005) permet de dégager quatre dimensions clés et principales en entrepreneuriat et leur complémentarité qui ont contribué à l'accumulation pertinente des connaissances dans ce domaine :

2.1 Le paradigme de l'opportunité d'affaires

L'entrepreneuriat se définit comme étant le fait de guetter les opportunités et de vouloir prendre des risques. L'entrepreneur doit être en permanence à la recherche de nouvelles opportunités ; un des traits marquants de l'entrepreneur est son optimisme. (Fuller-Love, 2020)

Verstraete & Fayolle (2005) soulignent l'importance et la centralité du concept de l'opportunité dans les approches théoriques de l'entrepreneuriat. Il cite plusieurs auteurs qui ont contribué au rapprochement de ce concept à l'entrepreneuriat tel que Timmons (1994), qui concilie l'opportunité au contrôle des ressources : *« l'esprit d'entreprise est le processus qui consiste à créer ou à saisir une opportunité et à la poursuivre sans tenir compte des ressources actuellement disponibles »* (Verstraete & Fayolle, 2005, p.34) ou bien Bygrave et Hofer (1991) qui associent l'opportunité à l'entrepreneur et à l'acte de création de l'entreprise : *« Un entrepreneur est quelqu'un qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour la concrétiser. »*. Quant à Shane et Venkataram (2000), suivant une tentative d'approche de complétude, ils essaient d'intégrer à la fois une approche processuelle et des individus : *« le domaine comprend l'ensemble des sources d'opportunités, le processus de reconnaissance, d'évaluation et d'exploitation des opportunités, ainsi que l'ensemble des individus qui les identifient, les analysent et les exploitent. »* (p.218).

2.2 Le paradigme de la création d'une organisation

Bien que la notion d'organisation renvoie à de multiples niveaux d'analyses, l'association de ce terme à l'action de création suppose que l'organisation était inexistante avant la concrétisation de sa création. D'ailleurs, Verstraete (2003) souligne le fait que : *« l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »* (p.13). Toutefois, dans le domaine de l'entrepreneuriat, la distinction de l'acteur qui est à l'origine de ce paradigme n'est pas aussi simple. Dans ce cadre-là, Verstraete (2003) estime que Schumpeter s'est penché davantage sur l'entrepreneuriat et sur le fait que l'entrepreneur crée une organisation qu'il peut façonner à sa manière afin de la rendre plus innovante. Quant à Bygrave & Hofer (1991), les auteurs affirment que l'exploitation de l'opportunité ne peut se faire sans passer par l'organisation : *« un entrepreneur est un individu qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour la saisir »* (p.4). Verstraete (2003) rajoute

que l'organisation ne se réduit pas seulement à l'existence d'une entité ; bien au-delà de sa création, l'organisation est considérée comme un processus assez complexe. Dans ses écrits, Gartner (1995) s'était exprimé sur le sujet en précisant que : « *L'émergence organisationnelle est le processus par lequel les organisations se font connaître (comment elles apparaissent, comment elles existent)... le phénomène de l'émergence organisationnelle se produit avant l'existence des organisations.* » (p.71).

2.3 Le paradigme de la création de valeur

Fayolle (2017) pense que la création de valeur est une notion qui a été initialement identifiée grâce aux travaux empiriques de Gartner et la considère comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. L'auteur rajoute que le champ de l'entrepreneuriat se présente sous forme de relations liant l'entrepreneur à la valeur que ce dernier arrive à créer grâce à ses aptitudes, ses idées, ses observations et les opportunités qu'il saisit afin de projeter son entreprise au but souhaité.

L'entrepreneuriat est alors un dialogue entre individus-crédation de valeur nouvelle qui inscrit l'entrepreneur dans une dynamique sous forme configurations et de phases qui vont influencer l'individu et son environnement (Filion, 2021). Verstraete (2012) considère également l'entrepreneuriat comme un apporteur de valeur ; un apporteur d'emploi et de richesse dans une société. Plusieurs travaux de recherche se sont efforcés de prouver la forte relation qui existe entre la croissance économique et le dynamisme entrepreneurial (Bishop & Shilcof, 2017 ; Fuller-Love, 2020). Dans le domaine académique, les publications et les ouvrages scientifiques estiment que l'entrepreneuriat représente un phénomène qui crée de la valeur, d'ailleurs, Ronstad (1984) explique le concept de la valeur et assume que: « *l'entrepreneuriat est le processus dynamique de création de richesses marginales. Ces richesses sont créées par des individus qui assument les principaux risques en termes de capitaux, de temps et d'engagement professionnel pour apporter de la valeur à un produit ou un service. Le produit ou le service lui-même peut ou non être innovant ou unique, mais l'entrepreneur doit d'une manière ou d'une autre insuffler de la valeur en s'assurant et en allouant les compétences et les ressources nécessaires.* » (p.28). Cependant, Verstraete & Fayolle (2005) affirment que, même si l'entrepreneuriat est un processus majeur dans la création de valeur, il n'en demeure pas moins que celle-ci exige une certaine variété de pratiques qui ne sont pas forcément liées à l'entrepreneuriat ; toute activité entrepreneuriale ne génère pas nécessairement une nouvelle valeur. La création de valeur possède alors ses propres exigences.

2.4 Le paradigme de l'innovation

Dans ce dernier paradigme, les travaux sur l'entrepreneuriat s'orientent davantage vers l'innovation. Schumpeter est considéré comme le premier à avoir relié l'acteur social qu'est l'entrepreneur au concept de l'innovation en précisant que le rôle de l'entrepreneur ne se limite pas qu'à la création d'entreprise (Filion, 2021). Verstraet (2003) cite Julien, Marchesnay et Drucker, qui évoquent leur acceptation de l'innovation et affirment que celle-ci représente la base de l'entrepreneuriat. L'idée même que l'innovation est considérée comme étant la source de l'évolution économique signifie implicitement que l'innovation ne s'arrête pas qu'à la mise en place d'un marché des produits et des services innovants générés par une firme. En effet, les actes correspondants à l'innovation peuvent se manifester sous différentes formes, et cela va de la création d'entreprise jusqu'au partenariat entre firmes établies, spin off, acquisition, entrepreneuriat (Baumgartner et al., 2013). Selon Verstraet (2003) : « ... *entreprendre c'est innover, innover c'est entreprendre.* » (p.14). Bien évidemment, l'exploitation de l'innovation ne peut se concrétiser et prendre forme sans passer par l'acte entrepreneurial.

3 Les courants de pensée en entrepreneuriat

Une théorie de l'entrepreneuriat est définie comme une formulation vérifiable et logiquement cohérente des relations ou des principes sous-jacents qui expliquent l'entrepreneuriat. Ces principes permettent de prédire l'activité entrepreneuriale (par exemple, en caractérisant les conditions susceptibles de conduire à la création de valeur ou d'opportunités sociales et à la formation de nouvelles entreprises), ou fournissent des orientations normatives (Kuratko, 2016).

Tableau 5 : Évolution de la recherche en entrepreneuriat

Phase émergente (1980-1990)	Phase de croissance (1990-2000)	Phase actuelle (2000-)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les entreprises doivent trouver des moyens pour s'ajuster aux nouvelles normes sociétales : petites vis-à-vis grandes entreprises ▪ Travaux de Birch (1979) ▪ Découverte des districts industriels composés principalement de plusieurs centaines de PME, d'abord en Italie et ensuite un peu partout ▪ Recherche exploratoire et prescriptive ▪ Objectifs pragmatiques de la recherche ▪ Centrée sur la compréhension du phénomène (création d'emplois, innovation, nombre, etc.) ▪ Intérêt pour l'entrepreneuriat technologique (ex. : la Silicon Valley) ▪ Intérêt pour la performance des PME (croissance, survie, etc.) ▪ Émergence de plusieurs écoles (traits, réseaux, etc.) ▪ Développement de modèles de cycles de vie des PME 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ouverture des marchés (globalisation) et avancement rapide des technologies ▪ Croissance rapide et fragmentation de la recherche en entrepreneuriat ▪ Travaux, notamment de Gartner (1989; 1990), qui remettent en question l'école des traits et favorisent une approche plus globale de la problématique ▪ Recherche empirique ▪ Approche multidisciplinaire 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Questionnement sur la définition de l'entrepreneuriat ▪ Travaux de Shane et Venkataraman (2000) et autres ▪ Recherche empirique et théorique (inductive et déductive ou ancrée) ▪ Démarche scientifique de plus en plus rigoureuse et encore plus multidisciplinaire

Source : (Julien et al., 2011, p. 20)

Dans l'étude de l'entrepreneuriat contemporain, un concept est récurrent : l'entrepreneuriat est interdisciplinaire, ce qui signifie qu'il combine les domaines et franchit les frontières entre les disciplines ou les écoles de pensée (Kuratko, 2016). En tant que tel, il contient diverses approches qui peuvent contribuer à une meilleure compréhension du domaine. Par conséquent, les chercheurs reconnaissent la diversité des théories comme une émergence de la compréhension de l'entrepreneuriat. L'une des façons d'examiner ces théories est d'adopter une approche fondée sur les « écoles de pensée » qui divise l'entrepreneuriat en plusieurs catégories spécifiques. Ces activités peuvent s'inscrire dans une vision macro ou microéconomique, mais toutes abordent la nature conceptuelle de l'entrepreneuriat.

Tableau 6 : Les courants de recherche classiques en entrepreneuriat

Courants	Auteurs fondateurs	Prise en compte de l'opportunité
École économique	Schumpeter, Kirzner	La poursuite d'opportunité est réalisée par un entrepreneur dont la fonction est de contribuer à l'équilibre ou au déséquilibre des marchés.
École des traits ou école psychologique	McClelland	Certains traits peuvent favoriser la capacité de l'entrepreneur à percevoir l'opportunité et influencent leur propension à l'exploiter : <i>self efficacy, locus of control...</i>
École de la décision ou école cognitive	Shapero, Krueger	Quels sont les processus mentaux qui conduisent à identifier ou créer et à exploiter des opportunités ?
École du processus ou du comportement	Gartner	Cette école concerne le processus d'émergence organisationnelle qui accompagne la découverte et l'exploitation de l'opportunité.
École de l'organisation entrepreneuriale	Stevenson, Burgelman, Miller	Comment des organisations existantes parviennent-elles à identifier ou créer et à exploiter des opportunités ?

Source : (Messeghem & Torres, 2015, p.17)

Une école de pensée est un corpus de convictions, de croyances, de connaissances, d'écrits ou de théories qui sont acceptés comme faisant la doctrine d'un groupe d'auteurs ou de chercheurs universitaires. À cet égard, les auteurs mettent en évidence les idées émanant des points de vue macro (perspective à grande échelle) et micro (petite échelle) de la pensée entrepreneuriale. Nous décomposerons ensuite ces deux points de vue majeurs en quatre écoles de pensée distinctes (voir Tableau 6). Les auteurs assument qu'il ne s'agit pas de limiter le nombre d'écoles de pensée à ces classements précis, mais qu'il s'agit simplement d'organiser une partie de leurs connaissances de manière plus efficace.

Tableau 7 : Les écoles de pensées selon la catégorie macro et micro économique

Macro-économique	<ul style="list-style-type: none">- École de pensée sociale et culturelle- École de pensée financière/capitaliste- École de pensée du déplacement- École de pensée écologique
Micro-économique	<ul style="list-style-type: none">- École de pensée de l'esprit entrepreneurial (école des individus)- L'école de pensée de l'opportunité d'entreprise- École de pensée de la planification stratégique

Source: (Kuratko, 2016, p.15)

3.1 Les grands auteurs fondateurs de l'entrepreneuriat

Le concept d'entrepreneuriat a connu un développement considérable depuis ces dernières années. Ce domaine a évolué de manière systématique entre les mains d'un nombre important de théoriciens économiques. Étant donné la précision de ces théoriciens dans leur définition des concepts théoriques centraux, l'évolution du concept au sein des théories économiques classiques mérite d'être étudiée.

Notre objectif est de passer en revue l'évolution thématique du concept d'entrepreneuriat et rechercher les principales dimensions sous-jacentes qui délimitent la notion principale de ce phénomène.

Les auteurs Messeghem & Torres (2015) tentent d'exposer et de synthétiser, tout au long de leur ouvrage, l'évolution des apports de l'entrepreneuriat, le cumul des connaissances scientifiques apporté par ce domaine et surtout, la place qu'il détient dans le monde académique (Landstrom, 2007).

3.1.1 Olivier de Serres

Olivier de Serres et Richard Cantillon sont considérés comme les deux fondateurs de l'entrepreneur. Les auteurs lient systématiquement le rôle de l'entrepreneuriat à l'agriculture étant donné qu'elle représente l'activité la plus dominante avant le XIX^e siècle. Ils étudient l'entrepreneuriat sous différents aspects, tel que la création d'entreprises ainsi que l'environnement les facteurs favorables à la réussite de l'activité entrepreneuriale.

Étant lui-même un entrepreneur dans le domaine de l'agriculture, De Serres fut parmi les premiers à avoir mis en lumière l'importance de l'entrepreneur ainsi dans la création d'une entreprise. Messeghem & Torres (2015) rapportent que : « *gérer et réussir une entreprise relève de la capacité de l'entrepreneur et de son organisation* » (p.33). En 1600, les recherches de l'auteur ont été regroupées dans une œuvre assez conséquente qui reflète ses propres réflexions ainsi que ses expériences vécues, comportant également plusieurs notions telles que « *ménage* » ou « *management* » et des thèmes en relation avec l'économie et la gestion. Messeghem & Torres (2015) rajoutent que : « *savoir orienter une entreprise et commander l'organisation en ce sens est l'essentiel du ménage* ». (p.34). De Serres tient à mettre le point sur la distinction entre l'entrepreneur et le manager ; l'entrepreneur est un individu qui investit tout son esprit, ses efforts, son argent et son temps pour préparer et développer son entreprise contrairement au manager.

L'entrepreneur développe initialement l'idée qui en résulte après l'action d'entreprendre et de créer une entreprise. Cette idée se concrétise soit petit à petit ou bien directement, suivant le contexte et l'environnement qui entoure l'entrepreneur. L'idée, selon De Serre, exprime le vouloir ou l'intention d'entreprendre une activité. Aussi, d'après son analyse profonde de l'entrepreneur, il rajoute que le savoir, le métier ainsi que l'expérience acquise favorisent l'entrepreneuriat.

L'auteur s'exprime également sur des concepts tels que le pouvoir ou le leadership par la proximité. D'après ses écrits, la gestion de l'organisation s'imprègne et s'adapte à la personnalité et aux aptitudes de l'entrepreneur organisation. C'est pour cette raison que ce dernier doit initier l'esprit et le pouvoir d'initiative par le biais du développement des tâches au travail, au respect du personnel et grâce au comportement équitable envers les responsabilités des employés. De Serres aborde également l'importance de la transmission des informations et le partage des expériences ; les anciens les plus expérimentés doivent savoir déléguer et former les nouvelles recrues inexpérimentées.

En résumé, nous n'avons abordé que quelques points essentiels sur les apports de Serres, ses apports tirés de son œuvre « *théâtre d'agriculture et mesnage des champs* » ont contribué à un meilleur enseignement sur la gestion des organisations, à l'emploi optimal des ressources et la combinaison du pouvoir, le savoir, le savoir-faire et les compétences dans une organisation, ainsi que l'introduction de l'innovation dans tous ses aspects (Messeghem & Torres, 2015).

3.1.2 Richard Cantillon

Selon Cantillon, l'entrepreneur est défini par son comportement et non par ses caractéristiques (Fuller-Love, 2020).

Bien que l'auteur est connu pour ses contributions sur les relations des activités économiques ainsi sur la circulation des revenus, de la monnaie et du crédit, Cantillon est surtout considéré, par les chercheurs, comme le père de l'entrepreneuriat (Marchesnay, 2020). L'auteur se focalise davantage sur l'identité de l'entrepreneur et ses caractéristiques. Dans ses écrits, il décrit les qualités nécessaires aux individus qui leur permettent de passer de la situation « employé » à celui « d'entrepreneur propriétaire » ; Filion (2012) qualifié Cantillon d'individualiste, car il présente les caractéristiques d'un intérêt pour les questions économiques et d'un besoin de rationalité.

Cantillon perçoit l'entrepreneur comme un individu qui sait exploiter l'incertitude et d'y adapter. Il formule également les aptitudes nécessaires qu'un entrepreneur doit avoir pour réussir à exercer son activité. Les notions du risque et de l'incertitude sont les premières qualités que doit détenir un entrepreneur. Ce dernier est un individu qui est avide d'indépendance sociale et économique, il cherche avant tout la liberté sociale, travailler sous ses propres conditions et être son propre patron, tout en occupant une position avantageuse et rentable face à ses concurrents. Pour résumer, l'entrepreneur est un individu qui présente les capacités suivantes : l'esprit d'entreprise, le savoir-faire, la prise du risque, le sens des affaires...

L'un des aspects intéressants de la vision de l'entrepreneuriat de Cantillon est qu'il jugeait que toute personne, quel que soit son statut social, pouvait être un entrepreneur (Fuller-Love, 2020).

3.1.3 Jean-Baptiste Say

Say voyait le développement d'économie par la création d'entreprises (Filion, 2012). Ayant grandi dans un environnement où les membres de sa famille étaient engagés dans le développement de la société et des affaires, Say s'oriente davantage vers l'économie politique. D'ailleurs, ses premiers écrits prennent forme en se basant des thématiques qui touchent la société et les moyens mis en œuvre pour la rendre florissante et meilleure.

Les travaux de Say sur l'entrepreneur manufacturier s'inspirent majoritairement de son précurseur De Serres. Say suggère également que, le fonctionnement des industries dépend, en grande partie, des savants, des entrepreneurs et des ouvriers. L'auteur explique que ces trois acteurs sont dépendants l'un de l'autre et se complète dans leur rôle.

Tableau 8 : Principales caractéristiques de l'entrepreneur selon Jean Baptiste Say

Activité de l'entrepreneur	Caractéristiques de l'entrepreneur
Apprendre les procédés de l'art qu'il veut exercer lesquels sont fondés sur des connaissances scientifiques quelquefois très élevées	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance de son art. - Capacité d'apprentissage. - Nécessité de continuer à apprendre.
Principal agent de la production	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance des hommes. - Jugement sur les hommes et les choses. - Capacité d'application. - Capacité d'impulsion. - Esprit de conduite. - Grandes qualités morales. - Constance. - Fermeté. - Coordinateur de ressources. - Intermédiaire entre toutes les classes de producteurs, - et entre ceux-ci et le consommateur.

Création de produits	<ul style="list-style-type: none"> - Pensée unique. - Rassembleur des moyens pour réaliser la production. - Courage. - Persévérance.
Évaluation de l'incertitude et du risque	<ul style="list-style-type: none"> - Tête capable de calcul. - Évaluation de ce qui est possible. - Jugement. - Prudence.
Évaluation de besoins	<ul style="list-style-type: none"> - Jugement.
Gestion du temps (le sien et celui des autres, en particulier celui des ouvriers)	<ul style="list-style-type: none"> - Jugement.
Création de valeur	<ul style="list-style-type: none"> - Importance de l'imagination. - Audace judicieuse.

Source : (Messeghem & Torrès, 2015, p.76)

Ayant lui-même été un entrepreneur libéral et qui a forcément été influencé par ses expériences, Say retrace le type d'entrepreneur selon ses propres caractéristiques à lui. En effet, il estime que l'entrepreneur est un acteur moteur du système économique. Pour lui, c'est un individu qui organise et coordonne le travail d'une équipe organisée, formée de savants et d'ouvriers. Say est également considéré comme le précurseur des sciences de l'administration et du marketing actuel ; il démontre l'implication de la création et du développement des produits dans une entreprise. Il attribue aussi une grande importance au rôle de l'entrepreneur et au processus entrepreneurial, même s'il n'aborde pas explicitement l'implication sociale de l'entrepreneur. Exercer une activité entrepreneuriale contribue en soi à la prospérité de la société (Messeghem & Torres, 2015).

3.1.4 Joseph Alois Schumpeter

Ayant publié sa toute première œuvre qui s'intitule « *théorie de l'évolution économique* », les fondements théoriques de Joseph Schumpeter s'appuient sur l'idéologie qui tente de révolutionner la théorie économique de ses précurseurs Marx et Walras. L'auteur souhaite analyser les mécanismes de fonctionnement du capitalisme dans sa généralité et durant une longue période.

L'acteur principal de son analyse est l'incontestable entrepreneur. En essayant de combler les lacunes des modèles développés par les auteurs précédents, il élargit le concept de l'entrepreneur en rajoutant sa touche personnelle « *schumpetérienne* ». Schumpeter dresse le portrait d'un entrepreneur qui balaye la routine ennuyante et se prépare sans hésitation à relever les défis qui se présentent à lui, en espérant aller contre l'ordre économique préétabli. Selon lui, l'entrepreneur est un agent économique qui innove sans cesse et dans différents aspects ; l'innovation procure à l'entrepreneur une position concurrentielle stratégique, si ce n'est être dans une situation de monopole dans le marché.

L'entrepreneur est décrit par Schumpeter selon certaines caractéristiques, elles se présentent comme suit :

- L'entrepreneur est individu indépendant juridiquement, mais dépendant économiquement ;
- L'entrepreneur est un individu ayant des aptitudes hors du commun, il réalise des combinaisons des facteurs de production innovantes ;
- L'entrepreneur est beaucoup plus motivé par la réalisation et la concrétisation de ses projets que par la recherche du gain ;
- L'entrepreneur est un individu irrationnel ;
- La gestion d'une entité n'attribue pas forcément à l'individu le statut d'entrepreneur ;

Les auteurs Block et al (2017) estiment que les éléments qui distinguent la plupart des nouvelles entreprises des rares entreprises innovantes qui créent les avantages susmentionnés pour la société sont encore peu nombreux. Souvent, les avantages de l'entrepreneuriat au profit de la société sont liés à ce que l'on appelle les « *entrepreneurs schumpétériens* », en référence à la première théorie de Schumpeter sur la « *destruction créatrice* ». Selon cette théorie, les économies dynamiques et en croissance sont caractérisées par un processus constant de création et de disparition d'entreprises. Ce processus est initié par des entrepreneurs qui transforment de nouvelles idées en produits et services marchands. Ces entrepreneurs innovants se distinguent par leur aptitude et leur volonté à rechercher et à créer de nouvelles opportunités économiques ; Schumpeter a décrit l'entrepreneur comme un vecteur de changement, un innovateur qui introduit de nouveaux produits ou processus (Fuller-Love, 2020). Toutefois, il semblerait qu'il manque une compréhension claire de cet aspect de l'entrepreneuriat schumpétérien, y compris de la manière dont les entrepreneurs innovants peuvent être repérés.

De ce fait, l'entrepreneuriat peut non seulement avoir une incidence sur l'innovation, mais l'innovation peut, à son tour, affecter les performances de l'entrepreneuriat et l'accès aux ressources indispensables. Quant à la croissance économique et l'esprit entrepreneurial, ils sont également interdépendants (Block et al., 2017).

3.1.5 William Baumol

Baumol n'a pas une vision désincarnée de l'entrepreneur et toutes ses contributions le mettent au cœur des processus économiques. Pour l'auteur, on ne peut expliquer l'imposante croissance qu'ont connue les pays développés à partir du XVIII^e siècle sans la présence de l'entrepreneur (Messeghem & Torres, 2015). McCaffrey (2018) estime que l'argument de Baumol est, à l'origine, destiné à contribuer à l'économie, qui minimise ou néglige injustement le rôle de l'entrepreneur (Baumol 1968). Cependant, l'auteur rajoute que l'article de Baumol a connu son plus grand succès au sein de la discipline de l'entrepreneuriat dans les études de management (Boettke & Piano, 2016).

Aussi, l'analyse de l'économiste Baumol a eu le mérite de s'intéresser à certains aspects de l'entrepreneuriat peu étudié à son époque. De par son approche, l'auteur considère que la figure centrale de ses travaux est l'entrepreneur innovant. La perspective qu'il retient parmi les figures de l'entrepreneuriat était celle de Schumpeter. Baumol avait approfondi la théorie de Schumpeter en distinguant plusieurs types d'entrepreneuriat jusqu'alors négligés : productif, improductif et destructeur. La fragmentation de l'entrepreneuriat permet à Baumol d'explorer de nouvelles réponses à des interrogations critiques sur la croissance économique, son évolution historique et les politiques qui la soutiennent ou l'entravent. D'ailleurs, le principal problème soulevé par Baumol est la conviction que la croissance économique est essentiellement déterminée par la quantité d'entrepreneurs présents dans la société (McCaffrey, 2018). Et contrairement à cette hypothèse, il affirme que l'entrepreneuriat existe sous une certaine forme dans pratiquement toutes les sociétés. Par conséquent, ce qui importe pour la croissance économique n'est pas la quantité absolue de talent entrepreneurial dans la société, mais la manière dont ils sont répartis entre des utilisateurs concurrents. Le dynamisme entrepreneurial comprend des comportements qui n'augmentent pas la production physique ou ne procurent pas de bénéfices sociaux ; la qualité de ce dynamisme est plutôt répartie entre diverses activités productives, improductives et destructrices, en fonction de leur rentabilité relative.

Dans ces travaux de recherche, il tente également de lier l'entrepreneur à l'innovation, car, selon lui, l'innovation est le moteur de la croissance économique et qui est également liée à l'extension de l'entrepreneuriat autant qu'outil de développement. L'entrepreneur remplit une fonction différente de celle des autres figures de l'entrepreneur classique. L'entrepreneur innovant est caractérisé par la nouveauté radicale ; il a pour principale mission de trouver de nouvelles idées qui n'ont jamais été utilisées auparavant par les concurrents et de les concrétiser sur le marché (Messeghem & Torres, 2015).

Ainsi, l'auteur reconnaît l'utilité des études qui se focalisent sur les caractéristiques de l'entrepreneur. Celles-ci permettent d'expliquer les fluctuations des offres entrepreneuriales en fonction de leur distribution entre les activités productives et improductives.

Effectivement, bien que l'entrepreneuriat continue d'être minimisé dans la recherche économique ; il est vrai que les entrepreneurs et l'entrepreneuriat sont pratiquement absents de la théorie économique, mais l'approche économique sera tout de même utilisée pour situer l'entrepreneuriat dans son contexte (Julien, 2007). Sinon, dans la théorie néoclassique également, l'entrepreneur est soit absent, soit considéré comme sans intérêt. Seules les grandes entreprises comptent ; ce fut une situation qui a été longtemps critiquée par des chercheurs tels que Kirchoff (1994). Pourtant, l'entrepreneuriat ne peut se créer et se développer que dans un environnement économique donné (marché, structure ou industrie, concurrence, etc.) et sous certaines conditions économiques (en expansion, en stagnation, en déclin) dans lesquels l'entrepreneur agit selon ces facteurs qui lui fournissent les informations dont il en a besoin pour s'adapter et identifier les opportunités commerciales. Sans un environnement complexe au-delà du marché, il n'y aurait pas d'entreprises capitalistes, et donc pas d'entrepreneur (Julien, 2007).

En effet, l'entrepreneuriat parvient à se développer en tant que discipline indépendante, en grande partie grâce aux contributions de chercheurs tels que Baumol. D'ailleurs, l'une des contributions de l'auteur se résume dans son ouvrage qui s'intitule « Entrepreneurship: Productif, improductif et destructeur ». Ces écrits constituent une base pour un large éventail de travaux de recherche sur la théorie, l'histoire et la politique de l'entrepreneuriat. Pourtant, le plus grand hommage que les chercheurs actuels peuvent rendre à cet auteur est de critiquer minutieusement tout en développant ses arguments (McCaffrey, 2018).

4 Définitions de l'entrepreneuriat selon les auteurs

On peut énumérer un nombre important de définitions dans la revue de la littérature relative à la conceptualisation du terme « entrepreneuriat ».

Gartner (1990) estime que le débat sur l'entrepreneuriat englobe un large éventail de croyances et d'hypothèses sur ce qui constitue ce phénomène, son cadre conceptuel et ses perspectives de manifestation (Borges & Enoque, 2020). Il propose une définition affinée de celle de Cole, expliquant que l'esprit d'entreprise découle d'un comportement qui conduit à la création d'une nouvelle organisation. D'autres chercheurs se sont concentrés sur l'aspect de l'innovation ; Venkataraman (1997) décrit l'entrepreneuriat comme un acte de production de nouveaux biens ou services en réaction à une opportunité, avec toutes les conséquences qui en résultent, et comme une toute nouvelle initiative entrepreneuriale élaborée et puis exploitée pour répondre à un besoin du marché.

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE, 2018) décrit, pour sa part, l'entrepreneuriat comme une façon de voir les choses et un processus de création et de développement d'une activité économique fondé sur le risque, la créativité et l'innovation, et qui est ensuite géré au sein d'une organisation nouvelle ou existante

Le concept d'entrepreneuriat a largement évolué durant ces dernières années, de même que la compréhension des éléments qui sont susceptibles de l'influencer. Tremblay (1999) pense que l'entrepreneuriat est avant tout une démarche individuelle ou collective, qui permet de créer des activités innovatrices afin de contribuer au développement économique, il rajoute que : « *Le concept d'entrepreneuriat se définit par la création de nouvelles entreprises, l'expansion des entreprises existantes et la création de milieux innovateurs. Les activités de promotion peuvent mettre l'accent sur l'un ou l'autre ou encore sur l'ensemble de ces résultats. Le concept d'entrepreneuriat implique à la fois les individus, des entreprises et des milieux qui ont des caractéristiques et des comportements appropriés, un état d'esprit qui incitent à entreprendre des actions innovatrices, une vision, un projet, une action réussie.* » (p.190)

Verstraete & Fayolle (2005) affirment également que l'entrepreneuriat est : « *... initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaires (du moins ce qui est considéré comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou*

plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour les parties prenantes auxquelles le projet s'adresse. » (p.38).

Julien (2007) rajoute qu'il est très difficile de considérer la question qui touche à la définition du concept « entrepreneuriat » en détail ; des auteurs tels que Davidsson (2001) ou Steyaert & Hjorth (2003) soulignent qu'il est très difficile de concilier les points de vue qui concernent la définition du domaine de l'entrepreneuriat. Julien (2007) rapporte que Cole (1942), est parmi les premiers chercheurs dans le domaine, suite à Schumpeter, et identifie l'entrepreneuriat comme étant une activité qui implique la création, le maintien ou l'extension d'une entreprise rentable. Verstraete (2012) affirme également que : *« l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une seule définition » (p.20)*, et en dépit du nombre important de recherches sur l'entrepreneuriat, il n'existe pas de définition unanimement acceptée du concept (Capron, 2009) , d'autant plus que, la conceptualisation de l'entrepreneuriat autant que notion est un processus assez complexe (Fayolle, 2017).

Effectivement, Oukarfi (2019) souligne que même si l'exploration des écrits scientifiques et le développement des courants théoriques sur le domaine se font nombreux, il serait utopique de vouloir réduire l'entrepreneuriat à un seul modèle universel, l'entrepreneuriat est un concept bien trop hétérogène, connaissant de profondes mutations à travers le temps et selon les différents contextes.

Capron (2009) considère l'entrepreneuriat comme un phénomène socio-économique ambigu dont l'analyse fait recours à une approche dite multidisciplinaire, il rajoute que : *« ... l'entrepreneuriat est le phénomène associé avec l'activité entrepreneuriale qu'elle caractérise comme l'action humaine consistant à entreprendre. Cette définition n'est pas limitée aux seules sociétés commerciales, elle couvre également les "entrepreneurs" indépendants n'occupant pas de personnel salarié, car ils ont également la capacité de mettre en œuvre de nouveaux produits et procédés et de croître ».* (p.85).

Filion (2012) définit l'entrepreneuriat comme étant le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs.

Messeghem & Torres (2015) identifient l'entrepreneuriat comme : *« L'entrepreneuriat est une discipline qui porte sur l'action entrepreneuriale. Elle ne se réduit pas à la seule création d'entreprise. L'entrepreneuriat s'exprime en phase d'émergence, mais également dans les organisations existantes... le terme entrepreneuriat est devenu un terme générique qui recouvre*

les recherches qui portent sur des TPE, des startups, des entreprises familiales ou de grandes entreprises qui privilégient l'orientation entrepreneuriale. ». (p.15)

Kuratko (2016) pense que le mot entreprise (ou entreprenant) est utilisé comme une « philosophie de vie, une attitude consistant à explorer, à développer, à diriger et à prendre des initiatives ». L'esprit d'entreprise, comme dans le cas d'un individu entreprenant, est le processus d'identification, de développement et de concrétisation d'une vision, qu'il s'agisse d'un projet innovant ou d'un projet visant simplement à améliorer la façon de faire les choses. L'entrepreneuriat s'applique non seulement aux entreprises commerciales, mais aussi aux décisions politiques et sociales.

Fuller-Love (2020) estime que le terme « entrepreneuriat » a été employé pour couvrir un large éventail d'activités, y compris le travail indépendant, les petites entreprises et les activités entrepreneuriales dans les grandes organisations.

Dana (2021) décrit l'entrepreneuriat comme étant un phénomène complexe qui recouvre un ensemble d'activités présentant des caractéristiques techniques, humaines, managériales et entrepreneuriales, dont l'exécution requiert un ensemble de compétences diverses. En général, les acteurs de l'esprit d'entreprise jouent des rôles additionnels (principalement managériaux) lorsqu'ils exercent leurs activités entrepreneuriales, ce qui doit également être pris en compte.

Après les nombreuses définitions citées par les auteurs, on constate que l'entrepreneuriat est bien plus qu'une simple création d'entreprise ; il représente incontestablement une dimension importante (Gasse, 2003). Les caractéristiques de la recherche d'opportunités, de la prise de risques, au-delà de la sécurité et de la ténacité pour faire passer une idée dans la réalité, se combinent en une perspective toute particulière qui imprègne les entrepreneurs. Certaines personnes sont nées avec, tandis que d'autres, comme l'assume Drucker peuvent développer un état d'esprit entrepreneurial. Cet état d'esprit peut se manifester à l'intérieur ou à l'extérieur d'une organisation, dans des entreprises à but lucratif ou non lucratif et dans des activités commerciales ou sociales ayant pour mission de faire émerger des idées créatives. L'entrepreneuriat est par conséquent un concept intégré qui imprègne l'entreprise d'un individu de manière innovante. C'est effectivement cet état d'esprit qui a révolutionné la manière dont les entreprises commerciales et les activités sociales sont menées à tous les niveaux et dans tous les pays (Kuratko, 2016).

5 Les fondements du concept d'entrepreneuriat les plus cités dans la littérature

Tableau 9 : Les fondements du concept d'entrepreneuriat

Éléments	Conception de l'entrepreneuriat	Sources premières	Source contemporaines
Rôle clé de l'entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> - Création et gestion de PME. - Développement de marché. - Innovation. 	Schumpeter (1924)	Baumol (1968), Bygrave (1989), Julien (1989), Filion (1999), Verstraete (1999)
Capacité d'affronter l'incertitude et de prendre des risques	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité d'affronter l'incertitude et de prendre le risque de créer son propre emploi, de mettre sur pied ou de reprendre une entreprise. - Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain. - Capacité de prendre le risque de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits. - Capacité d'assumer l'incertitude liée à l'appropriation d'une entreprise ou d'innover. 	<p>Cantillon (1755), Knight (1921), Turgot (1769)</p> <p>De Serres (1600), Say (1803)</p> <p>Knight (1921)</p>	<p>McClelland (1961), Carland <i>et al.</i> (1984), Gartner (1989, 1990), Smilor (1997), Roberts et Woods (2005), Lash et Yami (2008)</p> <p>Vesper (1980), Marchesnay (1993), Marchesnay et Fourcade (1997), Van Praag (1999)</p> <p>Audretsch (2002), Friis, Paulsson et Karlsson (2002), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008)</p>

	Les risques peuvent être mesurés tandis que l'incertitude subsiste toujours.		
Mise sur pied Et développement d'une organisation	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité d'établir ses droits de propriété et le contrôle en créant une organisation pour assumer son rôle d'entrepreneur et en tirer divers avantages dont les profits. - Rachat ou fusion des entreprises. - Apport des parties prenantes. 	Hawley (1907)	Julien (1993), Gartner et Shane (1995), Marchesnay et Fourcade (1997), Torrès (1999), Cadieux et Deschamps (2011)
Opportunité	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité de rechercher des opportunités disponibles sur le marché ou de les créer. - Capacité d'exploiter des opportunités : ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre économique du marché. 	Smith (1776), Marshall (1890), Schumpeter (1924), Kirzner (1973)	Rogers (1995), Amabile (1997), Van Praag (1999), Shane et Venkataraman (2000), Dutta et Crossan (2005), Companys et McMullen (2007), Vaghely et Julien (2010)
Rôle du milieu	<ul style="list-style-type: none"> - Développement des règles du jeu et des conventions. - Disponibilité de l'information tant sur les 	Marshall (1890), Veblen (1904), Commons (1919)	Isard (1956), Aydalot (1976), Aldrich (1990), Maillat, Quévit et Senn (1993),

	opportunités (à travers les réseaux) que sur les ressources nécessaires pour les appliquer notamment le capital social). - Présence de chefs de file favorisant l'innovation et la recherche d'opportunités.		Gomez (1997), Davidsson (2005), Saravasthy (2008), Jones et Spicer (2009)
--	---	--	--

Source : (Julien, 2015, p.51)

6 L'entrepreneur et ses caractéristiques

L'entrepreneuriat implique un ensemble d'actions et de circonstances liées à la vie quotidienne de l'entrepreneur et à la compréhension de la manière dont sa dynamique et ses processus influencent son entreprise (Borges & Enoque, 2020). La plupart des spécialistes du domaine de l'entrepreneuriat se posent les questions suivantes : qu'est-ce qu'un entrepreneur ? Qu'est-ce qui caractérise les entrepreneurs et les distingue des autres acteurs organisationnels et sociaux ? comment pourrait-on définir l'entrepreneur ? ce sont des interrogations typiques que posent la plupart des nouvelles recherches sur l'entrepreneuriat et auxquelles on peut trouver une variété de références dans la littérature.

Le terme entrepreneur (le maître d'œuvre) est un mot qui a été emprunté à la langue française et dérivé du verbe entreprendre qui signifie faire ou entreprendre. Littéralement, il peut être divisé en deux parties, « entre », qui signifie « entre », et « pneur », qui signifie « preneur » (Kuratko, 2016).

Ce terme « entrepreneur » est également apparu pour la première fois dans la littérature en 1253 ; il était utilisé sous différentes formes. Il semble avoir acquis son orthographe officielle actuelle en 1433. Les chercheurs estiment également qu'il était couramment utilisé dans les années 1500 et 1600 (Filion, 2021).

Ce n'est qu'à partir des années 1970, 1980 et 1990 que la littérature sur l'entrepreneuriat devient plus riche. À cette époque qu'un nombre croissant de chercheurs issus d'une multitude de disciplines différentes, y compris de nombreuses disciplines émergentes en sciences humaines et administratives, ont commencé à s'intéresser aux entrepreneurs : Kilby (1971) ; wortman (1987), Low & MacMillan (1988) ; bull & Willard (1993); Gartner et al (2006) et bien d'autres (Dana, 2021).

Au cours du vingtième siècle, le mot « entrepreneur » a été associé à la libre entreprise et au capitalisme. De plus, il était généralement reconnu que les entrepreneurs servent de vecteurs de changement, qu'ils apportent des idées créatives et novatrices aux entreprises commerciales et qu'ils aident les entreprises à se développer et à devenir rentables. Le terme est désormais associé aux personnes qui créent de la valeur ajoutée, qu'il s'agisse de valeur sociale ou commerciale (Kuratko, 2016). L'entrepreneur est une personne qui se charge d'organiser, de gérer et d'assumer les risques d'une entreprise (Müller, 2016). La définition s'est élargie de sorte qu'aujourd'hui, un entrepreneur est considéré comme un innovateur ou un développeur social ou économique qui reconnaît et saisit les opportunités ; convertis ces opportunités en idées réalisables/commercialisables ; ajoute de la valeur en y consacrant du temps, des efforts, de l'argent ou des compétences ; assume les risques du marché concurrentiel pour mettre en œuvre ces idées et récolte les fruits de ces efforts (Kuratko, 2016).

À savoir, dans le milieu économique et social, les chercheurs se préoccupent encore de certaines thématiques qui touchent le domaine entrepreneurial. Selon des conditions particulières réunies, certaines personnes ont tendance à se distinguer du reste de la population en développant ce que l'on appelle « *un comportement entrepreneurial* » (Tur-Porcar et al., 2018). Fillion (1991) confirme que : « *un entrepreneur est une personne qui imagine, développe et réalise sa vision* ». Ce comportement entrepreneurial en question est très complexe à définir et son explication ne peut être réduite à un seul modèle simple. D'autant plus que, les chercheurs ont constaté, dans certains de leur essai empirique, que ces mêmes conditions dites « *favorables* » n'allaient pas forcément pousser les individus à agir en créant une valeur économique. Ce qui en résulte l'existence d'une grande diversité dans les résultats de recherches et d'une variété de situations (Fayolle, 2017).

Les définitions de l'entrepreneur diffèrent en fonction des paradigmes des auteurs. Certains chercheurs en entrepreneuriat ont proposé la matrice de Burrell et Morga comme moyen de comprendre les différents points de vue pour les définitions du terme entrepreneur. Aussi, d'après Fillion (2021), il existe de nombreuses raisons pour expliquer le large panel de perspectives, mais

une en particulier se démarque, à savoir *le prisme* à travers lequel l'auteur de la définition observe et appréhende la réalité. C'est le premier critère à prendre en compte dans toute définition.

Ceci étant, compte tenu de la diversité des catégories et des types d'entrepreneurs, il est raisonnable de se demander s'il peut y avoir des éléments communs à tous. Pourquoi existe-t-il tant de définitions de l'entrepreneur ? En fait, il y a plusieurs raisons, notamment la variété des disciplines comme on l'a cité précédemment ; des domaines de recherche et des paradigmes à travers lesquels les agents et les contextes peuvent être étudiés (Dana, 2021). Les sciences humaines diffèrent des maths et des autres sciences exactes dans la mesure où les spécialistes peuvent étudier et définir les phénomènes sans pour autant avoir des points de vue très différents.

En effet, Torres & Fimbel (2020) affirment que l'entrepreneur est généralement un concept défini selon les champs disciplinaires qui ont évolué au fil des ans et des siècles et restent marquées par la discipline maîtrisée par l'auteur. D'autant plus que les entrepreneurs sont relativement paradoxaux dans le sens où ils recherchent l'indépendance, en prenant leur propre carrière en main, tout en ayant systématiquement besoin de leur milieu pour se procurer des idées de lancement, des ressources de développement organisationnel et de nouvelles opportunités d'information. Il existe bien sûr différents types d'entrepreneurs et différents processus de création et de développement d'entreprises. L'éventail des rôles entrepreneuriaux ne cesse de s'élargir et comprend désormais les créateurs d'entreprises, les technopreneurs, les intrapreneurs, les extrapreneurs, les entrepreneurs sociaux, les indépendants et bien d'autres encore... Cependant, il est difficile de les définir avec exactitude et les travaux de recherche produisent souvent des résultats contradictoires. En outre, la littérature scientifique a souvent du mal à séparer les entrepreneurs de leurs entreprises et l'entrepreneuriat en général de la petite entreprise (Julien, 2007).

Quant aux travaux de recherches portant sur l'entrepreneur, ils requièrent la collaboration entre un ensemble de chercheurs adhérant un à champ d'observation plus au moins commun. Ce dernier étant avant tout un individu ayant une identité et une personnalité rend son discernement fort compliqué, néanmoins, les efforts cumulés par les auteurs et chercheurs sur le domaine de l'entrepreneuriat ont permis de définir les principaux axes majeurs (Marchesnay, 2020)

Ceci étant, Fillion (2021) estime que la plupart des éléments clés qui traitent de l'entrepreneur ont été abordés par les trois principaux pionniers principaux de l'entrepreneuriat ; Cantillon, Say et Schumpeter. Certains éléments les plus fréquemment mentionnés dans les définitions trouvées dans la littérature ont été retenus, ainsi qu'un certain nombre d'activités qui caractérisent le mieux

ce que font les entrepreneurs. Six composantes principales sont proposées pour être incluses dans une définition de l'entrepreneur : l'innovation, la reconnaissance des opportunités, la gestion des risques, l'action, l'utilisation des ressources et la valeur ajoutée. Quelques exemples de définitions sont également proposés, les plus récentes suggèrent qu'il existe différents niveaux d'innovation et de forme d'expression entrepreneuriale dans une société.

D'ailleurs, Messeghem & Torres (2015) rapportent une définition sur l'entrepreneur schumpétérien, qui est étroitement assimilé à l'innovation et qui s'apparente aux opportunités de profit, l'entrepreneur est alors : « ... *l'agent économique qui réalise de nouvelles combinaisons de facteurs de production : 1/fabrication d'un nouveau bien, 2/introduction d'une nouvelle méthode de production, 3/ouverture d'un nouveau débouché, 4/conquête d'une nouvelle source de matières premières ou de produits semi-ouvrés et 5/réalisation d'une nouvelle organisation du marché (ex. création d'une situation de monopole).* » (p.83). L'entrepreneur schumpétérien est un inventeur qui crée une nouvelle valeur. Spinosa et al (1997) ont décrit les entrepreneurs schumpétériens comme des personnes qui créent des choses à partir de rien, en révélant la réalité et en concevant de nouveaux espaces (en tirant profit des divergences et en proposant des arrangements différents ou des reconfigurations d'éléments existants). D'autres auteurs décrivent ces entrepreneurs comme des combleurs de vides ; non seulement ils saisissent les opportunités à partir d'idées, mais ils les convertissent également par le biais d'une série d'actions et concrétisent leurs idées, afin de créer un bien ou service de valeur qu'un marché potentiel voudra acheter (Julien, 2007).

Quant au rôle de l'entrepreneur, il a été considérablement étudié dans les sciences économiques et en management au cours des dernières décennies. Du point de vue de la société, l'entrepreneuriat est devenu une activité hautement appréciée, et les entrepreneurs sont valorisés pour leurs contributions à la communauté. Ainsi, on entend souvent parler de l'impact de l'entrepreneur sur la création d'emplois, la concurrence saine, la croissance économique, la promotion d'une culture d'entreprise. Il s'agit de promouvoir une société « inclusive » en créant des opportunités pour les individus qui ont des difficultés à obtenir un emploi (Block et al., 2017).

De ce fait, l'entrepreneur joue un rôle primordial dans le développement du système économique libéral. De nombreux auteurs ont démontré à travers des écrits scientifiques l'importance de l'entrepreneur dans la société. Julien (2015) estime que le premier rôle de l'entrepreneur est de pouvoir manager la ressource humaine de la manière la plus optimale afin de préserver la flexibilité qui caractérise la PME. Schumpeter, étant considéré parmi les initiateurs du développement du champ d'études de cette discipline, a mis en valeur l'apport de l'entrepreneur

par rapport à sa contribution en économie. L'entrepreneur est décrit par l'auteur comme un innovateur qui conduit à la destruction créatrice. Toutefois, la recherche académique a tendance à se concentrer sur un idéal type d'entrepreneur. Par conséquent, l'analyse économique scientifique s'établit elle aussi sur une base rationnelle et pure, bien que, chaque courant tente de défendre son idée dans les divers débats académiques. De ce fait, ce raisonnement s'appuie sur le principe d'optimisation qui, en réalité, n'engage en rien le réel entrepreneur face à l'incertitude de son environnement (Marchesnay, 2020).

6.1 Les motivations de l'entrepreneur

L'entrepreneur est décrit par Fillion (2017) comme étant un individu formé et entraîné à l'acte d'entreprendre. Il suit ses objectifs personnels à travers l'approche qu'il conçoit d'utiliser. Il se laisse également influencer par ses motivations en cherchant le meilleur compromis possible entre la satisfaction de ses objectifs, le degré de risque acceptable et le degré de création de valeur, tout en prenant en considération les éléments clés du milieu dans lequel il souhaite exercer son activité. Durant son parcours professionnel, l'entrepreneur est appelé à rechercher, collecter et analyser les informations qui lui seront indispensables lors du processus de prise de décisions opérationnelles et stratégiques.

Julien (2007) rajoute que les entrepreneurs sont des êtres façonnés et non nés. Les entrepreneurs, la création d'entreprise et les transformations ultérieures de l'entreprise, comme toutes les activités humaines, font partie intégrante de l'histoire générale de la personne concernée et de l'environnement qui permet et soutient le comportement entrepreneurial de cette personne. L'histoire de l'entrepreneur individuel fixe des lignes directrices générales et prévoit un certain niveau de dynamisme, mais le succès de la personne dépend du soutien qu'elle reçoit du milieu, et notamment des autres entrepreneurs. Les entrepreneurs sont généralement ancrés dans un territoire et bénéficient de l'enracinement de celui-ci. Leur parcours n'est ni aléatoire ni le produit de la rationalité réductrice de la théorie économique classique basée sur l'égoïsme individuel et la recherche du profit. Au contraire, elles découlent des racines et des chemins empruntés par les individus, seuls ou en groupe, qui décident de lancer ou de développer des entreprises.

Chaque expérience entrepreneuriale trouve son origine dans les caractéristiques innées de la personne et dans la formation sociale de certaines aptitudes au cours des premières phases de sa vie, comme le stipulent les psychologues pour enfants. Durant l'enfance de l'individu, il développe

certains éléments qui vont contribuer au développement de la confiance en soi, l'indépendance, l'initiative, et surtout, l'identité. Certains enfants, quel que soit leur âge, semblent naturellement prendre les devants lorsqu'ils jouent avec leurs amis. Ils deviennent des leaders à l'école et dans leur entourage ; mais cela ne présage en rien de leur capacité à conserver ce leadership ultérieurement dans leur vie professionnelle, ou la probabilité qu'ils deviennent des futurs entrepreneurs (Julien, 2007).

D'une autre part, Messeghem & Torres (2015) pensent que les motivations qui poussent l'individu à devenir entrepreneur viennent de l'alternative au travail comme salarié. Elle rajoute que certains auteurs ne conçoivent pas l'entrepreneuriat comme un phénomène essentiellement psychologique, bien que la dimension comportementale prend une grande partie dans les théories, à côté de la dimension économique.

Casson (1991) identifie quatre motivations de l'entrepreneur issu de ses écrits, elles se présentent comme suit :

- L'entrepreneuriat est avant tout une réponse face au chômage : la baisse de la demande sur le marché causé principalement par la hausse des salaires minimise l'accessibilité au travail. De ce fait, les individus se retournent vers l'option de l'entrepreneuriat en créant leur propre source de travail ;
- L'indépendance et la poursuite des rêves : les individus préfèrent être dépendants et bénéficier de l'autorité complète dans leurs carrières professionnelles ;
- Rémunération insuffisante : les individus se trouvent être forcés de combler les faibles salaires avec une activité entrepreneuriale ;
- Adapter l'entreprise à son propre rythme en faisant en sorte d'organiser son activité selon les préférences de l'entrepreneur et sa situation.

Schumpeter dresse également plusieurs profils d'entrepreneur :

- Le bourgeois typique se trouve être le propriétaire d'une entreprise dont il en a hérité ;
- Le capitaine d'industrie qui possède une certaine influence sur les actionnaires et qui gère au mieux les moyens de production. La motivation de l'entrepreneur vient de l'envie de vouloir préserver son statut social si ce n'est de progresser et d'améliorer sa performance économique ;
- La motivation de l'entrepreneur dépend de la reconnaissance des autres pour ce dernier ;
- L'entrepreneur est le fondateur de son entreprise et il est innovant.

6.2 Les compétences de l'entrepreneur

Les auteurs Julien & St-Pierre (2009) assument que l'innovation et la mondialisation sont une vraie source de motivation pour l'entrepreneur qui souhaite exercer et orienter son entreprise dans ce sens. Selon les auteurs, exclure le marché externe et orienter sa stratégie vers le marché local est devenue insuffisant. L'entrepreneur doit développer des stratégies concurrentielles qui s'étendent sur le court, moyen et long terme. Il doit être capable de s'organiser et de sélectionner les ressources nécessaires pour parvenir à ses prévisions et exploiter au maximum les informations décisives. Il doit être apte à répondre aux nouvelles demandes du marché et aux fluctuations de l'environnement externe (Dirksen, 2019).

L'entrepreneur doit également se focaliser sur ses aptitudes personnelles en améliorant ses compétences et en développant davantage ses habiletés socioculturelles ; l'entrepreneur pourra mieux gérer les crises inattendues grâce à ses intuitions et à la capacité de son jugement face aux situations extrêmes. Un entrepreneur engagé envers son entreprise peut facilement la propulser vers le marché international.

Il est possible de former et de développer l'attitude entrepreneuriale. Il existe de nombreuses compétences liées à l'entrepreneuriat, ces aptitudes peuvent être acquises et développées par l'apprentissage (Tan & Ng, 2006 ; Gibb & Hannon, 2005 ; Borjas, 2003 ; Kirby, 2004 ; Lans et al., 2014). Les compétences entrepreneuriales ont une incidence sur la performance de l'entreprise (Man et al., 2002 ; Camuffo et al., 2012). Par conséquent, il est important d'identifier ces compétences afin que les organismes et les institutions d'enseignement supérieur puissent œuvrer à leur perfectionnement. Et contribuer de la même manière à l'amélioration du dynamisme entrepreneurial dans l'économie des pays.

L'entrepreneuriat et les compétences entrepreneuriales ont largement été étudiés par les chercheurs (Mitchelmore & Rowley, 2010). Il s'avère que le comportement entrepreneurial n'est que le produit de la motivation à atteindre un objectif et la mobilisation des capacités nécessaires pour y parvenir. En effectuant une synthèse sur les travaux de l'entrepreneuriat, Robles & Zárraga-Rodríguez (2015) tentent de dresser un ensemble de compétences individuelles identifiées dans les travaux empiriques précédents et qui déterminent si un individu est un entrepreneur ou pas.

Le présent Tableau 10 réalisé par Robles & Zárraga-Rodríguez (2015) résume vingt compétences considérées comme les plus importantes et les plus influentes pour l'entrepreneur.

Tableau 10 : Les principales compétences de l'entrepreneur

Compétences	définition
La prise de risque	L'aptitude à tolérer l'ambiguïté et les situations incertaines et à prendre des décisions judicieuses dans ce type de situation, tout en étant capable de contrôler ses propres émotions.
Autonomie/ indépendance	Capacité à prendre des décisions indépendantes fondées sur une compréhension claire des possibilités et des responsabilités qu'elles impliquent.
La recherche et l'analyse de l'information	Capacité à trouver et à partager des informations économiques utiles pour la résolution des problèmes en exploitant tout le potentiel de l'entreprise.
La qualité du travail	Capacité à travailler de manière intensive et assidue afin d'atteindre les objectifs tout en étant dans l'optique de l'amélioration continue.
La communication	Capacité d'écouter, de poser des questions et d'exprimer efficacement des idées, des opinions et des concepts.
La confiance en soi	Capacité à relever de nouveaux défis en ayant confiance en ses propres aptitudes, décisions ou visions.
Développement des réseaux sociaux	Capacité à créer et à entretenir un réseau de contacts/rerelations avec des agents qui sont ou seront utiles pour la réalisation des objectifs fixés.
Le dynamisme	Capacité à travailler avec rigueur et sans relâche dans des situations fluctuantes, avec de nombreux partenaires différents.
La gestion du changement	Capacité à s'adapter rapidement et de manière adéquate à différents contextes, situations, individus et médias de manière adéquate.
L'initiative	Volonté d'agir, de créer des opportunités et d'améliorer les résultats sans aucune exigence spécifique.
L'innovation	Capacité à produire un travail nouveau, original, novateur, inattendu et approprié (opportun, utile) selon les besoins du contexte.
L'intégrité	Capacité d'agir en fonction de ce qui est dit ou jugé comme étant important.

Le leadership	Capacité à orienter l'action de groupes humains dans une certaine direction en instaurant une atmosphère de dynamisme et de dévouement, en fixant des objectifs, en assurant leur suivi et en assurant un retour d'information qui respecte les points de vue des autres parties
La maîtrise de soi	Capacité à s'autoréguler et à reconnaître ses propres limites.
Orientation des résultats	Capacité à promouvoir, encadrer et à sélectionner les comportements afin de concrétiser les finalités.
La mobilité sociale	Capacité à améliorer ou à réduire la position dans le classement du bien-être économique.
Les négociations	Capacité à diriger ou à contrôler une discussion en instaurant un environnement propice à la collaboration et prendre des engagements durables pour consolider la relation.
La résolution de problèmes	Capacité à assumer avec une certaine souplesse les situations extrêmes et à les surmonter, et aptitude à gérer les conflits.
La responsabilité	Capacité à maintenir la cohésion entre les actions, les comportements et les discours, en assumant la responsabilité de ses propres actions.
Le travail en équipe	Capacité à participer de manière active à la réalisation d'un objectif commun, en faisant passer les objectifs de l'équipe avant l'intérêt personnel.

Source : (Robles & Zárraga-Rodríguez, 2015, p.829)

Aussi, afin de mieux promouvoir l'esprit entrepreneuriat, la combinaison des conditions suivantes doivent être réunie : le flair permanent, la passion, le développement de l'expérience, un accompagnement familial, un soutien ou une stimulation du milieu, un esprit de leadership permanent, un sens renouvelé de l'initiative et enfin, une certaine humilité et surtout, un certain degré de chance.

L'histoire de l'entrepreneur, l'origine de son projet et ses objectifs à chaque étape de la création et du développement de l'entreprise ne peuvent être abordés à la légère. Les entrepreneurs sont des êtres sociaux qui dépendent de l'environnement socio-économique qui les entoure, et la création d'entreprise est un acte à caractère collectif. Le processus entrepreneurial est nécessairement circulaire et ouvert. À cet effet, l'acte d'entrepreneuriat affecte l'entrepreneur autant qu'individu qui évolue en conséquence (Julien, 2007).

L'évolution de l'entrepreneuriat a été fortement influencée par certains économistes et analystes clés. McFarlane (2016) présente dans le Tableau 11, les auteurs qui ont cherché à attribuer un rôle spécifique à l'entrepreneur dans la société.

Tableau 11 : L'évolution du rôle de l'entrepreneur selon les auteurs

Date	Auteur	Concept
1755	Cantillon	Il introduit le concept d'entrepreneur à partir de « <i>entreprendre</i> » ; capacité à prendre en charge.
1803, 1817	Say	L'accent a été mis sur la capacité de l'entrepreneur à « mobiliser » des ressources afin de répondre à des opportunités non satisfaites.
1871	Menger	À noter que, la capacité des entrepreneurs à distinguer les « biens économiques » — ceux qui ont une valeur marchande ou d'échange — et tous les autres.
1893	Ely and Hess	Attribue aux entrepreneurs la capacité d'agir de manière intégrée dans l'ensemble de l'entreprise, en combinant les rôles du capital, du travail, de l'entreprise et de l'entrepreneur.
1911, 1928	Schumpeter	L'idée était que les entrepreneurs « créent » de manière proactive des opportunités en utilisant combinaisons innovantes, qui incluent souvent la « destruction créative » de marchés économiques passifs ou léthargiques.
1921	Knight	Les entrepreneurs se préoccupaient de l'efficacité des facteurs économiques en réduisant continuellement le gaspillage, en augmentant les économies et en créant ainsi de la valeur, comprenant implicitement la relation opportunité-risque-récompense.
1948, 1952, 1967	Hayek	Poursuivre la tradition autrichienne des entrepreneurs analytiques en leur donnant des capacités de découverte et d'action, en reconnaissant l'existence d'une d'asymétrie de l'information qu'ils pourraient exploiter.

1973, 1979, 1997, 1999	Kirzner	Il attribue aux entrepreneurs un sens de la « vigilance » pour identifier les opportunités et de les exploiter en conséquence.
1974	Drucker	Il a attribué aux entrepreneurs la capacité de « prévoir » les tendances du marché et d'y répondre en temps utile.
1975, 1984, 1985	Shapero	Attribution aux entrepreneurs d'une capacité de « jugement » pour identifier « des opportunités crédibles » en fonction de deux antécédents critiques — la perception de la « désirabilité » et de la « faisabilité » d'un point de vue personnel et social.

Source : (McFarlane, 2016, p.18)

En somme, le développement et le maintien d'un état d'esprit entrepreneurial nécessitent également une société dynamique. La société joue un rôle indispensable dans le processus. Elle enlève une partie du poids des épaules de l'entrepreneur. Elle est également considérée comme un facteur important dans le maintien de l'enthousiasme de l'entrepreneur et sa tolérance au risque. De même, le milieu joue un rôle primordial en instaurant une atmosphère propice qui encourage les individus à se lancer dans l'entrepreneuriat et à saisir les opportunités du marché.

Section 2. L'entrepreneuriat territorial

Bien que le nombre de travaux empiriques sur l'entrepreneuriat ait considérablement augmenté au cours des deux dernières décennies, la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat est encore, presque, exclusivement axée sur les régions nord-américaines et européennes (Bruton et coll., 2008). En dehors de ces deux régions économiques développées, l'exploration de ce domaine hétérogène reste extrêmement limitée (Szirmai et al., 2011). En particulier dans les pays des économies émergentes ; ce type d'économies ont la particularité de se focaliser sur les orientations et les demandes du marché, et progressent rapidement sur le plan économique (Bruton & coll., 2008).

L'entrepreneuriat est considéré comme un levier essentiel de l'évolution économique. Il s'agit également d'un processus distinctement inégal dans l'espace qui apporte un éclaircissement important du développement économique inégal des régions et des nations. Stam (2010) estime qu'il n'est pas surprenant que l'entrepreneuriat soit un élément clé de l'économie évolutionniste et se réfère aux travaux de recherche de (Schumpeter, 1934 ; Witt, 1998 ; Grebel et al. 1934 ; Grebel et al. 2003 ; Metcalfe 2004 ; Grebel 2007). Le domaine entrepreneurial a été reconnu comme un élément important pour expliquer le développement économique régional (Acs et Armington. 2004 ; Audretsch et al. 2006 ; Fritsch 2008). Sachant qu'il existe une évidente disparité entre les différentes régions du monde en ce qui concerne le type et le nombre d'entrepreneurs (Madzikanda et al., 2021). Autrement dit, l'explication des variations régionales de l'entrepreneuriat est également devenue une question importante et non négligeable dans le monde académique.

L'entrepreneuriat peut être caractérisé comme un phénomène typiquement régional (Müller, 2016). Les deux concepts entrepreneuriat et territoire se joignent vers les années 2000, suite aux nombreuses analyses portées sur les territoires et ses impacts sur l'entreprise. Ces notions permettent entre autres d'expliquer le dynamisme des firmes en s'appuyant sur des analyses territoriales et régionales (Boutillier et al., 2016). Elle indique également le rôle du territoire et son impact sur l'activité des entreprises en essayant d'expliquer le lien qui existe entre ces deux concepts « *territoire* » et « *entreprise* ». Ce lien qui réunit ces deux concepts est de nature bidirectionnelle selon la démarche évolutionniste.

Kibler (2013) rajoute que la dimension régionale de l'entrepreneuriat est devenue de plus en plus marquante à la suite des récentes études qui révèlent un impact significatif de différents

facteurs régionaux sur l'activité entrepreneuriale et le développement économique (Armington & Acs, 2002 ; Fritsch & Schmude, 2006 ; Tama'sy, 2006 ; Brixy & Grotz, 2007). Les recherches antérieures sur les disparités régionales en matière d'entrepreneuriat se concentrent principalement sur les taux de création de nouvelles entreprises ou sur le niveau d'entrepreneuriat naissant en tant que variable dépendante. D'autant plus qu'il existe des différences prononcées au sein des nations, mais aussi entre elles en ce qui concerne les taux d'entrepreneuriat et leurs déterminants (Bosma & Schutjens, 2008). Ces différences tendent à être persistantes avec le temps, de ce fait, l'introduction de l'entrepreneuriat dans la géographie économique évolutive signifie que l'accent traditionnel sur les entreprises est complété par un accent sur les individus.

1 Les approches classiques de l'entrepreneuriat

1.1 Approche fonctionnelle

Chantal & Serge (2017) estiment que cette approche est globalement une approche économique ; la notion de l'entrepreneuriat ainsi que sa place dans la croissance économique a été introduite historiquement par Cantillon. Les économistes s'intéressent de plus près aux fonctions réalisées par l'entrepreneur. Le concept de l'entrepreneuriat est analysé sous la perspective de création d'entreprise, génératrice de valeur ajoutée. Un certain nombre de fonctions entrepreneuriales principales ont été distinguées dans des travaux scientifiques réalisés par les chercheurs (Tounes, 2003 ; Verstraeté & Marchesney 2000). Ses fonctions se résument en : le preneur de risque, la combinaison des facteurs de production, la fonction d'innovation et la fonction d'arbitrage (Chantal & Serge, 2017). Selon Fayolle & Degeorge (2012), ce type d'approche « économique » cherche à cerner le rôle de l'entrepreneur et sa contribution dans la création de richesses et le développement socioéconomique en général.

1.2 Approche par les individus

Approche dite « *comportementale* », elle saisit l'aspect psychologique de l'entrepreneur. Les travaux empiriques liés à cette approche s'articulent autour des critères psychologiques de l'entrepreneur. Parmi ces critères on peut citer : le besoin d'indépendance, le besoin de réalisation, la prise de risque. L'entrepreneuriat fait ainsi appel à des personnes différentes et ces différences se manifestent par des comportements individuels particuliers ayant la capacité à reconnaître les opportunités (Alvarez, 2005). Dans cette optique, les individus sont en « alertes » aux opportunités existantes. De ce fait, l'objet de recherche dans cette approche vise à comprendre les caractéristiques psychologiques qui sont susceptibles de motiver les individus à se lancer dans l'entrepreneuriat (facteurs motivationnels) (Chantal & Serge, 2017).

Cette vision privilégie les valeurs internes spécifiques de l'individu qui sont susceptibles d'avoir une certaine influence sur lui et qui le pousseraient à adopter un comportement entrepreneurial précis. Ces valeurs peuvent apparaître sous forme de traits de personnalité de l'entrepreneur, ses motivations, son comportement, ses origines ainsi que ses orientations sociales. McClelland est parmi l'un des auteurs qui ont le plus contribué dans cette approche. Il propose une théorie sous l'appellation « *le besoin de réalisation* ». Ici l'auteur fait référence au besoin d'accomplissement, un sentiment qui se rapporte à la confiance en soi également, ainsi qu'à l'indépendance et la capacité de vouloir résoudre les problèmes. Quant aux autres chercheurs, ils estiment que l'attitude entrepreneuriale émane principalement d'expériences vécues par l'individu durant son enfance, surtout dans un environnement stressant et hostile, ou l'individu apprend à gérer dès son plus jeune âge les affaires familiales et les problèmes. Dans ce contexte, l'individu sera confronté à des difficultés, à s'adapter aux marchés du travail et tentera de se lancer dans sa propre activité et étant son propre chef.

La distinction d'un profil type idéal de l'entrepreneur est assez difficile, car toute personne est représentée par son propre milieu d'appartenance et qui diffère considérablement d'un individu à un autre (Tamásy, 2006). Et même s'il existe actuellement de nombreux profils qui tentent d'énumérer, d'une manière générale, le profil type de l'entrepreneur ainsi que les caractéristiques communes retrouvées chez les entrepreneurs et qui les poussent à l'acte de création. Il est encore difficile de modéliser un comportement ou l'attitude particulière d'une personne.

1.3 Approche processus

Bygrave & Hofer (1992) perçoivent l'entrepreneuriat comme étant un processus entrepreneurial englobe toutes les fonctions, activités et actions associées avec la perception d'une opportunité et la création d'une organisation. L'analyse des processus est, actuellement, au cœur des travaux de recherche liés à l'entrepreneuriat. On retrouve dans certains travaux réalisés par Fayolle (2002) des concepts appartenant à cette approche, considérée comme complexe et multidimensionnelle et surtout dont les notions sont empruntées de la théorie des organisations. L'approche par processus a pour objet d'étudier des variables endogènes et exogènes liées au déclenchement de l'acte entrepreneurial, dans une dimension dynamique et complexe. Tounes (2003) estime que cette dernière recouvre plusieurs aspects liés à l'approche fonctionnelle et comportementale.

Bien que ces approches englobent l'ensemble des facteurs situationnels et comportementaux de l'entrepreneur, d'autres critères tels que les facteurs de localisation impactent le dynamisme entrepreneurial. Ainsi, suite à la grande diversité des courants de recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat, les chercheurs se sont posé des questions telles que : comment les entreprises nouvellement créées se sont concrétisées ? » ou « quels sont le comportement et l'attitude de l'entrepreneur ? ».

Gartner (1985) avait identifié quatre comportements significatifs observés dans l'activité entrepreneuriale :

- L'entrepreneuriat est une question d'opportunité d'affaires ;
- L'entrepreneuriat se résume à la création d'une organisation ;
- L'entrepreneuriat cherche l'accumulation des ressources ;
- L'entrepreneuriat est responsable des exigences émises par le gouvernement et la société.

2 Intégration de l'approche géographique au domaine de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat et la géographie économique sont deux concepts socio-économiques dont l'importance académique et politique s'est récemment accrue (Sternberg, 2021). Au sens large, l'espace est une dimension importante du contexte entrepreneurial. Les chercheurs en entrepreneuriat ont étudié l'effet de la dimension spatiale du contexte, en soulevant le rôle de la géographie et de la localisation dans le lieu où les nouvelles entreprises se développent et grandissent. Les relations qu'elles établissent avec leurs principales parties prenantes, et leur participation à différents réseaux ainsi que le lieu et la manière dont elles rassemblent les ressources (Zahra et al., 2014).

L'entrepreneuriat est, et a toujours été, à la fois une cause et un résultat de la répartition géographique de l'activité économique (Plummer & Peter, 2010). Bien entendu, la question que les chercheurs se posent souvent est : pourquoi les entrepreneurs implantent-ils leurs entreprises là où ils le font ? Après tout, qu'ils le fassent consciemment ou non, les entrepreneurs doivent choisir le lieu d'implantation de leurs activités et choisissent souvent de s'installer à proximité d'entreprises concurrentes. En théorie, du moins, le choix d'une région, d'un quartier ou d'un coin de rue n'est pas anodin, car tout emplacement sert de « tête de pont » pour entrer dans la mêlée concurrentielle et a donc des répercussions à long terme sur le rendement final des nouvelles entreprises.

L'activité entrepreneuriale, comme de nombreux phénomènes, est inégalement répartie dans l'espace géographique (Stam, 2010 ; Mack & Qian, 2016). Kibler (2013) considère que le rôle du contexte local et régional dans les activités entrepreneuriales est largement reconnu dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la géographie économique (Malecki 2009 ; Trettin & Welter 2011). Des études antérieures ont montré que les entrepreneurs ont tendance à créer leur entreprise à proximité de leur lieu de résidence (Stam 2007 ; Parwada 2008). Par conséquent, de nombreux chercheurs partagent l'opinion selon laquelle l'entrepreneuriat est le résultat de l'interaction entre les attributs individuels et l'environnement local (Lundström & Stevenson 2005 ; Tama'sy 2006 ; Sternberg 2009 ; Stam 2010). Il convient de mentionner que la compréhension de l'entrepreneuriat en général et de sa relation avec les autres champs diffère entre les spécialistes de l'entrepreneuriat selon les différentes disciplines universitaires. Sternberg (2021) rajoute que pour la spécialiste en économie géographique Feldman (2001) : « *l'entrepreneuriat est avant tout un événement régional* » qui est largement influencé par la géographie, bien que, toujours selon Sternberg (2021)

l'idée originale de « *l'événement entrepreneurial* » ait été introduite par le spécialiste du management Albert Shapero (1984).

Quant à Wennekers et al (2002), ils affirment que les conditions régionales telles que le développement économique et les caractéristiques socio-économiques, démographiques et culturelles sont interdépendantes. Le développement économique et les facteurs régionaux déterminent conjointement la structure des opportunités (du côté de la demande) et les ressources, capacités et intérêts (du côté de l'offre) qui affectent le comportement entrepreneurial naissant.

Et enfin Julien (2007) rajoute que l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit aux approches classiques. Par conséquent, la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat nécessite la combinaison de toutes les approches citées dans Tableau 12.

Tableau 12 : Les approches de l'entrepreneuriat

Approche	Entrepreneur	Entreprise ou organisation	L'environnement et le lieu
Behaviourist (psychologique)	Caractéristiques	Personnelle et centralisée	Faiblement considéré ou pas du tout considéré
Sociologique	Un créateur d'organisation	Lié aux autres organisations et à la société	L'organisation est une partie prenante du tissu industriel
Économique	L'entrepreneur est un agent économique	Une part du tissu industriel et répond aux besoin du marché	Le dynamisme de l'entreprise dépend de la conjoncture économique et des autres cycles économiques à moyen et long terme
Géographique (économie régionale)	L'un des principaux agents, mais pas le seul	Un élément de diversification	Des relations fortes et étroites avec la société et vice versa

Source: (Julien, 2007, p.11)

3 La notion du territoire dans la dimension entrepreneuriale

Sur le plan économique, on rappelle que le territoire est défini comme étant le lieu de mise en œuvre des activités économiques liées aux ressources locales. Le territoire est également marqué par un environnement hétérogène et d'une localisation industrielle sectorielle ainsi que d'une identité culturelle ; il regroupe l'ensemble des interactions économiques, sociales et politiques. Le type et la nature de ces relations définissent l'intensité et les différenciations qui existent entre ces territoires (Chantal & Serge, 2017).

Depuis que les gouvernements voient l'entrepreneuriat comme un réel outil pour le développement économique du territoire, la création d'entreprise s'est intégrée dans divers groupes d'intérêts nationaux. Comme le démontre Colletis (2010) : « ... *l'implantation d'une firme dans un territoire, sa participation aux dynamiques territoriales constituent en quelque sorte un pari sur l'avenir.* » (p.14). Dans un contexte multidimensionnel de l'entrepreneuriat, les interrogations résultantes de la dynamique économique territoriale renvoient de plus en plus à l'efficacité des dispositifs d'accompagnement et aux mesures de sensibilisation engagée par les pouvoirs publics. Effectivement, il s'agit de mesurer l'ampleur des stratégies territoriales qui visent à dynamiser les interactions entrepreneuriales, par le biais de pratiques pédagogiques dans les institutions d'enseignements.

À cet effet, de nombreux chercheurs (Maurel & Sédillot, 1997 ; Raulet-Croset, 2008 ; Zimmermann, 2008 ; Dejardin, 2010 ; Jafari & Benthami, 2020) s'interrogent sur : quel rapport entretiennent les firmes avec leur territoire ? Les entreprises sont-elles intégrées dans leur territoire ? Comment expliquer les inégalités en termes de dynamisme entrepreneurial entre les régions d'un territoire ?

La relation qu'entretiennent les entreprises avec leur territoire est importante, notamment lorsqu'il s'agit de PME. Messeghem & Torres (2015) estiment que : « *Plusieurs études ont montré que plus l'économie d'un territoire repose sur les PME, plus ce territoire a des chances que des cadres et même de simples employés essaient pour créer ou acheter leur propre entreprise, compte tenu de leur bagage d'expériences complexes apprises sur le tas.* » (p.35). Cette catégorie d'entreprises n'est pas uniquement conditionnée par les connaissances et les aptitudes de l'entrepreneur, elle est également influencée par l'environnement interne et externe dans lequel elle se développe (Alonso et al., 1999). Cette dépendance se traduit par la réactivité de l'ensemble des acteurs participant au mouvement territorial (Jafari & Benthami, 2020). En soi, les bénéfices

qu'assure l'espace aux entreprises consistent à garantir la disponibilité des ressources principales et nécessaires au bon fonctionnement de celles-ci, de ce fait, avec le temps, une relation d'osmose se développe entre la PME et son territoire (Julien, 2012).

A cet effet, Julien (2012) rajoute que : « ... *plusieurs économistes et géographes se sont attardés au rôle du territoire dans le développement de l'entrepreneuriat...* » (p.153). L'auteur explique l'importance de la compréhension du développement régional et sa complexité dans l'évaluation du dynamisme des PME. Sachant que, l'activité entrepreneuriale n'est pas indépendante de son territoire, d'où l'importance de repérer les relations qui existent entre leur dynamisme et le territoire dans lequel elles sont implantées ; le dynamisme des entreprises dépend inconsciemment de l'activité des entreprises existantes, car elles ont besoin d'interagir et d'échanger entre elles afin de fonctionner convenablement.

D'autres chercheurs affirment également que l'entrepreneuriat peut être caractérisé comme un phénomène essentiellement régional (Müller, 2016). L'approche géographique ou l'économie régionale permet de différencier les régions en fonction de leur capacité à maintenir une culture entrepreneuriale et à soutenir la création ou le lancement de nouvelles entreprises. Comme le dynamisme entrepreneurial diffère d'une région à une autre, il convient de tenir compte de la place de l'entreprise dans la société et de ses liens avec la collectivité. Chaque entreprise est implantée sur un territoire qui fournit les ressources et le capital social, en plus du capital financier et humain, dont l'entreprise a besoin pour soutenir son développement, quel que soit son âge. De ce fait, le territoire possède des consommateurs, des structures de production, des institutions et des infrastructures dans lesquelles ils s'insèrent ; les infrastructures d'un territoire représentent un stimulant pour l'activité des firmes et l'acte entrepreneurial ne peut être compris en dehors du territoire qui le contient.

Aussi, l'entreprise se localise là où elle espère rendre ses unités de production le plus profitable, en se basant sur des déterminants stratégiques à sa localisation (Fontagné & Mayer, 2005). D'autant plus que la concentration des entreprises est fortement liée à son environnement socio-économique. En effet, divers indicateurs semblent expliquer ou du moins, affecter, la répartition hétérogène des entreprises à travers un territoire donné. Selon certains auteurs, ces facteurs peuvent être innombrables et parfois même inattendus (Dokou, 2011) ; plusieurs études ont pu retracer l'effet que peut avoir la situation géographique sur le dynamisme entrepreneurial au sein d'un ensemble de pays (Tran & Santarelli, 2017). Aussi, les courants de recherche suggèrent qu'il existe une différence régionale dans la distribution des activités et des talents

entrepreneuriaux ; certaines régions sont simplement plus innovatrices que d'autres (Arbia et al., 2015). Effectivement, les régions entrepreneuriales disposent de bases de ressources riches, de ressources économiques diverses, d'une offre d'entrepreneurs talentueux et instruits et de ressources humaines compétentes (Saxenian, 1994). Tout cela se résume à l'existence d'avantages qui découlent de la combinaison de ces forces, ainsi que de la présence d'une politique bien élaborée qui soutient les activités entrepreneuriales (Zahra et al., 2014).

En parallèle, en examinant l'effet de la géographie sur la naissance et la croissance de différents types d'entreprises. Zahra et al (2004) fournissent un récapitulatif exhaustif de cette littérature et concluent que la géographie sert d'indicateur pour plusieurs variables importantes qui déterminent la vigueur des activités entrepreneuriales. Certains pays et certaines régions même, sont bien placés géographiquement et bénéficient donc des avantages qui découlent de leur situation (Zahra et al., 2014). Tandis que d'autres, ils sont localisés dans des régions moins attrayantes, privés de ressources clés, de facteurs de production ou de marchés internationaux. Dans l'ensemble, la dimension spatiale de l'entrepreneuriat fournit une explication partielle des variations observées dans l'intensité et la variété du dynamisme entrepreneurial entre les nations et les régions du monde (Kibler, 2013).

Les auteurs Baker & Welter (2020) rajoutent que la dimension géographique est également liée aux divergences de contexte institutionnel. Ces contextes sont susceptibles d'évoluer avec le temps, de sorte que la comparaison entre les économies émergentes et les économies développées, qui a toujours été trop simpliste en raison des différences au sein de ces deux groupes, devient de moins en moins importante. L'apprentissage croisé, le commerce, l'externalisation et les projets de collaboration ont réduit les écarts de connaissances et de compétences entre ces pays. Ces activités ont aidé certaines économies émergentes à devenir des économies « moyennes ». Toutefois, les chercheurs n'ont toujours pas adopté d'approches qui permettent de suivre les changements institutionnels et leurs implications pour la transplantation de l'entrepreneuriat, dans différents territoires du globe (Baker & Welter, 2020).

À noter que, les régions et leurs avantages entrepreneuriaux augmentent ou diminuent avec le temps, reflétant les changements dans le milieu industriel et les politiques régionales. Les changements dans la répartition spatiale des entreprises influencent également les acteurs qui bénéficient des activités entrepreneuriales, directement par la création de valeur, ou indirectement par la diffusion des connaissances. La dynamique et les motifs de ces changements peuvent

fluctuer dans le temps, reflétant l'évolution du milieu concurrentiel et la manière dont la valeur est définie par les différents groupes de parties prenantes (Baker & Welter, 2020).

Bien évidemment, l'intégration de la géographie dans le domaine de l'entrepreneuriat n'explique pas toutes les variations de ce dernier ; la géographie n'est pas à elle seule le vecteur de ces variations. Elle sert plutôt de moyen de concrétiser l'effet d'autres facteurs. Par exemple, des chercheurs ont étudié les activités entrepreneuriales des pays émergents, la façon dont ils ont pu surmonter les limites de la situation géographique de certaines de leurs villes ainsi que la distance qui les sépare des marchés nationaux et internationaux. La dimension spatiale explique en partie le succès de certaines régions plus que d'autres ainsi que la croissance de leurs activités entrepreneuriales. Ce succès est, en grande partie, dû à ce que ces pays ont fait pour surmonter les limites de la distance physique et se connecter à d'autres régions du monde et à d'autres ressources (Zahra et al., 2014).

Dès lors, dans sa définition générale, on peut conclure que l'espace est une dimension non négligeable du contexte entrepreneurial. L'effet de la dimension spatiale, dans le contexte du dynamisme, souligne l'importance de la localisation dans le développement et la croissance des nouvelles entreprises, des relations qu'elles entretiennent avec leurs principales parties prenantes ainsi que de leur capacité à s'adapter aux changements (Baker & Welter, 2020).

3.1 La territorialisation des entreprises

La notion du comportement stratégique d'une entreprise est vue comme un indicateur fondamental dans le choix des autres investisseurs. L'entreprise dotée d'un comportement stratégique imposant aurait un fort impact sur le choix stratégique d'un agent économique tiers. Ceci explique que le départ d'une entreprise est le résultat d'un certain nombre de circonstances défavorables, d'inadaptations avec le territoire. De plus, un partenaire privé influence de manière directe ou indirecte le comportement des autres entreprises. Dans la revue de littérature, les pionniers ont souligné l'importance des économies d'agglomération (Weber, Cantillon, Petty ... etc.). Sachant que l'attractivité des investisseurs se mesure au nombre d'entreprises qui installent leurs projets d'investissement et leurs sièges sociaux dans une zone géographique déterminée. On sait également que l'espace influence le choix de localisation, car, selon les effets observés entre les différents lieux, on constate que les caractéristiques de l'espace sont susceptibles d'apporter des éclaircissements sur la compréhension du phénomène de localisation des agents économiques.

La relation du territoire avec l'entreprise retrace une vision dimensionnelle importante qui permet d'expliquer l'attachement de l'entreprise à son territoire. En d'autres termes, le territoire, de par ses caractéristiques matérielles et immatérielles, influence la territorialité de l'entreprise. À savoir que, dans le cas des PME, celles-ci attachent plus d'importance à la présence d'une industrie dominante ; le territoire leur fournit les principales ressources telles que les capitaux, le transport et la main d'œuvre pour s'y développer (Lamarlière & Staszak, 2000).

Sachant que, même si les entreprises tirent leurs avantages des territoires dans lesquels elles s'implantent, et inversement, le territoire profite, de son côté, de la présence de ces entreprises. Bien que la relation entre l'entrepreneuriat et le territoire n'a pas toujours été mise en lumière par les chercheurs, les PME et les territoires restent deux concepts indissociables ; le territoire se développe en fonction des décisions stratégiques prises par les acteurs endogènes et les partenaires exogènes (Chakor et al., 2021). En réciprocité de terme, l'entreprise évolue en parallèle avec l'évolution du territoire. Par ailleurs, les pays s'efforcent de maintenir l'équilibre des relations transactionnelles et commerciales dans les différentes régions d'un territoire afin d'obtenir une distribution plus au moins homogène des activités économiques (Chakor et al., 2021).

En reprenant les réflexions présentées par les chercheurs, l'environnement socio-économique proche de l'entrepreneur local est décrit par Julien (2005) comme étant le « milieu *entrepreneurial* ». Ce milieu représente, le lieu d'instructuration auquel on attribue le rôle d'offreurs de ressources telles que : le soutien à la création d'entreprises, le financement de proximité, les ressources immatérielles, la réduction d'incertitude et l'environnement socioculturel. Dans sa globalité, le milieu fait référence aux dimensions historiques, culturelles et sociétales d'une communauté territorialisée. La définition conceptuelle retenue par un certain nombre de chercheurs est celle de Garofoli (1992) : « *le milieu est un ensemble de facteurs historico-socioculturels, qui se sont sédimentés dans la communauté et les institutions locales* » (p.7).

Quant aux fondements de l'approche par l'encastrement territorial, ils se divisent en quatre niveaux. En premier lieu, cette approche repose sur l'idée que le territoire d'implantation constitue l'environnement socio-économique privilégié de l'entrepreneur. En second lieu, le territoire est considéré comme source de capital social essentiel aux entrepreneurs qui s'y implantent. De ce fait, le territoire assume un double rôle : celui de l'offreur de ressources présenté comme un réservoir de savoirs et d'opportunités (Julien, 2005), et celui de facilitateur des échanges et des relations en diminuant l'incertitude et les coûts de transaction (Saives, 2002).

Ensuite, ce capital social offert par le territoire que l'on qualifie de capital social territorial résulte de la jonction des effets de proximité génomique aux effets de proximité organisée au sein du territoire. Et enfin, afin de bénéficier de ce capital social territorial, l'entrepreneur s'encastre dans un réseau. Ce qui constitue ce que l'on appelle encastrement territorial, c'est-à-dire le mode de mobilisation du capital social territorial.

L'impact de l'entrepreneuriat sur le développement économique et la création de valeur économique est en corrélation avec l'intégralité des autres dimensions (économique, social et environnementale) (Degeorge, 2018).

Effectivement, si le territoire constitue une source potentielle privilégiée du capital social, c'est à travers la notion d'encastrement (Heilbron, 2002) que l'on peut comprendre la mobilisation de l'entrepreneur des stocks de ressources relationnelles territoriales pour générer son capital social entrepreneurial. Il s'agit également de la mise en évidence de l'interaction entre l'espace (ville) et le développement des PME pour favoriser l'émergence des attributs entrepreneuriaux.

La question que les chercheurs se posent alors est la suivante : quelle relation entretient l'entrepreneuriat avec la ville ? On sait que l'entrepreneuriat naît et prospère dans les villes et les agglomérations. La ville, étant un espace qui amasse les plus grandes richesses, elle est considérée comme un lieu de concentration qui réunit les agents économiques, sociaux, environnementaux, les réseaux internes et externes, le capital économique, social et culturel ainsi que les pouvoirs politiques ; elle est à la fois le siège de consommation, de production et de capital indispensable à l'activité des entreprises (Boutillier et al., 2016).

On rappelle également que d'un point de vue scientifique, la thématique qui joint la relation entre la ville (considéré comme espace délimité), l'entrepreneuriat et la dynamique des PME est importante. Dans la perspective d'un processus d'apprentissage, la progression dynamique des entreprises tire souvent son origine des interactions et des échanges construits sur le long terme entre les différents acteurs économiques impliqués dans un territoire (Dokou, 2011).

Suite à la crise industrielle qu'on connut, la plupart des pays, l'environnement socio-économique est devenu instable et envahi par les difficultés de tout genre. Ces menaces ont abouti à l'émergence de plusieurs modèles distingués.

Les modèles en question sont cités par Boutillier et al., (2016) et se présentent comme suit :

- Modèle entrepreneurial
- Modèle environnemental
- Modèle culturel

Les modèles dominants dans le champ de recherche scientifique sont de nature entrepreneuriale, environnementale et culturelle. Les modèles « entrepreneurial » et « environnemental » sont ceux qui nous intéressent le plus dans notre travail de recherche. Le modèle entrepreneurial vise à expliquer le dynamisme entrepreneurial en effectuant un classement comparatif par rapport aux villes. Quant au modèle environnemental, il tente de cerner la ville en se basant sur un certain nombre de facteurs de différentes natures : l'aspect économique (attractivité des activités économiques, innovation...) et l'aspect social (l'emploi, le vivre ensemble...).

Le modèle entrepreneurial a pour objet de définir les déterminants clés du dynamisme entrepreneurial dans une ville ou un espace donné. Plusieurs rapports internationaux ont participé, par la suite, à cette thématique afin de déceler les facteurs propices à la création des activités entrepreneuriales. Sachant que, les économistes, les sociologues ainsi que les géographes, ont manifesté leurs intérêts envers la ville étant considérée comme un espace/lieu spécifique et défini. Cette dernière est devenue l'objet de recherche dans les récents travaux empiriques qui ont émergé suite à la crise industrielle. Julien (2015) rajoute que les villes, et surtout les grandes agglomérations, se caractérisent par une forte croissance démographique qui offre, à son tour, des marchés plus divers et une ressource humaine plus variée et plus susceptible de se lancer dans l'entrepreneuriat.

L'objectif principal de ces modèles est de considérer le territoire comme un champ de forces attractif et influent. Il est également perçu comme étant l'espace de la mise en œuvre de toutes les mesures appliquées par l'État et la mobilisation de l'ensemble des ressources susceptibles d'aider directement ou indirectement l'émergence et le développement du dynamisme entrepreneurial. Comme l'indiquent Boutillier et al (2016) : « *Le territoire est perçu comme l'espace de la mise en œuvre d'un cadre institutionnel visant à favoriser le développement de l'entrepreneuriat... Depuis*

de nouveaux concepts ont vu le jour, en particulier celui d'écosystème entrepreneurial qui tend précisément à privilégier les aspects institutionnels de la dynamique territoriale. » (p.60). Julien (2015) rajoute de son côté que le territoire est un acteur au même titre que les entreprises et la société qui les entoure.

Bien que l'on puisse considérer les entreprises comme une source de richesse pour le territoire, Sauvin (2015) affirme que : « *l'entreprise produit des biens et des services, mais pas seulement ! il y a ce qui est visible et ce qui ne l'est pas, tout au moins sur le court terme et le moyen terme. L'entreprise n'est pas un acteur anodin.* » (p.157). Il rajoute également que : « *l'entreprise est bien plus qu'une simple fonction de production. En tant qu'institution, elle façonne nos comportements par la production de normes, de règles, de conventions, de routines et de croyances.* » (p.159). L'auteur estime que la finalité de l'entreprise ne se résume pas qu'à la production des biens et services. C'est d'ailleurs pour cette raison le chercheur mentionne la définition de la politique d'attractivité des territoires envers les firmes en estimant qu'elle est à revoir et à adapter au contexte actuel. À cet effet, on considère l'entreprise comme un acteur qui à sa propre empreinte et qui aboutit à des richesses non matérielles telles que les conventions, les routines, les compétences, les normes et les traditions.

Les travaux de recherches se penchent davantage sur le degré d'influence qu'a un territoire sur les entreprises qu'il accueille et surtout comment l'activité des entreprises rétroagit et impacte sur le territoire (Boutillier et al., 2016). De ce fait, la compréhension du dynamisme des entreprises et l'appréciation de leurs « *empreintes territoriales* » nous poussent à mobiliser un certain nombre d'approches développées par les chercheurs à travers les théories précédentes.

4 Les déterminants de l'entrepreneuriat

Si le fait de créer une entreprise revient à une décision purement individuelle, comment peut-on expliquer l'hétérogénéité observée au niveau régional d'un territoire. Ceci nous laisse supposer que les paramètres territoriaux ne sont pas réellement neutres. La question que les chercheurs Koning et al (2010) se posent : pourquoi certaines régions enregistrent un taux d'entrepreneuriat plus élevé que d'autres ? pour les auteurs, soit la population régionale est intrinsèquement entrepreneuriale, ce qui est souvent très rare, soit l'environnement fournit par ces régions distinguées est plus favorable au dynamisme entrepreneurial.

Capron (2009) pense que : « *l'activité et les performances entrepreneuriales ainsi que les impacts économiques de l'entrepreneuriat d'un pays ou d'une région dépendent d'une multiplicité de facteurs fortement imbriqués. Ceux-ci sont liés à l'individu, au territoire, au contexte institutionnel* ». (p.119). Principal outil de « *régénérescence* » des tissus économiques territoriaux, l'entrepreneuriat s'inscrit de plus en plus au cœur des politiques de développement économique dans les différentes régions et métropoles d'un territoire (Levratto & Torrès, 2010). Bien que le développement du dynamisme des entreprises révèle souvent l'existence de facteurs liés aux personnes (attraits personnels de l'entrepreneur), à leur entourage (famille et amis), il peut également être lié à leur environnement ainsi qu'à la localisation de l'entreprise (Gasse, 2003) ; l'environnement socio-économique a pour rôle de faciliter et de valoriser l'activité entrepreneuriale dans un territoire.

D'ailleurs, Julien (2015) rapporte que c'est les sociologues qui avaient initialement abordé les nombreux liens qui existent entre les entreprises et les ressources du milieu et que ces notions sont tirées de l'entrepreneuriat régional. Certains travaux empiriques mettent en exergue l'importance du milieu dans la stimulation de la culture entrepreneuriale et en l'occurrence, le milieu régional et territorial, qui met à la disposition des entreprises les ressources matérielles et humaines (main-d'œuvre) nécessaires, ainsi que tout ce qui concerne les infrastructures et les organismes de financement indispensable au démarrage d'une entreprise.

Aussi, Bishop & Shilcof (2017) pensent que, dans une optique évolutionniste, l'un des facteurs susceptibles d'expliquer les différences persistantes dans les taux de création de nouvelles entreprises entre les régions est l'existence d'une certaine inertie spatiale. Les régions sont des entités hétérogènes en raison de leur histoire spécifique, de leur dotation en ressources, de leur géographie physique, de leur culture, de leur composition institutionnelle, de leurs investissements passés ainsi que de leur composition sociale.

C'est pour cette raison qu'un grand nombre de ces facteurs sont soit constants, soit évoluent progressivement au fil du temps : ils restreignent et influencent de manière significative les opportunités de développement futur. Si ces facteurs ont un impact sur l'entrepreneuriat, alors les variations persistantes dans la création d'entreprises peuvent être associées à cette hétérogénéité sous-jacente et à la rigidité spatiale (Bishop & Shilcof, 2017).

À cet égard, on constate que de nombreux progrès ont été réalisés dans la compréhension des facteurs qui expliquent la répartition inégale de l'activité entrepreneuriale dans l'espace (Stam,

2010). Mack & Qian (2016) considèrent que les analyses de la démographie de la population régionale mettent en évidence le rôle que jouent le sexe (Langowitz & Minnitti, 2007), l'âge (Curran & Blackburn, 2001), la race (Butler & Herring, 1991 ; Butler, 2012) et l'origine ethnique (Wilson & Martin, 1982) dans la propension à entreprendre de la population locale. Les recherches suggèrent que les localités qui présentent le bon mélange démographique de personnes hautement qualifiées ayant l'expérience industrielle appropriée sont susceptibles d'être plus entrepreneuriales que les autres.

Outre les caractéristiques de la population, la composition des entreprises existantes dans les environnements régionaux a un impact sur l'activité entrepreneuriale locale. La taille des entreprises, ainsi que le niveau de spécialisation régionale ont un impact sur l'activité entrepreneuriale. Des études ont montré par exemple que la diversité industrielle est plus propice à l'activité entrepreneuriale que la spécialisation régionale. Cet argument prend racine dans les externalités de Jane Jacobs qui facilitent l'échange de connaissances complémentaires entre un ensemble diversifié d'acteurs économiques, ce qui conduit à la production de nouvelles connaissances.

Certains facteurs spécifiques dits « invisibles » indiquent la composante géographique d'un territoire et contribuent de manière importante à l'explication de la répartition des PME et de l'activité entrepreneuriale dans certaines villes plus que d'autres ; l'implantation de ces entreprises obéit à une logique propre à certains déterminants socio-économiques (Levratto et al., 2008 ; Rataj, 2020, Sternberg, 2021)

En somme, la dimension spatiale des facteurs et des processus qui sont responsables de la distribution inégale de l'activité entrepreneuriale est souvent subsumée dans des études théoriques et quantitatives. Les facteurs géographiques sont souvent négligés dans les études portant sur les variations de l'activité entrepreneuriale. D'autant plus que les enseignements tirés des études sur l'entrepreneuriat régional suggèrent que le même type de ressources peut jouer un rôle différent selon les conditions régionales (Rataj, 2020). Par conséquent, malgré ces avancées dans le domaine de l'entrepreneuriat, les facteurs et les processus qui favorisent l'entrepreneuriat restent inexplorés (Mack & Qian, 2016).

4.1 Les facteurs territoriaux qui expliquent le dynamisme entrepreneurial

Gasse (2003) présente une sélection de conditions locales de la répartition des PME (macro-économique) sont :

- Les attitudes du milieu
- Les groupements d'entreprises
- La localisation
- La nature des entreprises
- La présence d'universités

Julien et Cadieux (2010) rapportent l'idée de Morris qui stipule que l'intensité entrepreneuriale d'un territoire est souvent déterminée par la combinaison et l'interdépendance d'un nombre important de facteurs environnementaux de différents niveaux. On peut classer ces facteurs selon trois types de variables :

- ❖ Les infrastructures environnementales qui caractérisent la société (niveau d'éducation, conjoncture économique, capacités financières disponibles, environnement juridique et légal, situation politique, infrastructure matérielle),
- ❖ Le degré de turbulence environnementale présente dans la société (dynamique, menaçante ou non et complexe).
- ❖ L'expérience de vie personnelle des individus qui composent la société (famille, formation dans le domaine des affaires, modèles sociaux et expérience professionnelle).

Capron (2009) propose lui aussi, dans le Tableau 13, une classification des déterminants de l'entrepreneuriat à l'échelle microéconomique, mésoéconomique et macro-économique

Tableau 13 : Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat

Niveau et unité d'analyse	Approche par l'offre (pull effect)		Approche par la demande (push effect)		Action gouvernementale
	Statique	Dynamique	Statique	Dynamique	
Micro : individu ou entreprise	Motivations Coût d'opportunité Compétences Contraintes financières Tolérance au risque Genre Age Éducation et formation Environnement social	Processus de décision Croissance des salaires Expérience Situation professionnelle Ressources financières	Opportunités économiques et technologiques Réglementation Complexité administrative	Climat économique Perspectives de profit et d'emploi	Éducation et formation Simplification administrative Assistance financière et indirecte Capital risque Politiques ciblées
Méso : secteur	Degré de concurrence Régime technologique Échelle minimum efficiente Intensité capitalistique	Evolution technologique Ouverture de niches Étape du cycle de vie	Caractéristiques de marché Barrières à l'entrée Outsourcing Clusters Coûts de transaction	Croissance de la demande	Règles de concurrence Politique sectorielle Droits de propriété Soutien à l'innovation
Macro : région ou pays	Valeurs culturelles Densité et structure de population Degré d'urbanisation Structure industrielle Immigration Participation féminine Niveau et inégalité de revenu Chômage Niveaux de qualification	Croissance de la population Transition vers une économie entrepreneuriale	Niveau de vie Structure industrielle Diversité de la demande	Effets de débordement Croissance économique Croissance du revenu Niveau de développement économique	Taux d'intérêt et taxation Flexibilité du marché du travail Système de sécurité sociale Distribution des revenus Loi sur les faillites Ciblage géographique

Source : (Capron, 2009, p.47)

Le milieu externe est conditionné par la localisation géographique des entités sachant qu'il existe même des différences entre les espaces d'un même territoire (pays). Selon les théories de Marchesnay et Julien, les chercheurs estiment que la variation régionale du taux d'entrepreneuriat dépend de certaines spécificités économiques et sociodémographiques d'une région particulière (Colot et al., 2007).

En effet, l'entrepreneuriat est le résultat de l'interaction entre les attributs individuels et le milieu dans lequel ils évoluent. Afin de mieux expliquer les distributions spatiales de l'entrepreneuriat, il convient donc d'examiner les aspects spatiaux de cette interaction. Par aspects géographiques, nous entendons principalement les caractéristiques de lieux particuliers et la distance spatiale entre des acteurs particuliers (Müller, 2013). Nous pouvons commencer l'explication par la disponibilité des entrepreneurs (potentiels) dans des lieux particuliers. Plusieurs perspectives s'offrent à nous : la nature et le nombre d'organisations dans une région, la culture régionale et la structure du marché du travail dans une région. Les éléments clés sont les ressources, les capacités et les préférences des individus. La question clé est de savoir pourquoi, dans un environnement (d'opportunité) donné, certains individus sont plus susceptibles de créer une entreprise que dans un autre environnement : par exemple, en raison de leur volonté de prendre des risques, de leur préférence en matière d'autonomie et d'autodirection, de leur capital humain spécifique et de leur expérience. Un facteur sous-jacent important peut être trouvé dans les effets générationnels : le fait d'avoir un passé familial entrepreneurial renforce la probabilité de devenir indépendant. La transmission intergénérationnelle du travail indépendant est une explication des différences spatiales en matière de travail indépendant (Stam, 2009).

D'ailleurs, Julien (2015) relève un point très important. Pour lui, l'existence d'espaces ou régions relativement semblables, du point de vue du dynamisme économique et démographique en tenant compte de la structure industrielle, peuvent être relativement différents du point de vue de l'activité entrepreneuriale. L'auteur estime qu'une étude du type qualitative pourrait mieux expliquer ces inégalités en termes du dynamisme entrepreneurial.

Julien énumère les principales variables utilisées par les chercheurs pour mesurer l'entrepreneuriat dans les travaux empiriques (voir Tableau 14) ; elles sont généralement utilisées comme étant des variables dépendantes dans les modèles économétriques.

Tableau 14 : Les variables les plus utilisées par les chercheurs pour la mesure de l'entrepreneuriat

L'aspect de l'entrepreneuriat	Mesure identifiée	Auteurs clés
Entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> - Taux général d'auto-emploi ou de travailleurs autonomes - Taux spécifique d'auto-emploi - Nombre de propriétaires-dirigeants - Nombre d'entrepreneurs potentiels ou naissants 	Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Ahmad (2008), Van Stel (2008), Xavier <i>et al.</i> (2013).
Création et disparition des entreprises	<ul style="list-style-type: none"> - Taux de création et de disparition (ou taux de renouvellement) des entreprises - Indice de l'activité entrepreneuriale totale 	Gartner et Shane (1995), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Ahmad (2008), Davis (2008), Xavier <i>et al.</i> (2013).
Développement d'entreprises	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'entreprises en croissance et en décroissance - Taux de survie - Part des gazelles 	Julien, Mustar et Estimé (2001), Dobbs et Hamilton (2007), Van Praag et Versloot (2007), Ahmad (2008), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Acs, Parsons et Tracy (2008), OCDE (2010).

Emplois générés	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre total des emplois créés et disparus - Taux de création brute d'emplois chez les entreprises - créées et en croissance 	<p>Van Praag et Versloot (2007), Ahmad (2008), OCDE (2010).</p>
Innovation	<ul style="list-style-type: none"> - Dépenses en R-D - Nombre de brevets d'invention - Importance des nouveaux produits ou des changements dans les processus dans les dernières années 	<p>Mole et Worrall (2001), Nooteboom (2008), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009), Baker et Nelson (2005).</p>

Source : (Julien, 2015, p.234)

4.2 Les variables explicatives les plus citées dans les travaux de recherches selon Julien (2019) sont :

4.2.1 Les variables sociologiques

- La famille : l'entourage familial constitue l'un des éléments les plus favorables à l'entrepreneuriat ; la présence d'un membre de la famille étant entrepreneur est considérée comme un facteur déterminant à l'entrepreneuriat ;
- Le milieu professionnel : c'est une variable qui détermine l'existence d'un espace propice à l'entrepreneuriat, car pour beaucoup de chercheurs, la création d'entreprise est une question de réseaux et de connaissances ;
- Le milieu social : englobe au sens le plus large tous les éléments qui impactent sur l'individu (certains évoquent même la religion). L'auteur estime que les individus qui sont en général bons à l'école cherchent la sécurité et se lance rarement dans l'entrepreneuriat ;
- Les entreprises : peut être considéré comme un élément important dans la motivation de création d'entreprises à travers l'intrapreneuriat et l'essaimage.

4.2.2 Les variables économiques

- La disponibilité de la main d'œuvre (qualifié de préférence, mais tout dépend de l'entreprise et du type d'activité qu'elle exerce) ;
- Présence de fournisseurs ;
- Présence des clients et de nouveaux marchés ;
- Développement des infrastructures ;
- Disponibilité des terrains et d'équipements ;
- Présence du transport ;
- Influence gouvernementale ;
- Disponibilité des services de soutien ;
- Conditions de vie ;
- Disponibilité des ressources financières ;
- Zones urbaines importantes.

4.2.3 Les variables démographiques

- Le nombre de la population/la densité de la population ;
- Niveau d'instruction de la main d'œuvre ;
- Par des gestionnaires et des professionnels ;
- Par la population des 30 à 44 ans ;
- Diversité du statut social ;
- Part de la population propriétaire

4.2.4 Les variables structurelles industrielles

- Part des PME ; la présence forte des PME servant de laboratoire pour former de futurs entrepreneurs apprentis ;
- Diversité de la structure industrielle ;
- Part des secteurs nouveaux ;
- Importance des dépenses R&D ;

- Niveau des salaires ;
- Accès au capital-risque ;
- Expérience antérieure des entrepreneurs.

4.2.5 Les variables relatives à la demande

- Croissance des revenus par habitant ;
- Revenus disponibles ;
- Inégalité des revenus ;
- Taux de chômage ;
- Variation du taux de chômage.

Par ailleurs, les ressources participent au développement des activités entrepreneuriales. Chaque territoire dispose de ressources spécifiques accumulées au cours des années. Certaines d'entre elles sont peu mobiles et fortement attachées à un territoire. Ces ressources rendent le territoire plus ou moins attractif pour une nouvelle activité entrepreneuriale. Les ressources spécifiques comprennent les caractéristiques de la main-d'œuvre (qualité, savoir-faire, adaptabilité, flexibilité, etc.), l'organisation industrielle (coopération, soutien financier), etc. Carayannis (2020) pense qu'il existe une relation dialectique entre ces ressources spécifiques et le dynamisme entrepreneurial : D'une part, l'activité entrepreneuriale se développe à partir de ressources spécifiques territoriales, mais d'autre part, les entrepreneurs participent à la création de ressources spécifiques. En fait, il existe une relation étroite entre le comportement des entreprises en place et leur capacité à attirer de nouvelles entreprises et à développer leur environnement commercial.

Conclusion chapitre II

La recherche sur l'entrepreneuriat est un domaine en plein essor qui s'est considérablement développé, tant sur le plan quantitatif que sur le plan théorique (Rataj, 2020). L'entrepreneuriat a pris une importance considérable en tant que moteur de la croissance économique dans les économies capitalistes modernes, mais aussi dans les économies en transition et émergentes.

On reconnaît également de plus en plus la diversité du processus de création d'entreprise, qui va au-delà des caractéristiques d'un individu ou d'une entreprise. À cet égard, l'entrepreneuriat est reconnu comme un phénomène d'individus et d'entreprises inscrit dans un contexte social et contexte régional.

Ce chapitre avait pour but de fournir une présentation simplifiée des principales théories et des concepts pertinents liés à l'entrepreneuriat et à l'entrepreneur. Les sujets abordés dans la section 1 comprennent l'évolution historique du domaine de l'entrepreneuriat, les différentes définitions présentées par les chercheurs ainsi que les principales approches qui ont grandement contribué au développement de ce domaine.

Comme nous avons pu le constater, l'entrepreneuriat est un domaine extrêmement interdisciplinaire, ce qui se reflète dans la variété des approches appliquées à l'étude de l'entrepreneuriat régional (Müller, 2016). Au début des années 1990, des recherches sur l'entrepreneuriat, ses effets sur le développement régional ainsi que les variations régionales qui affectent les taux de création de nouvelles entreprises sont devenus des domaines de recherche essentiels. Dès lors, l'entrepreneuriat régional est devenu un domaine de recherche de plus en plus pertinent, ce qui a donné lieu à un grand nombre de publications consacrées au sujet.

C'est pour cette raison que nous nous sommes consacrés, dans la section 2, au dynamisme territorial de l'entrepreneuriat. Cela nous a permis de faire un rapprochement entre l'entrepreneuriat, l'entreprise et son territoire, tout en présentant des concepts inspirés de l'économie régionale qui ont été adaptés à l'analyse de la dynamique entrepreneuriale. Selon les travaux empiriques, on peut en effet considérer que le milieu régional est constitué de ressources, de conventions et de culture entrepreneuriale. Et c'est à partir de ce milieu que les chercheurs ont pu identifier les principaux indicateurs macroéconomiques déterminants à l'activité entrepreneuriale au niveau régional.

En somme, la relation entre l'activité entrepreneuriale et le territoire est complexe. Traditionnellement, une grande partie de la littérature étudie les déterminants tangibles et intangibles de l'entrepreneuriat régional en se concentrant sur divers facteurs tels que le chômage, la densité/croissance de la population, la structure industrielle (taille du marché, concurrence, spécialisation et concentration du marché), le capital humain ou les ressources cognitives (niveau d'éducation, expérience professionnelle), la disponibilité du financement, l'accessibilité, la recherche et le développement universitaires, la disponibilité d'un emplacement bon marché pour les entreprises, le niveau de revenu ou de bien-être régional, mais aussi la diversité sociale et la créativité. Tous ces facteurs ont une incidence significative sur les variations régionales des taux de création de nouvelles entreprises. Au-delà des attributs régionaux tangibles, l'enjeu pour une région entrepreneuriale est également de faciliter la mise en réseau des acteurs économiques.

Dans le chapitre suivant, nous allons exposer les principaux fondements théoriques liés aux PME, l'évolution historique de leur développement ainsi que la construction de leur typologie à travers les diverses contributions des auteurs.

Chapitre III

Généralités sur les PME

Introduction chapitre III

Depuis ces dernières années, la PME est devenue un sujet d'actualité, ayant un rôle économique et social important au sein de notre économie. Elle suscite beaucoup d'interrogations et offre un énorme champ d'études et de recherches (Abedou et al., 2007). D'ailleurs, la PME fait l'unanimité à l'échelle internationale, le secteur économique connaît un enthousiasme particulier à travers les médias et des recherches liées à ce domaine. Elle est devenue un phénomène mondial, quels que soient les régimes politiques, les niveaux de développement économique et industriel. Les PME sont considérées comme des entreprises aux multiples vertus, entre l'adaptabilité, la flexibilité et la créativité (Filion, 2000).

De plus, elles font objet d'instrumentalisation de plus en plus forte de la part des pouvoirs publics. Dans les pays développés, elles représentent l'entreprise pourvoyeuse d'emplois et nourrissent tous les espoirs de la classe politique et des sociétés. Ces espérances se traduisent par l'engouement des valeurs entrepreneuriales, le sens de l'initiative et des responsabilités, l'aptitude à gérer les situations de crise et d'incertitude (Papillon, 2010).

Les PME sont devenues alors le symbole du libéralisme face à l'économie de marché internationale, elles représentent en quelques mots, la liberté d'entreprendre, l'esprit d'indépendance, mais aussi l'entreprise innovatrice et porteuse de progrès. Contrairement aux grandes entreprises, qui, dans la plupart des cas, ne pensent qu'à générer des profits pour leur pérennité et leur bien-être, les PME sont plus responsables de leur environnement, dans la mesure où elle sont plus soucieuses de préserver les équilibres sociaux face aux impératifs économiques (Torrès, 1998).

Les travaux de recherche relatifs aux PME sont passés d'analyses relativement simples, se contentant d'étudier les comportements des entrepreneurs, à des analyses plus complexes, incluant différents facteurs et variables impliqués dans le développement de celles-ci (Julien, 2015).

De ce fait, la liste des phénomènes étudiés par les chercheurs sur le domaine de l'entrepreneuriat et des PME est bien vaste. Toutefois, chaque théorie de l'entreprise doit au préalable résoudre un complexe problème de définition et de conceptualisation : comment peut-on définir la Petite et Moyenne Entreprise ? Un ensemble de critères est utilisé dans la littérature afin de présenter une distinction entre la PME et les grandes entreprises.

Section 1. La diversité des courants de recherche

L'identification primaire de la PME s'est déroulée vers la fin des années 1960 (Papillon, 2010), grâce à la contribution des travaux présentés par l'école d'Aston et suite à l'apparition du modèle que certains auteurs qualifient de « *fordiste* » et qui entre en crise ; c'est un modèle qui structure le développement économique selon des conditions de travail défavorables et démotivantes et qui mène à l'insatisfaction des ouvriers des grandes usines tayloriennes.

La prise en conscience du mouvement avait pris naissance avec le fameux « *Small is beautiful* » suite à la publication de l'ouvrage de Schumacher durant l'année 1973, toutefois, l'identification de la PME restait ambiguë. Plusieurs chercheurs tels que Julien et Torres ont abordé la question sous différents angles afin de mieux cerner la PME. D'après ces chercheurs, ce n'est qu'au cours des années 1980 que les PME ont réellement acquis un réel statut « *d'objet d'étude* » dans le monde académique, après que les recherches historiques sur les petites entités se sont développées autour de problématiques plus politiques et sociales qu'économiques (Perrin, 2017).

L'acheminement de la production de connaissances scientifiques se concrétise par l'apparition de nouvelles revues spécialisées dans les PME, considérant cette dernière comme un objet de recherche dont le savoir académique ne cesse de développer (Perrin, 2017).

Actuellement, le degré d'intérêt pour les acteurs économiques tels que la PME n'est pas réparti de la même manière dans le monde. Les pouvoirs publics des pays à travers le monde avaient pris conscience de la spécificité des PME et de leur influence à des degrés différenciés. OCDE (2019) affirme que : « ... pour parvenir à libérer le potentiel des PME et des entrepreneurs, il est nécessaire de mieux cerner leurs caractéristiques, et de tenir compte de leur grande diversité en termes de taille, d'âge, de structure de capital, de lieu d'implantation, de modèle économique, mais aussi de profil et d'aspirations des entrepreneurs. L'insuffisance de données sur l'hétérogénéité des entreprises peut constituer un frein à l'élaboration de politiques fondées sur des données concrètes, de nature à éliminer les obstacles et à stimuler la croissance des PME ». (p.16)

La justification de l'objet-PME repose généralement sur l'idée qu'il existe un seuil de limite entre le monde des PME et celui des grandes firmes. Pendant longtemps, les chercheurs ont essayé de trouver les configurations organisationnelles qui permettent d'identifier le concept de la PME. Bien que les appréciations portées sur ce type d'entreprise divergent selon le contexte ; étant un

contraste entre leur flexibilité et certains de leurs points faibles. Cette divergence est le fruit des convergences disciplinaires. Chaque discipline a sa propre perception des PME et à tendance à privilégier certains éléments à l'appui de ses appréciations. Les sciences de gestion sont souvent dans une optique de la réactivation de l'esprit entrepreneurial, considéré comme levier du développement économique, tandis que les économistes font écho du modèle managérial rationalisé des PME (Torres & Fimbel, 2020).

De nombreux travaux ont été élaborés dans le but de mieux cerner la diversité des PME (Olosutean, 2011). Différentes formes de classification et de typologies ont été proposées par les chercheurs. Ces typologies fournissent un cadre d'analyse pour des formes organisationnelles et comportementales diverses et complexes et c'est pour notamment pour cette raison qu'elles sont très utilisées en sciences de gestion. Ces classifications se basent essentiellement sur des démarches déductives et inductives, fondamentalement différentes, en proposant des critères issus soit de la théorie, soit des observations empiriques dérivées des phénomènes étudiés (Reboud et al., 2018). D'ailleurs, Reboud et al (2018) abordent les questions fondamentales qui se posent sur les définitions et les classifications dans le domaine de la recherche. Ils mettent le point sur la différence qui existe entre deux termes qui porter souvent à confusion et qui sont : La typologie et la taxonomie. Bien que ces deux concepts soient souvent utilisés de la même manière, ils se réfèrent néanmoins à des démarches complètement différentes. Ces auteurs réservent le terme de typologie aux démarches qui sont principalement déductives, et le terme de taxonomies aux démarches inductives issues des études expérimentales et empiriques.

Aussi, une définition de la PME est importante pour deux raisons. Premièrement, les chercheurs doivent s'assurer que les éléments étudiés sont les mêmes que ceux utilisés par d'autres chercheurs dans le domaine. Si ce n'est pas le cas, toutes connaissances cumulées de toute recherche similaire seront perdues. Deuxièmement, les responsables de la politique gouvernementale pour les PME doivent avoir une définition claire et concise afin de s'assurer que les fonds dépensés soient correctement ciblés (Osteryoung & Newman, 1993).

1 L'évolution historique des PME

Lors de la réunion annuelle de Babson en 1983. Hoy et Carland ont fait la distinction entre les entrepreneurs et les propriétaires de PME, d'ailleurs, Carland et al (1984) ont développé ce point. Pourtant, tout au long des années 1980 et 1990, le mot « entrepreneuriat » a fréquemment été interverti avec celui de « petite entreprise » ; l'accent était mis sur le rôle joué par les petites entreprises dans un monde dominé par leurs homologues de grande taille. Les recherches montraient que le rôle des petites entreprises était important et que celles-ci ne se contentaient pas de jouer un rôle complémentaire à celui des grandes entreprises. Pour de nombreux chercheurs, les années 1980 et 1990 ont été marquées par une réévaluation du rôle des petites entreprises et un regain d'attention pour l'entrepreneuriat. Ceci étant, les innovateurs Schumpétériens (1934) étaient relativement peu nombreux à cette époque (Dana, 2021).

Osteryoung & Newman (1993) retracent en détail l'évolution des PME depuis les années 30 jusqu'aux années 80, la période durant laquelle le statut de la PME s'est plus au moins stabilisé dans le domaine académique. Les auteurs estiment que l'une des premières études sur les petites entreprises est celle du projet d'histoire sociale de Philadelphie intitulée « *Immigrants et industrie : les immigrants et l'industrie* » : *L'expérience de Philadelphie 1850-1880* ». Dans cette étude, les entreprises de moins de 50 employés étaient considérées comme petites et moyennes. En 1880, les entreprises de plus de 50 employés étaient considérées comme grandes selon les normes de l'époque. Entre les années 1870 jusqu'aux années 1960, plus de quatre-vingts pour cent de toutes les entreprises manufacturières étaient considérées comme petites ou moyennes selon cette définition.

En 1930, la définition par la taille des employés était à la fois simple et intéressante. Cependant, une telle définition fixe ne pourrait pas rester valide au fur et à mesure que les entreprises se développent et évoluent en Amérique. Dans les années 1930, se tourner vers les entrepreneurs et les dirigeants de l'époque n'a pas permis de clarifier la définition. Lors de la conférence de 1938, des petits entrepreneurs qui s'est tenue à Washington, D. C., l'homme d'affaires proéminent Jesse H. Jones du Texas et alors président de la Reconstruction Finance Corporation, s'est adressé à l'assemblée en déclarant : « par petite entreprise, on entend quelque chose de comparatif ou de relatif. Des organisations comme General Motors, Big Steel, Little Steel, et ainsi de suite, sont de grandes entreprises - le reste d'entre nous est une petite entreprise ».

En d'autres termes, la définition de Jones est qu'une petite entreprise est plus petite qu'une grande entreprise. Cette ambiguïté pourrait même se retrouver dans la communauté des petites entreprises.

En 1939, le Bureau of Census a publié le Census of Business dans lequel les informations du recensement ont été utilisées pour classer les petites entreprises en fonction de leur capacité de production. Les distinctions suivantes ont été faites pour identifier les petites entreprises : fabrication - moins de 43 employés, magasins de détail individuels - moins de 20 000 chiffres d'affaires nets annuels, chaîne de magasins de détail - moins de 74 000 \$ de ventes nettes annuelles, et entreprises de services - moins de 5 000 \$ de recettes nettes annuelles. En utilisant cette définition, soixante-dix-neuf pour cent des magasins de détail individuels et huit à huit pour cent des établissements de services étaient considérés comme petits.

Durant le milieu des années 1940, une multitude de définitions de la petite entreprise ont vu le jour, notamment avec la Seconde Guerre mondiale, lorsque le gouvernement a tenté de s'assurer que les petites entreprises recevaient leur juste part des revenus de la guerre. La Smaller War Plants Corporation (1942-1946) a utilisé une définition arbitraire de moins de 500 employés. La commission sénatoriale des petites entreprises du 78e Congrès a défini une petite entreprise comme toute entreprise manufacturière comptant moins de 500 employés. Cette définition incluait quatre-vingt-huit pour cent de toutes les entreprises manufacturières dans la catégorie des petites entreprises.

Durant la même année, la deuxième session du Congrès a adopté la loi de 1944 sur la mobilisation et la reconversion en temps de guerre. Cette loi a réduit le nombre d'employés requis à 250 pour qu'une entreprise puisse être considérée comme une petite entreprise. Les définitions de petites entreprises non rattachées à l'effort de guerre étaient également nombreuses dans les années 40. Ces définitions incluaient 93 % de toutes les entreprises en activité à l'époque, mais n'employaient que 45 % de tous les travailleurs et couvraient 33 % de l'ensemble des entreprises du pays. En 1944, la Federal Trade Commission a adopté des classifications plus souples des petites entreprises dans son étude intitulée *The Relative Efficiency of Large, Medium-sized, and Small Business*. Cette étude reconnaissait également qu'une classification différente de la taille était nécessaire pour chaque industrie puisque la taille est relative à l'industrie dans laquelle une entreprise opère.

Dans l'American Economic Review de 1944, Theodore W. Beckman a suggéré que les petites entreprises soient classées comme ayant jusqu'à 250 employés, 1 250 000 dollars d'actifs, 100 000 dollars de capitaux propres ou 1 million de dollars de volume d'affaires. Tant que l'un de ces critères était rempli, une entreprise devait être considérée comme petits. Dans sa publication intitulée «*The Financial Problem of Small Business*», Peter R. Nehemkis, Jr. a utilisé des classifications comparables à celle de Beckman, les petites entreprises ayant des actifs totaux inférieurs à 250 000 dollars et les entreprises intermédiaires ayant des actifs totaux compris entre 250 000 et 5 millions de dollars.

Dans les années 1950, de nombreuses recherches ont été consacrées à la petite entreprise. L'un des travaux les plus cités à cette époque est celui de A. D. H. Kaplan. Son étude intitulée «*The Economic and Industrial Importance of Small Plants*» a été publiée dans *Small Plant Management* (1950). Pour son analyse de l'économie des petites entreprises, Kaplan a retenu quatre critères : la taille, la gestion, les finances et la zone d'activité. La gestion devait être assurée par une seule organisation indépendante directement sous la supervision de son propriétaire (qui était généralement aussi un gestionnaire). La structure financière de la petite entreprise devait être constituée de fonds propres détenus par le cercle restreint des propriétaires/gestionnaires. Les petites entreprises n'allaient généralement pas sur le marché libre pour vendre des titres, mais utilisaient le crédit commercial, le crédit bancaire et les bénéfices non répartis. Enfin, la zone d'activité d'une petite entreprise était définie comme étant de caractère local, mais intégrée à la croissance de la communauté dans laquelle l'entreprise réside.

En 1953, le gouvernement a créé la Small Business Administration (SBA). La SBA considérait qu'une petite entreprise était une entreprise détenue et exploitée de manière indépendante et non dominante dans son domaine. Les plafonds pour bénéficier de l'aide de la SBA étaient de 2 millions de dollars de volume annuel dans le commerce et les services, 5 millions de dollars dans la construction, et des limites d'employés variant de 250, 500, et 1000 employés selon l'industrie. Un auteur, après avoir analysé les définitions précédemment adoptées, a proposé sa propre définition en quatre points : la petite entreprise se caractérise par (1) l'absence de main-d'œuvre rémunérée ou sa limitation à un assistant ; (2) la participation directe du propriétaire au processus de travail ; (3) l'absence de toute spécialisation dans la gestion et la supervision par le propriétaire ; et (4) la limitation de l'expansion en raison de l'incapacité du propriétaire à épargner et de la préoccupation première de la production d'une subsistance familiale. Cette définition a permis de

classer 90 % des entreprises manufacturières dans la catégorie des petites entreprises, qui comptaient 26 % des employés de l'industrie manufacturière.

Les années 1960 ont été marquées par une certaine tendance à assouplir les définitions des petites entreprises. Bien que les mesures de la taille soient souvent utilisées, les individus ont commencé à tenir compte de la conjoncture économique et sociale changeante qui a entraîné des mutations dans la communauté des petites entreprises. Un bon exemple d'une définition plus dynamique de la petite entreprise se trouve dans *The Future of Small Business*. Dans cet ouvrage, Edward D. Hollander et d'autres auteurs étudient les petites entreprises définies comme étant les entreprises qui participent à la totalité ou à la plupart des opérations et décisions commerciales concernant la production, la commercialisation, le financement et la gestion et qui ne dépassent pas une taille qui, compte tenu de la nature de l'entreprise, permet une gestion personnalisée par un ou quelques cadres. Cette définition incluait 95 % des entreprises en 1967.

Durant les années 1970, les définitions ont maintenu la même tendance vers davantage de souplesse et ont ajouté d'autres variables qui n'avaient pas encore été mentionnées de manière régulière. Un projet de recherche mené de 1969 à 1971 sur les petites entreprises britanniques a utilisé une définition en deux parties : les petites entreprises comptent moins de 500 employés et sont des sociétés privées, une société privée comprenant moins de 50 actionnaires.

À la fin des années 1970, David L. Birch et ses associés du MIT ont étudié les petites entreprises en utilisant les informations de Dunn & Bradstreet. À partir d'un échantillon de 5,6 millions d'entreprises, ils ont conclu que les entreprises de moins de 100 employés avaient créé 80 % des nouveaux emplois nets dans l'économie des États-Unis au cours des années 1970.

En 1980, la Small Business Administration considérait qu'une petite entreprise devait avoir moins de 250 employés, tandis que la *White House Conference on Small Business* considérait qu'une petite entreprise devait avoir moins de 500 employés. Toujours en durant l'année 1980, la S.B.A avait adopté des critères de taille en plus de sa définition de base, à savoir être indépendant et non dominant dans son domaine. Ces critères de taille étaient présentés sous forme de barème pour divers secteurs d'activité tels que le commerce en détail, le commerce en gros, l'agriculture, la construction générale... Le Comité des normes de développement économique standard (CED) a créé quatre définitions qualitatives dont deux doivent être pour qu'une entreprise puisse être considérée comme petite, les conditions suivantes doivent être remplies :

- La gestion est indépendante et autonome ;

- Le capital est fourni et la propriété est détenue par un individu ou un petit groupe ;
- La zone d'activité est principalement locale, les propriétaires et les travailleurs se trouvent dans une seule communauté (mais les marchés ne sont pas limités aux marchés locaux) ;
- L'entreprise doit être petite par rapport à la plus grande unité dans le domaine donné.

Pour Storey (1994), une petite entreprise est classée comme étant une petite part du marché, gérée par les propriétaires plutôt que par des employés au compte des actionnaires et ayant des propriétaires qui sont juridiquement indépendants dans la prise de leurs décisions.

Jusqu'à-là, la majorité des définitions étaient fournies par des organismes ; très peu de définitions provenaient des petites entreprises elles-mêmes. Cependant, les recherches entamées au cours de l'année 1977 et achevées en 1981 se sont tournées vers les petites entreprises pour obtenir des réponses. Bien évidemment, pour faire parvenir le formulaire d'enquête à ces personnes, les chercheurs ont dû élaborer leur propre définition de la petite entreprise et, à cette fin, ils ont d'abord défini la petite entreprise comme étant une propriété indépendante, disposant d'un unique centre de décision et exploitée par un propriétaire/gérant qui est la principale personne à traiter avec les autorités. Cette définition n'étant pas adaptée à l'analyse des données, les formulaires ont été envoyés aux entreprises comptant moins de 50 employés. La plupart des questions portaient sur l'interaction entre la petite entreprise et le gouvernement. Certaines questions portaient spécifiquement sur différentes définitions et l'enquête se terminait par une question ouverte : « *Comment définiriez-vous une petite entreprise dans votre secteur d'activité ?* ». Les répondants à cette question ont fini par être regroupés par type de définition. Les définitions axées sur les caractéristiques de l'entreprise comprennent des facteurs tels que le type de structure juridique, le nombre d'établissements, le nombre de cadres et le pourcentage d'affiliation à une société plus importante. Plusieurs définitions ont été établies par rapport aux programmes gouvernementaux et l'accès à divers domaines d'expertise.

2 L'évolution des courants de recherche sur la PME

Marchesnay (2003) estime que la compréhension de la recherche sur les PME démontre clairement que les scientifiques se sont penchés en priorité sur les entreprises de taille moyenne (entre 50 et 250 employés, voire plus), puis, dans un second temps, sur les petites entreprises, entre 20 et 50 employés. Il faut reconnaître que, dans ces tranches d'effectifs, les travaux de recherche menés dans la plupart des pays du monde ont considérablement enrichi la compréhension des PME, aussi bien du point de vue de leur intérêt économique que de la particularité de leur gestion.

À la lumière des topologies qui ont été présentées par Julien (1990), Torrès (1998) propose les principaux fondements théoriques de découpage de la PME. Il porte sa réflexion sur les spécificités des PME, leur diversité ainsi que leur contingence. Pour Torrès (1998), avant de pouvoir considérer les PME comme des organisations particulières, il est nécessaire de prouver que la taille n'est pas un facteur neutre sur le plan organisationnel. Définir le concept des petites et moyennes entreprises repose, en partie, sur la signification du concept de la taille et de sa mesure. Ainsi, les chercheurs pourront facilement situer les frontières critiques entre grandes entreprises et petites et moyennes entreprises dans leurs travaux de recherche.

Dans son ouvrage « *PME de nouvelles approches* », Torres (1998) cite plusieurs auteurs qui ont mis en avant l'importance de la taille, en considérant cet aspect comme critère de spécification des petites et moyennes entreprises. De nombreux travaux empiriques abordent la relation taille/structure et confirment les résultats du groupe d'Aston (Blau et Schoenherr, 1971 ; Child et Mansfield, 1972...). Suivant le contexte de cette période, Mintzberg (1982) soutient l'idée de Blau (1970) sur le fait que la taille est unanimement le facteur de contingence le plus reconnu à ses effets sur la structure d'une organisation. À partir d'une approche comparative menée par l'ensemble de ces auteurs, on conclut que les caractéristiques organisationnelles d'une entreprise sont différentes selon sa taille.

L'importance du critère de la taille est appréhendée de différentes manières, selon les approches soutenues par les auteurs et selon le contexte historique.

La période 1965/1975, suivant la synthèse de la littérature effectuée sur l'ensemble des quatre-vingts études qui abordent la taille et la structure organisationnelle comme facteurs élémentaires à la caractérisation des organisations, Kimberly (1976) distingue deux courants aux approches antagonistes : l'approche « *intertypique* » et l'approche « *intratypique* » Torres (1998).

À partir des années 70, plusieurs chercheurs s'opposent sur le degré d'homogénéité des échantillons. L'approche « *intertypique* », citée par Kimberly (1976), suggère que l'effet taille transcende largement les différences entre les organisations. Ce qui nous amène à l'idée que l'échantillon des études relatives à la PME présente un fort degré d'hétérogénéité, d'ailleurs, Torres (1998) confirme l'existence d'une universalité entre la relation effet taille.

Les auteurs Hall et al (1967) avancent l'idée qu'il devrait exister une théorie qui englobe des connaissances générales sur l'organisation et qui se déclinent en un certain nombre d'hypothèses vérifiables ; qui peuvent être testées sur un ensemble d'échantillons hétérogène d'organisations. Selon Hickson et al, Kimberly (1974) : « *même si les organisations indiennes sont moins formalisées ou moins autonomes que les organisations américaines, il n'en demeure pas moins que les grandes organisations indiennes sont plus formalisées que les petites organisations...* »(p.). De ce fait, il n'existe pas réellement de « *loi* » exacte sur la taille et les caractéristiques organisationnelles. Les adeptes de l'approche intertypiques cités précédemment pensent que la taille serait en première ligne dans l'ensemble de la hiérarchie des facteurs de contingence. Effectivement, Torres (1998) dénonce cette position et estime que c'est un véritable impérialisme de la taille organisationnelle.

Et contrairement à l'approche précédente « *intertypiques* », les partisans de l'approche « *intratypique* » fondent leurs théories sur un ensemble d'échantillons dont les organisations appartiennent à la même catégorie (écoles, hôpitaux, entreprises publiques... etc.). L'argument avancé par (Blau & Schoenherr, 1971) pour défendre cette approche est que les organisations sont construites sur la base d'analyses empiriques, portant sur un type d'organisation donnée et sont testées et validées par la suite par répliques sur d'autres types d'organisation.

Pour Torres (1998), aucune de ces deux approches ne fait l'unanimité ; chacune présente des avantages et des inconvénients selon le contexte, la conception du chercheur vis-à-vis du rôle de la taille sera le déterminant de son choix par rapport à ces deux approches.

D'autres auteurs tels que Kalika (1984) pense que l'appartenance d'une entreprise au secteur industriel ou de service peut également être un élément clé dans la modification du rôle de la taille d'entreprise. Les résultats d'un bon nombre de travaux de recherche effectués sur un échantillon déterminé démontrent l'existence d'une corrélation entre des indicateurs qui prouvent que le concept de la taille n'est pas un critère aussi simple qu'il ne peut paraître pour certains chercheurs. À cet effet, suite aux nombreuses analyses empiriques effectuées sur la même thématique et qui

confirment les études précédentes, le critère « taille » est finalement considéré comme un concept multidimensionnel ; l'hétérogénéité est toujours présente par rapport au critère de la taille.

Suite à l'exposition de ces nombreux résultats cités par la revue de littérature, on constate une opposition de deux courants de recherche :

- Le courant qui considère que la taille est un facteur d'une importance absolue, une variable prédictive universelle.
- Le courant qui prône la contingence de la taille, considérée comme élément ayant un rôle important, mais qui doit être relativisé par rapport au contexte universel.

Une fois parvenu à l'identification de ces deux courants et toujours dans la perspective de suivre la progression de l'analyse de l'effet de taille, le seuil qui permet de faire la distinction entre les PME et les grandes entreprises reste à encore déterminer ; où se situe la frontière entre la PME et la grande entreprise ? Sarnin (1990) estime que la principale difficulté réside dans « la frontière critique » qui permet d'effectuer le découpage. Torres (1998) suppose également que la taille doit être considérée non pas comme un facteur dont on peut mesurer l'influence, mais comme une variable appréhendée à partir d'un modèle dynamique. À cet égard, une série d'études modélisées seront consacrées à l'exploration de la croissance des entreprises.

2.1 La frontière critique de la taille

Au cours des années 70, un courant de recherche se développe autour d'un objet de recherche commun : la croissance de l'entreprise. L'idée centrale de ces études est de parvenir à éclairer la séparation qui existe entre les différentes organisations selon leurs tailles. Comme le mentionne Mintzberg (1982) : « *de nombreux éléments nous indiquent qu'à mesure que les organisations grandissent, elles passent par des périodes de transitions structurelles, qui sont des changements de nature plutôt que des changements de degré* » (p.223). L'entreprise subit des changements tout au long de son évolution, elle se transforme et se métamorphose durant sa croissance et connaît un changement de nature. La croissance d'entreprise est un phénomène discontinu qui relativise le changement de degré de la taille (évolution de l'entreprise) avec le changement de nature (révolution de l'entreprise) de l'organisation ; chaque organisation revêt des spécificités propres à elle.

Reste toutefois à identifier les transitions que subit l'organisation entre chaque phase de transition, ce qui est relativement difficile du fait que ces phénomènes de changement sont généralement difficilement mesurables. Pour Torres (1998), elles ne sont que le résultat d'interprétations théoriques, un mode de fonctionnement spécifique qui va engendrer un comportement spécifique.

Ensuite, durant les années 80, toujours face à ce dilemme du critère de frontière, plusieurs auteurs tentent de mettre en évidence les seuils critiques à travers la validation empirique de modèles de croissances. D'après les résultats obtenus, aucun résultat concluant n'a pu être identifié, car les différentes structures d'une entreprise évoluent à des rythmes différents et selon des modalités diverses. De ce fait, aucun modèle ne semble être « *universel* » pour ces chercheurs, ayant pourtant effectué plusieurs études afin de déterminer les critères de tailles exactes qui sépareraient la PME de la grande entreprise. Aussi, en se référant à ses nombreuses analyses, Torres (1998) pense que, même si Greiner (1972) parvient à proposer un modèle type de croissance déterministe de l'entreprise avec ses limites et adapté au contexte de l'époque, son approche ne peut être considérée comme universelle ; le comportement de l'entreprise face à la croissance diffère d'une entreprise à une autre.

Face à l'obsession des chercheurs à vouloir absolument imposer une approche universelle de la taille des entreprises, plusieurs recherches se sont focalisées sur l'influence que peut avoir le contexte sur le chemin expansion de l'entreprise, changeant ainsi complètement l'orientation des recherches de leurs prédécesseurs. Effectivement, il existe, plusieurs modèles de croissances adaptés à des contextes différents. Chaque entreprise évolue à son rythme avec son propre chemin de croissance. D'après l'exemple présenté par Torres (1998), une entreprise quelconque, peut avoir les mêmes caractéristiques en phase de lancement et d'émergence structurelle qu'une entreprise en phase de croissance ou de maturité dans le cadre de la fonction production. À cet effet, les approches citées présentent plusieurs contradictions par rapport à leurs principes. Entre celle qui prétend qu'il existe un seul modèle de croissance, universel et applicable à toutes les entreprises en toute circonstance, et face au courant de contingence, qui soutient l'idée que chaque entreprise est différente selon sa structure, son niveau d'évolution et le contexte dans lequel elle exerce son activité.

Les économistes se sont intéressés au critère de la taille chez les entreprises avec l'apparition du concept de la concurrence imparfaite. Selon eux, en se soumettant à la règle de la main invisible, les entreprises pourraient favoriser la croissance économique d'un pays Julien (2009).

Torres (1998) estime également que l'ensemble de ces travaux confirment l'idée que la taille exerce des changements (effet taille) de différentes natures, d'où le fait que taille peut être considéré comme un critère de découpage pertinent. Et bien que ces travaux fournissent suffisamment de matière pour l'analyse théorique et conceptuelle des PME, il convient de mentionner leurs limites.

L'effet de taille ne peut être considéré comme une loi absolue malgré l'effet unanime que peut avoir la taille ; certains effets de la taille peuvent être compensés par d'autres variables contingentes et dans certains cas, la taille n'exerce que peu d'effet. Par conséquent, il convient de considérer la taille comme critère contingent et non universel.

En somme, la recherche dans le domaine de la PME repose sur des postulats plus aux moins contestables pour la simple raison que toutes ces avancées en termes de recherche se contredisent souvent et font opposer les adeptes de l'approche universelle aux partisans de la contingence.

2.2 Les fondements (1975-1985)

À partir des années 70, deux courants spécialisés dans l'analyse des PME se font distinguer. Le premier, le courant de la spécificité, a pour objectif de mettre en évidence les traits qui caractérisaient les entreprises de petite taille, en proposant une théorie spécifique de l'organisation PME (Torres 1998). Le deuxième, le courant de la diversité, considère la PME comme un champ de recherche et tente d'établir des typologies spécifiques en vue de classer les PME.

2.3 Le courant de la spécificité (1975-1985)

Bien que de nombreux chercheurs déplorent le fait que la théorie des organisations reste encore faveur des grandes entreprises et néglige la PME (Marchesnay, 1982), Bayad et Al (1995) expliquent que la PME commence à être présente de plus en plus présente dans les problématiques de gestion (Torres 1998). Et ce n'est que vers la fin des années 70, que la PME commence se hisser dans le domaine académique, lorsque les auteurs ne la considèrent plus comme une miniature de la grande entreprise, mais plutôt comme une entreprise avec des spécificités qui la rende différente de la grande entreprise ; Julien et Marchesney (1988) avancent des arguments pour légitimer le courant de recherche de la PME : « *la PME ne peut plus être considérée comme un simple modèle*

réduit, voire infantile d'un archétype d'entreprise. Tout comme le groupe industriel, elle construit un être qui a sa propre réalité, sa propre existence » (p, 288). Il convient désormais d'intégrer la particularité des PME dans le cadre des nouvelles théories,

Néanmoins, Hertz (1982) plaide tout de même en faveur d'une définition unitaire et universelle qui permet de rassembler les PME, car selon lui : « *l'argumentation à l'encontre d'une définition unitaire et universelle de la petite entreprise tient principalement aux variations quantitatives de la signification de "petite" dans différents pays. Cet argument serait valide s'il était établi que la petite entreprise ne puisse se définir autrement qu'à l'aide de critères quantitatifs de la taille. Mais si l'on accepte que la petite entreprise est un concept et pas simplement une entreprise miniature, alors il devient possible d'en donner une définition uniforme. Un concept doit être défini de façon universelle. Sans définition uniforme de l'objet-PME, aucune comparaison ne peut être faite* » (p.58). En effet, ce domaine de recherche ne peut progresser que si les chercheurs se mettent d'accord sur une définition universelle et unitaire et ne plus être confronté au caractère fragmenté de la PME (Hertz, 1982).

À cet égard, la PME devient alors « *la petite entreprise* » et est de plus en plus incluse dans les études comparatives entre les petites, moyennes et grandes entreprises. Torres (1998) pense que l'intensité des différences accumulées entre les petites et grandes entreprises représente des signes satisfaisants pour en faire des objets d'une nature différente. À ce même titre, il rajoute que l'existence de différences de structures administratives entre les très petites entreprises et les très grandes entreprises sont tellement importantes qu'il est bien difficile de concevoir que les deux catégories appartiennent au même genre.

L'affirmation de la spécificité des PME est relative à ce qui la différencie de la grande entreprise et ne peut être considérée comme une loi. L'importance accordée au facteur « taille » qui occasionne des changements de nature à l'entreprise et pousse les auteurs à admettre que la PME est spécifique.

Selon certains chercheurs, cette évolution de conscience et de pensée envers les PME permet le passage de la « *reconnaissance à la connaissance des PME* ». Dès lors, il s'agit de définir le nouveau profil type de la PME scientifiquement. Les débats sont souvent nécessaires afin d'arriver à une conceptualisation théorique dans le cadre d'une démarche scientifique. Effectivement, selon cet auteur, l'émergence et l'affirmation de la recherche en PME n'échappent pas au mécanisme de généralisation, car ce qui différencie les études scientifiques des études non scientifiques dans les

différentes disciplines c'est le caractère de généralisation. Toutefois, la thèse de la spécificité et cette tendance à rechercher la régularité des PME comporte un certain risque. Il s'agit d'étudier la PME selon trois logiques : la logique économique, la logique politique et la logique familiale (Torres, 1998).

Aussi, le passage du concept de « la petite taille » au concept de « PME » n'a pas été automatique, car la portée du concept « Pme » est à la fois large et étroite. D'après Bournois et Pellegrin (1994), une entreprise de grande taille peut conserver les caractéristiques structurelles et organisationnelles propres à la PME. Selon le contexte, la thèse de la spécificité des PME est un postulat sur lequel beaucoup de chercheurs se fondent pour vérifier l'existence empirique. Les entreprises de grande taille peuvent être analysées avec profit à partir du cadre théorique du concept-PME, cependant, toutes les entreprises de petite taille ne rentrent pas forcément dans ce cadre-là.

Torres (1998) soumet l'argument que plus la taille de l'entreprise est petite, plus le rôle du dirigeant est important, toutefois, rien n'est certain du fait que ce type de caractéristiques relèvent souvent du probable. Afin de légitimer le critère de la taille chez les PME, on s'intéresse en particulier au comportement du dirigeant, présent dans la majorité des approches théoriques.

Bien que l'approche de la spécificité soutient l'émergence de nouvelles approches qui se base sur des théories et des études empiriques consacrées exclusivement à la PME, certains chercheurs estiment que ses fondements négligent le caractère hétérogène des PME, ce qui réduit considérablement la diversité de ces dernières.

Par conséquent, suite aux nombreuses tentatives de généralisation des théories sur la PME, plusieurs travaux empiriques tentent de cerner la variété de leur champ d'études ; suite aux évolutions des recherches consacrées aux petites entreprises, Candau (1981) pense que la variété des caractéristiques des PME l'emporte de plus en plus sur le critère d'uniformité. Dès lors, on constate que la diversité des formes adoptées par les entreprises contribue au classement homogène des PME ayant des critères en communs.

2.4 Le courant de la diversité (1975-1985)

La multiplicité des caractéristiques spécifiques des petites entreprises interdit a priori de les assimiler à un ensemble homogène. En effet, d'après les chercheurs, la variété de leurs caractéristiques paraît devoir largement l'emporter sur leur uniformité. Regrouper les entreprises de petite taille dans un seul modèle uniforme semble être assez compliqué pour les chercheurs, surtout après avoir considéré la PME comme étant un phénomène homogène. Chaque entreprise dépend de son contexte et des facteurs de contingences qui font d'elle un modèle hétérogène. Selon Julien (1994), il est difficile de parler d'une théorie des PME alors que celles-ci sont extrêmement hétérogènes, les PME n'échappent pas aux postulats de la contingence.

Il s'agit d'identifier l'ensemble des facteurs de contingence qui exercent un effet sur la nature de l'organisation. D'ailleurs dans l'optique de cette démarche, Fabi et al (1993) désignent un certain nombre de facteurs contingents qui sont susceptibles d'avoir un pouvoir influant sur la PME.

L'approche de la diversification s'oppose à celle de la spécificité par rapport aux aspects suivants :

- Les études empiriques se construisent exclusivement à partir d'entreprises de petite taille, ce qui confère à ce courant l'autonomie de recherche par rapport aux études qui touchent les grandes dimensions. Il est question d'évaluer la variété du dynamisme des PME.
- La diversité des typologies établies lors des études empiriques ne permet pas d'établir une généralisation ; les chercheurs sont soit confrontés à plusieurs types de PME, soit à une certaine minorité.

En somme, deux courants se schématisent lors de la recherche en PME, on distingue le courant de la spécificité qui s'efforce de considérer l'objet-PME comme une institution uniforme et singulière puisqu'il s'agit d'identifier les caractéristiques spécifiques à la PME afin de les rendre universelles. La limite de ce modèle réside dans le fait qu'il considère toutes les PME conformes et spécifiques à un modèle théorique. En parallèle, on distingue le courant de la diversité qui tente de simplifier le champ de recherche des PME et de classer les différentes typologies dans des classes à part. Selon Torres (1998), cette approche est plus contingente et donc elle est considérée comme plus réaliste. Cependant, comme toute approche qui présente des limites, cette dernière est

restreinte par rapport à la portée théorique ; en d'autres termes, la généralisation des résultats empiriques devient très difficile.

De ce fait, nous nous retrouvons face à une opposition des deux courants. L'un prône l'homogénéité de la PME-objet et l'autre défend l'hétérogénéité de la PME-champ. Les thématiques qui concernent la PME diffèrent d'un cas à un autre, ainsi, les chercheurs sont confrontés à un dilemme ; ils doivent se positionner par rapport à ces deux courants et se heurter aux conditions de la non-pertinence empirique.

Face à ce dilemme, qualifié par Julien & Marchesney (1992) comme un problème complexe, Torres (1998) juge qu'il est nécessaire d'explorer d'autres perspectives qui permettront de garantir le prolongement de la recherche en PME et de dépasser les limites des courants précédents.

2.5 Les prolongements (1985-1995)

Suite à l'exposition des deux approches sur la PME (courant de spécificité et courant de la diversité), le courant de la synthèse se distingue grâce à sa tentative de croisement entre les deux courants ; il s'agit de concilier la diversité avec l'universalité de la spécificité des PME.

2.6 Le courant de la synthèse : milieu des années 80 début des années 90

Ce n'est que vers la fin des années 80 et à la suite des nombreux travaux de recherche sur les PME que l'intégration de la diversité s'est imposée aux travaux de spécificité. D'après Torres (1998), la particularité de ce courant réside dans l'aspect modulable de la spécificité ; les PME ne sont pas figées au critère de spécificité et d'homogénéité, elles sont modulables et flexibles selon le contexte.

Candau (1981) considère le rôle du dirigeant comme étant l'invariant fondamental qui participe à la définition de la spécificité des PME. Le courant de synthèse a pour avantage d'inclure la diversité des PME tout en préservant leurs particularités ; la diversité est une partie intégrante de la spécificité des PME.

Ce courant contribue grandement à l'évolution de la pensée sur la PME. L'intérêt de ce courant se résume à donner au chercheur un cadre cohérent qui le guide dans sa réflexion et son analyse

et qui lui permet de déboucher vers un profil type propre à la PME. Dans cette optique, une classification des différentes typologies de la PME a pu être établie grâce aux nombreux efforts fournis par les chercheurs et la contribution de leurs travaux empiriques.

En s'intéressant toujours à l'évolution de la recherche en PME, une restructuration autour du domaine de la PME a fortement été constatée ; on retrouve de grandes similitudes entre les concepts de « *programme de recherche* » ou de « *paradigmes* ». Torres (1998) estime que la PME a commencé à être perçue comme une entité spécifique, toutefois, l'intérêt des recherches et des études empiriques effectuées va rarement dans le sens de la PME autant qu'objet central de la recherche.

À cet effet, un bon nombre de typologies ont été mises en place pour identifier l'hétérogénéité des PME, ces typologies présentent un point en commun : la spécificité d'un mode de fonctionnement propre à l'entreprise qui s'apparente à la forme-PME. Bruyat (1993) souligne le fait que l'approche typologique ne demeure cohérente qu'à la condition que les différences entre les « sous catégories » doivent rester dans la même famille. Il convient de déterminer un ou plusieurs critères communs de ces « sous catégories » afin de faire pouvoir faire partie de la même famille ; la pluralité des types de PME ne dépasse jamais le cadre de la spécificité.

Ceci étant, malgré l'intégration de la diversité dans le courant de recherche, le courant de la synthèse s'identifie plus à l'approche uniforme et universelle ; le courant de spécificité est modulé selon le contexte. Aussi, même si les résultats d'études sont jugés comme représentatifs d'une quelconque situation extrême, la diversité des PME ne dépasse, en général, jamais le cadre de spécificité et se retrouve alors toujours limitée ou bien rattachée au paradigme de la spécificité.

Après avoir pris connaissance des divers courants de recherche qui ont amplement contribué à la construction du corpus théorique de la PME, on estime que la logique scientifique nécessite un cheminement tout aussi logique.

Enfin, comme dans chaque théorie, chaque courant contribue à fournir au courant suivant des éléments de base qui lui permettent de progresser et d'évoluer dans la recherche scientifique. Toutes ces contributions ont entrepris des logiques différentes, dépendantes des chercheurs, de leurs affiliations ainsi que du contexte historique et temporel.

Tableau 15 : Synthèse des travaux de recherche sur la PME

Periode	Apports	Auteurs
À partir des années soixante-dix	La PME comme un modèle réduit de la grande entreprise (quelle stratégie et quelle structure pour une PME ?).	Bareyre, 1975 ; Reynald, 1979; Mussault et Perquier, 1979; Marchesnay, 1980; Barnier, 1981; Creton, 1985.
	Les avantages et les inconvénients de la spécialisation ou de la diversification des PME.	Chaibddera, 1976.
	La pertinence de leur mode de développement « linéaire » ou « en grappe ».	Gélinier et Gaultier, 1975; Huppert, 1981.
	Leurs facteurs clés de succès ou d'échec.	Loiseau et Dupont, 1981 ; Huppert, 1981 ; Chapel, 1999.
	Les motivations de l'entrepreneur et sa typologie.	Laufer, 1975
	La dimension psychosociologique de la réussite des PME.	Gervais, 1978 ; Horowitz et Demillère, 1978
Les années quatre-vingt	Les difficultés rencontrées par les PME (difficultés internes et externes) et les solutions proposées pour les corriger.	
	Les difficultés d'accès à l'information, à la main d'œuvre qualifiée et à des ressources stables de financement	Babeau, 1971; Marion, 1977.
	Les difficultés d'engager des relations de coopération avec les autres acteurs économiques	Houssiaux, 1957 ; 1974 ; Chadeau, 1987 ; Tether, 1998 ; Massa et Tessa, 2008.
Les années quatre-vingt dix	Les ressources et les avantages retirés par les PME de leur appartenance à des territoires.	
	Les milieux innovateurs	Camagni, 1991; Maillat et Kebir, 1999.
	Les districts industriels	Ganne, Courlet et Pecquer, 1992.
	Les systèmes d'innovation localisés, nationaux, sectoriels ou clusters	Lundvall, 1992 ; Nelson, 1993 ; Edquist, 1997 ; 2005. Breschi et Malerba, 1997 ; Malerba, 2005. Audretsch et Feldman, 1996 ; Feldman, 2000 ; Malmberg et Maskell,

		2002 ; Breschi et Malerba, 2005.
	L'esprit de coopération entre entreprises, le consensus social, la mobilité	Zeitlin, 1992.
	Les réseaux formels ou informels d'innovation	Fritsch, 2003; Giuliani, 2005.

Source : (Amari & Benyahia-Taibi, 2019, p.98)

3 La différence entre les PME et les grandes entreprises

L'un des phénomènes empiriques les plus récurrents et les plus frappants en économie est la persistance d'une distribution asymétrique de la taille des entreprises. La plupart des pays se composent d'un nombre relativement faible de grandes entreprises et fortement biaisé d'un grand nombre de PME. Les auteurs Audretsch et al (1999) ont observé que cette distribution asymétrique de la taille des entreprises persiste à travers les industries, les pays et le temps avec une ténacité remarquable. Ainsi, de la grande entreprise aux petites et moyennes entreprises, l'évolution de la pensée économique sur cette thématique se distingue en deux groupes ; ceux qui sont favorables à l'importance des PME dans l'économie et ceux qui en doutent encore.

Torres (1998) rappelle que le besoin de dissocier les PME des grandes entreprises ne date pas d'hier. La PME a toujours été confrontée aux grandes entreprises qui sont soutenues par les partisans du modèle « *big is better* ». De ce fait, beaucoup d'auteurs avaient considéré la PME comme étant « *des petites grandes entreprises* » (Julien, 1997) ou « *la miniature de la grande entreprise* ». C'est bien la crise des années 1970 qui a, entre autres, substitué un discours dans lequel l'agilité des PME est présentée avant tout comme un facteur en faveur de la réhabilitation et de redressement économique. De son côté, Julien (2008) affirme que : « ... Si, avant les années 1970, quelques chercheurs avaient réfléchi au rôle des PME dans nos économies, ce n'est qu'à partir des problèmes de fonctionnement de grandes entreprises, faisant suite aux crises pétrolières et la fin du fordisme de la décennie suivante, que de plus en plus de recherches ont été menées sur celles-ci. Ce fut d'abord des économistes qui ont remarqué leur place dans la reconversion économique de plusieurs petites régions. Puis des spécialistes en sciences de gestion, qui cherchaient à préciser leurs conditions de développement, ont constaté qu'elles étaient fort différentes des grandes entreprises et qu'il fallait construire des outils particuliers pour les

étudier. Enfin, d'autres disciplines se sont intéressées à leurs particularités et à leur hétérogénéité pour mieux les comprendre » (p.119). Pour les grandes entreprises, les PME sont des concurrents potentiels, qui, a priori, reflètent le monde dans lequel les grandes firmes ont évolué auparavant (Savlovski & Robu, 2011). Cependant, Levratto (2009) pense que l'une n'existerait pas sans l'autre ; la grande entreprise conditionne l'évolution de la PME et le contraire est juste.

Ainsi, l'évolution et la prospérité des PME peut être entravées par la présence des grandes firmes, qui prédominent les marchés avec leurs stratégies concurrentielles, cependant, elles restent complémentaires l'une à l'autre. D'ailleurs, le rapport Bolton, soumis en 1971, après la création des différentes commissions au cours de la crise économique des années 1930, montre clairement que les PME existent lorsque les économies d'échelles ne sont pas toujours possibles pour les grandes entreprises.

Il s'agit donc de la formation d'un nouvel équilibre entre les grandes firmes et petites et moyennes entreprises (Julien, 2008), dans lequel la PME a une grande responsabilité dans la relance du développement économique, en adoptant des stratégies de différenciation, orientées vers des marchés ou niches ciblés (Stam, 2010). Ces marchés sont essentiellement dans des régions modestes (petites), plus éloignées des grandes agglomérations.

Burns & Dewhurst (1996) citent les principaux inconvénients des PME selon les partisans du « *Big is better* » :

- Le propriétaire/gestionnaire a une influence importante sur l'entreprise. Son point de vue et ses valeurs influencent tous les aspects de ses activités ; les décisions d'affaires sont souvent des décisions personnelles qui s'éloignent souvent de la logique du bilan ;
- Les chercheurs pensent les PME exercent que rarement une grande influence sur le marché comparé aux grandes entreprises et elles sont même souvent confrontées à une forte concurrence, ce qui engendre un risque d'échec plus élevé et plus significatif menaçant leur stabilité, d'où l'importance du type de stratégie concurrentielle employée par les dirigeants de PME ; certaines PME trouvent le moyen de se hisser dans le marché en proposant des produits/services très différenciés ou développent des niches de marché afin de s'assurer et de préserver leurs positions concurrentielles ;
- Les PME exercent souvent leur activité dans un marché unique, ou dans un éventail limité de marchés, offrant probablement une gamme limitée de produits ou de services. Cela signifie que l'ampleur de leurs activités est souvent limitée et moins stratégique que celle

des grandes entreprises ; les PME rencontrent plus de difficulté à diversifier leurs risques commerciaux ;

- Les PME ont souvent un nombre de clients bien restreint et limité ; elles sont facilement vulnérables à la perte d'un client face à la concurrence intense du marché. C'est pour cette raison qu'elles sont plus confrontées aux risques par rapport aux grandes entreprises ;
- Les PME rencontrent souvent problèmes pour lever des capitaux, ce qui peut limiter considérablement leur choix de stratégies. En effet, pour de nombreuses PME qui cherchent à se développer, la levée de fonds peut devenir un enjeu stratégique majeur et les relations avec les institutions de financement telles que les banques peuvent devenir un enjeu majeur en matière de ressources ;
- Les PME ont des structures flexibles et informelles, elles sont donc plus sensibles et réactives aux changements de leur environnement et du marché que les grandes entreprises. Avec le réseau de contacts et d'informations propriétaires-gérants, elles ont souvent la capacité de saisir les opportunités du marché plus que les grandes entreprises ;
- L'entrepreneur/gestionnaire dépend de son entreprise pour subvenir à ses besoins, et donc sa principale motivation est la recherche du succès de son entreprise et sa pérennité ;
- En raison de leur taille, les PME arrivent plus facilement à nouer des relations personnelles avec leurs clients — un élément de service particulièrement important — surtout lorsqu'il s'agit de vendre un produit relativement indifférencié ;
- Les économies d'échelles, l'ultime stratégie utilisée par de nombreuses grandes entreprises, deviennent de moins en moins importantes pour les clients et en même temps plus faciles à réaliser à l'échelle mondiale par les PME.

Aussi, loin d'être une version réduite de grandes entreprises (Messeghem & Torres, 2015), Julien (2008) rapporte les études comparatives réalisées par les chercheurs Kaplan (1948), Steindl (1947), Churchill (1955) ou Gross (1958), sur la performance des grandes firmes et des PME. Ces derniers avaient conclu que ces deux types d'entreprises se distinguent fortement dans plusieurs domaines. Les PME se révèlent être des cellules de richesses, qui, avec leurs comportements face aux crises économiques, sont des alternatives plus efficaces face aux grandes firmes. Capron (2009) affirme que : « ... de par leur plus grande flexibilité et leur capacité d'adaptation, les entreprises de petite et moyenne dimension vont cependant se révéler particulièrement efficaces à absorber le choc économique... » (p.13). En effet, leur grande habileté face aux turbulentes de l'environnement s'impose graduellement dans la société contemporaine, quant à leur dimension

humaine, elles leur confrère la faculté d'être une entité très adaptative « *modèle d'adaptation à la crise* » (Torres, 1998).

Malgré leurs limites humaines, organisationnelles et financières, les PME ont la capacité d'être plus flexibles face aux changements économiques que les grandes entreprises. North & Varvakis (2016) confirment qu'en réponse aux turbulences environnementales et aux challenges qu'elles génèrent, le dynamisme des PME semble créer un business modèle plus résilient aux obstacles, et de développer des capacités qui les rendent plus agiles à capturer les opportunités du marché et à faire face à la compétitivité.

Les conditions du nouveau contexte politico-économique mondial semblent avoir permis aux PME de dépasser « *le complexe* » de la taille, en leur attribuant certaines caractéristiques propres à elles. Et même si l'auteur semble penser que les PME restent structurellement faibles pour se confronter à la mondialisation des marchés, leur flexibilité leur concède néanmoins des avantages qui leur permettent de réagir et de s'adapter suffisamment rapidement aux obstacles qui se dressent à elles (Lecerf, 2007). Julien (2008) rajoute que, ce sont les partisans des sciences de gestion qui sont, en partie, responsables de l'existence du débat sur les différences organisationnelles par rapport à la taille de l'entreprise. De nouveaux concepts et pratiques sont apparus pour faciliter l'émergence des PME. Ces concepts ont également favorisé l'émergence d'analyses théoriques et empiriques avec des acteurs vouant au développement des PME et à leur insertion dans leur environnement socio-économique.

Lors des années (1970-1990), le dynamisme des PME a fortement augmenté en laissant de côté les grandes entreprises, qui, leurs performances étaient de plus en plus remises en question suite au mode de gestion Taylorien qui n'était plus efficace durant cette période et présentait plusieurs anomalies. À savoir que, les marchés mondiaux ont toujours été dominés par les grandes entreprises en raison de leurs énormes économies d'échelles et de leurs dépenses promotionnelles, ce dont les PME manquent fortement. Et bien que celles-ci ne sont pas en mesure de concurrencer les grandes firmes en termes d'investissements en capital, elles sont toutefois reconnues pour être plus aptes à répondre aux besoins de leurs clients.

Cependant, la taille des PME ne représente pas un frein pour son développement ; leurs activités peuvent se révéler être tout aussi productives que celle des grandes firmes. Le rapport de l'OCDE (2019) mentionne la forte contribution des PME à l'emploi et la création de valeur ajoutée, qui avait augmenté dans la quasi-totalité des pays membres de l'OCDE, entre les

années 2010 et 2016 ; sachant que les PME ne représentent pas moins de 90 % des entreprises dans le monde, et entre 50-60 % de l'emploi (Antony et al., 2016). Aussi, dans la majorité des cas, les grandes entreprises se sont toujours focalisées sur des activités de base en négligeant les activités qui menacent leur flexibilité et leur positionnement sur le marché, ainsi, elles cèdent involontairement aux PME plusieurs secteurs d'activités.

Les grandes entreprises exercent généralement leur activité dans un marché large et homogène (par exemple les États-Unis durant des années 1880), contrairement aux PME, qui prédominent davantage les marchés différenciés (par exemple Londres ou Paris durant la même période). À cette époque, la hausse des revenus dans les pays industrialisés avait engendré la diversification de la consommation, ce qui pousse le consommateur à être plus exigeant et à viser des produits de qualité et hautement différencier. C'est dans ce type de domaines que les PME peuvent trouver le plus d'opportunités pour se développer et se hisser dans un marché concurrentiel (Lescure et al 2001).

Au final, les auteurs s'accordent à penser que la PME reste une catégorie bien différente de la grande entreprise et qu'elle devrait être étudiée séparément. Une meilleure compréhension des PME en tant qu'unités productives fondamentales pour l'économie permet de mieux évaluer et cerner leurs dynamismes au sein d'un pays. Et bien qu'il est difficile de savoir si les PME peuvent retrouver un jour le dynamisme qu'elles occupaient au début de la première révolution industrielle (Julien, 1993), ou de concurrencer les grandes entreprises en tant que leaders économiques internationaux, les arguments présentés précédemment par les auteurs justifient la nécessité de poursuivre leurs recherches dans le domaine des PME et analyser de plus près l'impact socio-économique qu'elles peuvent avoir dans les pays.

Section 2. Les différentes typologies de la PME

L'implication des PME par rapport à la mondialisation et aux marchés internationaux repose essentiellement sur la stratégie émise par l'entreprise. Afin de se hisser dans la concurrence internationale, ces entreprises doivent avoir la capacité à saisir les opportunités et à innover ; en mobilisant des ressources matérielles et immatérielles afin d'affronter l'intensité concurrentielle.

La classification des entreprises et plus particulièrement celles des petites et moyennes entreprises a, depuis longtemps, préoccupé les chercheurs ainsi que les gouvernements. Le développement économique a souvent été stimulé par l'adaptation des dispositifs d'aides et de soutien au développement des PME, en encourageant l'innovation au niveau régional, national et international. De ce fait, une longue liste de classification a été proposée par les chercheurs, tenant compte de différents critères et chacun d'entre eux pertinents dans un contexte d'action ou une étude donnée.

Comme le mentionne Julien (1990), la démarche scientifique passe souvent par une approche de généralisation et de classification, qui permet de simplifier les concepts complexes et multidimensionnels. Ainsi, la revue de littérature sur les PME propose différentes typologies qui visent à clarifier et à identifier les types de PME (Reboud et al., 2018). Les chercheurs sont parvenus à construire au fil des années des typologies opérationnelles des PME afin de pouvoir identifier les ressemblances et les comportements similaires de cette catégorie d'entreprise (Reboud et al., 2018). De ce fait, ils ont répertorié une série de classifications qui comportent les critères les plus essentiels sur la PME. Leurs travaux varient du focus de chaque auteur et de son domaine de recherche.

D'Amboise et Muldowney (1988) ont proposés cinq critères importants de classification qui permettent de mieux identifier la PME. Ces critères se résument comme suit : l'environnement de l'entreprise, sa structure organisationnelle, les spécificités qui composent l'équipe de direction, le succès ou l'échec de l'entreprise et enfin, l'âge de l'entreprise.

En parallèle, en reconnaissant l'extrême hétérogénéité que rencontrent la plupart des chercheurs en étudiant les PME et d'en tirer des concepts et des théories adéquates, Julien (1990) tente d'expliquer ce phénomène en proposant une typologie multicritère de la PME. Certaines de ces typologies sont traditionnelles et se basent principalement sur des critères quantitatifs, tandis que d'autres, sont qualitatives et prennent en considération le dirigeant de l'entreprise, ses

comportements organisationnels et managériaux au sein de la firme ainsi que tout l'ensemble de l'environnement externe de l'entreprise. À noter que ces typologies sont utilisées jusqu'à maintenant par un bon nombre de chercheurs pour identifier la PME.

Quant à Reboud et al., (2018), ils énumèrent les principaux travaux qui ont contribué à la classification des PME. Ils citent tout d'abord les travaux de Rizzoni (1991), qui, leurs contributions se focalisent principalement sur l'innovation technologique appliquée au sein des PME. Ces travaux parviennent également à identifier six types de classements englobant huit dimensions. Toutefois, ils se sont limités à l'identification de ces critères sans fondements empiriques réels, contrairement à Pavitt (1984,1990), Gartner (1990) et bien d'autres chercheurs qui leurs travaux se basent essentiellement sur les études de cas pratiques de terrain.

1 Les approches typologiques des PME

1.1 L'approche quantitative

Approche dite « *approche économique traditionnelle* », Julien (1990) propose en premier lieu de distinguer les entreprises des établissements, en mettant en avant la notion juridique d'indépendance comme premier critère de différenciation ; un établissement contrôlé par une autre entreprise n'est pas considéré comme une PME. Hormis cette notion d'indépendance, cette approche se réfère à des données quantitatives (mesurables) d'emplois, d'actifs ou de chiffre d'affaires (Julien, 1990). Le critère de la taille fournit les fondements de la recherche en PME (Torres, 2007). D'ailleurs, les premiers travaux comparatifs qui ont mis en évidence l'influence de la taille sur les organisations de tous types remontaient aux années 1960. L'école Aston était considérée comme pionnière dans le domaine, en mettant en évidence l'importance de la taille dans la structuration des entreprises (Torres, 2007). Cependant, malgré l'importance de ce critère, la taille des entreprises (nombre d'employés) dépend des normes de chaque pays. Elle peut ainsi diverger au sein même d'un seul pays, selon leurs programmes gouvernementaux, ce qui rend ce critère à lui seul, insuffisant dans le classement des PME.

Quant au chiffre d'affaires, même s'il présente un atout majeur pour identifier les PME, ce dernier, dépend du secteur d'activité des entreprises et de leur positionnement dans le marché. D'ailleurs, le rapport de « *Bolton Committe* », la notion de part de marché avait été ajouté comme

critère de la PME ; les parts de marché contrôlées par les PME ne doivent pas être importantes. Aussi, le Small Business Administration (SBA) américaine intègre le volume des ventes dans le classement, même si ce dernier varie selon les secteurs d'activités et les objectifs des entreprises.

Ces critères quantitatifs présentent l'avantage d'être faciles d'approche et d'être considérés comme une première porte d'entrée pour les chercheurs et les gouvernements. Ils ont également la particularité d'être mesurables et disponibles dans la plupart des pays.

Toutefois, cette approche étant vue comme une « typologie primaire », elle fait l'objet de plusieurs critiques de la part des chercheurs ; bien que les critères quantitatifs facilitent la catégorisation dimensionnelle des entreprises, ils présentent le défaut d'un manque de fiabilité et de données accessoirisées (Berisha, 2015). Aussi, les chercheurs reprochent à cette approche d'être limitée et se refuse de pénétrer à l'intérieur de la « *boite noire* » de l'entreprise ; la *boite noire* de l'entreprise représente l'ensemble d'éléments internes et externes qui caractérisent l'entreprise.

À cet effet, en essayant de contourner les obstacles que présentait l'approche quantitative, les chercheurs ont décidé d'adopter une typologie qualitative dite « multicritère » Julien (1990), fondée sur l'aspect organisationnel et managérial de l'entreprise. Effectivement, il est absolument nécessaire de prendre en considération les caractéristiques qualitatives des entreprises lors de leur classement en catégories. Les PME sont désignées selon des critères dimensionnels, mais les aspects relatifs à la gestion, à la structure de la propriété et d'autres aspects non quantifiables les distinguent des grandes entreprises plus facilement que les indicateurs quantitatifs.

1.2 L'approche qualitative

Cette approche se divise en quatre grands groupes complexes. Ces groupes dépendent principalement de :

- Le type de propriétaire de l'entreprise ; ce dernier peut affecter la forme et la structure de l'entreprise et son évolution à long terme
- Les responsables chargés de la stratégie de l'entreprise
- L'évolution et le développement de la firme ; le cycle de vie l'entreprise
- Le type de marché dans lequel l'entreprise exerce son activité.

La définition des PME implique, en général, toutes les caractéristiques de l'entrepreneur vis-à-vis de son activité, mais aussi de son type de management et de ses relations avec le personnel ; la taille de la petite et moyenne entreprise fait qu'il existe une relation étroite entre le personnel et leur hiérarchie.

Pour certains, on ne peut identifier la PME sans prendre en considération certains facteurs essentiels tels que : l'innovation, l'incertitude, et la mutation de l'entreprise dans son environnement.

L'innovation : cet aspect ne réside pas uniquement dans prise en considération des produits/services de hautes technologies. Il est également présent dans l'intégration des nouvelles méthodes de management et tout ce qui a une relation avec l'environnement interne de l'entreprise. L'innovation peut aussi être une réponse à une menace concurrentielle.

La flexibilité, considérée comme l'une des caractéristiques principales de la PME, permet mieux gérer l'incertitude, qui est omniprésente dans l'activité entrepreneurial et de ce fait, d'être réactive (veille stratégique) face aux turbulences du marché et de son environnement en général.

L'incertitude : elle se présente comme suit, sous différentes formes :

- Elle peut être générée par l'influence du marché et la dépendance des fixations des prix.
- Selon les lois de l'offre et de la demande du marché, une demande insuffisante limiterait l'entreprise en termes de produit et de prix.
- Elle peut provenir du fait que l'entrepreneur puisse avoir d'autres aspirations personnelles qui vont influencer les objectifs de l'entreprise et donc, ne pas privilégier la maximisation du profit et des ventes.

La mutation et le changement : la structure organisationnelle d'une PME peut évoluer selon la croissance de celle-ci et en appliquant une stratégie basée sur l'adaptation en réponse aux contingences de l'environnement afin d'assurer sa pérennité face à l'intensité concurrentielle

Selon l'optique engagée par les chercheurs, ces typologies mettent l'accent sur un ou plusieurs aspects de la PME.

Afin de compléter ces typologies et de combler leur diversité due à l'importante hétérogénéité des PME, Julien (1990) retient six caractéristiques issues des diverses études réalisées par d'autres auteurs, dans le but de mieux cerner le concept de la PME.

- La taille de l'entreprise dite « petite », le critère de l'effectif est nécessaire.
- La centralisation de la gestion, surtout dans les secteurs traditionnels.
- Une faible spécialisation, la spécialisation est beaucoup plus présente dans les grandes firmes, présentant une production plus variée.
- Une stratégie intuitive et peu formalisée. Contrairement aux grandes entreprises qui doivent avoir une planification relativement précise de leurs actions, les dirigeants des PME se basent souvent sur une stratégie intuitive, la ligne hiérarchique étant moins formelle. Ils sont plus proches de leurs employés pour leur expliquer tout changement organisationnel ou autre.
- Un système d'information interne et externe peu organisé et simple. En général, les PME fonctionnent avec une communication interne peu formelle, basée sur le dialogue direct. De même avec leurs clients, les PME utilisent rarement des études de marché pour cerner leurs goûts et leurs besoins des consommateurs, ils préfèrent communiquer directement avec eux afin de mieux les connaître.

Berisha (2015) pense que le grand intérêt des indicateurs qualitatifs par rapport aux indicateurs quantitatifs dans la définition des PME est l'universalité. Le même éventail de caractéristiques que toutes les petites et moyennes entreprises du secteur ou du pays dans lequel elles opèrent peut-être discernées. Il rapporte également que Leite et Ferreira (2011) constatent, à travers les études empiriques que, malgré les incohérences des critères quantitatifs, les PME de différents pays ont tendance à présenter des caractéristiques organisationnelles, culturelles et stratégiques similaires et uniques. Ces aspects sont plus qualitatifs, mais fournissent néanmoins un terrain pour créer une perspective plus homogène dans l'analyse des entreprises dans le monde.

1.3 Le rapport Bolton

Les petites entreprises sont plus faciles à décrire qu'à définir. Le rapport Bolton (1971) décrit les petites et moyennes entreprises comme suit :

- Dans la dimension économique, la PME est une entreprise qui a une part de marché relativement faible.
- La structure de gestion de la PME est souvent personnalisée et informelle, elle dépend principalement du propriétaire ou d'un copropriétaire et de ses préférences.

- Les gestionnaires des PME sont souvent indépendants et libres dans la prise de décisions importantes.

Les parts de marché d'une PME ne sont pas suffisamment importantes pour lui permettre d'influencer de manière significative les quantités et les prix de biens vendus. La gestion personnalisée est souvent un critère qui revient le plus dans cette catégorie d'entreprise. Cela implique que les propriétaires participent activement à tous les aspects de la gestion de l'entreprise et à tous les niveaux des processus de prise de décision. Ceci qui mène à peu de dévolution ou de délégation de pouvoir. L'indépendance vis-à-vis du contrôle extérieur exclut les petites filiales qui, bien qu'assez autonomes à bien des égards, doivent néanmoins renvoyer des décisions importantes (par exemple, en matière d'investissement en capital) à une autorité supérieure. Aussi, d'autres critères relatifs à la PME peuvent être inclus en termes de gestion, de main-d'œuvre et de capital.

À cet effet, le rapport Bolton critique la définition des PME présentée par l'organisme de statistiques, reconnaissant qu'une seule définition ne suffirait pas à couvrir l'ensemble des industries divergentes et variées ; les PME groupées sont hétérogènes, chacune d'entre elles à des caractéristiques bien spécifiques, ce qui rend une définition généralisée bien dangereuse lors des études (Kawaguchi et al., 2021). Le comité met en place plusieurs définitions englobant les principaux groupes industriels. Parmi les critères de définition, pas moins de 200 employés pour les entreprises manufacturières, et plus de 50 000 £ de chiffres d'affaires concernant les commerces de détail. À noter que, toute définition basée sur le chiffre d'affaires ou toute autre mesure de taille exprimée en termes financiers souffre de terribles désavantages inhérents en période d'inflation.

1.4 La Small Business Administration (S.B.A)

Créée en 1953, les origines de la Small Business Administration (SBA) remontent à la Grande Dépression des années 30 et à la Seconde Guerre mondiale, lorsque les préoccupations relatives au chômage et à la production de guerre étaient primordiales.

Selon Kawaguchi et al (2021), la SBA est actuellement chargée d'administrer plusieurs types de programmes de soutien aux petites entreprises, notamment des services de garantie de prêts et des programmes de capital-risque destinés à améliorer l'accès des petites entreprises aux capitaux, des programmes de passation de marchés. Elle vise à accroître les possibilités des petites entreprises en matière de contrats fédéraux, des programmes de prêts directs aux entreprises, aux propriétaires et aux locataires pour les aider à se remettre d'une catastrophe naturelle. Sans oublier les programmes de formation à la gestion des petites entreprises et d'assistance technique destinés à faciliter la création et l'expansion des entreprises. Les petites entreprises sont considérées comme un moyen de stimuler l'activité économique et de créer des emplois. Cet intérêt s'est particulièrement accru ces dernières années en raison de l'impact négatif des crises économiques.

La Small Business Administration Américaine propose une définition de la PME opérationnelle selon des critères quantitatifs et dans différents secteurs.

La définition présentée par la S.B.A fait appel à des critères considérés comme essentiels dans la représentation des PME :

- L'indépendance : dans la gestion de l'entreprise ainsi que dans son capital ;
- L'absence de situation dominante sur le marché du secteur d'activité dans lequel l'entreprise opère ;
- La taille et le chiffre d'affaires : il s'agit d'une représentation du nombre d'employés et du volume des ventes, ils varient selon le secteur d'activité de la PME.

Tableau 16 : Les critères établis par la S.B.A

Les industries	Les critères	Les intervalles de limites
Commerce de gros	Travailleurs occupés	Moins de 100
Commerce de détail	Recettes maximales annuelles	De 5 à 20 millions de \$, selon les sous-secteurs
Construction	Travailleurs occupés	De 7 à 17 millions de \$, selon les sous-secteurs
Manufacture	Travailleurs occupés	De 500 à 1500, selon les sous-secteurs
Transports	Recettes maximales annuelles	De 1 à 25 millions de \$, selon les sous-secteurs
Extraction	Travailleurs occupés ou recettes maximales annuelles	Moins de 500 ou moins de 5 millions de \$
Agriculture	Recettes maximales annuelles	De 0,5 à 9 millions de \$ selon les sous-secteurs
Service	Travailleurs occupés ou recettes maximales annuelles	De 500 à 1500 ou de 3,5 à 21,5 millions de \$ selon les sous-secteurs

Source : (Wtterwulghe, 1998)

Un éventail de typologies et de taxonomies a été développé par de nombreux chercheurs dans le domaine des PME, nous allons en exposer certaines d'entre elles.

2 Les Typologies selon les auteurs

Julien (2007) explique que les typologies peuvent être très générales et différents modèles peuvent être présents dans une même région, de ce fait, elle doit être utilisée avec discernement en prenant en considération le contexte.

2.1 Torres (2001)

Torres a proposé quatre types idéaux liés aux PME et au dynamisme entrepreneurial, énumérés ci-dessous ; Julien (2007) avait rajouté des explications supplémentaires et deux autres types.

- L'entrepreneuriat libéral nord-américain basé soit sur l'éthique protestante définie par Max Weber ou sur l'approche positiviste de Jeremy Bentham. Le type d'application néo-libérale adopté par de nombreuses entreprises américaines produit les dérives constatées ces dernières années, mais constitue néanmoins un simplificateur de la réalité, y compris aux États-Unis. Ogbor (2000) parle même d'une idéologie formée par la culture occidentale qui serait trop élémentaire pour représenter la complexité de la réalité.
- L'entrepreneuriat à la française, où de nombreuses entreprises, du moins les plus grandes, recherchent la sécurité par la législation et des procédures de fonctionnement.
- L'entrepreneuriat de la classe moyenne, de style belge et allemand, ou ce que les Britanniques appellent la « petite bourgeoisie ». Ce que les Britanniques appellent la « petite bourgeoisie », adopté principalement par les entreprises plus conventionnelles.
- L'entrepreneuriat en réseau à la japonaise que Dana (1998) divise en trois sous-catégories, à savoir le Sanchi, similaire au district industriel italien, le kuodokum et le Sanchi. Le district industriel italien, le kuodokumiai, où les petites entreprises se regroupent pour des fonctions telles que les achats, et shita-uke gyoscha, un système de sous-traitance système de sous-traitance à plusieurs niveaux. L'entrepreneuriat en réseau est également présent dans de nombreux pays comme dans les districts industriels d'Italie (Beccatini, 1989).

- L'entrepreneuriat asiatique, où des milliers d'entreprises, chacune avec ses propres fonctions bien définies, travaillent dans une hiérarchie de très petites à grandes entreprises (Guiheux, 1998).
- L'entrepreneuriat informel ou de proximité de type africain, dans lequel les femmes jouent un rôle de premier plan, basé en partie sur les coopératives de microcrédit (Tillmar, 2006).

2.2 Julien et St-Pierre (2009)

Aussi, Julien & St-Pierre (2009) ont dressé une typologie des PME qui démontre leur dynamisme particulier par rapport à la nouvelle mondialisation et à l'environnement socio-économique.

2.2.1 La PME et la mondialisation

Depuis les derniers changements qu'a connus l'environnement économique mondial, de moins en moins de PME se tiennent à l'écart de l'internationalisation, que ce soit dans les pays industrialisés ou en voie de développement (Julien, 2009). Selon le dynamisme, le degré d'implication et les stratégies appliquées par les PME dans leur marché national, elles parviennent à entretenir, de plus en plus, des relations avec des intermédiaires sur les marchés extérieurs. Elles profitent également de l'ouverture des frontières pour s'approvisionner dans des pays voisins ou même d'ailleurs dans le monde. Loin des marchés nationaux conventionnels, de nombreuses PME cherchent à stimuler leur croissance à l'échelle internationale, en réduisant leurs coûts et à satisfaire la demande internationale. Elles ont graduellement développé leur capacité d'échange sur les marchés extérieurs. Elles sont également parvenues à élargir leurs créneaux grâce à l'importation et l'exportation dans les marchés internationaux, en saisissant les opportunités d'investissements étrangers qui s'offrent à elles. Julien (2009) répartit les PME en six catégories distinctes, selon leurs besoins en ressources ou de leurs ventes sur les marchés nationaux et internationaux.

2.2.2 Les PME locales et régionales qui échappent à la mondialisation

Peu sujettes aux échanges et prestations internationales, et échappant à la mondialisation, ces PME évoluent majoritairement dans des zones protégées par la distance géographique. Elles ont pour stratégie de satisfaire les besoins de proximité liée à la demande de la population de leurs régions. Elles œuvrent sur des créneaux spécifiques et sont présentes dans des marchés très atypiques. Leur concurrence est souvent régionale et locale. Cette catégorie d'entreprises comporte est composée dans la plupart des cas des fermes familiales, des artisans de domaines divers, des spécialistes de métiers tels que les plombiers, électriciens, coiffeuse, des institutions d'enseignement, des commerces aux prestations personnalisées répondant à la demande de proximité.

2.2.3 Les PME qui s'approvisionnent sur les marchés globaux

Cette catégorie comporte les entreprises dites « commerces spécialisés » qui s'appuient en partie sur les produits importés de l'étranger. Elle regroupe les entreprises de service dans le domaine de la santé, les entreprises de travaux publics, les entreprises de distribution et entreprises manufacturières qui produisent des quantités limitées. Ce type d'entreprises sont souvent des intermédiaires entre le marché local et les entreprises étrangères qui n'ont pas leur propre point de distribution sur le territoire.

2.2.4 Les PME qui échangent avec les grandes firmes exportatrices

Un bon nombre de ces PME, surtout les moyennes entreprises, offrent des prestations de service de tout genre aux les grandes firmes exportatrices, que ce soit pour l'entretien de leurs équipements, ou comme bureau de conseil en ressource humaine et en management. Toutefois, même si ces PME sont fortement sollicitées pour sous-traiter leur savoir-faire et leurs connaissances, elles font face à la concurrence internationale causée, en quelque sorte, par la mondialisation. Les grandes multinationales souhaitent de plus en plus augmenter leur profit en minimisant au maximum les coûts de production. Elles finissent par se diriger principalement vers les pays moins développés, là où les coûts de la main d'œuvre sont plus inférieurs.

2.2.5 Les PME faiblement exportatrices

Ces PME exportent souvent leurs produits aux pays voisins qui sont géographiquement et culturellement proches de leur pays afin de minimiser les coûts et les risques. Plus leurs capacités de production se développent, plus elles élargissent leurs présences par l'exportation de leurs produits dans les marchés internationaux. Grâce à leurs réseaux de contacts, elles s'implantent plus facilement dans les pays étrangers, et s'adaptent rapidement à leur environnement économique et culturel.

2.2.6 Les PME mondiales

Cette catégorie comporte la plupart du temps des PME issues des pays industrialisés, qui sont suffisamment développées pour s'implanter dans plusieurs pays. Selon la stratégie appliquée par ces entreprises. Elles proposent souvent des produits uniques sur le marché pour maximiser leur rentabilité et défier la concurrence locale. Les premiers travaux présentés par Schumpeter justifient le pouvoir innovateur des PME. De plus en plus d'études montrent que les PME réalisent des innovations plus radicales que les grandes firmes (Julien & Carriere, 1994), de nombreuses études avaient démontré que les PME étaient source d'innovation (Nooteboom, 2000). Les PME sont à la source du changement économique. Ce changement requiert généralement une forte capacité d'adaptation de la part des entreprises. C'est pour cette raison qu'actuellement, un bon nombre de PME se positionnent dans différents marchés en utilisant l'exportation directe et indirecte par le biais de plusieurs formes d'alliances et démontrent leur potentiel face à l'internationalisation dans une économie de plus en plus en plus compétitive et mondiale.

2.3 Amroune et al (2014)

Les chercheurs avaient mentionné des travaux de recherche dirigés par l'Union européenne CEPMAN (2007) qui décrivent les PME, d'un point de vue qualitatif et dressent la typologie suivante :

- Les PME dans des situations de survie : cette catégorie d'entreprises constitue la majorité de la population des PME ; celles-ci accumulent les difficultés financières, ont une

structure organisationnelle fragile et perdent facilement leur part de marché face aux concurrents.

- Les PME dans des situations de croissance : ces entreprises ne sont pas confrontées aux problèmes financiers. Elles essayent de maintenir leur position dans le marché et s'adaptent aux agrégats de leur environnement.
- Les PME dans des situations d'excellence : ce type de PME sont minoritaires. Elles ont adapté un management moderne comme modèle d'organisation et sont souvent dans la démarche qualité. Étant déjà bien positionnées dans le marché local, elles tentent de pénétrer les marchés internationaux.

2.4 Reboud et al (2018)

Les chercheurs (Reboud et al., 2018) présentent dans leurs travaux de recherche, sept groupes de classifications retenues à partir de leur échantillon d'étude, basée sur une analyse taxonomique des catégories « réalistes » des PME. Les classifications se présentent comme suit :

2.4.1 Les PME façonnères

Ce type de PME sont plus orientées vers le modèle « affaire » et fonctionnent par objectifs à court terme. Leur stratégie ne se base pas réellement sur l'innovation ou l'internalisation à travers l'exportation. Aussi, avec un mode de production très unitaire, elles ont tendance à viser les marchés ayant de fortes attentes. Elles s'orientent la plupart du temps vers la personnalisation des produits ; certains produits sont fabriqués à la demande particulière des clients, d'où la nécessité pour ces PME de se démarquer et de faire la différence au niveau de leurs prix et de la fiabilité de leurs délais. Il s'agit avant tout de satisfaire au maximum les exigences des clients et de les fidéliser.

2.4.2 Les PME orientées métier

Cette catégorie de PME regroupe dans la majorité des cas des entreprises du secteur de l'industrie manufacturière, qui, souvent, se composent de PME sous-traitantes de grands donneurs

d'ordre. Elles ont la particularité d'être essentiellement guidées par leur métier. D'un point de vue stratégique, ces PME sont peu dynamiques sur le marché et peuvent se retrouver dans des situations défavorables, néanmoins, elles misent sur la gestion et la fiabilité de leurs délais, des prix compétitifs, et surtout, de produits de qualité répondants aux attentes du marché.

2.4.3 Les PME agitées

Même si ces PME arrivent à satisfaire les besoins spécifiques de leurs clients, en donnant la priorité à la qualité des produits et services qu'elles offrent, elles ne sont, généralement pas, outillées en termes de formalisation de leur stratégie et de leur système d'information. Elles sont qualifiées de « *PME agitées* » par les auteurs, car, elles agissent selon les opportunités qui s'offrent à elle, et essayent d'ajuster leur position sur le marché en proposant des produits rapport qualité/prix intéressants par rapport à la concurrence.

2.4.4 Les PME entrepreneuriales

Ces entreprises sont majoritairement des PME très jeunes et de petite taille. Elles ont la particularité d'évoluer dans le secteur des services plus que dans les autres secteurs d'activités. Elles visent, en général, les marchés de niche pour stimuler leurs croissances, favoriser les opportunités d'affaires et se démarquer rapidement par rapport aux concurrents. Leur management se fonde sur l'exploration des connaissances afin d'encourager l'innovation et la créativité au sein de l'entreprise, et d'assurer leur pérennité sur le long terme.

2.4.5 Les PME dénaturées

Possédant plusieurs ressemblances aux grandes firmes, ces PME sont les plus âgées et les plus structurées. Elles s'orientent majoritairement dans le secteur manufacturier, et échangent avec des clients plus particuliers « *B to B* ». Contrairement aux PME citées précédemment, les PME dénaturées sont très engagées dans les marchés internationaux, et sont incitées à constamment innover et explorer de nouvelles perspectives d'affaires. Elles parviennent à exporter leurs produits et services dans plusieurs pays du monde, et cherchent à maximiser leurs rentabilités hors des

marchés locaux. D'autant plus que, ces entreprises doivent leurs dynamismes aux stratégies formalisées et planifiées par leurs dirigeants, sur le long terme.

2.4.6 Les PME participatives

Tel que son nom l'indique, ces PME placent les salariés au cœur de leurs préoccupations. Le bien-être de leurs employés est un facteur de réussite et de développement clé pour ces entreprises. Leurs stratégies managériales se basent sur une gestion des compétences et des connaissances optimales. Ces PME ont une vision qualité, et veillent à la formation professionnelle de qualité de ses salariés. Leurs structures se caractérisent par une forte autonomisation, responsabilisation et délégation de leurs employés. Tous ces critères leur permettent d'innover et d'exploiter d'une manière efficiente les compétences existantes.

3 Définition de la PME selon l'Union européenne

Les entreprises sont le pilier du développement économique et du progrès socio-économique (MSME, 2014). Cette montée de l'entreprise au premier plan des préoccupations tant individuelles que sociales est un phénomène relativement récent, le sens qu'on attribue au mot « entreprise » n'a pas cessé d'évoluer depuis. Julien & Marchesnay (1988) pensent que la petite et moyenne entreprise est, avant tout, une entreprise juridiquement sinon financièrement indépendante opérant dans les secteurs primaires manufacturiers ou des services et dont les responsabilités n'incombent le plus souvent à personne sinon à deux ou trois personnes, en général seul propriétaire du capital.

D'après Graham (2002), les petites et moyennes entreprises sont plus faciles à décrire qu'à définir. Effectivement, les définitions selon les pays peuvent varier sensiblement, et jusqu'à aujourd'hui, il n'existe pas de définition commune et universelle qui puisse rendre les comparaisons entre les différents pays plus accessibles. La Commission européenne avait publié un manuel de référence destiné aux entrepreneurs, dirigeants de PME et employés afin de mieux identifier les critères de la PME. Ce manuel permet d'identifier dans quelle situation une entreprise peut être désignée comme étant une *micro, petite et moyenne entreprise* et être éligible aux mesures spécifiques de prêts bancaires ou d'aides de soutien dédiés à l'appui des PME.

Parmi les recommandations proposées par l'Union européenne :

Tableau 17 : Définition des Pme selon l'Union européenne

Catégorie	Effectif	Chiffre d'affaires ou Total du Bilan	
Micro entreprise	< 10	< 2 millions d'Euros	< 2 millions d'Euro
Petite entreprise	< 50	< 10 millions d'Euro	< 10 millions d'Euro
Moyenne entreprise	< 250	< 50 million d'Euro	< 43 millions d'Euro

Source : (OCDE, 2016)

La PME regroupe un ensemble de sous-catégories qui se présentent comme suit :

- La micro entreprise : est une entreprise individuelle qui n'emploie pas plus de dix (10) personnes, elle est soumise à un régime forfaitaire pour le calcul de l'impôt et le paiement des charges sociales.
- La petite entreprise : est définie comme une entreprise qui n'emploie pas plus de cinquante (50) personnes, et dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas une certaine limite fixée par le pays concerné. Pour l'UE le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 10 millions d'euros.
- La moyenne entreprise : est une entreprise qui emploi en permanence entre dix (10) et deux cents (200) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas une certaine limite fixée. En UE, le chiffre d'affaires ne doit pas dépasser les 50 millions d'euros ou dont le total de bilan ne dépasse pas 43 millions d'euros.

Les PME de l'UE ont une contribution importance dans la stimulation de l'emploi et l'absorption du chômage. D'ailleurs, le secteur des PME de ces pays-là représente plus de 99 % des entreprises de toutes catégories, soit près de deux tiers des personnes employées dans l'économie. LAURENȚIU, R. M. (2016)

Par ailleurs, communément admis du point de vue des économistes, certains jugent qu'il est possible de juger la notion de la PME comme une valeur stable et unique, dans la mesure où on utilise le nombre de salariés comme indicateur de différenciation, à l'appui d'autres critères tels que le volume ou le chiffre d'affaires (Perrin, 2017).

Au niveau international, on utilise l'abréviation PME (petite et moyenne entreprise). Le site MSME est également utilisé (Micro, Small and Medium Sized Enterprise). Bien que les abréviations soient acceptées et très utilisées, lorsqu'il s'agit de définir le terme de PME, les avis sont partagés.

Tableau 18 : Définition des PME dans certains pays du monde par rapport au nombre d'employés

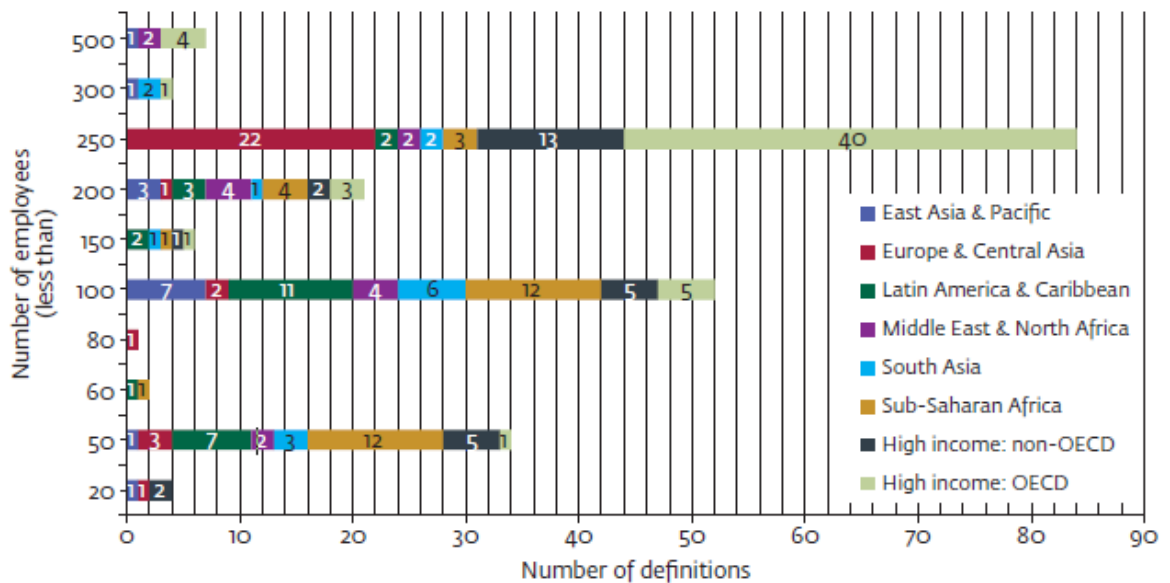
Pays	Définition (nombre d'employés)		
	Très Petite	Petite	Moyenne
Afrique du Sud	≤5	6-50	51-100
Algérie	<10	10-49	50-249
Allemagne	≤9	10-49	50-249
Australie	≤4	5-19	20-199
Belgique	≤9	10-49	50-249
Brésil	≤9	10-49	50-249
Cameroun	<6	6-20	21-100
Canada	1-4	5-99	100-499
Chine	<5	5-20	20-200
Danemark	≤9	10-49	50-249
Egypte	1-4	5-49	50-99
Espagne	≤9	10-49	50-249
France	≤9	10-49	50-249
Indonésie	1-4	5-19	20-99
Japon	≤9	10-49	50-300
Liban	<10	10-50	50-100
Mexique	<10	11-50	51-250
Niger	1-3	4-10	11-50
Nigeria	1-9	10-49	50-199
Portugal	≤9	10-49	50-249
Qatar	1-4	5-49	50-99
Royaume-Uni	≤9	10-49	50-249
Russie	<16	16-100	101-250
Rwanda	1-3	4-30	31-100
Suisse	≤9	10-49	50-249
Tunisie	<6	6-49	50-249
Turquie	1-9	10-49	50-249
USA	≤19	20-99	100-499

Source : Etabli par l'auteur selon les données de la Banque Mondiale

D'après Berisha (2015), la littérature économique renferme de grandes divergences dans la définition des petites et moyennes entreprises. Les agences statistiques, les organisations internationales, les gouvernements des pays indépendants ressortent avec des définitions et des catégorisations différentes pour les entreprises qui ne correspondent pas aux différences entre elles. Les différentes définitions des PME sont plus arbitraires qu'une ressemblance du niveau et de la nature du développement économique.

Berisha (2015) rajoute qu'il n'existe aucune définition unique et universellement approuvée des PME. Les paramètres actuels ont fait l'objet de nombreuses révisions et sont continuellement en cours d'évaluation. Il n'y a pas de consensus ni de tendance à l'approximation en ce qui concerne les définitions, y compris au sein des institutions internationales, qui rassemblent en leur sein les mêmes États. La définition des PME revêt un intérêt statistique pour l'évaluation des performances économiques au sein d'un pays, entre secteurs et entre États. L'importance de la définition des PME, pour les décideurs politiques, réside dans l'estimation des types d'entreprises et de leur contribution à l'emploi, au produit intérieur brut et à d'autres indicateurs macroéconomiques, afin d'orienter les actions, les politiques, les stratégies de développement et les programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises.

Schéma 3: Représentation des PME dans les pays du monde selon le critère (nombre d'employés)



Source : (MSME, 2014, p.6)

On remarque, dans le Tableau 18 que la plupart des pays considèrent que le critère du nombre d'employés dans une PME ne dépasse pas les 250 employés.

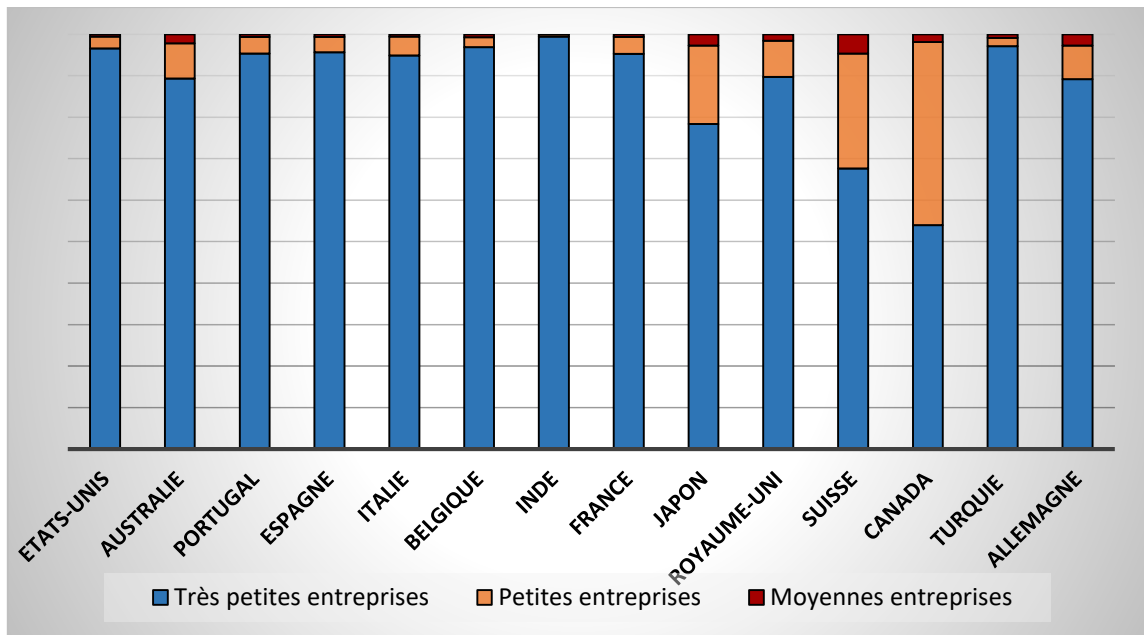
Selon le rapport de L'OCDE (2019), l'une des principales difficultés rencontrées pour évaluer les PME d'un pays à l'autre réside dans la définition même de la PME. Les définitions peuvent être extrêmement différentes d'un pays à l'autre, mais aussi au sein d'un même pays entre les secteurs politiques, les petits pays établissant habituellement des critères moins stricts que les grands pays. Cette situation a pour effet de compliquer la collecte de statistiques internationales sur les PME. Dans cette publication, sauf indication contraire, une PME est définie comme toute entreprise comptant moins de 250 employés. Bien que cette définition fournisse un modèle fiable pour établir des comparaisons statistiques entre les pays, il convient de l'interpréter avec précaution. Par exemple, il faut faire preuve de vigilance lorsqu'on effectue une analyse des statistiques sur les entreprises de moins de 250 employés et l'impact des mesures destinées aux PME telles que définies à des fins de politique publique ; les définitions peuvent ne pas être compatibles. En outre, même si l'on reprend la définition d'une entreprise en tant qu'unité principale dans le pays où les décisions sont prises, les risques encourus et les bénéfices réalisés, cela peut ne pas fonctionner pour les entreprises à capitaux étrangers (filiales étrangères). Certains pays tentent de différencier les PME indépendantes des filiales de grands groupes, mais ces efforts ne sont pas encore généralisés.

Tableau 19 : Le nombre de PME dans certains pays du monde (critère de taille)

Pays	Année	Population	Très petites entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	PME
Etats-Unis	2016	325 719 178	31 440 440	941 284	168 803	32 550 527
Australie	2017	24 598 933	2 063 479	195 619	50 338	2 309 436
Portugal	2016	10 293 718	793 477	33 553	5 190	832 220
Corée du sud	2015	51 014 947	/	/	/	3 600 882
Espagne	2017	46 572 028	3 134 042	120 397	20 485	3 274 924
Italie	2016	60 551 416	3 526 539	170 290	19 518	3 716 347
Belgique	2016	11 372 068	579 074	14 069	4 171	597 314
Inde	2016	1 309 053 980	63 052 000	331 000	5 000	63 388 000
France	2016	67 118 648	2 909 125	125 240	19 657	3 054 022
Japon	2016	126 785 797	4 315 711	1 042 097	150 386	5 508 194
Royaume-Uni	2017	66 022 273	2 386 740	231 715	40 530	2 658 985
Suisse	2016	8 282 396	95 796	39 251	6 582	141 629
Canada	2017	36 708 083	634 063	518 706	21 926	1 174 695
Turquie	2016	80 745 020	2 362 995	48 229	20 692	2 431 916
Allemagne	2016	82 695 000	2 022 140	184 365	60 505	2 267 010
Chine	2017	1 386 395 000	/	/	/	23 280 000

Source : Etabli par l'auteure à partir des données de la Banque mondiale

Graphe 1: Représentation des PME par pays (2016/2017)



Source : Etabli par l'auteure à partir des données de la Banque mondiale

La plupart des chercheurs et des organismes internationaux mettent l'accent sur l'importance et le poids des TPE dans le tissu économique. Comme on peut le constater, selon la Graphe 1, la part des très Petites Entreprises représente plus de la moitié du nombre des PME, suivie des petites entreprises, à savoir que ce cas de figure représente la majorité des pays représentés dans l'étude. La Chine et la Corée du Sud n'ont pas été incluses dans la représentation graphique par manque de données actualisées sur les PME par catégorie.

La structure de la population des PME dans les pays de l'OCDE est largement comparable et stable, et les PME sont le plus souvent concentrées dans des services spécifiquement efficaces en termes de ressources. Toutefois, la dynamique est en train de changer de manière significative, notamment dans les domaines fortement exposés à la mutation numérique. En réalité, les PME se composent d'une population particulièrement hétérogène, dont les performances en termes de rendement, de revenus et de concurrence internationale varient sensiblement selon les secteurs, les régions et les entreprises (OECD, 2019).

4 Importance des PME

Les petites entreprises jouent un rôle très important dans la promotion de la compétitivité et dans l'introduction de nouveaux produits ou de nouvelles techniques sur le marché. Les PME augmentent leur productivité principalement grâce au financement. Les investissements permettent d'accéder aux technologies et contribuent à l'expansion de l'entreprise, assurant ainsi la compétitivité d'une entreprise et, par extrapolation, celle d'une nation dans son ensemble. Il est juste de dire que les performances et le niveau de développement d'une économie nationale dépendent beaucoup de la capacité à créer un bon environnement pour les PME. Elles peuvent fournir des services de qualité et des produits compétitifs à un faible coût et dans des quantités adaptées au marché (Robu, 2013).

Selon Filion (2012) «*La Grande-Bretagne fut l'un des premiers pays où l'on réalisa l'importance de la PME pour la croissance économique*» (p.15). Suite à la Première Guerre mondiale, de nombreux groupes de recherche ont été créés dans le but de comprendre le phénomène des PME. Cette époque est caractérisée par l'afflux des chercheurs et leur reconnaissance envers la contribution des PME à l'économie et plus particulièrement à l'emploi.

En effet, jusqu'en 1960, les PME étaient une composante de l'économie dont l'importance était assez faible (en ce qui concerne leur part dans la création de l'emploi). Une nouvelle perspective sur le rôle des PME apparaît après l'année 1980. Les processus d'adaptation, en réaction au choc pétrolier, et la révolution des technologies de l'information et de la communication ont provoqué des changements dans la perception des petites et grandes entreprises ainsi que dans le caractère de leur interaction. La petite entreprise a toujours été en quelque sorte la grande entreprise potentielle (Day, 2000), cette situation a provoqué l'essor des PME, ces petites entreprises naissent des grandes entreprises (suite à leur restructuration, réingénierie, fusions et acquisitions). C'est précisément ce segment de PME qui joue un rôle important dans le processus de mondialisation. On peut affirmer que les nouvelles formes d'organisation des PME, notamment la mise en réseau, les technologies de l'information et de la communication, l'innovation, ainsi que la mise en œuvre d'une gestion stratégique des petites entreprises. Tous ces éléments sont des attributs essentiels du secteur des PME et déterminent dans une large mesure leur succès dans le nouveau monde de la mondialisation (Lesáková, 2014).

Aussi, la PME est devenue un moyen incontournable pour la relance de la croissance économique et une force principale majeure pour la survie des pays en voie de développement (OECD, 2019). La PME a su s'imposer sur le marché compétitif en étant à l'écoute des attentes et des besoins de ses clients. Elle stimule la propriété privée et s'adapte rapidement à la demande du marché. De plus, elle contribue à la réduction du taux de chômage grâce à la création de l'emploi.

D'autant plus que, sa création et son implantation crée une diversification des activités économiques. Elle présente l'avantage de ne pas susciter de gros moyens d'investissement et elle peut facilement évoluer avec des moyens locaux appropriés et moins coûteux. Les pays développés ont pu atteindre un certain niveau de développement économique et social grâce à l'implication et la compétitivité des PME ainsi que le soutien des politiques gouvernementales à leur égard (Papillon, 2010).

Quant aux pays en voie de développement, ils ont pu développer leur tissu économique grâce à la reconnaissance du rôle crucial des PME dans la restructuration industrielle et dans la privatisation des entreprises. Cette reconnaissance de la PME a permis à un grand nombre de pays asiatiques tels que : Taiwan, Singapour, Hong Kong, Chine, Turquie... d'émerger progressivement du lot des pays du « tiers monde ».

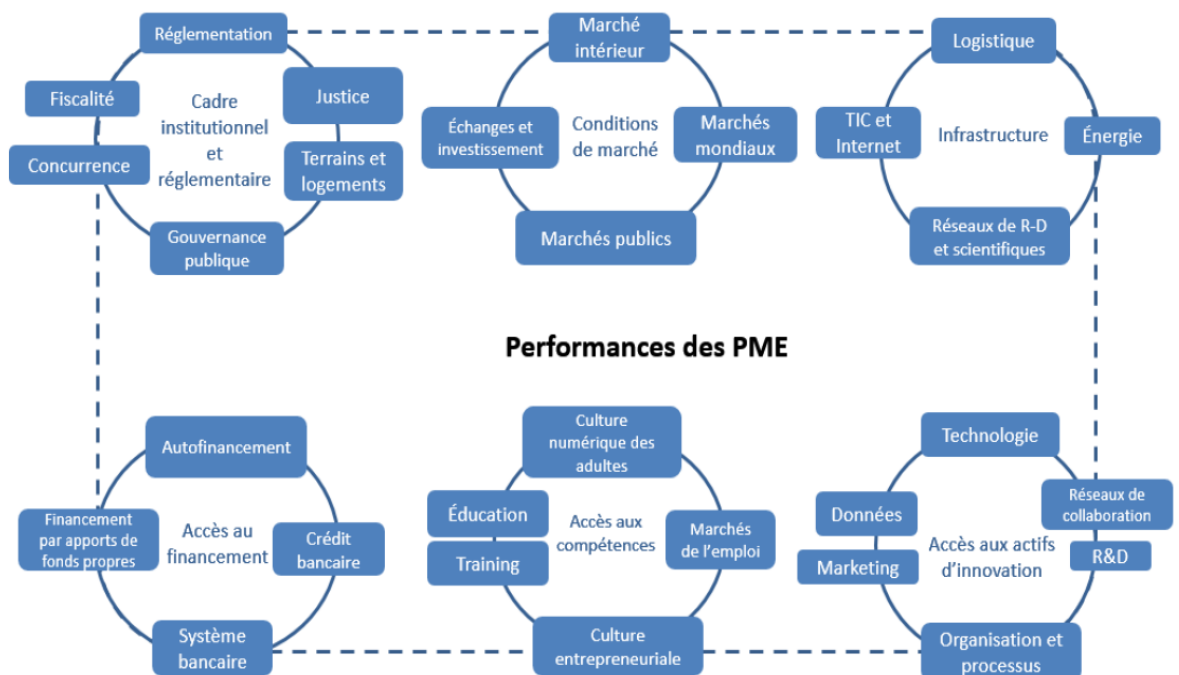
Tableau 20 : Les facteurs qui affectent la performance des PME

Facteurs exogènes/externes	Facteurs endogènes/internes
<p><u>Facteurs macro-économiques</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Zone géographique et région - Densité - Inflation - Taux d'intérêt - Chômage - Taux de change 	<p><u>Facteurs démographiques de l'entreprise</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Taille de l'entreprise - Âge de l'entreprise - Structure organisationnelle - Réseaux communautaires - Différenciation des produits/services
<p><u>Facteurs politiques et institutionnels</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Politiques macro-économiques - L'environnement des affaires - Le système judiciaire - La bureaucratie - Soutien public 	<p><u>Facteurs démographiques humains</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'âge - Le sexe - Milieu familial - Exposition à des modèles de rôle

<p><u>Facteurs socioculturels</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Accès aux infrastructures publiques - Accès à l'argent/au capital ; à la technologie ; main-d'œuvre et autres ressources - Criminalité - Santé - Culture - Modèles de comportement 	<p><u>Facteurs d'expérience antérieure</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'éducation - Formation - Expérience professionnelle - Propriété de l'entreprise - Spécifique au secteur d'activité
<p><u>Facteurs d'opportunité du marché</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Demande d'approvisionnement - La concurrence - Accès aux marchés - Localisation - Incertitude du marché 	<p><u>Facteurs liés au capital humain</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Caractéristiques personnelles - Capacités, aptitudes et compétences (ce facteur particulier est au centre de cette étude)

Source : <https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/24173/02chapter2.pdf>

Schéma 4: Cadre conceptuel des PME



Source : (OCDE,2019, p.297)

Les trois principaux axes correspondent au contexte économique et aux conditions favorables à l'activité et à la croissance des PME. Les PME sont le plus souvent dépendantes de leur écosystème économique contrairement aux grandes entreprises. Elles sont moins susceptibles de résister à de mauvaises conditions-cadres, aux dysfonctionnements du marché et aux fluctuations économiques ; par ailleurs, des infrastructures peu adaptées entravent leur accessibilité aux marchés et aux ressources stratégiques dont elles ont besoin pour entreprendre.

4.1 Les atouts de la PME selon Lecerf (2006)

Lecerf (2007) considère que : « ... *la PME est une entreprise de petite taille avec des moyens par conséquent limités, dont la personnalisation est très forte et la gestion centralisée. En effet, le dirigeant de la PME est celui qui va lui donner son "caractère". L'entreprise est très souvent imprégnée des méthodes de travail et de la personnalité de son créateur. Il joue donc un rôle déterminant quant aux réactions de l'entreprise face à son environnement... l'entreprise dans son ensemble est flexible et s'adapte à plusieurs types de travaux. Ceci est un atout majeur dans un environnement mouvant et incertain* » (p.100).

Parmi les points essentiels cités par l'auteur, on retrouve :

- La flexibilité et l'organisation : les grandes entreprises souffrent de coûts superficiels et d'une structure assez complexe ce qui génère une perte de, contrairement aux PME, qui sont connues pour être plus souples, plus créatives et plus flexible. Ce qui leur confère un certain atout.
- La gestion au sein des PME : en essayant de s'adapter à la complexité de l'environnement externe, les PME font souvent recours à des modèles de gestion simples et efficaces.
- La proximité avec les clients : la PME est plus favorable à gérer et à entretenir ses relations clients de manière efficace grâce à l'élaboration de stratégies de communication directe, préservant ainsi une certaine proximité avec ses clients.
- L'implication des RH : les PME qui sont dotées de structures plus organiques que hiérarchiques favorisent la proximité des employés et leur implication au travail tout en créant une relation de confiance.

4.2 Le dynamisme des PME selon North & Varvakis (2016)

North & Varvakis (2016) citent les caractéristiques des PME dynamiques face à l'environnement externe :

- Détecte ou anticipe les fluctuations de l'environnement et y (ré) agit avec une grande efficacité et rapidité ;
- Exploite intensivement les opportunités du marché ;
- Adopte une approche de gestion de l'autonomisation des employés et renforce l'esprit d'entreprise de ces derniers ;
- Développe une grande capacité d'apprentissage et d'innovation, et inclus l'apprentissage sur le tas dans les activités quotidiennes ;
- Cultive l'intelligence émotionnelle, ce qui se manifeste par un climat de confiance et de collaboration.

Section 3. La densité des PME

Dans les pays industrialisés comme dans les pays en voie de développement, la Petite et Moyenne Entreprise (PME) est présentée comme figure du développement de la nouvelle économie libérale (Abedou, Bouyacoub, & Kherbachi, 2013). Devenu un élément central dans le processus de création de richesses, ce phénomène reflète un mouvement de transformation des sociétés dites contemporaines, vers une culture plus « *entrepreneuriale* », qui encourage l'autonomie et l'indépendance individuelles dans un contexte environnemental turbulent.

Comme on le rappelle, l'entrepreneuriat et les PME jouent un rôle prépondérant dans le développement économique (Okyere, 2017). Messeghem & Torres affirment que : « *Le terme entrepreneuriat est devenu un terme générique qui recouvre des recherches qui portent sur les PME, les start-ups ou les entreprises familiales... l'entrepreneuriat s'exprime en phase d'émergence, mais également dans des organisations existantes. Les PME sont un objet d'étude privilégié, d'ailleurs les Anglo-saxons utilisent l'expression : Entrepreneurship and Small business.* » (p.15).

Mis en contexte, l'entrepreneuriat relève souvent d'une réalité multidimensionnelle (Julien & Cadieux, 2010). L'existence de définitions multiples de l'entrepreneuriat et des PME engendre une grande diversité dans les dispositifs d'évaluation de ces derniers à travers les pays. En raison de cette complexité (Julien & Schmitt, 2008), l'évaluation des différentes formes et expressions de l'activité des PME reste un défi pour de nombreux chercheurs (Marcotte, 2012).

À cet effet, l'évaluation de l'activité entrepreneuriale dans les pays est un domaine d'étude relativement récente (Congregado, 2008). Jusqu'à la fin des années 1990, le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) avait lancé ses enquêtes annuelles sur la base d'indicateurs comparables. Au cours de la dernière décennie, d'autres indices et bases de données ont été créés, tels que la base de données EIM COMPENDIA et les données d'enquêtes sur l'entrepreneuriat du Groupe de la Banque mondiale (Marcotte, 2012). L'Union européenne aussi avait créé, en 1992, l'observatoire des PME, et mis en place, vers les années 2000, les *Eurobaromètres* qui permettent de suivre l'évolution des perceptions en matière d'entrepreneuriat au sein des pays européens et aux États-Unis (Capron, 2009).

Actuellement, la diversité statistique globale de l'entrepreneuriat et des PME ne permet pas de dresser une liste convenue d'indicateurs clés universels, nécessaires à la compréhension collective de leurs dynamismes et de leurs impacts. Cette situation est due aux contraintes financières et à la divergence des priorités statistiques d'un pays à un autre (Davis, 2008).

Le dynamisme entrepreneurial dépend de plusieurs facteurs comme la taille, le secteur d'activité et le dynamisme des PME (Julien & Cadieux, 2010). Bien que, l'évaluation de l'activité entrepreneuriale se limite souvent au contexte du pays et a tendance à se focaliser sur une seule variable, comme : le travail indépendant, le nombre de PME enregistré par année, le nombre de créations d'entreprises ou le taux de démarrage d'entreprises. La plupart des auteurs préconisent l'utilisation d'indicateurs quantitatifs mesurables à ce type de recherche (Congregado, 2008).

Freytag et Thurik (2006) considèrent qu'il existe une approche suggérée pour mesurer le dynamisme des entreprises. Elle consiste à utiliser des indicateurs de stock des entreprises en relation avec le nombre de la population ; la concentration des PME par rapport à la population peut être approchée à travers l'indicateur de la densité des entreprises.

À des fins de comparaisons internationales, les travaux antérieurs menés sur le l'activité économique des PME, utilisent souvent la densité des entreprises comme indicateur de référence. Cet indicateur constitue une première étape dans l'observation de l'environnement économique et des performances entrepreneuriales de leur territoire. Comme le souligne d'ailleurs Capron (2008) : *« l'existence d'une base économique solide en matière d'entreprises constitue un facteur essentiel de la prospérité régionale... les indicateurs par personne occupée reposent sur un raisonnement qui exprime l'ampleur de l'activité économique..., les indicateurs calculés par habitant sont illustratifs du dynamisme économique d'une région ou d'un pays. »* (p.110). À cet effet, l'utilisation de la densité des entreprises comme indicateur d'évaluation lors des comparaisons entre les pays permet de confronter l'efficacité de leurs politiques publiques axées sur le développement des PME (OCDE, 2019).

Cette section a pour objet de présenter l'indicateur de la densité des PME à travers sa dimension conceptuelle, méthodologique et ses différentes utilisations par les chercheurs et organismes nationaux et internationaux. Cette section vise également à étudier l'évolution de la densité des PME dans le monde.

Sur le plan méthodologique, et grâce à la mobilisation des travaux antérieurs, on tentera d'expliquer la notion de l'indicateur de la densité des entreprises, en s'appuyant sur des données officielles sur les PME rassemblées et reconstituées à partir des données de la banque mondiale.

1 Le dynamisme de l'activité entrepreneuriale et des PME

Les inégalités observées dans le dynamisme entrepreneurial et la disparité des PME entre les pays reflètent la diversité des contextes politiques, économiques, et socioculturels (Nlemvo, Biga-Diambeidou, & Coeurderoy, 2011). À travers les différentes lectures bibliographiques, nous avons pu constater que chaque pays et son organisme affilié définissent leurs propres indicateurs de mesure de l'entrepreneuriat.

1.1 L'indicateur de la densité des PME, de quoi s'agit-il ?

La densité des entreprises est un indicateur utile pour déterminer la réussite économique d'une ville ou d'un pays par rapport à son dynamisme entrepreneurial. Cette densité est d'autant plus importante lorsqu'il s'agit des petites et moyennes entreprises (PME) ; à noter que : « *pour les pays développés, 99 % des entreprises sont des PME, elles constituent l'essentiel du tissu des entreprises, soit près de 60 % de l'emploi et entre 50 % et 60 % de la valeur ajoutée* » (OCDE, 2019, p.03).

1.1.1 Comment les chercheurs ont-ils défini la densité des entreprises ?

Gartner et Shane (1995) considèrent que la densité des entreprises est définie comme étant le nombre d'entreprises par rapport au nombre d'habitants (1000 habitants en général). Selon Lowrey (2005), la densité des entreprises est un indicateur macroéconomique de mesure, il indique le stock des entreprises dans une économie par rapport au nombre de la population, à n'importe quelle période de l'année. D'après Julien (1997), la densité des entreprises est un indicateur souvent utilisé par les spécialistes en économie géographique ; il permet de relativiser le nombre réel d'entreprises et sa dispersion dans un territoire.

Cette densité permet de créer une base de données sur l'activité des entreprises et l'entrepreneuriat. Étant une source de données comparables sur le nombre de PME enregistrées par pays, elle vise une meilleure compréhension de l'activité des entreprises privées à travers le monde. Il s'agit d'un indicateur important qui quantifie l'impact des changements institutionnels,

réglementaires, politiques et macroéconomiques sur l'enregistrement des entreprises existantes ; c'est un élément essentiel d'un secteur privé dynamique (World Bank, 2014).

Gartner et Shane (1995) considèrent également que la mesure des entreprises par rapport au nombre d'habitants présente certains avantages par rapport à d'autres mesures de l'entrepreneuriat actuellement utilisées. D'après ces auteurs, les premières applications de cet indicateur ont été réalisées par des chercheurs américains depuis 1857, ce qui implique une période d'analyse beaucoup plus longue que toute autre mesure. Cet indicateur a l'avantage d'être facile à construire pour beaucoup de pays et durant une longue période, rendant les comparaisons internationales plus faciles et accessibles. Ils concluent aussi qu'il s'agit d'une mesure nette de l'esprit d'entreprise qui évite les interprétations erronées des données dues aux turbulences de l'environnement socio-économique. Et enfin, tout comme les données disponibles sur le travail indépendant, cette mesure permet de voir l'entrepreneuriat sous sa forme organisationnelle plutôt qu'un simple processus de formation.

Néanmoins, il convient de souligner que cet indicateur ne fournit qu'un aperçu de la démographie des entreprises d'une économie donnée. Il est souvent combiné à d'autres indicateurs de l'entrepreneuriat utilisés par des organismes internationaux tels que l'OCDE, GEM, et la Banque mondiale.

Enfin, l'utilisation de cet indicateur se limite généralement au secteur formel. Il est important de préciser que l'exclusion du secteur informel, dans les recherches de ce type, est fondée sur les difficultés à quantifier réellement le nombre d'entreprises qui le composent et sa pertinence pour les économies en développement (Stevenson, 2010). La plupart de ces indicateurs facilitent l'analyse de la croissance du secteur privé officiel et l'identification des facteurs qui favorisent le climat des affaires dans le secteur formel.

1.1.2 Les différentes utilisations de cet indicateur par les auteurs

Un bon nombre de facteurs endogènes et exogènes stimulent l'activité entrepreneuriale et le dynamisme des PME dans un pays. De nombreux chercheurs tentent de mesurer ces facteurs explicatifs par des indicateurs mesurables comme la densité des entreprises.

Parmi ces chercheurs, nous en citons quelques-uns :

- Gartner et Shane (1995), considérés comme pionniers dans le domaine de l'entrepreneuriat et des PME, avaient développé dans leurs travaux de recherches, des théories relatives à la mesure de l'entrepreneuriat. Dans leurs études empiriques, ils avaient examiné les problèmes et les avantages liés à l'usage de cette mesure fondée sur les entreprises par habitants comme indicateur principal de l'entrepreneuriat. Par conséquent, leur objectif était de déterminer la contribution de l'entrepreneuriat au bien-être d'une économie donnée.

- Garofoli (2006) tente d'expliquer la disparité des créations d'entreprises dans certaines régions à travers l'utilisation d'un certain nombre d'indicateurs. Il privilégie l'utilisation de la densité des entreprises dans ces travaux empiriques, car, selon lui, elle n'est pas influencée par les tendances conjoncturelles et permet d'évaluer l'activité des entreprises dans le temps.

- Capron (2009) s'intéresse à la dynamique d'entreprises et tente de définir les facteurs significatifs qui influencent la création d'entreprises en Belgique, à travers l'utilisation d'une combinaison d'indicateurs économiques telle que la densité d'entreprises.

- Binet et Facchini (2010) et Julien (2019) cherchent à évaluer les déterminants de la dynamique entrepreneuriale en utilisant la densité des entreprises comme indicateur en tenant compte des créations d'entreprises (et non pas le nombre d'entreprises global) par rapport au nombre d'habitants (1000 habitants).

- Julien & Cadieux (2010) avaient dirigé une étude au sein de l'Institut de la Statistique du Québec (ISQ) qui avait pour objet d'identifier et d'examiner les déterminants importants du processus entrepreneurial, sur le plan national ou régional. Dans ce *Rapport*, les chercheurs tentent de classer, en premier lieu, les Etats les plus dynamiques et les moins dynamiques des Etats-Unis d'Amérique en matière d'entrepreneuriat, en utilisant le nombre d'entreprises (déjà établies) par rapport à 10 000 habitants (la densité des entreprises) comme outil principal de comparaison. En second lieu, ils tentent de déterminer les facteurs explicatifs de la création d'entreprises à travers une comparaison entre les Etats américains et cinq autres pays européens (France, Italie, Allemagne, Irlande et Royaume-Uni). L'indicateur qu'ils avaient utilisé comme variable endogène était le nombre de créations d'entreprises par rapport à 1000 habitants. Les éléments traités dans leur rapport fournissent un cadre de références aux entrepreneurs qui souhaiteraient améliorer leur performance et adapter leur stratégie selon l'environnement socio-économique.

- Boutillier, Levratto et Carré (2016) abordent la densité des dynamiques entrepreneuriales dans leur ouvrage en utilisant cet indicateur comme une variable pour mesurer initialement les profils métropolitains, et de voir par la suite la corrélation qui existe entre cet indicateur et la dynamique d'emploi ainsi que le taux de création d'entreprises.

- Enfin, Aksaray et Thompson (2017) tentent d'examiner la corrélation entre la survie des entreprises et la densité des entreprises locales dans les industries établies, en construisant un modèle de croissance et de survie qui établit la relation entre la concurrence des ressources, les variations des coûts d'opportunités de l'entrepreneuriat et les variations géographiques.

1.1.3 Les différentes utilisations de cet indicateur par les organismes nationaux et internationaux

Plusieurs modèles ont été développés par des centres de recherches internationaux. Ils ont pour objectif de présenter un aperçu global sur l'activité des PME, leurs origines et leur dynamisme territorial. Ces initiatives tentent de mieux comprendre les variations de l'entrepreneuriat à l'échelle nationale et internationale, et explicitent les conditions macro-économiques (économiques et démographiques) des créations dispersées des PME (Grilo & Thurik, 2004). Ces modèles ont permis la constitution de banques de données comparatives des performances des pays au niveau international.

Parmi ces organismes, nous en citons quelques-uns :

- Le bulletin des statistiques des PME du Ministère de l'Industrie (Algérie) : cet indicateur est utilisé dans la majorité des rapports qui présentent un état des lieux et des statistiques concernant les PME algériennes, cependant, on constate dans certains rapports publiés (à partir de l'année 2011 jusqu'à l'année 2019) que, le nombre de la population utilisé dans le calcul de la densité des PME par Wilaya est invariable et se réfère à l'année 2008 (année du recensement de la population) ; dans ce cas de figure, les calculs de densité par wilaya des années postérieures sont erronés.

- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2011) est un programme de recherche créé dans l'intention de comprendre et d'expliquer les relations interdépendantes entre l'entrepreneuriat, la création des petite et moyenne entreprises (PME) et la croissance économique. En 2011, une collaboration entre le laboratoire GIZ allemand du groupe (GEM) et le Centre de recherche

CREAD (Centre de Recherche d'Economie Appliquée pour le Développement) avait eu lieu, dans le but d'effectuer une série d'études sur le dynamisme entrepreneurial en Algérie. Les travaux de recherche de GEM se basent essentiellement sur l'utilisation d'un indice de mesure nommé Taux Entrepreneurial Activity (TEA) à l'appui d'indicateurs pertinents pour mesurer l'activité entrepreneuriale (Marcotte, 2012). L'un des indicateurs utilisés pour mesurer la répartition des PME algériennes sur le territoire était la densité des PME par Wilaya.

- La Fédération canadienne de l'entreprise indépendance (2009) tente d'analyser le classement des villes qui offrent le meilleur environnement économique pour le développement des petites et moyennes entreprises au Canada. 12 indicateurs ont été sélectionnés et définis en fonction de leur pertinence et de la disponibilité des données. Leur étude s'appuie sur les statistiques officielles du Canada. La densité des entreprises est l'un des indicateurs utilisés ; elle prend en compte le nombre d'entreprises en pourcentage par rapport à la population globale.

- Le ministère de l'Economie, des finances et de l'emploi en France (2007) avait publié un rapport sur la localisation des très petites entreprises en France afin d'étudier la répartition géographique des TPE sur un territoire, les chercheurs ont utilisé en premier lieu, la densité des entreprises par rapport au nombre d'habitants comme premier outil d'étude, en vue de dégager les zones à forte densité et les raisons expliquant la disparité des entreprises.

- Enfin, le Rapport annuel sur les PME européennes présenté la Commission européenne (2019) : ce rapport utilise une batterie d'indicateurs internationaux pour décrire le dynamisme des PME dans les pays européens. Il fournit des informations sur les récentes performances économiques des PME de l'UE et leur évolution démographique. Le premier indicateur utilisé par cet organisme est la densité des PME.

2 La densité des PME dans les pays de l'Afrique

La définition des PME se base, dans la plupart des cas, sur le critère de la taille qui est généralement de 250 employés à l'échelle mondiale (à l'exception de certains pays comme les Etats-Unis, le Canada, où le nombre d'employés va jusqu'à 499 employés). Toutefois, les économies au revenu moyen et faible, adoptent des définitions (concernant la taille) tendant à utiliser des valeurs de seuils inférieurs à 100 employés (Cameroun, Egypte) ou même 50 employés (Soudan du Sud, Niger).

Il s'agit de présenter en premier lieu, une première comparaison entre l'Algérie et les pays de l'Afrique (Graphe 2). La disparité importante des entreprises en matière de densité pourrait être expliquée par des modèles économiques et entrepreneuriaux géographiquement différenciés. La densité nous permet de présenter une première classification établie à partir de données économiques disponibles sur les pays à comparer.

À partir des données recueillies sur le site de la Banque mondiale, nous avons pu effectuer un classement de certains pays du Maghreb et de l'Afrique (le Maroc n'a pas été inclus dans le tableau faute de disponibilité des données récentes). La comparaison des pays choisis s'est faite par rapport aux facteurs géographiques tenant compte de leur niveau de revenu (Tableau 21).

Tableau 21 : La densité des PME dans les pays de l'Afrique

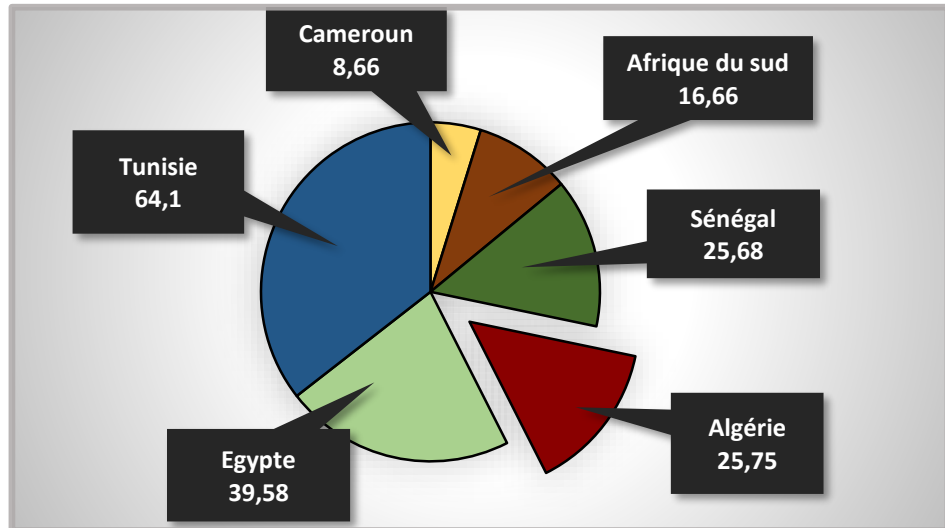
Pays	Année	Population	Très petites entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	PME	Densité des PME
Cameroun	2016	23 439 189	161 094	39 205	2 689	202 988	8,66
Afrique du sud	2017	56 717 156	302 940	510 819	131 008	944 767	16,66
Sénégal	2016	10 293 718	400 540	4 895	1 632	407 066	25,68
Algérie	2017	41 721 000	1 042 121	28 288	4 094	1 074 503	25,75
Egypte	2017	97 553 151	3 431 649	421 386	8 311	3 861 346	39,58
Tunisie	2016	15 850 567	720 639	16 115	2 485	739 239	64,10

Source : Etabli et calculé, par nos soins, à partir des données de la Banque mondiale.

Les premières observations que l'on peut tirer du Tableau 21 sont :

- La catégorie de TPE (Très Petites Entreprises) est dominante dans presque tous les pays à l'exception de l'Afrique du sud.
- On constate d'ailleurs que l'Afrique du sud enregistre le nombre le plus élevé dans la catégorie des petites et moyennes entreprises.
- L'Egypte, suivie de l'Algérie, ont le nombre de PME le plus élevé.
- La Tunisie enregistre le taux de densité des PME le plus élevé, soit une densité de 64 entreprises/ 1000 habitants.
- Le Cameroun a la densité la plus faible ; soit environ 9 PME pour 1000 habitants.

Graphe 2: La densité des PME dans les pays de l'Afrique (en valeur)



Source : Calculé et élaboré par nos soins à partir des données publiées par la Banque mondiale

Les chercheurs considèrent que la distribution spatiale des PME et leur niveau de densité dans les pays ne sont que le résultat d'un processus dynamique socio-économique qui influe sur cette disparité (Arbia, Cella, Espa, & Giuliani, 2014).

Enfin, Blanchflower (2000) estime que la densité des PME est influencée par des facteurs environnementaux et les attributs des entrepreneurs, ce qui explique les différences en termes de nombre de PME et de densités par pays.

3 La densité des PME dans certains pays du monde

Bien que la densité des PME à elle seule ne justifie pas le dynamisme entrepreneurial dans un pays, car ce dernier est mesuré par d'autres indicateurs tout aussi importants, néanmoins, la densité des PME est un indicateur qui exprime l'intensité de l'activité économique et reflète les tendances entrepreneuriales de chaque pays, comme l'ont souligné tous les auteurs cités. En s'inscrivant dans un contexte international de comparaison du dynamisme des PME, les pays pourront identifier leurs déficiences en matière de dynamisme entrepreneurial, d'en comprendre les causes et de mettre en place des politiques efficaces visant à corriger leurs instruments de politique économique (Capron, 2009).

En général, les économies aux revenus élevés comptent un plus grand nombre de PME (pour 1 000 habitants). Ce modèle a persisté au fil du temps. Néanmoins, les économies à revenu intermédiaire inférieur (par exemple, dans la région d'Europe et d'Asie centrale) ont les taux de croissance les plus élevés des PME. À l'échelle mondiale, les PME ont enregistré un taux de croissance annuel d'environ 5,2 % depuis les années 2000 (Gonzales, Hommes, & Mirmulstein, 2014).

Le Graphe 4 permet de relativiser les résultats obtenus du calcul de la densité des PME dans les divers pays. Le choix des pays sélectionnés a été déterminé par la disponibilité des données comparables et actualisées sur la base de données de la Banque mondiale (2020). À noter que certains pays ne figurent pas dans le classement (Graphe 3) car ils intègrent le nombre de PME du secteur informel dans les rapports statistiques.

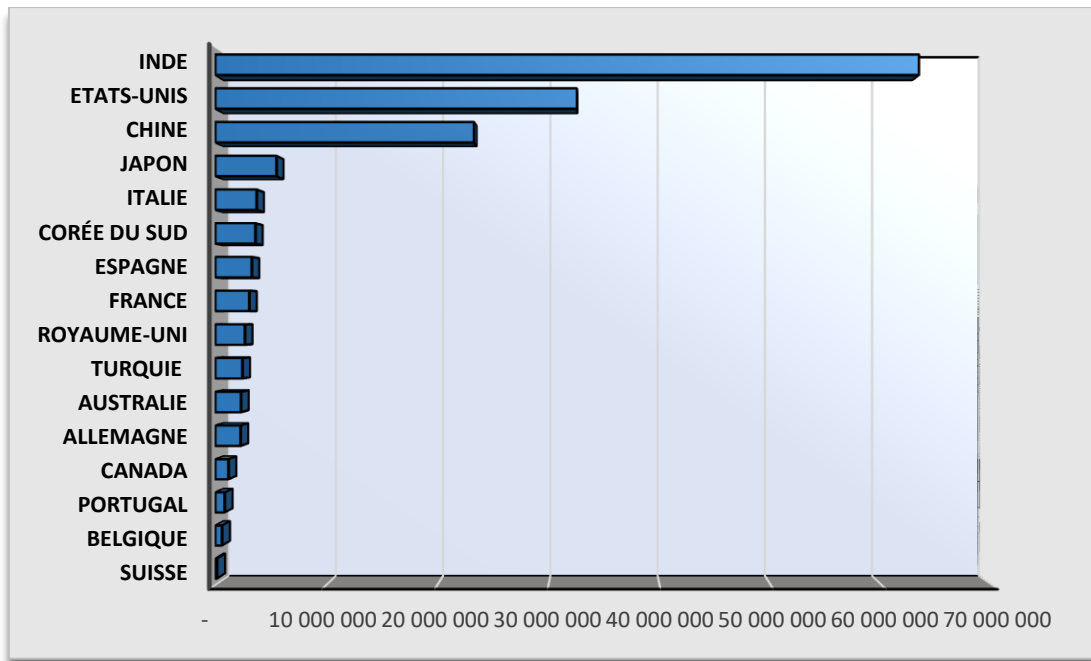
Le nombre de TPE (micro entreprises) est dominant dans tous les pays présents (revoir Graphe 1). Les TPE représentent un segment important du secteur des PME, et sont dominantes dans presque tous les pays du monde. Plusieurs auteurs s'interrogent sur la nouvelle tendance de l'auto emploi qui est prédominante dans la majorité des pays développés et en voie de développement, et les facteurs qui expliqueraient la transformation des employés salariés en entrepreneurs. Comme le souligne d'ailleurs l'auteur Julien : « ... les PME constituent la meilleure école pour les futurs entrepreneurs. » (Julien & St-Pierre, 2015, p. 182).

Tableau 22 : Nombre et densité des PME (2016/2017) selon quelques pays

Pays	Nombre de PME	Densité des PME
États-Unis	32 550 527	99,93
Australie	2 309 436	93,88
Portugal	832 220	80,85
Corée du Sud	3 600 882	70,58
Espagne	3 274 924	70,32
Italie	3 716 347	61,38
Belgique	597 314	52,52
Inde	63 388 000	48,42
France	3 054 022	45,5
Japon	5 508 194	43,28
Royaume-Uni	2 658 985	40,27
Suisse	141 629	32,28
Canada	1 174 695	32
Turquie	2 431 916	30,12
Allemagne	2 267 010	27,41
Chine	23 280 000	16,79

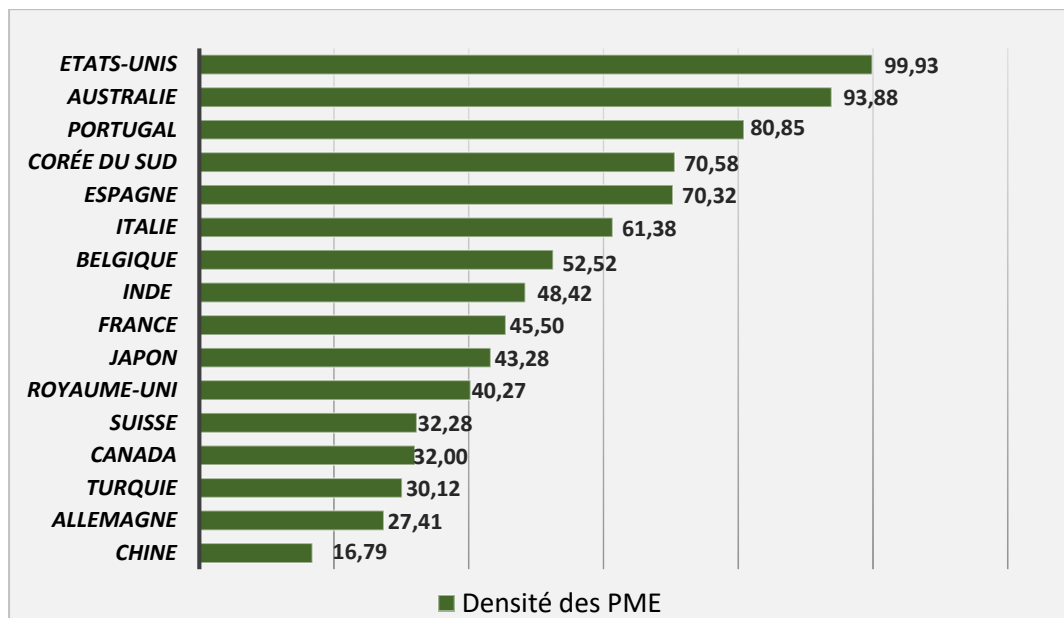
Source : Etabli par l'auteur à partir des données de la Banque mondiale

Graph 3: Classement des pays par nombre de PME durant la période (2016/2017)



Source : Calculé et élaboré par nos soins à partir des données publiées par la Banque mondiale

Graph 4: Classement de la densité des PME dans les pays du monde entre (2016/2017) pour 1000 habitants



Source : Calculé et élaboré par nos soins à partir des données publiées par la Banque mondiale

Les États-Unis d'Amérique et l'Australie ont un tissu économique très dense en termes de PME, soit presque 100 entreprises pour 1000 habitants. À noter que, les États-Unis se sont souvent distingués par rapport aux pays européens de par leur dynamisme entrepreneurial ; considérés par certains auteurs comme une « référence » en matière de création d'entreprises.

D'après le rapport de l'OCDE (2019), la taille moyenne des PME américaines augmente au fil du temps et elles deviennent de grandes entreprises, contrairement à celle de leurs homologues françaises et britanniques. Selon la Banque mondiale, en 2016, les États-Unis présentent le nombre de grandes entreprises le plus élevé parmi les pays cités (soit 20 328 entreprises), suivi du Japon (12 247 entreprises) et de l'Allemagne (11 762 entreprises).

On constate aussi que les pays tels que le Portugal et la Corée du Sud présentent des densités plus importantes (respectivement 80,85 et 70,58) que la France ou le Royaume-Uni.

Les chercheurs se focalisent souvent sur l'entrepreneuriat, l'activité des PME, et leur impact sur la croissance d'un pays, même si la corrélation entre le dynamisme des PME et la croissance économique n'est pas toujours démontrée scientifiquement (Fritsh & Wyrwich, 2016). D'après certains chercheurs, les études se sont souvent limitées à identifier la corrélation entre la dimension des entreprises et leurs contributions à la croissance économique en se référant à indicateurs mesurables tels que l'emploi (Davis, 2008). Il a été constaté que, dans les pays développés modernes, le dynamisme entrepreneurial pourrait être stimulé par la forte croissance économique de ces pays et non l'inverse, en offrant des opportunités et des conditions plus favorables à l'entrepreneuriat (Schroter, 2009).

Dans notre contexte, même si certains pays présentent une densité plus forte, il ne s'agit pas d'un classement par rapport à leur PIB (Produit Intérieur Brut) et à leur positionnement économique ; la densité des PME n'explique pas la contribution de ces entreprises au PIB ni le niveau de revenu par habitant (European Commission, 2019). Lowrey (2005) estime que les pays avec un taux élevé de densité des PME présentent un environnement entrepreneurial plus adéquat. Il rajoute que cela produit à son tour un effet de contagion positif ; un plus grand nombre d'entrepreneurs sont susceptibles de prospérer là où ils peuvent apprendre de leurs homologues, partenaires ou rivaux. Les États ayant des taux élevés de participation aux entreprises ont tendance à avoir de meilleurs environnements d'affaires.

Enfin, certains chercheurs supposent que ces différences sont liées au niveau de développement économique, en plus des caractéristiques démographiques, culturelles et institutionnelles (Blanchflower, 2000). Les différences au fil du temps semblent être dominées par les influences économiques, alors que les variations à l'échelle du pays semblent être affectées par les composantes culturelles et institutionnelles (Freytag & Thurik, 2006).

Conclusion chapitre III

Tout au long de ce chapitre, nous avons exposé un large champ de concepts théoriques relatifs à la PME (Section 1). À travers les nombreuses approches proposées par les chercheurs au fil du temps, nous pouvons conclure que la PME a une typologie qui la distingue des grandes entreprises et peut manifester sa différenciation selon le contexte.

En effet, le concept de la PME semble être, à première vue, une notion bien délimitée. Néanmoins, Mazzarol & Reboud (2020) pensent que l'un des plus grands défis auxquels est confrontée toute étude scientifique sur les petites entreprises est de parvenir à une définition précise du terme « *petite et moyenne entreprise* » (Headd & Saade, 2008). Bien qu'il existe de nombreuses définitions dans le monde, les différents pays adoptant des mesures différentes (Kushnir et al., 2010). Il n'existe pas de définition unique et universellement acceptée d'une petite entreprise (Dana, 2021). Les définitions sont importantes pour les chercheurs qui tentent de comprendre le comportement des PME. L'une des raisons de recourir à des définitions divergentes est que la particularité la plus évidente et la plus indéniable des PME est leur diversité. Ainsi, sous cette appellation, sont regroupées des entreprises aux tailles et aux structures très variées (Ciubotariu, 2013).

Aussi, étant à la base du développement de l'économie, on remarque que les PME ont toujours occupé une place très importante dans la sphère économique et sociale de la majorité des pays. En effet, les PME participent à l'amélioration du niveau de vie de la société en stimulant l'activité économique, la diversité des produits offerts aux consommateurs et en créant de nouveaux emplois (Ciubotariu, 2013). Quant à leur dynamisme, flexibilité, adaptabilité, mobilité et leur potentiel d'innovation, ils sont considérés comme indispensables au développement harmonieux de l'économie de tout État. Ces éléments peuvent assurer la cohésion de la structure économique, une bonne croissance économique et, bien sûr, la création de nouveaux emplois ; le développement de l'activité économique ainsi que la création d'emplois entraînent, à leur tour, d'autres domaines d'activité tels que : les soins de santé, les services éducatifs ou sociaux.

L'intérêt et l'enthousiasme portés aux PME sont sans doute dus à la contribution qu'ont ces dernières dans le tissu économique des pays, que ce soit par rapport à la dimension économique ou sociale. Les chercheurs affirment leur apport et leur importance dans le développement des

différents secteurs d'activités (Marshall et al., 2021). Effectivement, les PME ont accompli de nombreux exploits au cours de leur histoire. Elles ont fabriqué des produits qui étaient ignorés par les grandes entreprises et ont offert divers services spécialisés. Jusqu'à aujourd'hui, elles ont joué un rôle important dans la création du PIB, dans le processus d'emploi, dans l'augmentation de la productivité du travail et dans le développement régional ; elles sont considérées comme une source importante de création de nouvelles idées et d'innovation (Lesáková, 2014).

Quant à la Section 2, nous avons pu constater que la densité des PME est un indicateur utile pour les autorités locales qui tentent de déterminer l'état actuel du dynamisme des entreprises de leurs pays. Il présente une vision élargie du phénomène entrepreneurial et facilite l'identification de ses forces et faiblesses, ouvrant des possibilités aux politiques des autorités locales visant à promouvoir des actions plus adéquates. Toutefois, parmi ces indicateurs quantitatifs, un bon nombre souffrent de difficultés méthodologiques et statistiques. Selon certains chercheurs, lorsqu'il s'agit d'effectuer des comparaisons au niveau territorial ou même au niveau international, ils ne fournissent pas toujours une image suffisamment complète de l'activité économique des entreprises (Congregado, 2008).

La densité des PME en Algérie reste encore très faible par rapport à celle des pays comparables comme la Tunisie et l'Égypte, et se positionne loin des standards internationaux tel que nous avons pu le constater. Quant à la densité des pays industrialisés, on remarque qu'il y a un fort potentiel entrepreneurial dans certains pays, plus que d'autres, durant la période étudiée.

Chapitre IV

Cadre empirique

Introduction chapitre IV

Ces dix dernières années ont été marquées par une croissance importante des PME malgré un environnement économique, institutionnel et administratif contraignant du pays.

Dans ce chapitre, nous allons effectuer un état des lieux général des PME en Algérie, en nous référant aux différentes approches théoriques qui ont abordé le thème de la PME. L'une des difficultés que l'on rencontre lorsqu'on aborde le sujet de la PME concerne tout d'abord l'hétérogénéité de sa définition, que ce soit en Algérie ou ailleurs dans le monde. Le critère de l'effectif n'est pas toujours pris en considération dans certains pays (Julien, 2008). D'ailleurs, comme le soulignent certains chercheurs, l'absence de définitions et de classifications largement acceptées des notions de PME impliquent une fragilisation dans les fondements conceptuels de la recherche menée dans le domaine des PME (Reboud, Serboff, Goy, Mazzarol, & Clark, 2018).

Aussi, l'exploitation des données macro-économiques issues des documents officiels algériens nous ont permis d'effectuer un premier diagnostic sur les caractéristiques visibles des PME algériennes ; ces dernières ne sont que le produit du milieu socio-économique dans lequel elles ont évolué. Par ailleurs, en Algérie, les PME sont des entreprises fragiles dont la pérennité et la survie dépendent des facteurs organisationnels et institutionnels qui influencent leurs activités.

Dans la seconde partie de ce chapitre (Section 2), nous allons procéder à l'analyse des données recueillies tout au long de notre parcours, dans le but de confronter nos hypothèses de recherche à notre cadre analytique.

Section 1. Dynamisme des PME en Algérie

L'Algérie assiste à l'émergence de l'intérêt des PME vers la fin des années 1980, suite à la chute du prix du baril et à la fragilité du tissu industriel. À cette époque, le monde académique était influencé par le contexte économique du pays. La production scientifique fut longtemps monopolisée par les thématiques concernant les grandes entreprises, car les PME furent en ce temps, jugées comme insignifiantes pour être considérées comme objet de recherche scientifique. Ce n'est qu'à la suite de l'application des lois qui ont permis le passage du pays vers l'économie de marché que les chercheurs algériens avaient commencé à s'intéresser à la PME comme objet de recherches (Madoui, 2004).

Par ailleurs, le marché algérien était dominé par les grandes entreprises en raison de leurs énormes économies d'échelle et de leurs dépenses promotionnelles, en se chargeant de fournir les emplois, les salaires, les logements et autres structures sociales nécessaires au pays, comme le souligne d'ailleurs Bouyacoub (2004) : « ... pendant longtemps, l'économie et la société algérienne ont vécu dans le mythe de la grande organisation perçue comme seule porteuse de développement... ; ainsi, il a été longtemps question de grandes usines, de la plus grande entreprise, de la plus grande université, de la plus grande exploitation agricole.... La petite structure était à peine tolérée dans la plupart des domaines. » (p.76).

Actuellement, tout comme dans les pays industrialisés, la PME constitue une grande partie du tissu productif en Algérie. Devant la conjoncture économique et sociale actuelle, ce type d'entreprise est devenu une composante indispensable à la diversification économique. D'ailleurs, les bulletins statistiques du Ministère de l'Industrie publient semestriellement des données pertinentes sur les PME et exposent clairement leur importance au niveau national. À noter que les PME représentent près de 95 % du tissu des entreprises, et plus de 80 % de la valeur ajoutée globale (hors hydrocarbures et hors agriculture). Des chiffres non négligeables qui démontrent la contribution des PME à la croissance économique (Merhoun & Benhalima, 2019).

De plus, les PME sont largement considérées comme acteurs du dynamisme régional et territorial du pays, car, « *la PME est perçue comme un choix politique qui parviendra à rompre le dualisme séculaire entre villes et campagnes.* » (Bouri, 2016, p.137). Toutefois, malgré tout cet optimisme envers la PME, leur secteur reste encore peu développé et l'accent mis sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprise est relativement récent (Zemirli & Hammache, 2018). Les PME des pays en transition économique se heurtent plus souvent à certaines difficultés comparées aux PME des pays industrialisés, sachant que l'ajustement de celles-ci a pour objectif de satisfaire les besoins socio-économiques des individus au niveau national (Amir & Bellache, 2018).

1 Les appuis à la PME : le contexte actuel de l'Algérie

Selon Torres (1999) : « *Les pays en voie de développement ne pourront pas obéir aux conditions d'une économie de marché tant qu'ils ne satisfont pas les besoins primaires d'une économie de survie* » (p. 10). À vrai dire, étant limités aux espaces régionaux, l'entrepreneuriat local et la création de PME semblent être une réponse efficace aux différentes carences générées par les investissements publics. Ayant l'ambition de s'inscrire dans une économie internationale, l'Algérie a mobilisé ses ressources en utilisant des stratégies de coopération internationale dans le but d'échanger et d'acquérir des expériences avec d'autres pays (Grari, 2014). Plusieurs programmes se sont déployés entraînant un enchaînement d'accords signés avec l'Union européenne, ainsi que l'adhésion du pays à l'OMC (Organisation Mondiale de Commerce) (Benyahia Taibi & Amari, 2009).

D'ailleurs, dans le dernier rapport de l'OCDE sur les pays du Moyen-Orient Méditerranéen et d'Afrique du Nord (MENA), il a été clairement mentionné qu'une politique a été mise en place afin d'améliorer l'environnement et le climat des affaires de ces pays, comme « *... l'Algérie qui continue de placer la diversification économique et la substitution des importations au centre de son programme d'action général. Dans ce cadre, elle oriente fortement sa politique de soutien aux PME vers le développement industriel, notamment vers la sous-traitance, laquelle consiste surtout à trouver des fournisseurs locaux pour les marchandises importées.* » (OCDE, EU, & ETF, 2018, p.36).

Ces mesures visent à encourager l'ouverture des marchés aux investissements étrangers, à l'amélioration des conditions législatives, et au développement de « *la culture entrepreneuriale* ». Ayant pour ambition de former un capital humain plus entrepreneurial, les autorités publiques ont intégré un programme d'apprentissage entrepreneurial qui consiste à introduire le « *savoir-faire entrepreneurial* » et les « *compétences entrepreneuriales* » dans le cadre des institutions universitaires et dans le monde professionnel.

L'un des récents projets établis par la loi sur les PME de 2017 est de concrétiser la création du Conseil National de Consultation pour les PME (CNC) sous la direction du conseil Tripartite, constitué par les membres du gouvernement, l'union générale des travailleurs algériens et quelques représentants associatifs du secteur privé.

Toujours durant l'année 2017, une nouvelle plateforme numérique a été lancée afin de faciliter l'enregistrement des entreprises via le portail électronique suivant des procédures adéquates, en vue de renforcer la compétitivité des marchés publics et d'accroître l'employabilité. Enfin, l'élargissement des perspectives commerciales a été prescrit dans la nouvelle loi de 2017 relative aux PME. Celles-ci peuvent bénéficier des aides financières et fiscales ayant pour but de renforcer les interactions entre investisseurs locaux et étrangers ainsi que la restructuration de certains secteurs d'activités. L'appui à la création des PME ne se résume pas au plan financier seulement ; l'environnement institutionnel (Toubache & Lahlou, 2014) dans lequel ces entités exercent leurs activités est tout aussi important pour leur développement.

Par ailleurs, un décret exécutif a été signé en 2018, pour instituer un Fonds national d'appui au développement des PME. Parmi ses principales directives d'appui, nous relevons les plus importantes comme :

- La modernisation des PME à travers la mise en œuvre des programmes technologiques adéquats.
- La valorisation de la culture entrepreneuriale à travers des modalités de sensibilisation et d'organismes d'aide à la création d'entreprise.
- Promouvoir l'innovation et la créativité au sein des PME.
- L'accompagnement des porteurs de projets et des créateurs d'entreprises.
- L'insertion et l'intégration des TIC au sein des PME.
- La pérennisation des PME à travers l'appui à des opérations de transmission, de fusion-acquisition et la prise en charge des PME en difficulté grâce aux aides financières.

2 Analyse descriptive des PME en Algérie

2.1 Définition de la PME en Algérie

En Algérie, les informations statistiques concernant les PME sont fournies selon des appellations différentes par de nombreux organismes et institutions comme le Ministère de l'Industrie, le Ministère du Commerce, l'ONS, le CNRC et la CNAS. Cet état de fait ne facilite pas la recherche dans ce domaine (Abedou, Bouyacoub, & Kherbachi , 2013).

La loi portant d'orientation de la PME de 2001 a été modifiée en janvier 2017. La nouvelle loi arrête la définition suivante :

Art. 5. « *La PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services, employant une (1) à deux cent cinquante (250) personnes ; dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre (4) milliards de dinars algériens ou dont le total du bilan annuel n'excède pas un (1) milliard de dinars algériens* ».

La loi définit toutes les principales notions comme suit. Au titre de la présente loi de 2017, il est entendu par :

Personnes employées : le nombre de personnes correspondant au nombre d'unités de travail-année (UTA), c'est-à-dire au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année. Le travail partiel ou le travail saisonnier étant des fractions d'unité de travail-année.

- **Art. 8.** « *La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant de cinquante (50) à deux cent cinquante (250) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre quatre cents (400) millions de dinars algériens et quatre (4) milliards de dinars algériens ou dont le total du bilan annuel est compris entre deux cents (200) millions de dinars algériens et un (1) milliard de dinars algériens* ».
- **Art. 9.** « *La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de dix (10) à quarante-neuf (49) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre cents*

(400) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas deux cents (200) millions de dinars algériens ».

- **Art. 10.** « *La très petite entreprise "TPE" est définie comme une entreprise employant de une (1) à neuf (9) personnes et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à quarante (40) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas vingt (20) millions de dinars algériens* »

- **Art. 11.** « *Lorsqu'une entreprise enregistre un nombre d'employés qui la classe dans une catégorie de PME et un chiffre d'affaires ou un total du bilan qui la classe dans une autre catégorie, le critère du chiffre d'affaires ou du total du bilan, prime pour sa classification* ».

La dernière version de la loi sur les PME en 2017 présente des indications officielles sur plusieurs aspects pertinents liés à la politique d'appui aux PME. Et parmi ces indications nous retrouvons la définition officielle, révisée, des micros, petites et moyennes entreprises. Celles-ci sont définies comme étant des entités commerciales, quel que soit leur statut juridique, produisant des biens et des services. Les critères de définition des PME sont détaillés dans le Tableau 23.

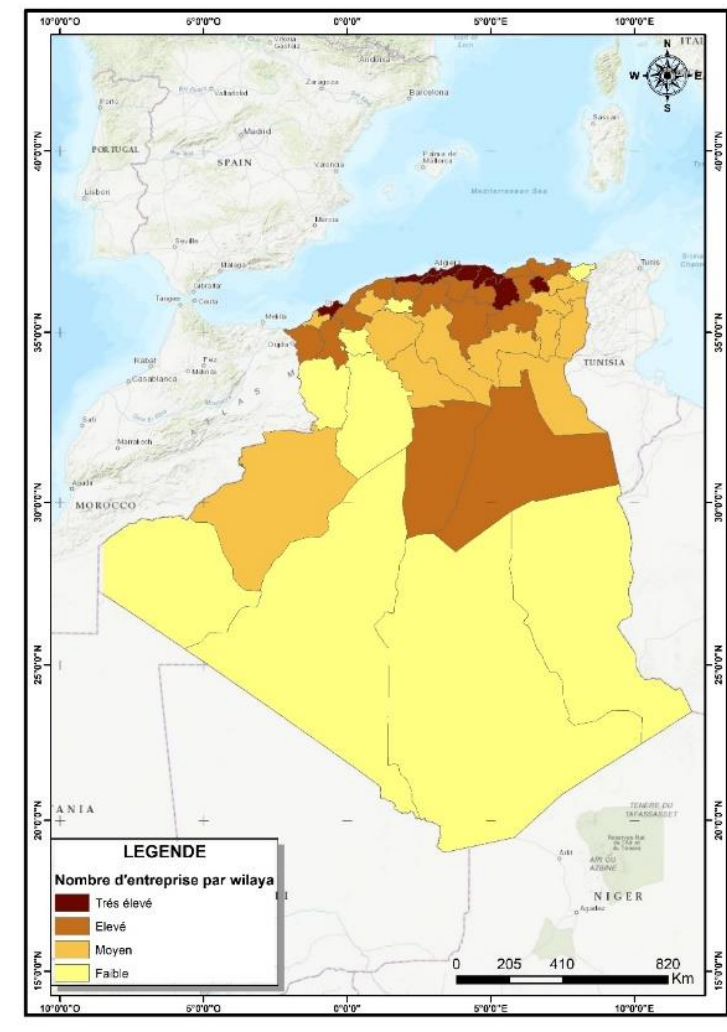
Tableau 23 : Définition des PME en Algérie

<i>Critères</i>	<i>Micro</i>	<i>Petite</i>	<i>Moyenne</i>
Critère de l'emploi	1 - 9 Employés	10 - 49 Employés	50 - 250 Employés
Critère financier	Chiffre d'affaires annuel < 40 m DZD	Chiffre d'affaires annuel <400 m DZD	Chiffre d'affaires annuel < 4 m DZD
	Bilan de fin d'exercice < 20 m DZD	Bilan de fin d'exercice < 200 m DZD	Bilan de fin d'exercice < 1 m DZD
Critère d'indépendance	Les PME ne doivent pas être détenues à plus de 25 % par une autre société		

Source : Tiré de la loi sur les PME 17-02 publiée dans le Journal Officiel 2017, n°02.

D'un point de vue économique, les chercheurs constatent que le dynamisme des PME algériennes est différent selon les périodes économiques étudiées. Comme on peut le constater sur la Carte 1, le positionnement géographique des PME enregistré pendant l'année 2019 varie selon les différentes wilayate. A première vue, on remarque une forte disparité dans la répartition des PME, et plus particulièrement entre les wilayate du nord et celles du sud. Les facteurs qui expliquent ce phénomène vont être traités dans la deuxième partie de notre cadre empirique (section 2).

Carte 1: La représentation graphique des PME en Algérie (2019)



Source : Elaboré par l'auteure

Nous avons pu alors effectuer une analyse détaillée sur les mouvements de la PME en Algérie, selon différentes périodes. Notre méthodologie de recherche consiste à regrouper des

données et à les organiser sous forme de tableaux et de représentations graphiques. Nous avons tenté de choisir les données qui nous ont semblé les plus pertinentes à exploiter.

2.1 La structure globale de la population des PME

La plupart des économies modernes, et de nombreux pays industrialisés comme la France, l'Espagne, l'Italie, la Grèce, la Belgique et l'Autriche, affichent une prédominance des TPE dans leur économie, soit plus de 95 % dans les marchés internationaux (Kadi, 2017).

Les PME algériennes de type TPE représentent, elles aussi, 97 % sur l'ensemble des PME, une part assez importante, que ce soit en 2016 ou en 2019, sachant que cette catégorie d'entreprises a augmenté de 16 % entre l'année 2016 et 2019, ce qui laisse penser que la concentration des nouvelles créations se fait majoritairement dans ce groupe (Bellouti, 2017).

Tableau 24 : Répartition des PME par taille

Types de PME	Année 2016		Année 2019		Évolution du nombre de PME (2016- 2019)
	Nombre de PME	%	Nombre de PME	%	
TPE (effectif moins de 10 salariés) *	983 653	97	1 136 787	97	16%
PE (effectif entre 10 et 49 salariés) **	27 380	2.7	30 471	2,6	11%
ME (effectif entre 50 et 250) ***	3 042	0.3	4688	0,4	54%
Total	1 014 075	100	1 171 945	100	16%

Source : Établi à partir de données des bulletins d'information n° 29 et n° 35.

* TPE : Très Petite Entreprise, ** PE : Petite Entreprise, *** ME : Moyenne Entreprise.

Tableau 25 : Types de PME

	Type de pme	Nombre de PME	Part (%)
1	PME privées		
	Personnes morales	659 573	56,28
	Personnes physiques	512128	43,70
	dont Professions libérales	243759	20,80
	dont Activités artisanales	268369	22,90
	Total 1	1 171 701	99,98
2	PME publiques		
	Personnes morales	244	0,02
	Total 2	244	0,02
	Total	1 171 945	100,00

Source : Établi à partir de données des bulletins d'information n° 35.

2.2 Répartition des PME par secteur d'activité

La répartition actuelle des PME selon les secteurs d'activités reflète la nature des contraintes économiques du pays. Le secteur des services affiche, à lui seul, une part prédominante représentant plus de la moitié des PME, soit un taux de 54,4 % en 2019, et une évolution de 48 % par rapport au nombre de PME de 2014.

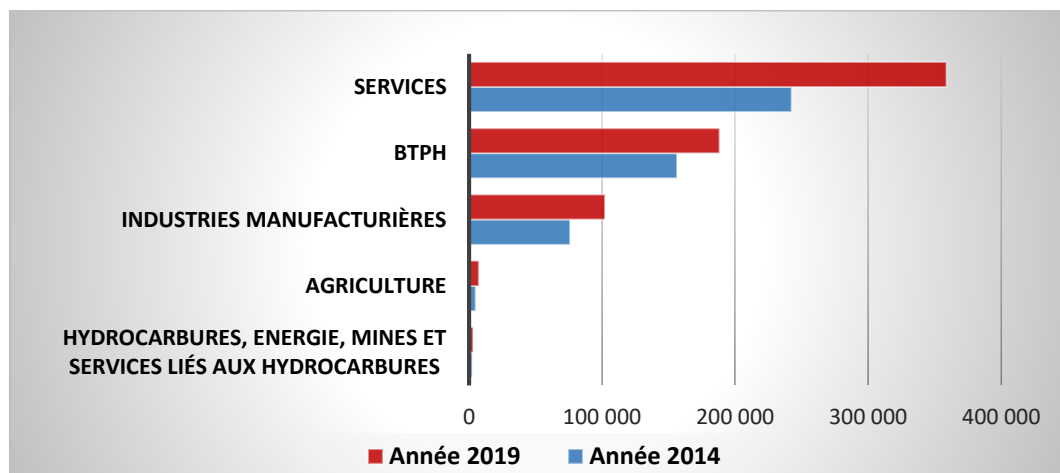
Tableau 26 : Évolution des PME par secteur d'activité

Secteur d'activité	Année				Évolution (2014/2019)
	2014	%	2019	%	
Hydrocarbures, Energie, Mines et services liés aux hydrocarbures	2 402	0,5	3 035	0,5	26%
Agriculture	4 885	1,01	7 368	1,1	51%
Industries manufacturières	76 000	15,76	102 128	15,5	34%
BTPH	156 311	32,42	188 290	28,5	20%
Services	242 532	50,3	358 996	54,4	48%
Total	482 130	100	659 817	100	37%

Source : Établi à partir de données des bulletins d'informations n°25 et n°35.

Le Graphe 5 expose la diversité des secteurs d'activité dans lesquels les PME s'orientent. Il démontre une nette augmentation des PME entre l'année 2014 et l'année 2019 dans pratiquement tous les secteurs y compris le secteur de l'agriculture et des hydrocarbures. En 2019, sur les 659 817 entreprises, 54 % sont en activité dans le secteur des services. D'ailleurs, dans la plupart des pays industrialisés, les PME sont considérées comme vecteur de l'emploi dans le secteur des services (OECD, 2019). D'après Mouffok (2018), les PME ont plus tendance à s'abriter dans des secteurs moins exploités où la concurrence est moins rude.

Graphe 5: Évolution des PME par secteur d'activité année 2014-2019



Source : Établi à partir du Tableau 26.

Les PME sont présentes, en grande partie, dans le secteur des bâtiments et des travaux publics (BTPH), avec une part non négligeable de 28,5 %, et le secteur de l'industrie manufacturière avec un taux de 15,5 % sur l'ensemble des secteurs d'activité.

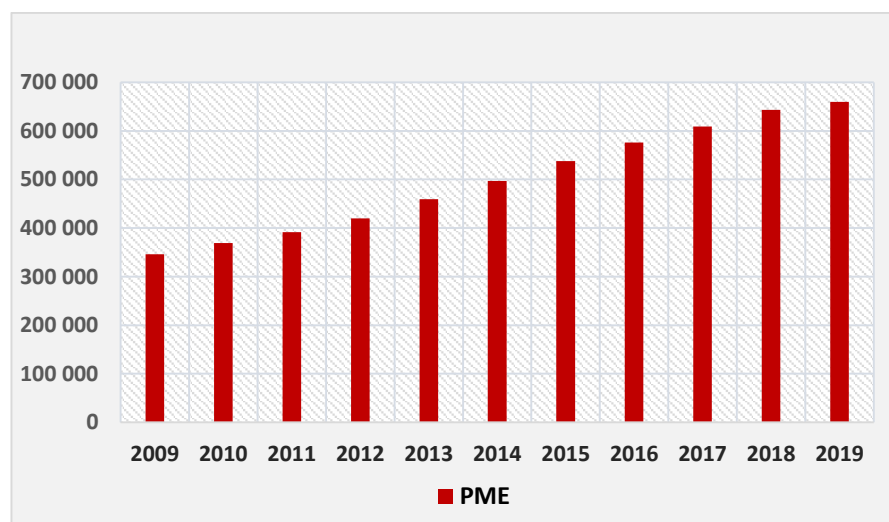
En revanche, la présence des PME est plus faible dans le secteur de l'agriculture avec un total de seulement 7 368 PME, en 2019, et une présence quasi inexistante dans les secteurs des hydrocarbures, énergies, mines et des services liés aux hydrocarbures, dominés par de grandes entreprises.

3 Évolution des PME durant la période (2009/2019)

Le nombre de PME a considérablement augmenté durant la période indiquée (2009/2019). Elles s'élèvent à pas moins de 659 573 entreprises durant l'année 2019.

À travers le Graphe 6 qui illustre l'évolution des PME durant la période de 2009/2019, on constate que les PME sont en plein essor ; leur nombre a presque doublé en dix ans. Elles connaissent une croissance continue de l'ordre de 97 % entre les années 2009 et 2019.

Graphe 6: Évolution des PME durant la période (2009/2019)



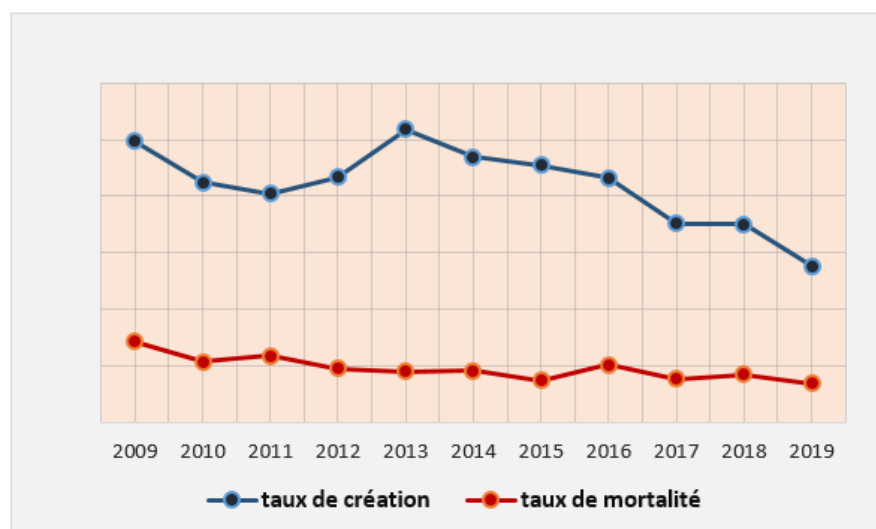
Source : Établi à partir des données du bulletin d'informations, du n° 16 au n° 35.

L'État a fortement encouragé le développement de ce type d'entreprises depuis le lancement des réformes économiques en 1990. Comme l'avaient souligné d'ailleurs certains auteurs, depuis la fin des années 1980, le gouvernement algérien avait compris que le secteur public seul ne pourrait pas répondre aux besoins économiques et sociaux grandissants du pays, et que le recours au secteur privé reste une nécessité absolue (Bourahla, 2006). Les autorités publiques avaient appliqué des réformes qui favorisent la relance économique et par la même occasion la privatisation du secteur des PME publiques, afin de soutenir la relance économique (Si Lekhal, Korichi, & Gaboussa, 2013). Cependant, il n'y a pas eu de privatisation réelle des anciennes entreprises publiques, les entreprises publiques dissoutes ont simplement été transformées en PME (Bouyacoub, 2004).

4 Dynamisme des PME durant la période (2009/2019)

Afin de libéraliser l'économie algérienne et de sortir de la dépendance des entreprises publiques, un long processus de réformes économiques et sociales a été lancé par le gouvernement qui vise à encourager l'expansion et le développement du secteur privé. (Boujemaa, Plaisent, Hafsi, Bernard, & Zuccaro, 2017), comme le confirment d'ailleurs les indicateurs de création et de mortalité que nous allons présenter.

Graphe 7: Taux de création et de mortalité des PME



Source : Établi à partir de données des bulletins d'informations du n° 16 au n° 36.

Étant des indicateurs clés du dynamisme des entreprises au sein d'une économie donnée, les taux de création et de mortalité des entreprises renseignent sur une dimension importante de l'entrepreneuriat. On utilise souvent ces indicateurs afin de comparer les données dans le temps et entre les pays. Toutefois, dans certains contextes, il serait prudent de ne pas s'appuyer que sur ces indicateurs pour effectuer des comparaisons entre certains pays. Effectivement, il a été constaté dans certains travaux de recherches que le taux de création des PME dans les économies émergentes pouvait être plus important que celui des économies développées, ce qui ne reflète pas forcément la réalité. Ce phénomène est appelé « *rattrapage économique* » (OECD, 2017).

D'après le Graphe 7, on constate qu'entre les années 2009 et 2013, le dynamisme de création des PME est instable. Il se caractérise par une diminution puis une augmentation des créations d'entreprises, mais toujours avec une faible variation. À partir de 2013, le taux de création diminue progressivement d'année en année. Quant au taux de mortalité, il est constant durant cette même période.

Ainsi, on constate que :

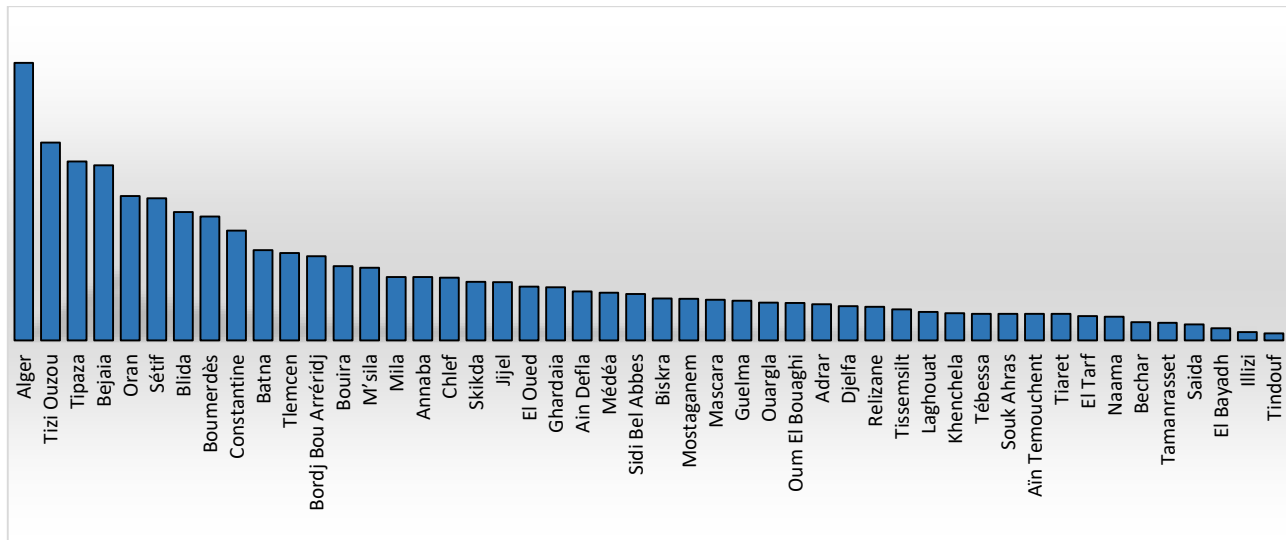
- L'année 2013 fut l'année où le pays enregistre le nombre de créations le plus élevé, soit un taux de création de 10,3 % contre un taux de mortalité de 1,8 %. Le taux de survie (différence entre les deux taux) est relativement important, avec 8,5 %.

- L'année 2019 enregistre, par contre, le taux de création le plus faible durant la période étudiée, soit un taux de création de 5,5 % seulement et un taux de mortalité de 1,4 %. Le taux de survie des PME est très faible durant cette année, il est estimé à 4,1 %.

- En moyenne annuelle, sur toute la période étudiée (2009-2019), nos calculs donnent 34 132 entreprises créées, et 9 242 entreprises ont fermé leurs portes.

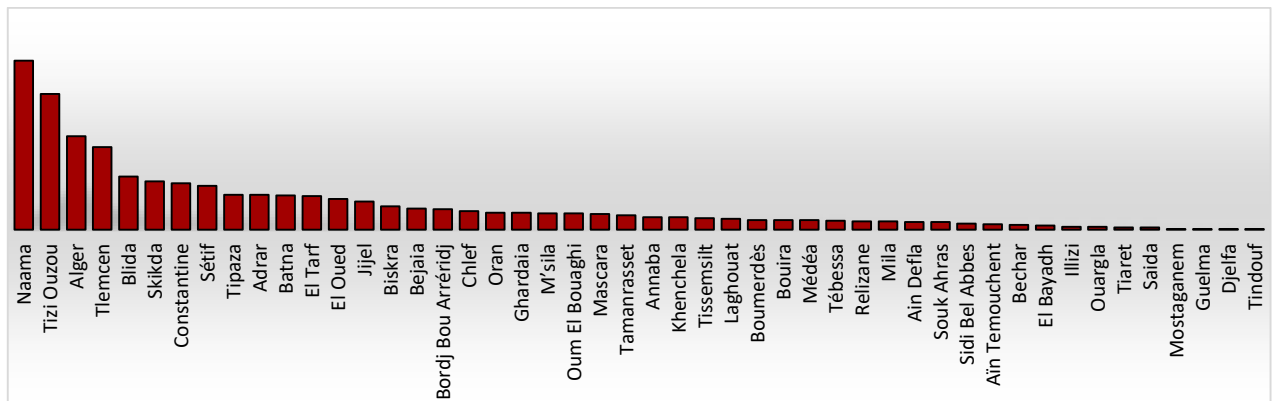
Étant considérées comme des moteurs importants de la croissance économique, les nouvelles créations d'entreprises contribuent souvent à la création globale d'emplois, cependant, dans certains contextes, l'augmentation du nombre de créations d'entreprises peut aussi être le résultat de facteurs d'incitations négatives comme l'effet de seuil pour les cotisations sociales ou le resserrement budgétaire (OECD, 2019).

Graphe 8: Classement des wilayate selon le nombre de création de PME durant l'année 2019



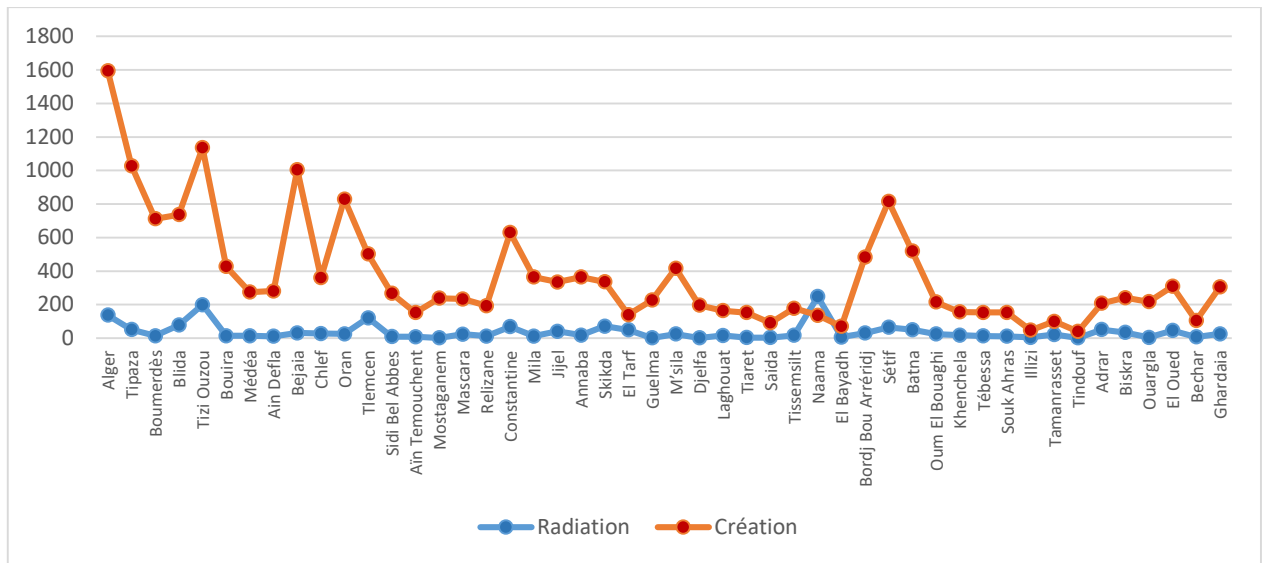
Source : Elaboré par l'auteure à partir des données du bulletin d'information N°36

Graphe 9: Classement des wilayate selon le nombre de mortalité des PME durant l'année 2019



Source : Elaboré par l'auteure à partir des données du bulletin d'information N°36

Graphe 10: Taux de création et de mortalité des PME par wilaya durant l'année 2019

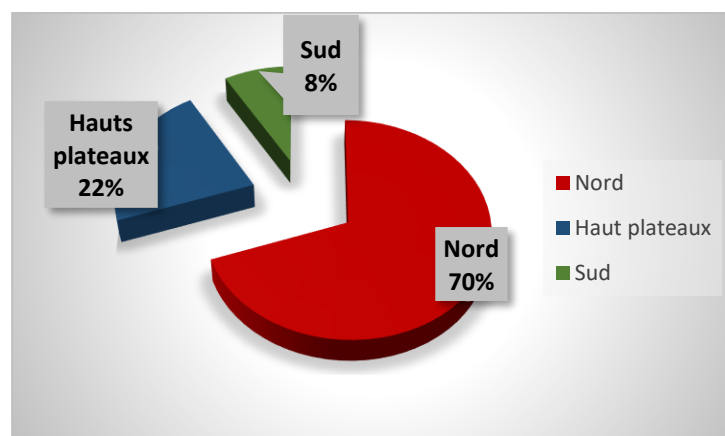


Source : Elaboré par l'auteure à partir des données du bulletin d'information N°36

5 Répartition géographique des PME

On sait que la population des PME se compose d'entreprises très diversifiées (Belouti, 2016), que ce soit en termes d'âge, de taille, de capital et de performances. Généralement, la répartition inégale de PME est influencée par des facteurs de localisation et d'attractivité territoriale très divers, qui pousseraient les investisseurs et les entrepreneurs à investir dans certaines régions et en délaisser d'autres, et dans des espaces qui offrent plus d'opportunités (Julien, 2019).

Graphe 11: Répartition des PME par région



Source : Établi à partir de donnée du bulletin d'information n° 35.

D'après la répartition spatiale des PME, indiquée sur le Graphe 11, on constate qu'il y a une distribution hétérogène des PME par rapport à leur nombre. Elles se regroupent Majoritairement, dans le nord du pays, soit plus de la moitié d'entre elles sont établies au niveau du littoral, contre un taux assez faible dans la région des hauts plateaux (22 %), qui est considérée comme étant un espace de transition entre le Nord méditerranéen et le Sud saharien, et seulement 8 % des PME se localisent dans le sud du pays. Cette disparité est expliquée par certains chercheurs comme étant due à la faible intensité démographique et à la défaillance des infrastructures économiques (Kadi, 2017). À cet effet, les efforts régionaux et nationaux en matière d'aménagement du territoire sont souvent pris en considération dans le choix de localisation des entreprises. D'ailleurs, les récents travaux présentés par les chercheurs Bousque, Verstraete et Barbat (2018), expliquent l'ancrage territorial des PME dans certaines régions plus que d'autres, à travers la théorie des conventions. Cette théorie est définie par ces auteurs comme étant le résultat d'interactions entre « *une entreprise et son territoire* », tout en se basant sur la volonté de créer collectivement des ressources communes, localisées et spécifiques. Elle souligne l'importance de l'environnement spatial et temporel de l'entreprise, et intègre l'ensemble des agents économiques tels que : entreprises, collectifs, institutions. Selon ces auteurs, la contextualisation de l'ancrage territorial des PME est essentielle dans la recherche en entrepreneuriat : elle permet une meilleure compréhension du contexte dans lequel la PME évolue. Elle représente un enjeu managérial, social, économique et politique majeur, et contribue la création d'une valeur collective dans un territoire (Bousquet, Verstraete, & Barbat, 2018).

6 Concentration des PME par rapport au nombre d'habitants

La concentration des PME par rapport à la population peut être approchée à travers l'indicateur de densité. La densité des entreprises se définit comme étant le rapport entre le nombre d'entreprises et le nombre d'habitants d'un pays (Gartner & Shane, 1995).

C'est un indicateur macro-économique qui permet d'avoir un aperçu réel sur la disparité géographique et territoriale du dynamisme des entreprises dans un pays.

De nombreux chercheurs tels que Gartner et Shane (1995) ; Capron (2009) ; Julien (2019) ; ont utilisé cet indicateur dans leurs travaux de recherches pour mesurer la densité entrepreneuriale dans une économie donnée, et effectuer des comparaisons entre les différentes régions d'un territoire.

Cet indicateur a l'avantage d'être disponible et accessible pour de nombreux de pays dans le monde et durant une longue période, rendant les comparaisons internationales plus faciles et significatives. C'est pour cette raison que les organismes internationaux tels que l'OCDE, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la Banque mondiale, l'utilisent dans leurs rapports afin de comparer le dynamisme des entreprises à travers le monde et d'évaluer leurs activités entrepreneuriales par pays.

À cet effet, à partir des données du bulletin statistique du Ministère de l'Industrie, et des données de l'ONS (Organisme National des Statistiques), nous avons pu calculer la densité moyenne des PME sur un intervalle de onze ans.

Tableau 27 : La densité moyenne des PME (Personnes morales) par rapport à 1000 habitants durant la période (2009/2019)

Année	Nombre de PME	Densité des PME pour 1000 habitants
2009	335 486	10
2010	361 368	10
2011	383 594	10
2012	407 779	11
2013	441 964	12
2014	482 130	12
2015	520 875	13
2016	577 386	14
2017	595 810	14
2018	628 219	15
2019	659 573	15

Source : Calculs effectués par nos soins, à partir de données des bulletins d'informations du n° 16 au n°35 et des données statistiques de l'ONS n° 853.

A priori, nous constatons que durant l'année 2019, la densité moyenne des PME au niveau national est de 15 entreprises pour 1000 habitants. On remarque aussi une évolution de 50 % entre les années 2009 et 2019. Cependant, ce taux reste encore très loin des standards internationaux, en comparaison avec les autres pays membres de l'OCDE ; ces derniers affichent une densité moyenne de 45 PME par 1000 habitants (Benzazoua Bouazza, 2015).

Durant la période de 2009/2019, on remarque que :

- Le nombre de PME a évolué de 87 %.
- Le nombre de la population a évolué de 24 %.
- La densité moyenne des PME a évolué de 51 %.
- Durant l'année 2019, on constate qu'il y a eu une légère diminution de la densité moyenne des PME, par rapport à l'année 2018.

7 La contribution des PME à l'économie algérienne

La PME joue un rôle social significatif. Elle permet de générer des opportunités d'emploi pour les habitants et constitue une source primordiale de leurs revenus. Dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, les petites entreprises rendent le système économique plus souple et plus résilient, en le rapprochant des besoins d'un consommateur particulier. Dans certains pays, elle se caractérise par une grande mobilité, une moindre réaction aux effets néfastes des crises, l'utilisation de formes de gestion rationnelles et l'obtention de ressources financières disponibles. Dans le même temps, elle forme une nouvelle classe sociale de propriétaires d'entreprises (classe moyenne de commerçants), contribuant à minimiser l'impact des monopoles et à développer un environnement concurrentiel. La petite entreprise est un type d'entreprise unique : dans de nombreux pays en développement, elle représente la majeure partie du budget. En rivalisant avec les grandes entreprises dans des conditions difficiles pendant des décennies, sa position sur le marché n'a pratiquement pas changé, et tous ces faits sont attribuables aux avantages concurrentiels des petites entreprises, qui ne peuvent être comparés à ceux des grandes entreprises (Marshall et al., 2021).

La croissance économique d'un pays est souvent le résultat d'un changement de dimension, de structure et de progrès économique. En Algérie, le processus de croissance est souvent influencé par de nombreuses politiques publiques. Ces multiples interactions compliquent la mise en place d'une stratégie générale qui prend en considération la diversité de ces aspects (Amir & Bellache, 2018).

Afin de mieux situer les PME dans le tissu économique national, il est important d'analyser la dynamique qui existe entre l'évolution des PME, l'emploi et le PIB.

7.1 Les PME et l'emploi

Tous les problèmes qui se relient au chômage dans la plupart des pays industrialisés ou en voie de développement, ont fait que, progressivement, la PME soit devenue un modèle qui a acquis un certain nombre de crédits, notamment auprès des pouvoirs publics concernés.

En Algérie, même si la place de la PME dans l'économie n'est plus à démontrer, elle a néanmoins, longtemps suscité des appréhensions, et fut constamment comparée à la grande entreprise publique qui dominait le système économique du pays avant les années 1990, et qui avait la quasi-priorité dans tous les programmes de développement ainsi que les budgets attribués. D'autant plus que d'après certains auteurs, « ... si les grandes sociétés occupent une place capitale dans les systèmes industrialisés, les PME jouent un rôle essentiel et leur succès aura une incidence directe sur la santé de l'économie et de la société algérienne, puisqu'elles sont le vecteur de la création d'emplois, de la valeur ajoutée et de la croissance économique. » (Si Lekhal, Korichi, & Gaboussa, 2013, p. 35).

Respectivement, les nombreuses recherches internationales qui abordent cette thématique démontrent que, durant le début des années 1990, la plupart des pays de l'OCDE ont observé un taux de chômage relativement élevé et persistant à l'exception des États-Unis d'Amérique (Berber & Ghomari, 2015). Plusieurs chercheurs ont tenté d'expliquer ce phénomène, et parmi eux, l'économiste américain BIRCH (1989) et d'autres chercheurs avaient émis l'hypothèse que les entreprises de moins de 100 employés étaient plus susceptibles de couvrir environ 80 % d'emplois créés dans le pays, et que les PME contribuent fortement à l'emploi.

Toutefois, même si la promotion de l'emploi est indissociable avec la création d'entreprise (Merhoum & Benhalima, 2019), la contribution des PME à l'emploi est loin d'être toujours efficace, selon Benzazoua (2015), « Les PME algériennes sont trop fragiles et ne contribuent pas efficacement à la création d'emplois. Bien que l'Algérie ait réussi à diversifier un peu le tissu économique, cette diversification reste très faible, le tissu productif est toujours dépendant du secteur des hydrocarbures. En outre, le secteur des PME à forte intensité de main-d'œuvre demeure sous-développé. » [Traduction libre] (p.14).

Dans notre contexte, à partir des calculs effectués sur la base des données publiées par l'ONS, on constate une augmentation significative du volume d'emplois concernant les PME, soit une évolution totale de 71 % entre les années 2009 et 2019. Cette croissance est en partie, justifiée par les nouvelles créations de PME durant cette période (2009/2019).

Aussi, on constate, qu'entre les années 2009 et 2019 :

- La population algérienne a augmenté de 24 %.
 - La population active a augmenté de 21 %.
 - La population occupée par les PME a augmenté de 47 %.
- Le nombre de salariés permanents employés au sein des PME est estimé à 37 % du total des salariés permanents employés durant l'année 2019 (Calculé à partir des données de l'ONS).
- L'emploi des PME (toutes catégories) représente 25 % de la population occupée de l'année 2019. Or en 2009, elle ne représentait que 17 %, soit une évolution de 47 % entre les années 2009 et 2019 (Calculé à partir des données de l'ONS).

Enfin, on remarque que la contribution des PME à l'emploi global du pays reste relativement faible malgré la hausse du nombre des PME durant la période (2009/2019). De nombreux chercheurs tels que Storey (2015) tentent d'expliquer la relation qui existe les PME et l'emploi, et soulignent le fait que la performance de l'économie (en termes d'emploi) n'est pas forcément déterminée par l'augmentation du volume (quantité) des PME, et que cette dernière est beaucoup plus influencée par la qualité de ces entreprises que par leur quantité. Dans ces cas-là, Storey (2015) préconise une politique publique sélective qui n'est axée que sur un certain nombre d'entreprises dites «*performantes*», et qui dégagent une réelle capacité à améliorer l'environnement économique général d'un pays.

7.2 Les PME et le PIB (Produit Intérieur Brut)

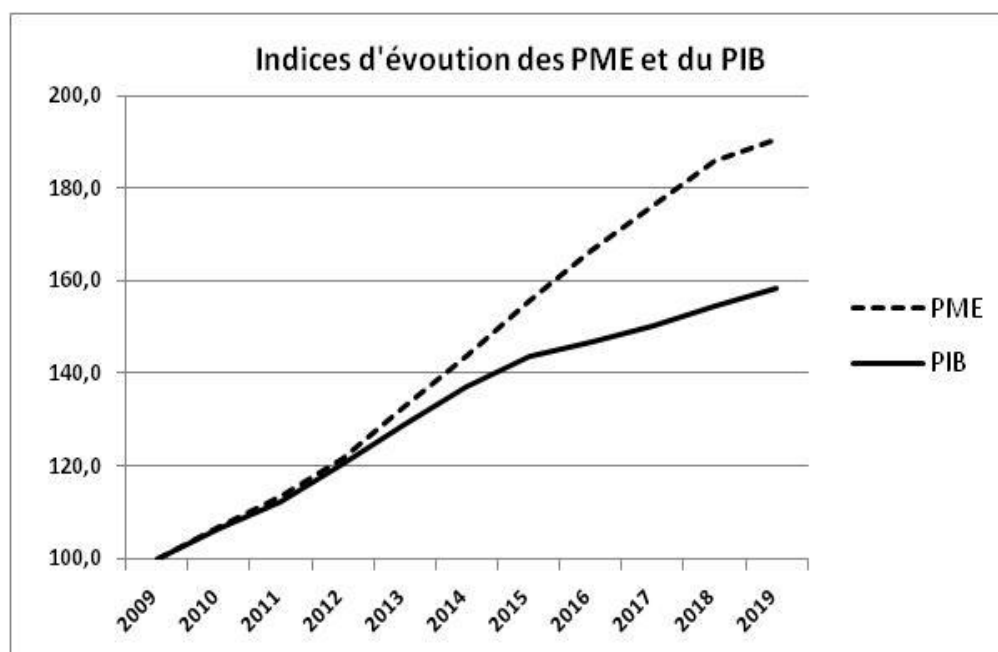
La croissance économique est expliquée par l'augmentation durable de la production des biens dans un pays. Elle se mesure par rapport au taux d'accroissement du PIB (en volume), par rapport à une année de référence.

Le Graphe 12 est une représentation de l'évolution des PME par rapport au PIB pour la période 2009/2019.

Les PME ont connu une croissance de 97 % entre 2009 et 2019, alors que le PIB hors hydrocarbures et agriculture (H.H et H.A) n'a enregistré qu'une croissance globale de 58 %. Mais, on constate une croissance similaire des deux courbes : nombre de PME et PIB (H.H et H.A). D'ailleurs, on enregistre une très forte corrélation entre ces deux séries, soit, $R^2=0,98$.

Ce qui signifie que la croissance du nombre de PME entraîne une croissance du PIB des secteurs concernés, mais dans une proportion plus faible.

**Graph 12: Évolution des PME et du PIB (Hors Hydrocarbures et Hors Agriculture)
(2009/2019)**



Source : Elaboré à partir des Comptes économiques en volume n°731 et n°782 des données statistiques de l'ONS et des Bulletins d'informations, n° 16 au n°35.

8 Les principales caractéristiques des PME en Algérie

Après avoir passé en revue les travaux antérieurs issus de la revue de la littérature et de notre analyse, nous pouvons regrouper les principales caractéristiques des PME identifiées en quatre principaux groupes :

- **De structure**

- Les PME ont la particularité d'être un groupe très hétérogène et diversifié, et s'adaptent à l'environnement dans lequel elles exercent leur activité.
- Elles sont majoritairement des TPE. Elles représentent 97 % de l'ensemble des PME.
- La présence des PME est dominante dans le secteur des services (54 %), ainsi que dans les secteurs des BTPH (28,5 %) et de l'industrie manufacturière (15,5 %).

- **De dynamisme**

- Les PME ont connu une évolution non constante en termes de croissance durant la période étudiée (2009/2019).
- Durant l'année 2019, les PME connaissent une forte régression et leur taux de survie est très faible.

- **De localisation**

- D'après leur localisation, on constate une forte disparité spatiale des PME, en faveur majoritairement du nord du pays.
- La densité moyenne des PME a évolué positivement durant les dix dernières années. Elle est passée de 10 PME/1000 habitants en 2009 à 15 PME/1000 habitants en 2019, mais cette densité enregistre toujours un retard par rapport aux pays membres de l'OCDE.

- **De contribution à l'économie**

- La contribution des PME en termes de salariés est estimée à 37 % du total des salariés permanents employés durant l'année 2019.

- Mais l'emploi des PME représente seulement 25 % de la population occupée de l'année 2019.
- La croissance des PME entraîne une croissance du PIB des secteurs concernés, mais avec un taux plus faible.

Section 2. Présentation, traitement et analyse des données empiriques

1 Brève synthèse des travaux empiriques sur la localisation des entreprises

Le nombre de travaux empiriques qui s'orientent vers la dimension territoriale des firmes démontre son importance. La distribution des activités économiques à l'échelle nationale ou internationale est devenue une question majeure depuis ces vingt dernières années. Que ce soit par rapport aux entreprises ou les institutions. Pour les entreprises, les préoccupations territoriales majeures résident essentiellement dans le choix de localisation des activités ainsi que des perspectives de coopération entrepreneuriale (Barthe et al., 2008).

A cet effet, les choix de localisation des entreprises attirent de plus en plus l'attention des chercheurs, des décideurs politiques et des gestionnaires. Son étendue couvre à la fois l'économie (y compris la géographie économique) et la littérature de gestion. De ce fait, la compréhension des déterminants de localisation est importante.

D'autant plus que, de nombreuses recherches se sont impliquées dans les questions liées des choix de localisation des entreprises et en particulier les PME. Ces « *choix de localisation* » peuvent être observés à plusieurs niveaux. Que ce soit l'évaluation de leur capacité à rester sur les lieux de leur création initiale ou au contraire à rechercher les localisations offrant des ressources meilleures (Stam, 2006). Lorsqu'il s'agit de l'implantation de l'entreprise, les chercheurs s'interrogent sur les motivations de cette localisation et si elle est le produit le résultat d'une stratégie planifiée, au regard des marchés, infrastructures ou des partenariats engagés ? Quel est le poids du climat socio-économique et des dispositifs mis en œuvre pour attirer les entreprises ? (Barthe et al., 2008)

On rappelle que la théorie de la localisation a une longue et riche histoire ; ses premiers développements sont associés, entre autres, à des auteurs tels que Weber (1929), Hoover (1948), Lösch (1954). Von Thünen (1826) a été le premier à mener une étude sur ce sujet, compte tenu des loyers mensuels des propriétés immobilières. Il a affirmé que la distance est le facteur le plus important pour définir le prix du loyer. Marshall (1890) s'est intéressé aux économies d'agglomération dans le contexte des districts industriels. Weber (1909) a examiné les facteurs influençant l'implantation industrielle en supposant que les industriels choisissent un emplacement

en vue de minimiser les coûts. Hoover (1948) a décrit l'accord de partage du marché spatial en combinant les économies d'échelle et d'agglomération avec le coût du transport.

Au début des années 50, après l'éclosion des théories de la localisation, un nombre croissant de chercheurs ont stimulé, par le biais d'études empiriques, l'étude des forces dynamiques qui motivent les choix de localisation des entreprises. Cependant, beaucoup de changements sont intervenus depuis lors : restructuration des marchés, tendances des consommateurs, nouvelles réglementations environnementales, progrès technologiques, évolution des transports et renouvellement des politiques structurelles. De la même manière, suite à tous ces changements, les facteurs entraînant la localisation des entreprises ont également subi une évolution.

Les modèles de localisation des firmes sont, par essence, micro-économiques, néanmoins, ils ont graduellement cédé la place à des analyses plus macroéconomiques, suite aux publications de l'ouvrage d'August Losch en 1939, qui tendent depuis à dominer le champ de l'économie régionale et urbaine (Blaug, 1996). En effet, les théories classiques de la localisation, malgré le niveau élevé de généralité de leurs résultats, n'ont pas démontré de réelle valeur prédictive et se sont révélées être contradictoires (Sergot, 2004).

Aussi, certains de ces travaux empiriques abordent la question de localisation des entreprises de façon différente et s'orientent vers le domaine de l'entrepreneuriat. Bien qu'il ne s'agit pas de faire l'amalgame entre la PME et l'entrepreneuriat, il existe bel et bien une forte corrélation entre l'univers de l'entrepreneuriat et celui des PME (Bousquet, 2014).

Une importante analyse établie par les auteurs Vlachou & Iakovidou (2015) sur l'évolution des travaux empiriques relative à la localisation des entreprises nous a permis d'extraire les points suivants :

- La période de 1952 à 1972, les méthodes empiriques qualitatives sont les plus privilégiées et représentent 53,33 % du total des articles publiés. Ils rajoutent qu'en termes de dynamismes, l'analyse descriptive et exploratoire, durant la période 1973-1993, a perdu de son importance au profit de méthodes plus axées sur les tests de causalité, ce qui peut s'expliquer en partie par la disponibilité de grandes bases de données.
- Parallèlement, les chercheurs ont élaboré un corpus théorique sur les facteurs de localisation des entreprises ; une série de travaux se sont enchainés afin de développer un modèle permettant de déterminer les décisions de localisation des entreprises. Enfin, lors

des dernières décennies (1994-2015), les approches empiriques quantitatives et qualitatives ne sont plus les méthodes prédominantes des études. L'augmentation du nombre d'articles et d'études a permis aux chercheurs de développer des analyses plus appréciatives et synthétiques.

- Les recherches sur la localisation des entreprises ont principalement été abordées par les pays développés. Cela peut s'expliquer par le fait que ces pays optent de plus en plus pour des politiques macroéconomiques spécifiques. Ils cherchent d'autant plus à renforcer l'esprit entrepreneurial et le développement régional, non seulement dans les zones urbaines, mais aussi dans les régions rurales en déclin. Lors de la période 1952-1972, le volume de la recherche empirique se concentre exclusivement sur les États-Unis. La période qui a suivi la Seconde Guerre mondiale a été marquée par l'établissement d'une base économique diversifiée aux États-Unis.

- La période 1973-1993 est caractérisée par la transition d'une société rurale à une société urbanisée pour des raisons économiques. Les emplois ont quitté les zones rurales et se sont déplacés vers les villes. Les efforts pour redynamiser l'économie rurale n'ont pas connu un grand succès, et la croissance rurale dans les années 1980 a été minime. Dès 1974, le commerce de détail et les autres industries de services constituaient la principale source d'emploi pour les hommes non métropolitains, suivis de près par le secteur manufacturier (Tweeten, 1982). Les décideurs cherchaient des moyens d'amorcer un revirement économique et démographique dans les régions rurales. La littérature de cette époque porte principalement sur la croissance du commerce de détail entre les zones urbaines et rurales ou les comtés métropolitains et non métropolitains. Cette identification des différences entre ces zones a été développée en faveur des planificateurs et développeurs économiques régionaux afin qu'ils puissent déterminer les actions appropriées pour améliorer les économies rurales (McGurr et DeVaney, 1996).

- Les pays les plus fréquemment étudiés au cours de la période 1994-2015 se situent au sein des pays européens : l'Espagne, le Portugal, la Grèce et le Royaume-Uni. Dans le cas des pays européens en question, une telle tendance peut s'expliquer par le fait que, ces dernières années, des changements importants sont intervenus dans le développement régional de l'UE. Ces mutations ont essentiellement eu lieu en rapport avec

l'entrepreneuriat et les fonds structurels de l'UE, le renforcement des politiques de développement, la libéralisation du commerce international et, plus généralement, les processus de mondialisation, de transformation technologique et de localisation (Stathopoulou et al., 2004).

- Aucune des études des chercheurs n'aboutit aux mêmes conclusions, même lorsque celles-ci étudient les mêmes industries, les mêmes catégories d'entreprises ou les mêmes facteurs. Il y a peu d'études qui révèlent des conclusions identiques, en raison des différences régionales, de l'évolution des conditions de production, des études spécifiques à une industrie par rapport aux études plus générales et des nouvelles entreprises par rapport à l'expansion des entreprises existantes.
- La littérature semble être axée sur des facteurs économiques (marché, main-d'œuvre, matières premières et transport) et non économiques (qualité de vie).

Dans cette optique, nous avons passé en revue plus de 200 articles publiés dans revues internationales de management et d'économie. A cet égard, notre analyse a permis d'identifier les principaux facteurs utilisés dans notre cadre empirique.

Les études empiriques présentées dans le Tableau 28 ont exposées diverses analyses consacrées à l'influence du milieu socio-économique sur le dynamisme des entreprises, en mobilisant, pour la plupart d'entre eux, des variables de l'environnement macroéconomique, telles que la taille et la croissance du marché, l'activité commerciale, la disponibilité de la main-d'œuvre, la disponibilité d'infrastructures ...etc.

La majorité de ces études ont également utilisé des tests statistiques tels que la corrélation, la régression, l'ANOVA, l'analyse en composantes principales et les statistiques descriptives, comme outils d'analyses de données.

Tableau 28 : Synthèse de quelques travaux empiriques

Auteurs	Etude
<p>Carlton (1983)</p>	<p>Hypothèse : l'entreprise s'implante dans un territoire qui lui permet de maximiser son profit (les entreprises maximisent leurs profits en tenant compte de certaines contraintes).</p> <p>Étude : l'auteur décide de relever le lien qui existe entre la taille de l'entreprise (critère de l'emploi) et la décision de localisation. De ce fait, il analyse le rapport entre les taxes, l'emploi des entreprises et la décision de localisation et aboutit à un modèle de décisions simultanées de l'entreprise. Son étude s'appuie sur l'utilisation d'un modèle logit conditionnel estimé par la méthode du maximum de vraisemblance. À travers son modèle, l'auteur étale l'importance de l'aspect politique que présente son étude pour le gouvernement, car celle-ci permet de mettre en avant l'influence de la localisation sur l'emploi et dans quel sens faut-il prendre les mesures nécessaires pour équilibrer ces facteurs.</p> <p>Dans le choix de son échantillon, l'auteur a pris en considération trois types d'industries (produits dérivés du plastique, matériels de communication, produits électroniques) durant une période qui s'étale à partir de 1967 jusqu'à 1971.</p> <p>Les variables indépendantes utilisées dans son modèle sont : les taux de salaires, le coût de l'énergie (électricité et gaz), le taux d'impôt foncier, le taux d'impôt corporatif, le taux de chômage, les effets d'agglomération, variable qui représente le climat d'affaires.</p>
<p>Bartik (1985)</p>	<p>Hypothèse : initialement, l'auteur tente d'analyser l'hypothèse qui stipule que, dans le cas où une région A est préférée à une région B, cela n'implique pas automatiquement que la région voisine de A, sera aussi préférée à B. Afin de corriger ces ambiguïtés entre les corrélations qui peuvent survenir entre les régions voisines, il suppose qu'il existe une corrélation fixe qui explique les états localisés dans une région bien précise.</p>

	<p>Étude : dans son analyse empirique, l’auteur parvient à développer une variable qui mesure l’activité industrielle, pour cela, il se sert des données présentées précédemment par l’auteur Schmenner (1982) durant la période (1972/1978). Selon l’auteur, la densité des activités industrielles est susceptible d’avoir un impact sur la localisation des entreprises nouvelles, ce qui justifie l’influence de la décision de localisation par la proximité des consommateurs et du marché dans tel ou tel endroit.</p> <p>L’auteur s’est inspiré du modèle d’analyse employé par Carlton (1983) en y adaptant certains aspects nécessaires à son type de donnée.</p> <p>Les variables indépendantes : utilisées par l’auteur dans son modèle d’analyse sont : le taux de syndicalisation, la densité de la population, les salaires, le chômage, les assurances, le prix de l’électricité et du gaz, le coût de la construction, nombre d’autoroutes, les institutions éducatives, taux d’impôt corporatif effectif et taux d’impôt foncier.</p>
<p>Gius et Frese (2001)</p>	<p>Étude : ils tentent de relever les déterminants des stratégies de localisation des entreprises, en examinant le rôle de l’impôt sur le revenu des personnes physiques et de l’impôt sur les sociétés sur la localisation.</p> <p>L’apport de leurs travaux de recherche est le fait d’avoir inclus les deux variables : l’impôt personnel et l’impôt corporatif, dans leur analyse de données. En testant la significativité de la variable « taxes » comme leur prédécesseur, ils tentent d’identifier d’autres facteurs susceptibles d’influencer l’implantation des entreprises dans certaines régions plus que d’autres. Parmi ces facteurs, ils testent les deux variables PIB et le taux de chômage dans leur modèle économétrique. Ces deux facteurs sont significatifs et négatifs.</p> <p>L’échantillon utilisé par les deux auteurs est 70 industries durant la période (1991/1994).</p> <p>L’importance de l’apport scientifique de ces deux auteurs se trouve également dans l’emploi de la méthode d’estimation des données en panel dans leur étude empirique, une première en ce temps-là, surtout pour ce genre de thématique. Ils justifient l’utilisation de cette méthode par le fait qu’il existe la possibilité que la localisation des entreprises soit justifiée par des facteurs non observables</p>

	<p>et non mesurables tels que la culture, les traditions, les préférences personnelles.</p> <p>Hypothèse : l'impôt personnel et l'impôt corporatif sont susceptibles d'influencer la prise décision concernant la localisation des entreprises.</p> <p>Les variables indépendantes sont : la population dans une région précise en pourcentage, le taux d'impôt corporatif, le taux d'impôt personnel sur le revenu, le taux de croissance économique, le taux de chômage, le salaire moyen par heure, la force de travail en pourcentage.</p>
<p>Feld & Kirchgässner (2001)</p>	<p>Hypothèse : les impôts corporatifs et les impôts sur le revenu peuvent influencer la décision de localisation des entreprises.</p> <p>Les auteurs tentent d'analyser et d'expliquer l'influence des impôts corporatifs et des impôts sur le revenu sur la localisation des entreprises et sur l'emploi tel que les précédents auteurs Gius et Frese (2001) ont fait, toutefois, ils se sont basés sur l'approche théorique de Carlton (1983) dans la construction de leur modèle, basé sur la méthode des données en panel. Les auteurs estiment également que les PME sont plus importantes que les grandes entreprises.</p> <p>Les variables indépendantes utilisées pour l'estimation de leur modèle sont : le taux d'impôt corporatif, la population, les investissements et les dépenses publiques, le salaire mensuel moyen, la densité de la population, le taux d'impôt personnel sur le revenu.</p>
<p>Victor (2004)</p>	<p>Étude : l'objet de cette étude est de déterminer les facteurs qui impactent les décisions de localisation des entreprises dans les provinces canadiennes. Pour le faire, une analyse empirique à partir des données sectorielles de six provinces canadiennes est effectuée : l'Alberta, la Colombie-Britannique, le Manitoba, le Québec, l'Ontario et la Saskatchewan ; et ils utilisent deux panels comportant chacun neuf industries ou secteurs. L'analyse empirique se base principalement sur la modélisation économétrique.</p>

	<p>Variable dépendante : le nombre d'établissements par secteur</p> <p>Variables indépendantes : le nombre d'établissements par secteur ; le nombre total d'employés par secteur ; la valeur ajoutée totale générée par le secteur VENTES, les ventes de biens manufacturés réalisées par chaque secteur ; le produit intérieur brut ; le taux de chômage ; le salaire horaire moyen ; le taux d'impôt corporatif ; le coût du combustible et de l'électricité ; le taux maximum d'impôt sur le revenu personnel ; la distance entre la capitale de la province en question et un grand centre économique américain, New York.</p>
<p>Tamásy (2006)</p>	<p>Étude : l'article développe une conceptualisation générale de la dynamique de l'entrepreneuriat régional et étudie empiriquement les déterminants des activités de démarrage et du succès des nouvelles entreprises dans certaines régions allemandes. Ces déterminants peuvent avoir des influences directes ou indirectes sur les processus entrepreneuriaux. Les résultats suggèrent que les responsables politiques et les décideurs doivent accorder une attention particulière aux attitudes et comportements entrepreneuriaux s'ils souhaitent stimuler la dynamique entrepreneuriale régionale en Allemagne.</p> <p>Variables dépendantes : la rotation par employé comme mesure de la productivité du travail est utilisée comme variable dépendante pour les analyses multivariées.</p> <p>Variables indépendantes : âge, le niveau d'éducation, le taux de chômage, le taux de travailleurs indépendants, le nombre de chômeurs.</p>
<p>Capron (2009)</p>	<p>Hypothèse : il existe une relation de causalité dans la création d'entreprises ; la création d'entreprises reflète la présence d'un certain nombre de facteurs influents.</p> <p>Variables dépendantes : le ratio de création d'entreprise qui considère le nombre d'entreprises créées par rapport nombre d'entreprises actives de l'entité géographique de base ; cette variable suit l'hypothèse que les entreprises existantes permettent de générer de nouvelles entreprises. Aussi, la deuxième</p>

	<p>variable dépendante est le nombre d'entreprises créées à la population active de l'entité géographique de base.</p> <p>Variabes indépendantes : densité de population (Part des indépendants dans la population de 20 ans et +), (indice de spécialisation dans l'ind. de hautes technologies), Taux de chômage) (Taille moyenne des entreprises privées), part des manuels dans l'emploi salarié privé), (Indice de diversité intragroupe).</p>
<p>Koning et al (2010)</p>	<p>Étude : l'analyse empirique de cette étude cherche à déterminer les facteurs déterminants de la dynamique entrepreneuriale dans les régions françaises pour la période 1993-2004. Pour ce faire, un modèle de panel dynamique selon la méthode de Blundell et Bond (1998) est appliqué pour expliquer le taux de création d'entreprises (par rapport à la population régionale) et comprendre les raisons de l'hétérogénéité dans la dynamique entrepreneuriale.</p> <p>Hypothèse : l'entrepreneur crée l'entrepreneur, les régions qui connaissent de multiples créations d'entreprises ont plus de chance de voir ces créations se prolonger et perdurer dans le temps.</p> <p>Variabes dépendantes : self employment qui considère le ratio entre les individus déclarant travailler pour eux-mêmes et le total des emplois hors agriculture.</p> <p>Variabes indépendantes : le taux de chômage, proportion firmes + 50 salariés, revenu régional par habitant, dépenses R&D publique par tête.</p>
<p>Gbadeyan et al (2017)</p>	<p>Étude : l'objectif de l'étude est d'évaluer l'impact des facteurs socio-économiques sur les activités entrepreneuriales à Cape Coast, au Ghana. Une méthode d'échantillonnage aléatoire simple est utilisée pour sélectionner 181 entrepreneurs de Cape Coast pour l'étude. Le modèle d'équation structurelle - moindres carrés partiels version 2.0 est utilisé pour l'analyse. Les résultats révèlent que l'inflation, le taux d'imposition élevé, la religion et le style de vie des entrepreneurs influencent de manière significative leurs activités et leurs performances entrepreneuriales.</p>

	<p>Les variables mobilisées pour cette étude sont d'ordre économique, socioculturel, les activités entrepreneuriales et la performance.</p> <p>Les résultats de l'analyse révèlent que les facteurs économiques ont une forte influence sur les activités entrepreneuriales. Le niveau élevé des activités entrepreneuriales a une influence significative sur la performance entrepreneuriale. De plus, les facteurs socioculturels ont également un impact fort et direct sur les activités entrepreneuriales. Selon le chercheur, il est nécessaire de mettre en place de bonnes conditions socioculturelles et des politiques économiques saines.</p>
<p>Novosák et al (2018)</p>	<p>Étude : l'objectif de l'étude est de déterminer si la distribution spatiale des fonds de la politique de soutien aux entreprises répond aux objectifs spatiaux énoncés dans les documents stratégiques tchèques relatifs à la politique de soutien aux entreprises. La méthodologie de recherche s'est appuyée sur l'analyse en composantes principales (ACP) et le modèle de régression. L'ACP a été utilisée comme méthode de traitement des données pour établir des relations générales entre les six indicateurs, et également comme outil de réduction des données, de sorte qu'une régression plus significative puisse être effectuée par la suite.</p> <p>Variabes dépendantes : autres activités de soutien aux entreprises, opérations orientées vers l'innovation.</p> <p>Variabes indépendantes : la densité de la population, la structure industrielle, le stock du capital humain, le dynamisme entrepreneurial.</p>
<p>Jing (2018)</p>	<p>Étude : l'objectif de l'étude est d'utiliser des modèles de régression multiple dans une perspective quantitative pour analyser les facteurs d'influence des écarts dans l'implantation des entreprises de niveau A ; une analyse factorielle des variables indépendantes est effectuée avant la modélisation.</p> <p>La variable dépendante : nombre d'entreprises de logistique de classe A dans chaque province +1</p>

	<p>Les variables indépendantes : produit régional brut, Revenu de l'activité principale des entreprises industrielles, densité du réseau logistique (1/km), port d'accès au réseau à large bande (10 000), valeur ajoutée de la troisième industrie, chiffre d'affaires du cargo, Total des importations et des exportations.</p>
<p>Julien (2019)</p>	<p>Étude : comme première étape de son étude à méthodes mixtes, l'auteur a recueilli des données quantitatives auprès de 97 petites régions de la province du Québec, au Canada. Ces données ont été analysées par des régressions linéaires. Dans un deuxième temps, il a recueilli des données qualitatives en interviewant 43 acteurs socio-économiques dans quatre de ces régions. Cette deuxième série de données a été utilisée pour analyser plus en profondeur la dimension institutionnelle de l'entrepreneuriat régional.</p> <p>Hypothèse : la présence relative des PME dans une région nous conduit à une politique qui donne la priorité au développement des PME dans cette région.</p> <p>Variables dépendantes : taux de création d'entreprises</p> <p>Variables indépendantes : le nombre d'habitants entre 20-64 ans, taux de la population employée, % du revenu total provenant des gouvernements/population, taux de croissance de la population régionale totale, Somme des permis de construire non résidentiels des municipalités, % des propriétaires/nombre de logements régionaux, somme de la part des secteurs régionaux i/somme de la part du Québec, Somme des PIB de neuf régions limitrophes et proches des États-Unis, distance en km² entre Montréal et la capitale administrative régionale.</p>
<p>Chloń-Domińczak et al (2020)</p>	<p>Étude : les auteurs utilisent, le coefficient de corrélation, la régression linéaire multivariée, l'économétrie spatiale et les tableaux de classification pour modéliser l'influence de différents facteurs sur le nombre d'entreprises par rapport à la taille de la population. Les auteurs montrent que les différences observées entre les régions, comme discuté dans la littérature, sont également observées au sein des régions, avec des capitales régionales plus développées et des municipalités périphériques à la traîne. Le renforcement de la capacité et</p>

	<p>de l'innovation du secteur des MPME nécessite de concevoir des politiques qui tiennent compte de ces différences et de concevoir des stratégies de développement des MPME en fonction de la spécificité de l'environnement local, tant socio-économique que spatial.</p> <p>Variable dépendante : nombre de PME par population/10 000 habitants (densité des PME)</p> <p>Variables indépendantes : zone bâtie [%], zone agricole [%], superficie des vergers [%], densité routière [km/km²], densité ferroviaire [km/km²], Dist. de Bydgoszcz ou Toru'n [km]. [km], autres villes importantes dist. [km], B., T. ou autres villes dist. [km], grandes entreprises dist. [km], parcs technologiques dist. [km], zones économiques spéciales dist. [km], universités et établissements d'enseignement supérieur dist. [m], sortie de l'autoroute A1 dist. [km], routes principales dist. [km] population, population en âge pré-productif (0-17), population en âge de travailler (18-59/64), population en âge post-productif (60/65 ans et plus) chômeurs (total), femmes au chômage, hommes au chômage, chômeurs pour 100 habitants, femmes au chômage pour 100 habitants, hommes au chômage pour 100 habitants, recettes propres de la gmina provenant du PIT par habitant dépenses de la gmina par habitant, politique locale de soutien au développement des entreprises, le nombre de projets financés par le FEDER pour soutenir le développement des entreprises, la valeur des projets financés par le FEDER soutenant le développement de l'entreprise, évaluation par les entreprises, classe de population [petite, moyenne, élevée].</p>
--	---

Source : Synthèse élaborée par l'auteure d'après les auteurs cités

Dans la littérature économique dédiée à la localisation des entreprises, on remarque que les variables explicatives potentiellement considérées peuvent diverger selon l'auteur, le pays et/ou la période d'analyse. Si ces écarts sont, pour la plupart du temps, liés à la mise à disposition des données ou aux hypothèses d'analyse, elles peuvent également provenir de certaines préoccupations, telles que la nécessité d'harmoniser entre plusieurs études empiriques (Capron, 2009).

Ainsi, les déterminants de localisation des firmes devraient être traités, selon Victor (2004), comme des questions ouvertes. L'argument du chercheur est que ces travaux empiriques se suivent et leur diversité fait qu'ils se ressemblent peu, bien qu'ils soient nombreux et qu'ils abordent cette thématique sous des angles bien différents. Plusieurs approches et plusieurs méthodologies ont été utilisées jusqu'à maintenant dans des temps et des pays divers et aucune d'entre elles n'a pu parvenir un consensus commun. Ce qui révèle qu'aucune conclusion ne peut être tirée ou généralisée et les motivations menant à l'implantation d'une entreprise ne sont pas toujours les mêmes et ne doit pas être considéré comme acquis.

2 Présentation et analyse des données empiriques

2.1 Démarche méthodologique

Notre méthodologie de recherche s'inscrit dans une démarche hypothético-déductive suivant l'approche de recherche quantitative. Cette démarche consiste à tester et à valider les hypothèses théoriques par la recherche empirique.

Pour réalisation de notre travail, nous avons collecté les données macro-économiques nécessaires afin de pouvoir tester nos hypothèses de recherche ; la durée de la collecte de données s'est étendue de l'année 2018 jusqu'à l'année 2020. Notre analyse empirique s'est effectuée à partir des bases de données socio-économiques disponibles, notamment celles de l'Office National des Statistiques (ONS), du Ministère de l'Industrie et des Mines et ceux de la Banque mondiale. Sachant que certaines données n'ont pas été accessibles sur les sites officiels de ces organismes, nous avons dû nous déplacer à leur siège pour compléter les données manquantes.

Les variables utilisées tout au long de notre étude sont issues des données numériques en coupe transversale ; nos données vont être analysées pour la période de 2019. Quant aux outils d'analyses et de traitement de données, nous avons eu recours à un ensemble de logiciels tels que SPSS, Eviews, Statgraphics, Excel et Arcmap.

Les territoires peuvent être étudiés à travers divers indicateurs décrivant leur population (Denis, 2016). A savoir que, sur le plan administratif, l'Algérie est actuellement divisée en 58 wilayate, cependant, notre travail ne couvre que les 48 wilayate. Effectivement, nous n'avons

pas pu actualiser nos données par rapport aux 58 wilayate ; faute de disponibilité des données actualisées.

La littérature utilise une variété de mesures pour décrire la répartition spatiale des entreprises dans les pays du monde. La plupart des articles expliquent également pourquoi certaines mesures sont meilleures que d'autres lorsqu'il s'agit d'examiner les modèles de localisation. Cependant, il existe peu de tentatives systématiques pour définir les critères d'évaluation de ces mesures. Ainsi, il convient de commencer notre étude par l'examen de certains critères de base.

À cet effet, afin d'atteindre nos objectifs, nous avons eu recours à plusieurs outils d'analyses suivant l'approche de recherche quantitative :

Tableau 29 : Les étapes du cadre empirique

Les étapes d'analyses	Détails
La première étape	Nous avons eu recours au test de GINI afin de relever le degré des inégalités des PME par rapport à leur distribution dans le territoire algérien ; vérifier notre première hypothèse en mesurant l'hétérogénéité de la répartition spatiale des PME.
La deuxième étape	Nous avons utilisé l'outil d'analyse ACP afin de pouvoir effectuer un diagnostic territorial concernant l'ensemble des données macro-économiques recueillies par wilaya. L'objectif de cette phase est de pouvoir tester l'ensemble des données socio-économiques et démographiques et leur relation avec notre variable PME ; nous avons pu en extraire une variable qui regroupe l'ensemble des données socio-économique et qui sera utilisée comme index.
La troisième étape	Elle consiste à effectuer une régression linéaire avec l'indicateur extrait de l'analyse ACP et le nombre de PME, afin de tester la relation ainsi que potentiel explicatif des données socio-économiques sur notre variable PME ; l'index extrait de l'analyse ACP représente l'ensemble des variables socio-économiques utilisées.

<p>La quatrième étape</p>	<p>Les associations entre la variable dépendante et les variables explicatives sont ensuite évaluées par des méthodes d'analyses de corrélation et de régression. L'utilisation de la régression Ridge va nous permettre de tester les principaux déterminants les plus cités par la revue de littérature et de relever leur pouvoir explicatif sur notre variable LOGPME. Puis, nous allons comparer les résultats des deux régressions afin de vérifier le pouvoir explicatif des facteurs considérés comme les plus influents sur la répartition des PME. Les approches économétriques sont privilégiées par les chercheurs qui tentent d'analyser les effets des conditions macro-structurelles sur la distribution des entreprises au niveau régional/national. Ces effets sont principalement examinés au moyen d'études quantitatives portant sur une série de données territoriales.</p>
----------------------------------	--

2.2 Première étape

2.2.1 L'indice de Gini

Les inégalités spatiales naissent des résultats des avantages et des inconvénients que procure un territoire. On parle d'inégalité lorsque la distribution d'un type de ressource entre les espaces n'est pas égale ; certains espaces disposent d'une quantité ou d'une qualité de cette ressource supérieure à d'autres.

L'indice de Gini a été élaboré par un statisticien italien nommé Corrado Gini en 1912. Il est de loin la mesure la plus populaire de l'inégalité socio-économique, en particulier dans les pays en développement. (Sitthiyot & Holasut, 2020). Cet indice représente un seul chiffre qui mesure la répartition équitable d'une ressource au sein d'une population. L'indice de Gini est alors un outil simple, bien que brutal, pour résumer les données économiques. Il nous permet également d'effectuer une illustration sur évolution de l'équité dans une situation donnée au fil du temps.

Le coefficient de Gini, ou, l'indice de Gini, est une mesure statistique permettant de rendre compte de la répartition d'une variable (salaire, revenus...) au sein d'une population (Ahlin & Jeong, 2021). Cet indice a été emprunté à un autre champ de la théorie économique. En effet, il a

initialement été utilisé pour mesurer les inégalités des revenus entre les pays, puis il a été appliqué à l'économie spatiale pour mesurer la répartition des activités économiques (Saadaoui & Bouras, 2013). Autrement dit, il mesure le niveau d'inégalité de la répartition d'une variable dans la population.

En outre, les données relatives à l'indice de Gini sont faciles d'accès, régulièrement mises à jour et communiquées par les pays et les organisations internationales. Malgré ses avantages en tant que mesure statistique de tout type d'inégalité, Atkinson & Bourguignon (2015) rappellent qu'un pays avec un indice de Gini plus faible n'implique pas toujours que la distribution de la variable étudiée dans ce pays est plus égale que celle d'un pays avec un indice de Gini plus élevé. En effet, les courbes de Lorenz des deux pays peuvent se croiser, reflétant des distributions de revenus différentes.

Dans le contexte de l'analyse des répartitions des entreprises dans un territoire, le calcul de l'indice de Gini permet d'évaluer la situation d'une région/territoire par rapport à une distribution uniforme et équilibrée des résultats enregistrés au niveau national (Kebieche & Yousfat, 2022). C'est pour cette raison, en vue de mesurer la variable étudiée et d'appréhender l'impact des changements, la courbe de Lorenz et l'indice de Gini vont être utilisés dans la 1^{re} étape de notre analyse.

On retrouve dans la littérature de nombreux travaux empiriques qui utilisent le coefficient de Gini en économie, combiné avec plusieurs types de données. En effet, les chercheurs (Saadaoui & Bouras, 2013 ; Mokraoui & Touati -tliba, 2014 ; Daddi-addoun & Oudai, 2016 ; Fethallah, 2016 ; Bishop & Shilcof, 2017 ; Angulo-Guerrero et al., 2017 ; Nica et al., 2018 ; Belkacem Nacer, 2020 ; Bowles & Carlin, 2020 ; Morales-Alonso et al., 2020 ; Benhabib, 2021 ; Gontareva et al., 2021 ; Kebieche & Yousfat, 2022) ont exploité cet indice pour l'utiliser dans différentes thématiques telles que : la distribution des revenus, le taux d'inégalité des éducations et la disparité spatiale des entreprises.

Le coefficient de Gini est un nombre variant de 0 à 1 ; où 0 signifie l'égalité parfaite et 1 signifie une inégalité parfaite. Dans notre contexte, le coefficient va nous permettre d'examiner la situation ainsi que le positionnement des PME par rapport aux wilayate d'Algérie. En d'autres

termes, il s'agit de mesurer l'hétérogénéité de la distribution des PME ; les PME se localisent dans certaines wilayate plus que dans d'autres.

2.2.2 Application de l'indice de GINI

Dans l'interprétation de l'indice de Gini $< 0,2$ représente une égalité parfaite de la variable étudiée. Entre $0,2$ et $0,3$ l'indice représente une égalité relative, entre $0,3$ et $0,4$ une égalité adéquate et entre $0,4$ et $0,5$ un écart assez important. Plus de $0,5$, représente un écart assez grave.

Après avoir effectué le Calcul (sur la base de la matrice effectuée sur EXCEL) de l'indice de GINI, on obtient un résultat de $0,42$, c'est-à-dire un taux d'inégalité d'environ 42% ; soit l'hétérogénéité de la distribution des PME est estimée à 42%

Afin d'avoir une idée sur l'évolution des inégalités entre l'année 2019 et l'année 2009 en Algérie, nous avons effectué une comparaison entre les deux années ; nous avons calculé l'indice de GINI pour le nombre total de PME durant l'année 2009. Cette étape vise à étudier les disparités pour identifier les éventuels déséquilibres régionaux existants.

On rappelle que l'indice de Gini (GI) est le coefficient de Gini exprimé en pourcentage, calculé en multipliant le coefficient de Gini par 100.

Après avoir calculé l'indice pour les deux années (2009/2019), on obtient les résultats suivants :

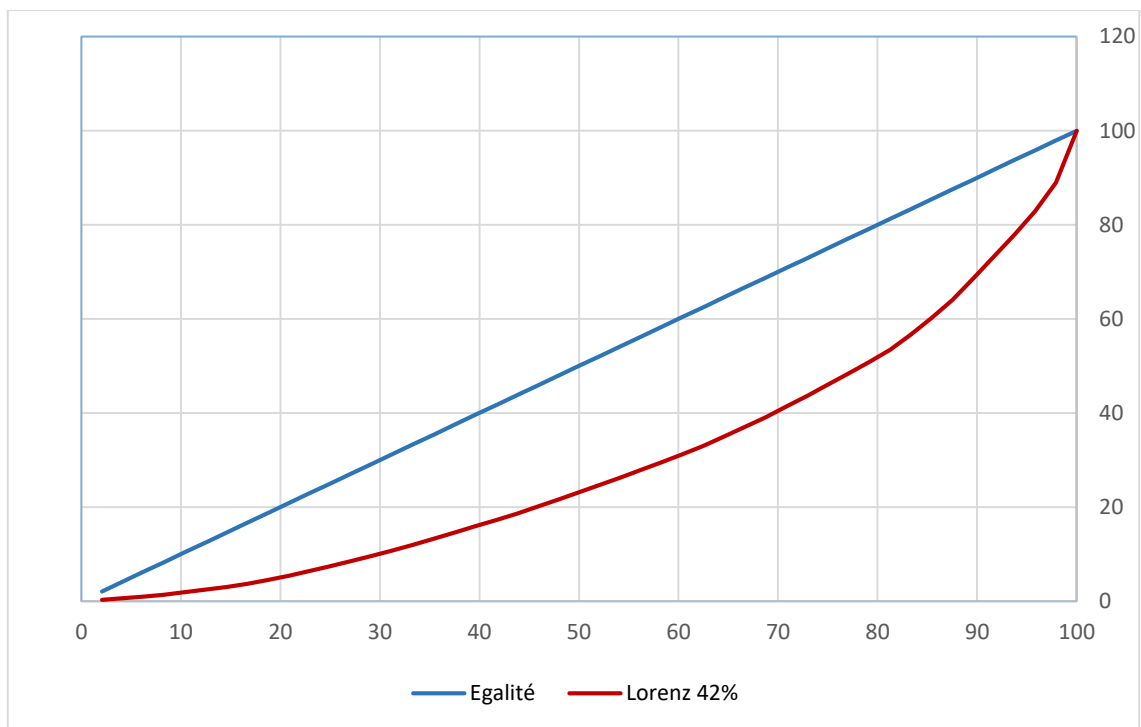
- Indice de GINI (PME 2009) = $0,37$ soit un taux de 37%
- Indice de GINI (PME 2019) = $0,42$ soit un taux de 42%

Ces chiffres nous montrent qu'il y a eu une légère augmentation de la concentration des PME par rapport aux wilayate ; les PME se concentrent davantage dans certaines wilayate qui sont favorisées.

L'indice de Gini peut être dérivé du cadre de la courbe de Lorenz, effectivement, l'instrument que Lorenz a proposé pour visualiser la distribution d'une quantité dans une population permet justement mieux illustré l'indice de GINI (voir Graphe 13) ; l'indice peut être calculé comme le ratio de la zone entre la ligne d'égalité parfaite et la ligne d'intersection.

C'est pour cette raison que la définition la plus courante du coefficient de Gini est en termes du diagramme de Lorenz. Mathématiquement, le coefficient de Gini est défini comme le rapport de l'aire entre la courbe de Lorenz et la ligne dite d'équité (la courbe à 45°), à l'aire du triangle en dessous de cette ligne (Nunes et al., 2020)

Graph 13: La courbe de Lorenz



Source : Résultats de l'analyse

L'indice de Gini est calculé comme le rapport entre la surface entre la ligne d'égalité parfaite (qui représente A) et la courbe de Lorenz (représente B) divisée par la surface totale l'aire totale sous la ligne d'égalité parfaite (A + B).

L'indice de Gini peut également être défini comme la moitié de la différence moyenne relative de Gini de la série du nombre de PME, la formule de l'indice se présente comme suit :

$$G = 1 - \frac{\sum (X_{k+1} - X_k)(Y_{k+1} + Y_k)}{2 \sum Y_k}$$

- k varie de 1 à n, X est la part cumulée de la population et Y la part cumulée de la variable utilisée.

L'avantage de l'indice de Gini est que l'inégalité de l'ensemble de la distribution des PME au niveau territorial peut être résumée à l'aide d'une seule statistique, relativement facile à interpréter puisqu'elle prend des valeurs comprises entre 0 et 1. Les chercheurs estiment que ce coefficient est une mesure pertinente de l'inégalité pour la raison suivante ; il fournit une mesure unique du degré d'inégalité basée sur l'ensemble de la distribution et permet des comparaisons faciles entre les nations ayant des tailles de population et les périodes de temps différentes (Bowles & Carlin, 2020)

Ainsi, la question des inégalités de la distribution des PME suscite plusieurs débats à l'échelle internationale (Tran & Santarelli, 2017). Les chercheurs tentent de comprendre le phénomène de dispersion des entreprises au niveau régional ou territorial ; ils cherchent à identifier les éléments qui sont susceptibles d'avoir le plus d'influence sur ce type de répartition. En Algérie, les écarts de développement existants entre les régions soulignent d'importantes ruptures territoriales au niveau national, qui évoluent selon des tendances qui accentuent les inégalités spatiales, économiques et sociales. Sachant que, Sène & Codjia (2016) précisent que la poursuite de l'égalité spatiale des opportunités se heurte à des arguments économiques, notamment dans les pays en voie de développement, où les exigences du développement économique s'opposent le plus souvent à l'objectif d'équité spatiale.

D'autant plus que la conception de l'espace en général se développe en tant qu'ensemble articulé de lieux et de distances. Certains auteurs affirment que: «*La notion d'espace est, par nature, attachée à celle d'inégalité : les ressources, la main d'œuvre, les prix de vente ne sont pas répartis de façon homogène ; la distance, les coûts de transport, introduisent des différenciations spatiale* ». (Lamarlière & Staszak, 2000, p.25)

Par ailleurs, les PME sont susceptibles de participer au développement régional et local ainsi qu'à la cohésion sociale en raison de leur contribution à la réduction des inégalités. L'augmentation des revenus d'une grande partie de la population devrait entraîner une demande accrue ; les PME permettent de générer de l'emploi et d'augmenter le pouvoir d'achat des ménages. En outre, elles participent à l'amélioration du niveau de vie de la société en stimulant l'activité économique. Le développement de la structure économique entraîne à son tour le renforcement d'autres domaines d'activité tel que les services éducatifs, sociaux et de santé. Tous ces développements positifs permettent de contribuer à la création de nouvelles opportunités, tant au niveau économique que politique, entraînant la conversion des projections démographiques dissuasives, éventuel prérequis qui aggrave la pauvreté et l'instabilité, en un vecteur de changement pour le plus grand profit. De ce fait, selon certains chercheurs, le renforcement des politiques dédiées au soutien des PME est susceptible de mettre fin à de nombreux problèmes liés au développement économique et aux inégalités spatiales (Ciubotariu, 2013).

En somme, le territoire algérien est caractérisé par une inégalité relativement croissante par rapport à la distribution géographique des PME (l'indice de Gini a évolué de 37 % à 42 % entre les années 2009 et 2019 respectivement), qui sont marquées par un décalage croissant entre certaines wilayate du pays. À partir de ces résultats, nous pouvons clairement repérer une augmentation des déséquilibres internes qui peuvent engendrer, par la suite, une déstabilisation sociale. Les pouvoirs publics sont amenés à prendre conscience de ces disparités spatiales afin de redonner à l'espace un certain équilibre, en mettant en place une politique différenciée d'aménagement du territoire visant à corriger ces déséquilibres

2.3 Deuxième étape

2.3.1 L'utilisation de l'Analyse des Composantes Principales (ACP)

L'utilisation de l'Analyse exploratoire des données est largement utilisée par les chercheurs dans le domaine de l'économie régionale et surtout dans l'analyse des territoires, en tenant compte de ses diverses dimensions (sociale, économique, démographique, culturelle...). La sélection et le tri des informations socio-économiques à l'échelle territoriale impliquent la mobilisation des méthodes statistiques telles que les méthodes d'analyses factorielles, qui sont nécessaires pour

l'organisation et le traitement des données. Parmi les méthodes d'analyses factorielles les plus couramment utilisées, on retrouve l'ACP (Analyse des Composantes Principales). Il est connu que l'utilisation d'outils statistiques tels que l'ACP est particulièrement nécessaire en sciences sociales. Cette méthode est présente dans de nombreux travaux de recherches et est utilisée par différentes disciplines ; elle convient notamment au traitement de données quantitatives et continues.

En effet, l'ACP constitue la base de l'analyse de données multivariées basée sur des méthodes de projection. L'utilisation la plus importante de cette méthode consiste à représenter un tableau de données multivariées sous la forme d'un ensemble plus restreint de variables (indices sommaires) afin d'observer les tendances, les sauts, les grappes et les valeurs aberrantes. Cette vue d'ensemble nous permet de découvrir les relations entre les observations et les variables, et entre les variables elles-mêmes.

Aussi, l'ACP est également un outil très flexible qui permet d'analyser des ensembles de données qui peuvent contenir, par exemple, de la multicolinéarité, des valeurs manquantes, des données catégorielles et des mesures imprécises. L'objectif est d'extraire les informations importantes des données et d'exprimer ces informations sous la forme d'un ensemble d'indices sommaires appelés composantes principales.

A cet effet, notre objectif est d'examiner l'état des disparités spatiales concernant les Wilayate d'Algérie à l'aide de l'analyse en composantes principales (ACP). Cette étape représente pour notre travail de recherche une approche exploratoire de l'état des Wilayate par rapport au contexte socio-économique du pays. L'application de l'ACP nous conduit à réaliser une analyse synthétique qui nous permet d'intégrer le maximum de variables disponibles par wilaya afin de définir et classer le niveau de développement de chacune d'entre elles ; il s'agit de faire ressortir les points forts et les points faibles des wilayate selon les données utilisées. L'utilisation de l'ACP dans le traitement des données territoriale peut être très utile. Effectivement, c'est un outil extrêmement puissant de synthèse de l'information lorsque l'on est en présence d'une somme importante de données quantitatives à traiter. Par ailleurs, cette démarche permet éventuellement une meilleure prise en charge des territoires de la part des autorités locales.

À cet effet, notre approche méthodologique s'est notamment inspirée des travaux de recherches qui ont intégré l'ACP dans l'analyse empirique de leurs études (Harrar et al., 2014 ; Murigi, 2016 ; Sène & Codjia, 2016 ; Telaidjia et al., 2016 ; Zouad & Benhamida, 2016 ; Drafor, 2017 ; Harrar & Ghomari, 2018 ; Jing, 2018 ; Novosák et al., 2018 ; He et al., 2019 ; Harrar, 2021 ; Nguyen et al., 2021 ; Remmas & Zouad, 2022). Ces chercheurs ont particulièrement eu recours à l'ACP dans le cadre des thématiques relatives aux analyses territoriales.

Avant d'appliquer l'analyse factorielle, il convient de vérifier au préalable les points suivants :

- Il est recommandé d'utiliser au moins cinq variables métriques ;
- Les variables doivent être suffisamment corrélées entre elles ;
- Vérifier que les données peuvent être factorisables par le biais de tests de validité de l'ACP.

Les tests qui nous permettent de vérifier la validité de l'ACP sont :

- **Le test de sphéricité de Barlett** : ce test nous permet de vérifier s'il existe une corrélation suffisamment élevée pour un certain nombre de variables afin de justifier l'utilisation de l'analyse factorielle.
- **Le principe du test de Barlett** : l'hypothèse $H(0)$ estime que la matrice des relations est une matrice d'identité (elle considère que toutes les corrélations sont nulles). Le test sert à vérifier que la matrice de corrélation a une structure aléatoire et si la probabilité critique est inférieure au seuil usuel de 5 %, on peut alors rejeter l'hypothèse nulle (H_0), et retenir l'hypothèse H_1 qui confirme l'utilisation de la matrice factorielle.
- **L'indice de Kraisser-Meyer-Olkin (KMO)** : ce test permet de vérifier que l'ensemble des corrélations partielles entre variables est faible. Il mesure la différence d'amplitude entre les coefficients de corrélation et les corrélations partielles. Il permet de vérifier la cohérence de l'ensemble des variables et si elle est suffisamment élevée pour une analyse factorielle.

Tableau 30: Les degrés d'acceptabilité de l'indice de KMO

Inacceptable	Très faible	Faible	Moyenne	Bonne	Très bonne
< 0.5	0.5-0.6	0.6-0.7	0.7-0.8	0.8-0.9	0.9-1.0

Source : (Caumont & Ivanaj, 2017)

La sélection des variables pour l'ACP :

Le choix des variables s'est fait sur la base de leur degré de significativité ; nous avons retenu les variables les plus représentatives des dimensions du territoire, dans la limite des données disponibles ; l'accès aux données nécessaires pour évaluer et prendre en compte toutes les dimensions territoriales est très difficile dans le contexte de l'Algérie.

Dans notre cas, nous avons retenu 19 variables pour analyser les 48 wilayate de l'Algérie durant l'année 2019. Sachant que nous avons effectué une transformation des variables en introduisant le logarithme afin de normaliser les variables et d'avoir de meilleurs résultats dans l'utilisation de l'ACP ; la variable a été transformée en logarithme pour améliorer la présentation et la validité statistique. La première sélection a été effectuée après plusieurs tests statistiques en veillant à retenir les meilleures variables ; les variables qui sont susceptibles de capturer les effets à étudier.

Tableau 31 : Les variables choisies ayant un fort pouvoir explicatif

<i>Variables codées</i>	<i>Nom de la variable</i>
COMR	Activités commerciales
TRANS	Transport de tout type
ETM	Établissements moyens
POP	Densité de la population
OCP	Population occupée
CHOM	Nombre de chômeurs
REST	Services et restaurations

MANF	Entreprises manufacturières (industrielles)
ADMS	Administrations de soutiens
FINAN	Financements bancaires
PRI	Établissements primaires
LOG	Habitat
TELECOM	Réseaux de communications et postes
EDEC	Distribution d'eau et des déchets
SAN	Activités dans le domaine de santé et actions sociales
CONS	Construction
ETRAN	Entreprises spécialisées dans le transport
COM	Entreprises spécialisées dans l'information et la communication
AGR	Agriculture

Source : Etabli par l'auteure

2.3.2 Résultats de l'ACP

L'utilisation de l'ACP est justifiée par l'indice de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin et le test de sphéricité de Bartlett. En effet, dans notre cas, nous avons obtenu un indice de KMO qui est égal à 0,920. Ce résultat confirme largement le degré d'acceptabilité de nos données (en se référant aux normes du Tableau 30) ; l'ensemble des variables utilisées sont cohérentes et nous indique que les corrélations entre les items sont de très bonne qualité. En ce qui concerne le test de Bartlett, les résultats de l'analyse ont montré un niveau de significativité largement inférieur à 0,05 ; $p < 0.05$; on peut alors rejeter l'hypothèse H0 et accepter H1 qui nous permet de confirmer la validité de l'ACP.

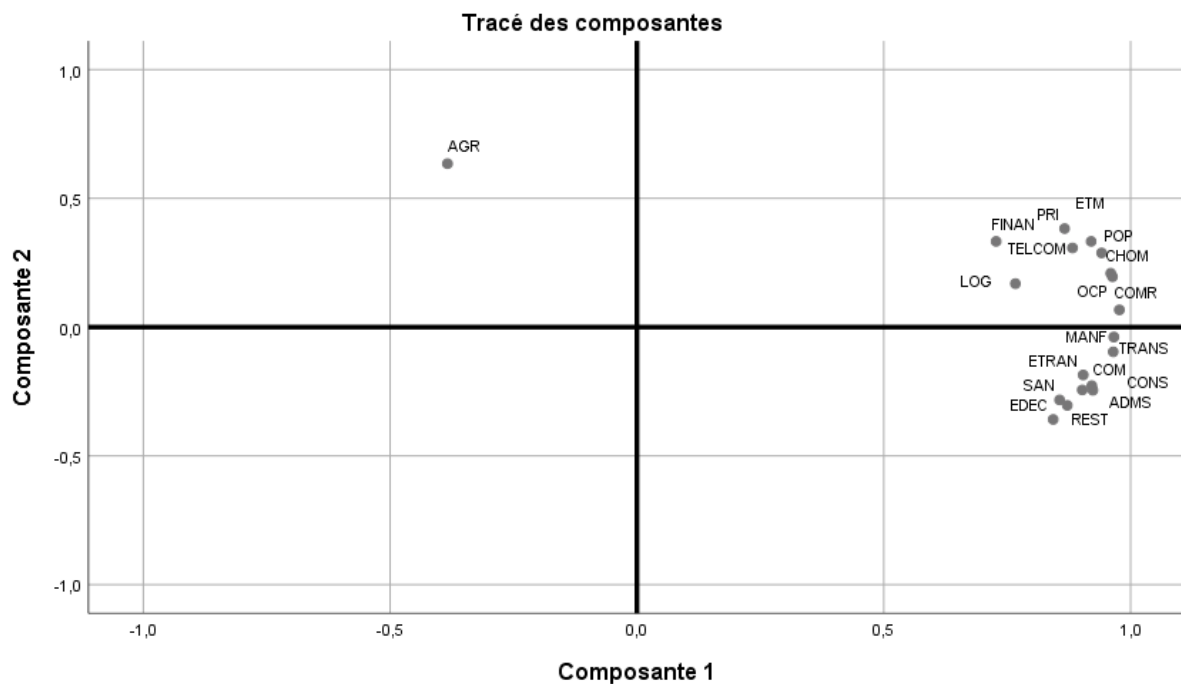
Tableau 32 : Indice de KMO et test de Bartlett

Indice KMO et test de Bartlett		
Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,920
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	1855,596
	ddl	171
	Signification	,000

Source : Résultats de l'analyse

Le déterminant de l'indice KMO et du test de Bartlett est égal à 3,35 ; soit un résultat différent de 0. En d'autres termes, il n'y a pas de forte multicolinéarité entre les variables, malgré qu'elles soient corrélées entre elles. Nous pouvons ainsi exploiter les variables choisies pour l'ACP ; indice KMO = 0,920, $p < 0.001$)

Schéma 5: Tracé des résultats de l'ACP



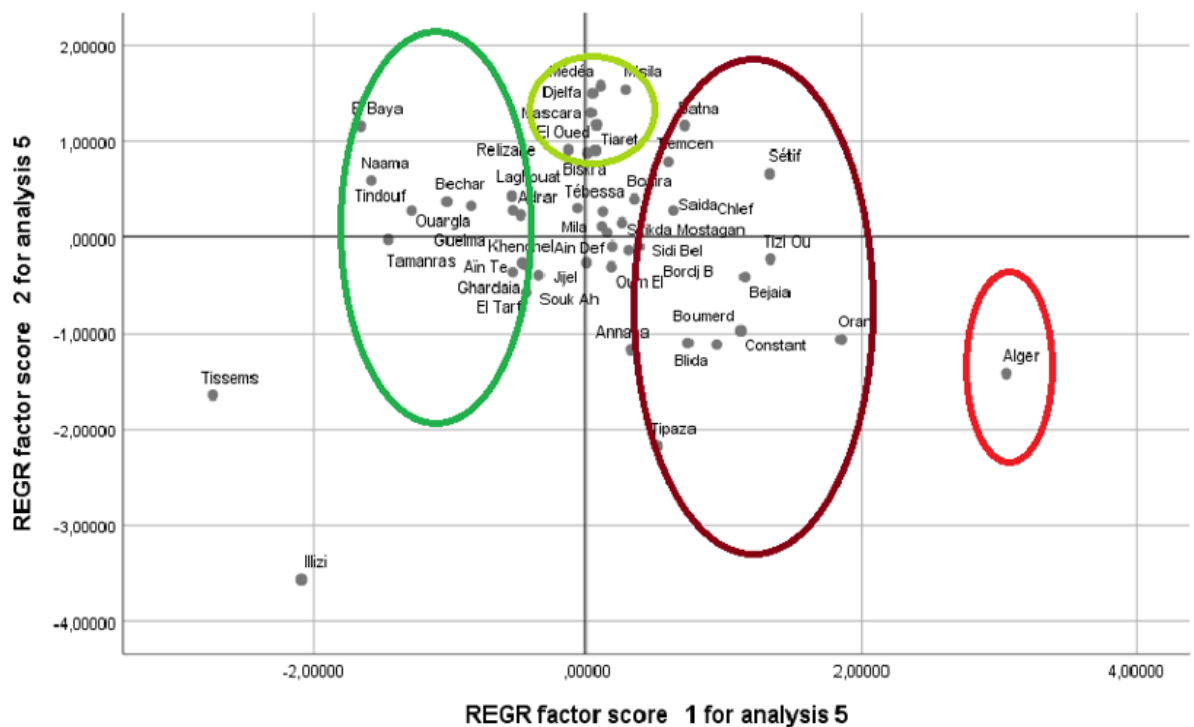
Source : Résultats de l'analyse

L'analyse de l'ACP nous a permis de faire ressortir les résultats suivants (Schéma 5) :

Les variables utilisées dans notre analyse se présentent en deux composantes principales, sachant que la proximité qui est observée entre les variables (Schéma 5) renvoie aux corrélations qui existent entre elles :

- L'axe 1 représente l'ensemble des données socio-économiques qui sont, pour la majorité d'entre elles, très liées. On remarque dans le schéma 5 que la majorité des variables utilisées sont fortement corrélées entre elles et se concentrent près de l'axe 1, à l'exception de la variable AGR ;
- L'axe 2 représente la variable agriculture. Elle est négativement corrélée avec les variables de l'axe 1.

Schéma 6: Représentation des wilayate à partir de l'ACP



Source : Résultats de l'analyse

La structure spatiale du territoire national semble présenter de profonds déséquilibres. Les inégalités territoriales concernant le développement socio-économique se révèlent sous diverses formes. Les plus significatives sont les inégalités entre le milieu urbain (axe 1) et le milieu rural (axe 2).

La proximité entre la représentation graphique des wilayate renvoie à des similitudes de comportement vis-à-vis des variables utilisées ; les wilayate les plus proches renvoient à un environnement socio-économique similaire.

Le premier axe reflète le potentiel socio-économique des wilayate en termes de capacités démographiques, d'infrastructures et des différentes activités économiques. Dans le Schéma 6, on constate que les wilayate qui se rapprochent des variables de l'axe 1 sont : Alger, Oran, Constantine, Tizi Ouzou, Bejaia, Blida, Sétif, Tipaza, Annaba, Batna, Chlef, Bordj Bou Areridj, Sidi Bel Abbas. Cet axe représente les wilayate qui ont un bon jusqu'à très bon potentiel socio-économique et qui ont en commun un certain nombre de caractéristiques par rapport au contexte socio-économique.

Les wilayate de l'axe 1 sont également les wilayate les plus attractives par rapport au critère d'implantation en Algérie. On remarquera dans la Carte 2 que la plupart de ces wilayate ont en commun leur position géographique avantageuse. Cet élément pèse davantage au niveau régional et local, car ce type de ressources représentent la géographie physique, telle que la proximité de la mer, zone frontalière, le climat, renforcées par la qualité des infrastructures.

En analysant de plus près les wilayate positionnées dans l'AXE 1, c'est-à-dire, celles qui sont les mieux représentées en termes d'infrastructures socio-économiques, on se rend compte que, 79 % du nombre total des PME sont localisés dans ces wilayate (favorisées). Autrement dit, environ 30 % des wilayate d'Algérie détiennent presque 80 % du total des PME. Ces résultats témoignent de la concentration des PME dans les wilayate ayant un positionnement territorial avantageux pour l'activité économique.

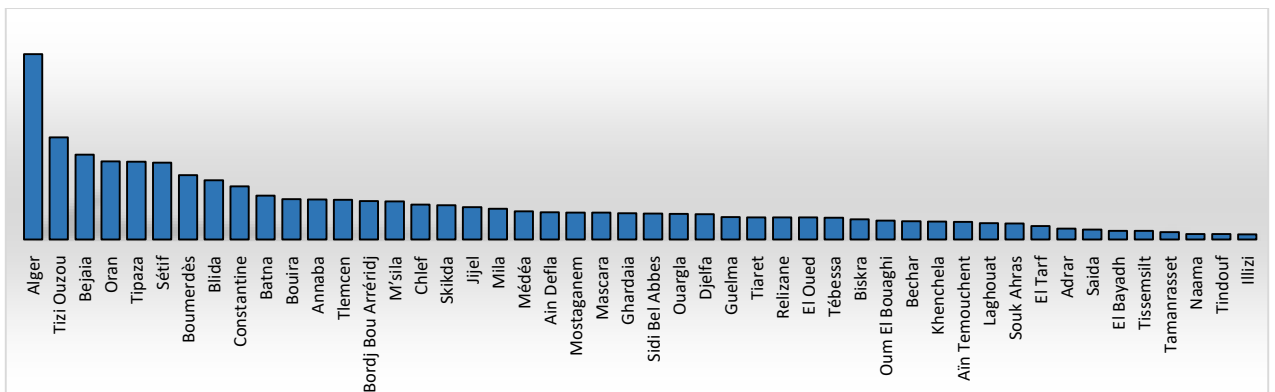
Le deuxième axe représente le potentiel agricole des wilayate. Celles qui sont développées en termes d'agriculture sont généralement des wilayate qui se localisent géographiquement dans des régions rurales et qui se caractérisent par un développement socio-économique relativement faible.

Les wilayate représentées par l'axe 2 (Schéma 6) sont : El Bayadh, Tindouf, Naama, Bechar, Guelma, Relizane, Médéa, Msila, Djelfa, Mascara, Tiaret. Ce sont les wilayate les mieux représentées par rapport à la variable agriculture.

On remarque dans le Schéma 5 que toutes les variables socio-économiques de l’Axe 1 sont négativement corrélées avec la variable Agriculture de Axe 2.

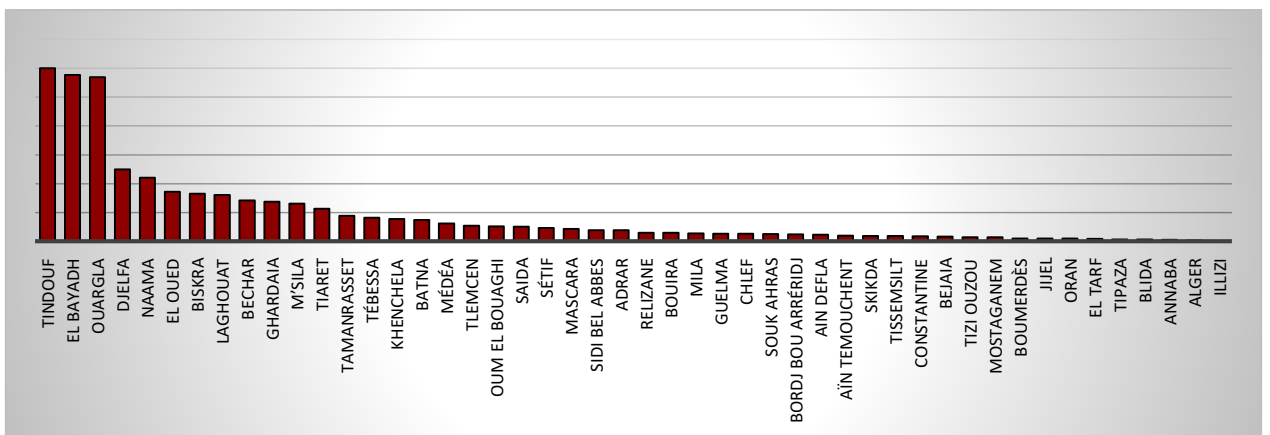
Effectivement, en effectuant une comparaison entre le classement des wilayate selon le nombre total de PME et leur potentiel agricole, on constate que les wilayate qui enregistrent un nombre élevé de PME sont celles qui ont un potentiel agricole très faible (voir Graphes 14 et 15).

Graphe 14: Classement des wilayate selon le nombre de PME (2019)



Source : Elaboré par l’auteure à partir des données du bulletin d’information N°36

Graphe 15: Classement des wilayate selon leur potentiel agricole (2019)



Source : Elaboré par l’auteure à partir des données du bulletin d’information N°36

Les régions métropolitaines ou les régions urbaines sont connues pour être des zones très dynamiques en matière d'activité économique contrairement aux zones rurales qui ont un dynamisme économique relativement faible (Müller, 2013). En outre, les zones rurales enregistrent, dans la majorité des cas, des niveaux d'activité agricole plus élevés (Kibler, 2013) et des niveaux d'activité économique limités.

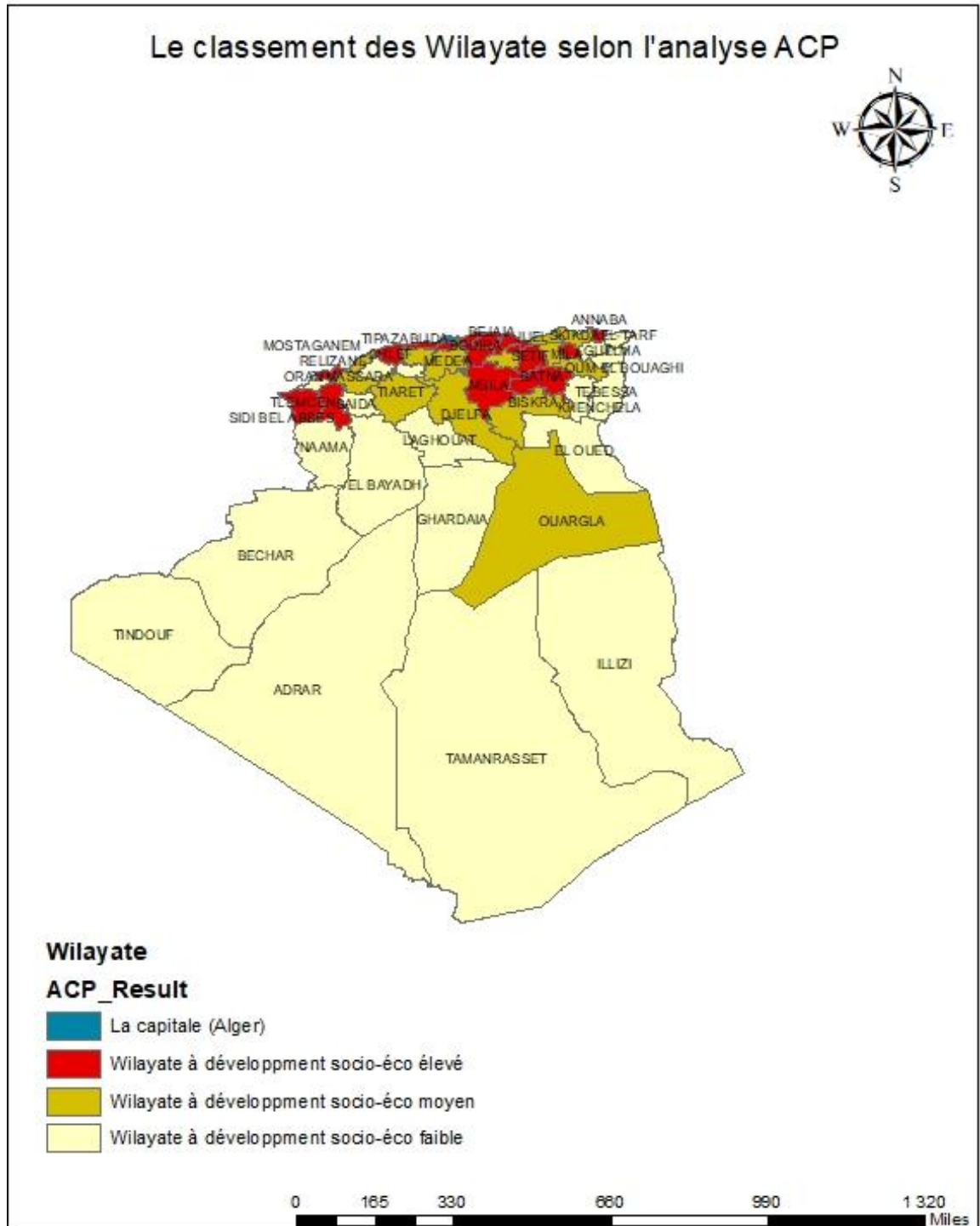
D'autant plus que, la plupart des analyses empiriques renvoient à la conclusion que le dynamisme des entreprises est davantage présent dans les villes, métropoles et les zones urbaines, contrairement aux villages et campagnes caractérisés par un environnement rural (Dokou, 2011).

Les développements théoriques suggèrent que l'importance potentielle des économies d'agglomération découle d'un modèle de relations entre les entreprises, qui confèrent des avantages aux sites urbains et la concentration d'entreprises qui profite en retour de ces sites (Bennett et al., 2001). Les zones à faible nombre d'entreprises, comme on a pu le constater dans les zones rurales, conduisant à une diminution des possibilités d'accès au marché et à une moindre probabilité de trouver des clients et des fournisseurs ; l'effet de proximité. Comme on a déjà pu le voir dans la partie théorique de cette thèse, l'économie de proximité est la représentation d'un concept relationnel et social entre les différentes entités économiques situées dans un périmètre géographique défini. Ainsi, elle permet d'améliorer la compétitivité des activités économiques et veille à l'établissement d'un système unifié et coordonné entre les territoires.

Il ne fait aucun doute que les régions rurales sont exposées à des défis de taille, car les disparités entre les régions urbaines et rurales s'accroissent. Les PME dans les zones rurales sont confrontées à des défis en matière de croissance, en raison de la petite taille des marchés locaux et des distances plus considérables qui les séparent des marchés non locaux. Sans oublier les obstacles liés à l'accès au capital humain et financier nécessaires pour leur activité. En soi, les milieux ruraux sont soumis à des contraintes de ressources dans le sens traditionnel du manque de capital humain, social et financier (Müller, 2013).

A cet effet, nous avons présenté les résultats obtenus de l'ACP sous forme de cartographie représentative (Carte 2) afin de mieux illustrer le positionnement des wilayate selon le contexte socio-économique.

Carte 2: Représentation géographique des wilayate selon l'ACP



Source : Elaborée par l'auteure

Afin de comprendre le phénomène de répartition des PME au niveau territorial, il convient de comprendre et d'analyser les aspects démographiques, sociaux et économiques du territoire dans lequel elles se localisent.

On constate que la configuration spatiale du territoire national semble souffrir de profonds déséquilibres. Les inégalités territoriales se manifestent sous diverses formes. Les plus importantes sont les inégalités entre le monde rural et urbain (comme nous l'avons déjà mentionné précédemment). Les chercheurs confirment également que le développement socio-économique est un phénomène hétérogène dans sa dimension territoriale. De ce fait, certaines régions sont très performantes dans le cadre de leur développement socio-économique, tandis que d'autres régions sont encore limitées (Novosák et al., 2018).

La Carte 2 indique l'existence de déséquilibres socio-économiques entre les différentes wilayate du pays ; les écarts de développement entre les régions soulignent d'importantes ruptures territoriales au niveau national, qui évoluent selon des tendances accentuant les inégalités spatiales, économiques et sociales (nous avons pu l'observer dans le test de Gini entre l'année 2009 et l'année 2019). C'est pour cette raison que la politique d'aménagement du territoire tente de contribuer à la restauration de l'égalité des opportunités au niveau spatial. Cette forme d'équité implique que les collectivités locales bénéficient d'un accès à toutes les infrastructures sociales de base (école, poste de santé, commerces...), à l'emploi et aux ressources financières indispensables à l'exercice de leurs fonctions (Sène & Codjia, 2016).

Les villes sont perçues comme étant l'espace de la mise en œuvre de toutes les mesures appliquées par l'État et la mobilisation de l'ensemble des ressources susceptibles d'aider directement ou indirectement l'émergence et le développement du dynamisme entrepreneurial.

Julien (2015) rajoute que les villes, et surtout les grandes agglomérations, se caractérisent par une forte croissance démographique, qui offre à son tour, des marchés plus divers, une ressource humaine plus variée et susceptible d'attirer plus d'entreprises. Les métropoles sont en effet en tête de l'agenda politique, mobilisant ressources et dispositifs d'actions pour être plus denses, plus grands et ainsi... plus performants (Boutillier et al., 2016).

On peut également introduire dans notre analyse la notion d'attractivité territoriale qui, dans son optique économique, est définie par Ait Habouche & Ait Habouche (2016) comme étant : « *la capacité à fournir aux entreprises, grâce à leurs ressources, des conditions d'implantation plus intéressantes que celles des territoires concurrents.* » (p.03). Dans notre cas, l'attractivité des wilayate reflète leur performance en termes d'infrastructures et de ressources. À cet effet, les entreprises souhaitent exploiter les nombreux avantages fournis par les différents territoires et régions du pays en optimisant la configuration spatiale de leurs activités et en investissant là où elles comptent dénicher les meilleures opportunités. Dans un marché où les territoires sont en concurrence pour attirer les entreprises, ces derniers sont amenés, de manière plus ou moins organisée, à promouvoir leurs ressources. Comprendre les logiques d'implantation des entreprises permet de proposer des conditions favorables à leur installation dans des wilayate plus aux moins défavorisées en termes d'infrastructures.

Boutillier et al (2016) justifient l'existence d'économies d'urbanisation par la taille économique de l'agglomération, de la concentration de la population (densité), de la disponibilité d'infrastructures et des services. La diminution des coûts de production induite par ces économies d'agglomérations autorise des gains de performance lesquels, à leur tour, peuvent stimuler l'attractivité territoriale.

Harrar (2021) rappelle que la politique régionale actuelle de l'État algérien tend vers un développement équilibré du territoire en engageant plusieurs programmes de valorisation en particulier des hauts plateaux et du sud. D'après l'auteur, le gouvernement a introduit de nouveaux modèles d'organisation et de développement tels que les Zones intégrées de développement industriel, les technopoles, les parcs et les districts technologiques. Ces modèles témoignent de la mise en évidence du rôle de l'espace dans la coordination des acteurs, dans le fonctionnement et l'efficacité des organisations et/ou dans l'offre et la diffusion du développement socio-économique. Par ailleurs, ces modèles sont conçus pour être déployés au niveau d'espaces plus vastes et cohérents, à savoir, les pôles d'attractivité, dont la finalité est de rapprocher les agents pour stimuler la compétitivité des territoires inertes.

Par contre, les chercheurs Chłoń-Domińczak et al (2020) témoignent que certaines données recueillies en Finlande montrent que les communautés urbaines et rurales offrent des environnements différents pour le développement des entreprises, notamment en ce qui concerne le capital humain, l'accès à la technologie, le nombre de clusters d'entreprises et l'intensité de la coopération communautaire. Cependant, les auteurs rajoutent que, dans une autre analyse du développement des PME au Royaume-Uni, ils s'aperçoivent que la croissance des entreprises est tout à fait possible dans des conditions territoriales différentes, y compris dans un milieu où le niveau de concurrence et de demande de marché sont différents par rapport aux régions ainsi que des variations dans la structure des professions et des compétences du marché du travail. En effet, la croissance des entreprises locales dans les régions périphériques rurales résulte du rôle plus actif entreprises. La politique des gouvernements locaux vise à créer un environnement favorable et adapté à une certaine catégorie d'entreprises, qui peuvent également exploiter la richesse des régions rurales et rendre ces espaces tout aussi dynamiques que les agglomérations.

C'est pour cette raison que nous avons choisi d'analyser les wilayate selon leur positionnement territorial et leur potentiel socio-économique ; la connaissance des différences et des similitudes entre les différentes wilayate représente à elle seule une contribution importante dans le développement des stratégies régionales.

En somme, l'ACP nous a également permis de réduire la dimension de l'axe 1 (qui comprend 18 variables à l'exception de la variable Agr) en une nouvelle variable. Effectivement, nous avons obtenu un score de régression (FACT 1) qui peut être considéré comme un indicateur utile synthétisant l'ensemble des variables socio-économiques utilisées dans notre analyse (18 variables) en une seule donnée. Cet indicateur peut servir à des fins de comparaison entre les différentes wilayate ; il permet aussi de faciliter le classement des wilayate à l'échelle nationale.

2.4 Troisième étape

2.4.1 Le coefficient de corrélation

Le coefficient de corrélation indique s'il existe une association (et quelle est sa force) entre deux variables. L'analyse de régression est en quelque sorte une extension du principe d'association entre les variables. Les analyses de corrélation et de régression sont de puissants outils utilisés en sciences sociales permettant de modéliser les relations entre les ensembles de données et de prévoir les résultats.

En premier lieu, nous allons utiliser le coefficient de corrélation, car c'est l'un des outils les plus simples et les plus efficaces pour analyse initiale des données. Il repose sur l'hypothèse intuitive selon laquelle si deux variables évoluent dans la même direction, il doit y avoir une sorte de « lien » entre elles. De même, si elles évoluent dans la direction opposée l'une à l'autre, le lien est toujours présent, mais avec l'effet inverse.

On confond souvent corrélation et causalité, ce qui est une erreur. Deux variables peuvent présenter un niveau de corrélation très élevé, mais cela ne signifie pas nécessairement que l'une d'entre elles peut provoquer des changements chez l'autre. Cela peut signifier qu'elles répondent toutes deux de la même manière à d'autres variables non définies et invisibles. Le fait qu'elles ne puissent pas provoquer de changements l'une chez l'autre ne signifie pas qu'elles ne peuvent pas être utilisées comme de bons prédicteurs l'une de l'autre ; chose que l'on peut confirmer par la suite avec l'analyse de régression.

En somme, en termes statistiques, le coefficient de corrélation, également appelé coefficient de corrélation de Pearson, est désigné par **R**. Il exprime à la fois la force et la direction d'une relation entre deux variables en un seul nombre.

Afin de confirmer cette ressemblance avec des outils statistiques, nous avons effectué le calcul du coefficient de Corrélation Pearson R qui nous permettra de détecter une éventuelle relation entre le nombre de PME et l'indicateur socio-économique par rapport au wilayate.

Tableau 33 : Coefficient de corrélation entre le nombre de PME et l'indicateur socio-économique

Corrélations

		LOGPME	INDIC
LOGPME	Corrélation de Pearson	1	,942**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	48	48
INDIC	Corrélation de Pearson	,942**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	48	48

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

- **LOGPME** = Nombre total de PME durant l'année 2019
- **INDIC** = Indicateur retenu de l'axe 1 (FACT 1), regroupant toutes les variables socio-économiques et démographiques utilisées dans l'ACP.
 - Comme on peut le constater dans le Tableau 33, il existe une corrélation positive très forte entre le nombre total de PME (LOGPME) et INDIC ; soit le coefficient **R = 0,942**.
 - La mention de Sig dans le Tableau 33 indique **la valeur p = 0,000 1 < 0,05** , ce qui nous amène à la conclusion que la corrélation entre les deux variables est statistiquement très significative.

Bien que ces résultats confirment que la disponibilité d'infrastructures est très fortement corrélée (positivement) avec l'implantation des PME entre les wilayate, on ne sait toujours pas si l'indicateur socio-économique explique réellement la disparité des PME au niveau territorial.

Afin d'approfondir encore plus les résultats obtenus de l'ACP, nous allons effectuer une régression linéaire simple (entre le nombre de PME et l'indicateur obtenu de l'ACP) afin de pouvoir évaluer le pouvoir explicatif de cet indicateur.

2.4.2 La régression linéaire

L'analyse de régression linéaire est l'une des techniques les plus utilisées pour modéliser une relation linéaire entre des variables. Elle est fréquemment utilisée dans la gestion, l'économie, la psychologie et les sciences sociales en général.

La plupart du temps, la simple mesure de l'association ne suffit pas. Les coefficients de corrélation établissent simplement la force de la relation entre deux variables, l'analyse de régression, en revanche, est une technique qui nous permet d'établir comment estimer, ou prédire, les changements d'une variable par rapport à une autre.

À cet effet, une fois que nous constatons qu'il existe une forte association entre les variables, nous pouvons ajuster une équation linéaire à un ensemble de données. Cela devient un modèle qui permettra de fournir des estimations/prédictions pour une variable dépendante (y) compte tenu d'une variable indépendante (ou prédicteur) (x).

Il est important de savoir que l'analyse de régression peut être appliquée à pratiquement tous types de données :

- Des données temporelles ou séries chronologiques (valeurs mensuelles des ventes, par exemple).
- Des données catégorielles ou nominales (par exemple, le sexe de la personne interrogée).
- Des données ordinales (par exemple, classer les répondants en trois catégories : statut économique faible, statut économique moyen et statut économique élevé).
- Des données d'intervalle (par exemple, des catégories équidistantes).
- Des manipulations de données peuvent être nécessaires comme dans notre cas ; une transformation logarithmique permet souvent de retrouver une distribution normale et homoscedastique.

Entre autres, l'analyse de régression linéaire permet de modéliser les associations entre deux variables sous la forme d'une relation linéaire. Cette relation prend la forme de l'équation suivante :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X$$

Le **Y** représente la variable dépendante (qu'on cherche à expliquer). Le **X** est la variable indépendante (qui nous permettra de prédire Y). Le **0** est l'ordonnée à l'origine de cette équation linéaire et 1 est la pente, c'est-à-dire la vitesse à laquelle cette ligne droite croît ou décroît. Cette équation est identique à l'équation de la ligne droite.

La régression linéaire va nous permettre de vérifier notre deuxième hypothèse de recherche concernant l'impact des facteurs socio-économique sur la distribution géographique des PME.

$$\text{LOGPME} = C (1) + C (2) * \text{INDIC}$$

- **Variable dépendante (LOGPME)** = Nombre total des PME durant l'année 2019
- **Variabes indépendantes (INDIC)** = Indicateur qui regroupe les 18 variables socio-économique obtenu de l'analyse ACP (axe 1)

A. Résultats de l'analyse de régression linéaire

Après avoir vérifié toutes les conditions d'utilisation de la régression linéaire simple (voir annexe), nous avons obtenu les résultats de la qualité du modèle suivant :

Tableau 34: Récapitulatif du modèle de la régression linéaire

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Durbin-Watson
1	,942 ^a	,901	,889	,11525	2,135

a. Prédicteurs : (Constante), INDIC

b. Variable dépendante : LOG_PME

Tableau 35: Anova (régression linéaire)

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,835	1	4,835	364,071	,000 ^b
	de Student	,611	46	,013		
	Total	5,446	47			

a. Variable dépendante : LOG_PME

b. Prédicteurs : (Constante), INDIC

Ce que nous devons retenir des résultats l'analyse de la régression linéaire :

- **Le coefficient de corrélation R :** il représente la corrélation est entre les points de données réels et les valeurs prédites par le modèle. Dans l'exemple qui nous intéresse, le coefficient de corrélation est élevé, ce qui signifie que les valeurs réelles et les valeurs prédites sont corrélées au niveau de 0,942.

- **Le coefficient de détermination R deux ou R squared (R²)** : jugé comme étant un coefficient de signification, il a pour but de déterminer l'effet qu'a la variable indépendante INDIC sur la variable dépendante LOGPME ; en d'autres termes, il nous donne la proportion de la variance de notre variable dépendante (LOGPME) qui peut être expliquée par la variation de notre variable indépendante (INDIC). Dans notre analyse, la valeur de R-carré est 0.901 ce qui signifie que 90 % des variations du nombre de PME sont expliquées par les variations de l'indicateur socio-économique. Les 6 % restants (100-94=6) des variations sont attribués à d'autres facteurs qualitatifs tels que les facteurs socioculturels et politiques dont il est difficile de les mesurer.
- **Le R- deux ajusté (R² ajusté)** : il est considéré comme une mesure statistique d'ajustement du modèle. Il peut s'avérer être très utile dans une démarche de comparaison entre différents modèles. Dans une recherche réelle, il peut être pertinent de comparer des modèles avec un nombre différent de variables indépendantes pour déterminer lequel des modèles alternatifs est meilleur sur le plan statistique. En tant que tel, le R-carré ajusté est une mesure de la conformité du modèle ajustée pour le nombre de variables indépendantes dans le modèle. Il nous aide à comparer différents modèles ; le modèle le mieux ajusté est toujours celui qui présente le R deux ajusté le plus élevé (et non le modèle présentant le R-carré le plus élevé). Dans notre analyse, le R deux ajusté est de 0,889.
- **Le test de signification globale** : le niveau de signification (Sig) indique la probabilité qu'une variable indépendante spécifique influence la variable dépendante. Dans notre exemple, le niveau de signification est de 0,000 1 ce qui implique que nous pouvons être sûrs à presque 100 % que la variable INDIC influence la variable LOGPME.

Une régression linéaire simple a ainsi été réalisée pour prédire le poids des participants en fonction de leur taille.

L'équation finale de la régression obtenue est la suivante :

$$\text{LOGPME} = 4.008 + 0.321 * \text{INDIC}$$

Nous avons obtenu une équation de régression significative avec $p < 0,001$, un R^2 de 0,901. Le nombre de PME prédit est égal à $4\,008 + 0,321 (\text{INDIC})$; le nombre de PME a augmenté de 0,321 pour chaque unité d'INDIC.

Les chercheurs affirment que la dynamique des entreprises dans un territoire n'est pas seulement corrélée à ces différents facteurs structurels ; il reflète également le comportement des acteurs et l'impact des institutions et politiques.

Comme on peut le remarquer dans les résultats de la régression linéaire, l'environnement démographique et socio-économique a un puissant impact sur la distribution spatiale des PME ; notre indicateur explique la répartition territoriale des PME à 90 %. Autrement dit, les PME dépendent des facteurs socio-économiques pour prospérer et se développer. Des chercheurs tels que Peng et al (2018) confirment également dans leur analyse qu'il existe une relation étroite entre les entreprises et leur environnement : d'une part, l'environnement pose les bases du développement de l'entreprise et, d'autre part, au lieu d'être simplement dominée de manière passive par l'environnement, l'entreprise (une sorte d'organisation sociale dynamique) s'adapte à l'environnement et a un impact inverse sur celui-ci. Cette synergie qui existe entre l'entreprise et son territoire permettrait, en effet, de promouvoir le développement socio-économique et la prospérité du territoire.

Par ailleurs, les PME peuvent être considérées comme un facteur du développement régional et outil de restructuration d'espace. Afin de maintenir la politique de croissance économique au sein des pays en voie de développement, il est conseillé d'exploiter ces espaces vides, qui représentent des opportunités futures pour le pays, en ayant recours à des alternatives qui ne touchent pas à leur stabilité. La PME est plus apte à répondre aux conditions d'implantations dans des régions où le tissu industriel y est presque inexistant ; sa taille et sa flexibilité lui confèrent la capacité de combler les limites des grandes firmes.

2.5 Quatrième étape

Afin de vérifier quels sont les facteurs qui expliquent le mieux la localisation des PME entre les wilayate, nous avons, au préalable, identifié les facteurs qui ont le plus d'impact sur leur distribution ; les études antérieures ont été notre référence pour la sélection des données.

L'approche adoptée pour désigner les variables les plus significatives est effectuée en plusieurs étapes. Tout d'abord, différentes variables socio-économiques représentatives ont été intégrées dans la spécification du modèle ; les variables sélectionnées ont déjà été préalablement introduites dans l'analyse ACP (étape 2). Par conséquent, à ce stade, il convient d'affiner encore plus notre analyse afin de dégager les variables le plus influentes sur la répartition des PME au niveau des wilayate d'Algérie et de comparer les résultats obtenus dans ce volet avec la régression linéaire précédente ; nous essayons d'évaluer le pouvoir explicatif des six variables uniquement (Tester vérifier la troisième Hypothèse de recherche).

2.5.1 Présentation des variables dépendantes et indépendantes nécessaires

En nous appuyant sur la littérature empirique relative à la localisation des entreprises, nous proposons les variables que nous souhaitons tester dans cette partie de l'étude.

La variable dépendante :

- Le nombre total de PME (personnes morales) durant l'année 2019 : LOGPME

Les variables indépendantes (pour l'année 2019) sont :

- Les activités commerciales : Com.
- Les activités industrielles : Indus.
- La main d'œuvre : Main.D.
- La densité de la population : Pop.
- Le transport : Trans.
- Le financement bancaire : Finan.

2.5.2 Application du coefficient de corrélation Pearson

Le coefficient de corrélation va nous permettre encore une fois de tester et de classer en même temps les variables selon leur degré de force. Dans notre contexte, les variables indépendantes les plus corrélées avec notre variable dépendante ont généralement un pouvoir explicatif élevé.

Après avoir sélectionné les variables indépendantes qu'on souhaite faire tester avec notre variable indépendante (Nombre de PME), nous avons obtenu les résultats suivant (Tableau 36) :

Tableau 36: Analyse des variables indépendantes explicatives avec le coefficient de corrélation

		LOGPME	Com	Trans	Indus	Main.D	Pop	Finan
LOGPME	Corrélation de Pearson	1	,921**	,904**	,892**	,890**	,878**	,817**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	48	48	48	48	48	48	48

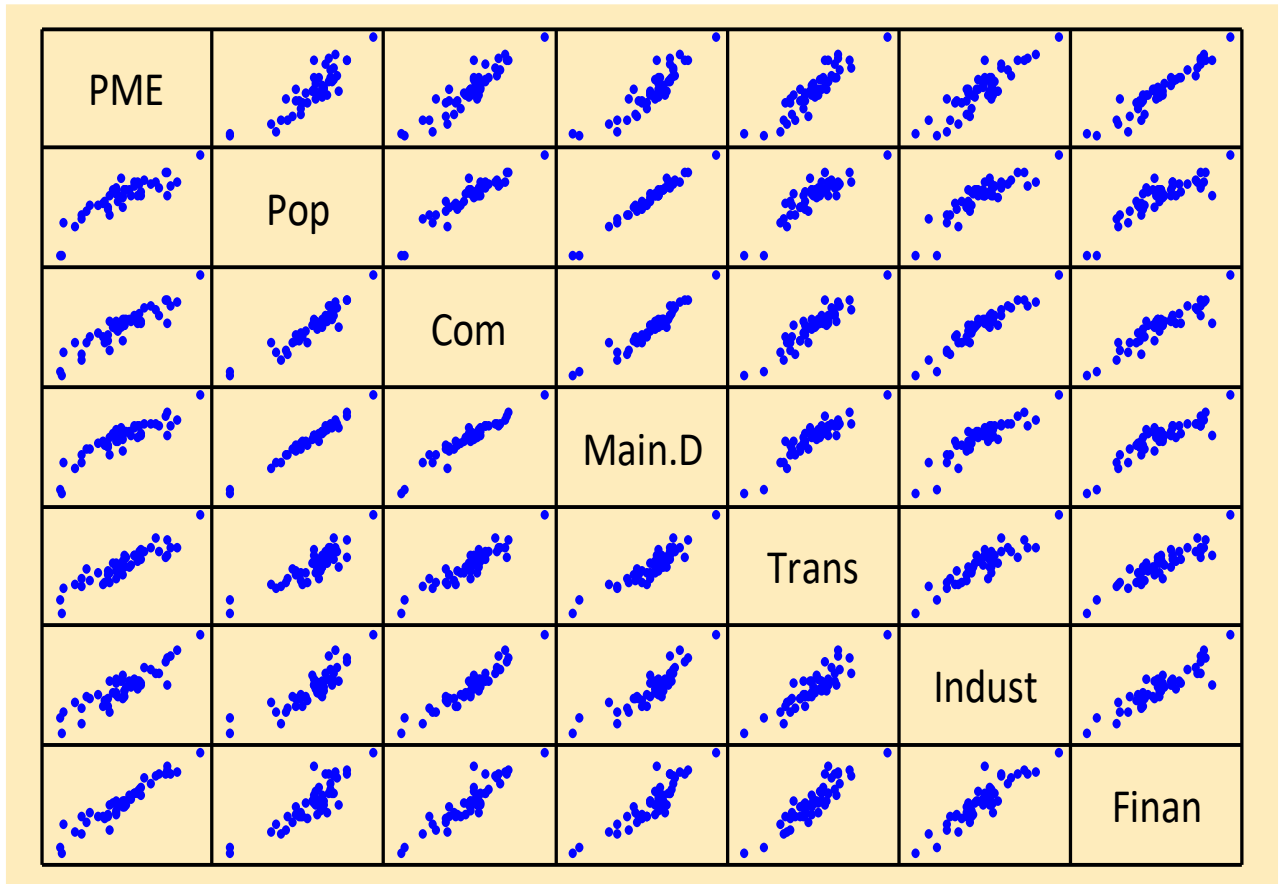
La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).**

D'après les résultats du Tableau 36, on remarque qu'effectivement les variables indépendantes sélectionnées pour notre étude ont toutes une relation positive très forte avec notre variable dépendante LOGPME ; plus le coefficient r est proche de 1 plus la relation linéaire positive entre les variables est forte. Afin de mieux illustrer ces résultats, voir le Graphe 16.

Pour déterminer si la corrélation entre les variables est significative, il est nécessaire d'examiner **la valeur de P** qui représente le test de signification (Sig) ; le test doit être inférieur à 0,05 pour être significatif.

Dans les résultats du Tableau 36, les valeurs de Sig concernant la corrélation entre les variables (Com, Trans, Indus, Main.D, Pop et Finan) et la variable LOGPME, sont toutes inférieures au seuil de signification 0,05, ce qui indique que tous les coefficients de corrélation sont statistiquement très significatifs.

Graphe 16 : Représentation graphique des corrélations entre les variables utilisées



Source : Résultats de l'analyse

Le Graphe 16 illustre parfaitement les résultats obtenus dans le tableau de corrélation (Tableau 36). Ainsi on peut observer la forte corrélation (positive) entre l'ensemble des variables sélectionnées pour notre analyse.

L'interprétation de ces résultats peut être synthétisée de la manière suivante : Les activités commerciales, le transport, les activités industrielles, la main d'œuvre, la densité de la population et les financements bancaires indiquent un fort pouvoir de prédiction pour les PME.

2.5.3 La régression Ridge

Bien qu'on ait pu confirmer, par le biais du coefficient de corrélation, l'existence d'une forte relation entre les variables (Com, Trans, Indus, Main.D, Pop et Finan) et la variable LOGPME, on ne sait toujours pas à quelle intensité ces six variables peuvent expliquer la distribution spatiale des PME. Il convient de rappeler que les valeurs de corrélation calculées de cette manière n'indiquent que la relation (ou l'absence de relation) entre des paires de variables, fournissant ainsi des informations très générales et assez limitées. Les évaluations économiques sont souvent complexes et toute corrélation entre plusieurs éléments n'implique pas nécessairement une relation causale.

À savoir que, nous avons déjà effectué une première régression en utilisant la variable INDIC (qui réunit l'ensemble des variables socio-économiques utilisées dans l'ACP). Il s'agit maintenant d'effectuer une régression qui comporte seulement les facteurs les plus explicatifs selon la théorie.

Le modèle de régression nous permettra de vérifier notre troisième hypothèse concernant l'impact des six facteurs socio-économique sur la distribution géographique des PME. En d'autres termes, il s'agit d'expliquer les causes des écarts observés dans la répartition des PME par rapport à l'ensemble des wilayate du pays. Notre analyse a une portée empirique dans l'explication de l'atmosphère dynamique des PME, ainsi que les facteurs qui contribuent le plus à justifier leur hétérogénéité entre les wilayate.

À cet effet, afin de mesurer et d'explorer la relation entre les variables mentionnées, une analyse de régression linéaire multiple (OLS), a été réalisée au préalable, afin de développer une équation permettant de prédire les valeurs atteintes par la variable dépendante et de surtout, connaître le pouvoir explicatif des facteurs sélectionnés. La méthode OLS ne peut être applicable que si toutes les hypothèses sont vérifiées. Parmi ces hypothèses on retrouve : les erreurs dans le modèle doivent être distribuées selon une loi normale avec une moyenne nulle et une variance constante et absence de multicolinéarité ; la multicolinéarité est définie comme la condition selon laquelle certaines ou toutes les variables explicatives ont une très grande influence sur les autres variables explicatives.

Par ailleurs, après avoir testé les hypothèses de validité de la régression multiple, nous constatons, dans le Tableau 37, dédié au test de la multicollinéarité, que les valeurs de la VIF de certaines variables explicatives (Pop, Com, Main.D) sont supérieures à 10 ; lorsque le VIF est supérieur à 10 (pour certains auteurs le VIF ne doit pas être supérieur à 5), il existe une très forte multicollinéarité entre les variables indépendantes et qui risque de fausser les résultats de notre analyse.

D'un point de vue statistique, les variables du Tableau 37 souffrent alors d'une forte inflation de la variance de leurs paramètres et sont à l'origine du problème de multicollinéarité. Dans ce cas, les variables indépendantes ne remplissent pas la condition de colinéarité. Autrement dit, ces variables indépendantes sont très fortement corrélées entre elles. En présence de problèmes de multicollinéarité, la taille des valeurs des résidus standardisés augmente et produit des coefficients de régression très instables, c'est-à-dire qu'il est difficile d'estimer l'importance des variables dans le modèle créé. Par conséquent la présence de la multicollinéarité entraîne des estimations de paramètres incohérentes et peu fiables dans la modélisation de la régression.

Tableau 37 : Test de multicollinéarité des variables indépendantes

Variabes indépendantes	<i>Pop</i>	<i>Com</i>	<i>Trans</i>	<i>Main.D</i>	<i>Indus</i>	<i>Finan</i>
VIF	26,7899	17,7887	7,94577	14,777	9,92696	2,45179

Source : Résultats de l'analyse

Par conséquent, la procédure courante de l'analyse de régression, à savoir les moindres carrés ordinaires (OLS), ne permet pas de résoudre ce problème et finit par aboutir à un modèle peu fiable. Afin de corriger ce problème, un certain nombre de méthodes ont été développées dans la littérature et la méthode la plus répandue est la régression Ridge (Sabbaghi, 2018 ; Shariff & Duzan, 2018).

Une régression nommée « *la régression Ridge* » a été adoptée pour remédier à ce type problème (García-Pérez et al., 2020). Effectivement, de nombreux chercheurs (Díaz-Casero et al., 2012 ; Sabbaghi, 2018 ; Jaitang et al., 2021 ; Nguyen et al., 2021) ayant été confrontés au problème de multicollinéarité, ont eu recours à cette méthode dans le cadre de leur analyse empirique. Les coefficients estimés à l'aide de cette méthode sont plus proches des vraies valeurs des paramètres de régression. Ces estimations ont, par conséquent, une variance plus faible que celles obtenues au moyen des estimations de la régression OLS. Un grand nombre de méthodes d'estimation des valeurs des paramètres de la régression Ridge sont publiées dans la littérature et toutes se sont révélées meilleures que la méthode ordinaire des moindres carrés (OLS), basée sur le critère de la moyenne quadratique (Shariff & Duzan, 2018 ; Irandoukht, 2021). Elles sont également plus stables, car elles présentent une erreur quadratique moyenne plus faible et incluent toutes les composantes que l'on souhaite inclure dans notre modèle. Si l'on se réfère à notre cas par exemple, cette méthode permet de déterminer la répartition des PME dans le modèle sans pour autant réduire le nombre de variables (nous ne souhaitons pas exclure les variables qui présentent un VIF élevé car nous jugeons qu'elles sont très pertinentes pour notre analyse).

Par rapport aux hypothèses de validité de la régression Ridge, ces dernières sont les mêmes que celles de la régression linéaire : linéarité, variance constante et indépendance. Cependant, comme la régression Ridge ne fournit pas de limites de confiance, il n'est pas nécessaire de supposer que la distribution des erreurs soit normale.

Par conséquent, après avoir vérifié l'ensemble des hypothèses de validité de la régression Ridge, nous pouvons procéder à son exécution.

A. La sélection des variables

- **Variable dépendante** : LOGPME.
- **Variables indépendantes** : / Com/ Trans/ Indus/ Main.D/ Pop/ Finan.
- Avant d'utiliser nos variables telles quelles sont, nous avons effectué une transformation en introduisant le logarithme sur l'ensemble des variables afin d'améliorer la présentation et la validité statistique

Cette méthode permet l'estimation des paramètres du modèle en cas de multicollinéarité entre les variables explicatives sachant que les coefficients de régression Ridge standards ont été extraits pour différentes valeurs du paramètre k . La méthode des itérations (Hoerl, Kennard et Baldwin, 1976) a été utilisée pour trouver la meilleure valeur du paramètre Ridge. À l'aide du logiciel Statgraphics, nous avons pu effectuer 20 itérations de cette formule. Lorsque le paramètre de la régression $K=0.098$, nous avons obtenu le résultat suivant :

Tableau 38 : Résultats de la régression Ridge

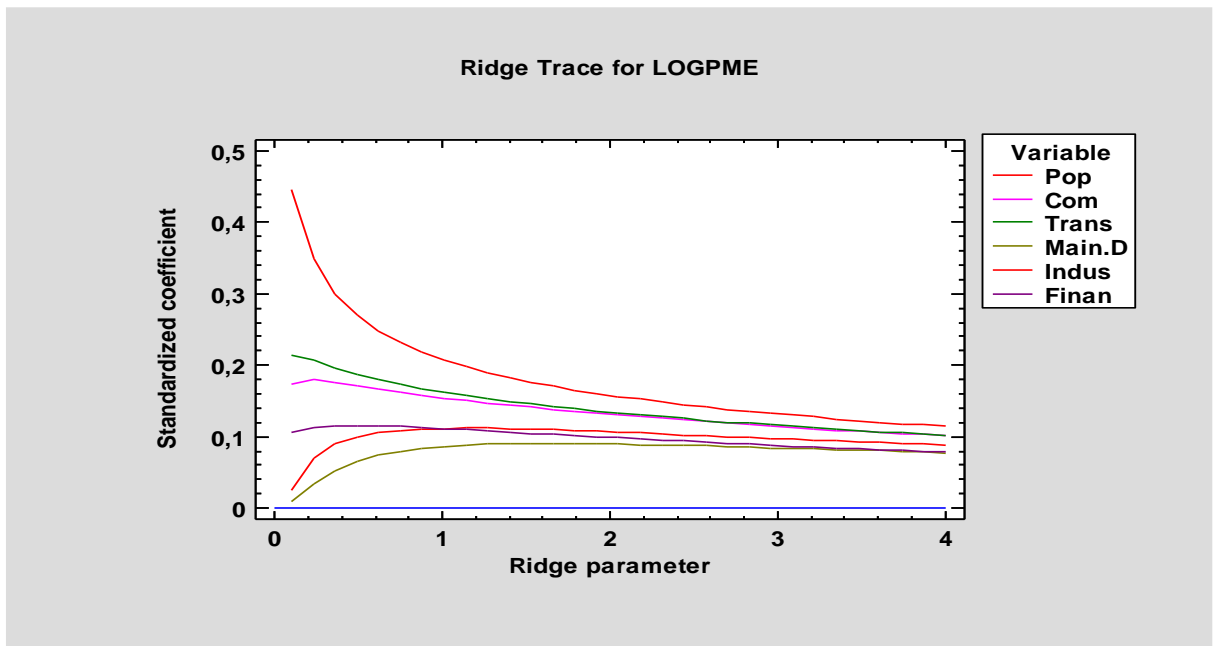
<i>Parameter</i>	<i>Estimate</i>	<i>Variance Inflation Factor</i>
CONSTANT	0,0481265	/
Pop	0,0269919	1,46207
Com	0,20024	1,79729
Trans	0,172521	1,99458
Main.D	0,00995758	1,58186
Indus	0,296054	1,88966
Finan	0,300833	1,41471

Source : Résultats de l'analyse

B. Résultat de la régression Ridge

- $K = 0.098$
- $R\text{-Squared} = 87,60 \%$
- $R\text{-Squared (adjusted)} = 83,93\%$
- $Standard\ Error\ of\ Est. = 0,105283$
- $Mean\ absolute\ error = 0,0771198$
- $Durbin\text{-Watson}\ statistic = 2,3351$

Graphe 17: Représentation des variables indépendantes dans la régression Ridge



Source : Résultat de l'analyse

La statistique R-Squared indique que le modèle tel qu'il est ajusté explique 87,60 % de la variabilité du LOGPME. La statistique R-carré ajustée, est également utilisé pour comparer des modèles avec différents nombres de variables indépendantes, est de 83,93 %. L'erreur standard de l'estimation montre que l'écart standard des résidus est de 0,105 283.

Une méthode à caractère itératif pour choisir la valeur du paramètre k a été développée par Hoerl et Kennard (1976) Montgomery et Peck (1982) ont prouvé que la trace de la crête dépend de la trajectoire des courbes estimées en fonction d'un certain nombre de valeurs constantes comprises entre zéros et un (Bager et al., 2017). Nous pouvons l'observer dans le Tableau 39 à travers les différentes propositions de K (Ridge parameter).

Tableau 39 : Variance Inflation Factors (VIF)

<i>Ridge Parameter</i>	<i>Pop</i>	<i>Com</i>	<i>Trans</i>	<i>Main.D</i>	<i>Indus</i>	<i>Finan</i>	<i>R-Squared</i>
0,0	26,7899	17,7887	7,94577	14,777	9,92696	2,45179	
0,0049	18,9285	14,3582	7,12255	10,9172	8,39224	2,3151	
0,0098	14,1414	11,8529	6,44718	8,52662	7,25763	2,21298	
0,0147	11,007	9,96271	5,87849	6,93374	6,3824	2,13037	
0,0196	8,84038	8,4992	5,39125	5,81261	5,68587	2,05993	
0,0245	7,27824	7,3418	4,96849	4,98909	5,11808	1,99773	
0,0294	6,11333	6,41003	4,59805	4,36305	4,64628	1,94146	
0,0343	5,22037	5,6484	4,27088	3,87356	4,24805	1,8897	
0,0392	4,51994	5,01758	3,97999	3,48171	3,90749	1,84151	
0,0441	3,95974	4,48905	3,71987	3,1617	3,61298	1,79627	
0,049	3,50417	4,04168	3,48608	2,89584	3,35585	1,75351	
0,0539	3,12827	3,65956	3,27501	2,67167	3,12948	1,71289	
0,0588	2,81418	3,3305	3,08369	2,48019	2,92873	1,67417	
0,0637	2,54878	3,04505	2,90962	2,31475	2,74954	1,63714	
0,0686	2,32228	2,79577	2,75072	2,17037	2,58868	1,60165	
0,0735	2,12727	2,57676	2,60521	2,04324	2,44352	1,56755	
0,0784	1,95802	2,38328	2,47157	1,93039	2,31191	1,53474	
0,0833	1,81007	2,21147	2,34852	1,82951	2,19208	1,50313	
0,0882	1,67988	2,05819	2,23493	1,73874	2,08256	1,47263	
0,0931	1,56464	1,92085	2,12982	1,65659	1,9821	1,44318	
0,098	1,46207	1,79729	1,99458	1,58186	1,88966	1,41471	87,60

Source: Résultats de l'analyse

En comparant simplement ces valeurs avec les autres valeurs du Tableau 39, il semblerait que $K= 0,098$ soit la meilleure valeur choisie, en fournissant les valeurs les plus faibles pour les VIF et les meilleurs résultats en termes de coefficient standardisé.

Les résultats du Tableau 39 montrent que dans le cas particulier de $k=0,098$, les niveaux des VIF pour les variables explicatives sont :

- $VIF(Pop) = 1,46207$
- $VIF(Com) = 1,79729$
- $VIF(Trans) = 1,99458$
- $VIF(Main.D) = 1,58186$
- $VIF(Indu) = 1,88966$
- $VIF(Finan) = 1,41471$

L'équation obtenue à partir de l'analyse de régression Ridge est la suivante :

$$\text{LOGPME} = 0,0481265 + 0,0269919*\text{Pop} + 0,20024*\text{Com} + 0,172521*\text{Trans} + 0,00995758*\text{Main.D} + 0,296054*\text{Indus} + 0,300833*\text{Finan}$$

D'après l'équation obtenue à partir de la régression Ridge (et Tableau 38), tous les coefficients sont positifs. Ce constat suggère, encore une fois, que la hausse du nombre des PME dans le territoire est expliquée par une augmentation des activités commerciales, du transport, des activités industrielles, de la main d'œuvre, de la densité de la population et des financements bancaires.

Sur la base des résultats fournis par la régression Ridge, avec un R squared de 0,876 ; soit 87,6 %, nous avons été en mesure de confirmer l'importance des facteurs de localisation et leur degré d'influence sur la répartition territoriale des PME. Autrement dit, l'activité commerciale, le transport, la main d'œuvre, la population, le financement bancaire et le secteur industriel contribuent à expliquer 87,6 % de la variance du nombre de PME.

On rappelle également que le R squared obtenu dans notre analyse exprime le pourcentage d'explication qu'a une variable indépendante sur la variable dépendante. Lorsqu'on effectue une comparaison entre les résultats de la régression linéaire simple (étape 3 de notre étude) et la régression Ridge (étape 4), on remarque que : dans la première régression linéaire simple, nous avons obtenu un R squared = 90,1 %, en utilisant la variable INDIC qui regroupe les 18 variables socio-économiques. Quant à la régression Ridge, nous avons obtenu un R squared = 87,6 %, ce qui signifie que dans les 18 variables utilisées, les six variables à elles seules (Com, Indus, Pop, Main.D, Trans, Finan) contribuent en grande partie à l'explication de la localisation des PME au niveau territorial.

Tableau 40 : Comparaison entre la régression linéaire et la régression Ridge

	OLS (avec INDIC qui représente les 18 variables indépendantes)	RIDGE (avec 6 variables indépendantes)
R squared (R carré)	90,1%	87,6%.

Source : Résultats de l'analyse

Cette comparaison confirme notre troisième hypothèse qui énonce que l'activité commerciale, le transport, la main d'œuvre, la population, le financement et l'activité industrielle sont les facteurs qui expliquent le mieux la répartition spatiale des PME. Ils contribuent en grande partie à l'explication de la répartition hétérogène des PME dans le pays ; la localisation des PME entre les wilayate dépend principalement de ces facteurs clés, d'où leur intérêt dans le cadre de notre analyse empirique. Effectivement, chaque entreprise s'installe dans un territoire qui lui procure les ressources nécessaires, en plus du capital financier et humain dont elle a besoin pour soutenir son développement. Comme le souligne Müller (2016), les sites offrant une bonne accessibilité au capital financier, le capital humain et le capital social favorisent l'attractivité des entreprises.

Le reste des variables telles que les établissements d'enseignement, les administrations, les agences de communication, les établissements de santé, influencent implicitement la répartition des PME ; ils peuvent être considérés comme des facteurs secondaires, facilitateurs et complémentaires aux facteurs principaux. En d'autres termes, ils ont une contribution minimale face aux six facteurs utilisés dans la régression Ridge. De même, c'est en combinant l'ensemble des facteurs socio-économiques et démographiques que les wilayate peuvent être en mesure d'attirer le maximum de PME ; il s'agit de mettre en place des stratégies d'attractivité territoriale adéquates et adaptées aux besoins de chaque wilaya afin de préserver l'équilibre de la répartition spatiale des activités économiques.

En effet, les chercheurs confirment que les déterminants qui constituent l'environnement macroéconomique des entreprises sont pertinents dans leur choix d'implantation (Sjöstrand et al., 2019). Jain et al. (2016) évoquent également l'importance de la dimension macroéconomique du marché, sa croissance, la densité commerciale et ses contraintes, le coût et la disponibilité de la

main-d'œuvre, les coûts et l'accessibilité au transport et à l'information, les infrastructures et les initiatives gouvernementales, l'ouverture du pays et les réglementations commerciales et fiscales.

Les PME jouent un rôle crucial dans les économies nationales ; ce secteur est fortement considéré comme le moteur du développement et du dynamisme régional. Par conséquent, le bon choix d'un emplacement requiert, pour les autorités locales et les urbanistes, des informations adéquates sur les différents facteurs qui déterminent les choix d'emplacement.

C. Interprétation des résultats en justifiant les variables utilisées

L'activité commerciale : la proximité des marchés, les fournisseurs et les coopérateurs sont considérés par les chercheurs comme étant les facteurs les plus importants pour stimuler le développement des PME (Chłoń-Domińczak et al., 2020). Les études antérieures récentes sur l'analyse des choix d'implantation des entreprises révèlent que la proximité des grands marchés est un déterminant important influençant les décisions des entreprises. Les travaux empiriques témoignent de l'importance de l'accès aux marchés, puisque la plupart des villes qui se sont développées de façon précoce ont bénéficié d'une localisation offrant un accès aux marchés environnants. Dans la plupart des cas, il s'agissait soit des villes portuaires, soit des villes frontières, ou encore des villes constituant un réseau de communication dont elles étaient le centre (Victor, 2004).

En définitive, cette variable représente l'accès et la proximité au marché et à la demande finale. Les entreprises cherchent à se rapprocher le plus possible de la demande et s'implantent dans les régions les plus denses qui regroupent le plus grand nombre de distributeurs (Van Noort & Reijmer, 1999 ; Szymańska & Plaziak, 2014). En effet, les entreprises produisant des produits de consommation ont tendance à s'implanter dans des villes ou des régions plus peuplées visant la proximité avec le marché des consommateurs (Rahman & Kabir, 2019). D'autant plus que la présence d'un parc d'activité économique au sein d'une ville influence de façon significative et positive la localisation des entreprises ; la significativité économique de cette variable pourrait démontrer que la présence d'un parc d'activité économique au sein d'une ville constitue un facteur d'attractivité qui conditionne positivement le choix de localisation d'une entreprise (Capron, 2009).

La densité de la population : Le capital humain est un facteur de maintien. Il revêt une importance croissante dans le choix du lieu d'implantation. Il est légitime de supposer que les entreprises choisissent leur lieu d'implantation en fonction de la dimension de la demande potentielle pour leurs biens et services (Ross et al., 2015). Il est également tout autant raisonnable de supposer que si la demande de biens et de services augmente, de nouvelles entreprises entreront sur le marché pour satisfaire cette demande accrue (Capron, 2009). En général, afin de mesurer la taille et la croissance de la demande, les indicateurs population ou la densité de la population sont le plus souvent choisis (Ghani et al., 2012).

La densité de la population mesure également les effets d'agglomération (Koning et al., 2010 ; Lasch, 2012 ; Carayannis, 2020) ; elle favorise la production d'économies d'agglomération (Kibler, 2013 ; Boutillier et al., 2016). De ce fait, elle a également une incidence positive sur la localisation des entreprises dans le sens où elles représentent, en général, les zones urbaines qui possèdent des atouts majeurs pour le dynamisme des firmes. Les enquêtes empiriques confirment que les environnements urbains tendent à soutenir les processus de création d'entreprises en offrant davantage d'opportunités et de ressources entrepreneuriales locales (accessibles) que les zones rurales qui sont faiblement peuplées (Kibler, 2013).

En effet, le niveau d'urbanisation a une incidence positive sur les économies de localisation. Les agglomérations spatiales créent des avantages de localisation en termes de diffusion et de coopération entre les entreprises. L'avantage de l'urbanisation provient, entre autres, de la réduction des coûts de transport et de la proximité des fournisseurs et des clients ; l'accès aux clients peut être représenté par le degré d'urbanisation (Chłoń-Domińczak et al., 2020).

Par ailleurs, les avantages résultant d'une forte densité de population comprennent la facilité relative d'accès aux clients ; un nombre de populations élevé dans une région particulière est égal à un nombre de consommateurs élevé : «*Les espaces densément peuplés garantissent des demandes plus élevées* » (Lamarlière & Staszak, 2000, p.124).

Sans oublier les facteurs de production nécessaires (capital, main-d'œuvre, fournisseurs) pour produire les biens ou les services, et sans oublier la diversification de la demande des consommateurs (Stam, 2010). En d'autres termes, les effets d'agglomération portent sur les avantages que retire une entreprise de sa localisation à proximité d'autres entreprises, qui augmentent avec le nombre d'entreprises situées au même endroit (Carayannis, 2020).

La main d'œuvre : en soi, les entreprises souhaitent se situer dans des territoires où le secteur dans lequel elles veulent investir est déjà concentré, afin de bénéficier d'une main-d'œuvre en adéquation avec leurs besoins (Victor, 2004).

Le nombre de chômeurs est utilisé comme indicateur de la disponibilité de main d'œuvre à l'échelle locale. La dimension du capital humain porte des appellations différentes dans les nombreux articles de recherche (Zhao, 2019). Les variables liées au capital humain sont toujours envisagées dans les études liées à la localisation des entreprises ; les firmes souhaitent s'installer dans les régions où le secteur qu'elles veulent investir dispose d'une main d'œuvre adaptée à leurs besoins.

Aussi, le taux de chômage est souvent introduit dans les modèles économétriques pour analyser l'implantation des PME, étant assimilé à l'existence d'une main d'œuvre disponible et de qualité (Mayer et Mucchielli, 1999 ; Sergot, 2004) ;

D'ailleurs, on remarque que la population en chômage en Algérie est très diversifiée ; selon les données officielles de l'ONS (2019), 27,8 % des chômeurs sont diplômés de l'enseignement supérieur, 26,5 % sont diplômés de la formation professionnelle, et 45,8 sont sans diplôme. Ainsi une abondance élevée de main d'œuvre diversifiée et qualifiée peut être un puissant facteur d'attractivité pour les firmes (Victor, 2004).

L'accessibilité au transport : le degré de développement et la qualité des infrastructures de transport sont des facteurs qui expliquent la localisation des entreprises (Spalanzani et al., 2016).

L'une des caractéristiques importantes liées à l'urbanisation est l'accès aux différentes infrastructures de transport (transport de tous types). Ce qui engendre un effet significatif sur la croissance urbaine et par conséquent, un effet positif sur la localisation des entreprises (Chłoń-Domińczak et al., 2020).

En effet, le transport représente l'un des facteurs d'attractivité des firmes des plus importants. Ce facteur est quasi présent dans toutes les théories de localisation. Vlachou & Iakovidou (2015) estiment que le rôle des transports a une très longue histoire dans la théorie classique de la localisation. De nombreux travaux ont été consacrés à la relation entre le transport et la stratégie de localisation des entreprises. Par ailleurs, la faiblesse des infrastructures de transport ne stimule

guère la progression de l'entreprise. C'est pour cette raison que la nature et la qualité du système de transport deviennent un facteur très important dans la décision des entreprises de s'implanter dans une région plutôt qu'une autre.

L'activité industrielle : la structure industrielle joue un rôle stimulant pour les PME (Julien, 2015). En effet, une structure industrielle avec une très forte présence d'entreprises sert de modèle aux futures entreprises ; le fait de vouloir tirer profit des économies d'agglomération détermine les choix de localisation (Zhao, 2019). Jain et al (2016) rajoutent que la compétitivité et la nature du marché national de l'industrie s'avèrent être un facteur déterminant dans le choix de localisation vu que les entreprises choisissent d'imiter les choix de localisation d'autres concurrents de l'industrie afin de gagner en légitimité (Sjöstrand et al., 2019). La nature de l'industrie est ainsi rapportée comme un élément important pour la concurrence, surtout pour les entreprises dont le besoin d'infrastructures est spécifique ; le cas de l'industrie du ciment, des pneus et de l'automobile.

D'autant plus que la structure économique est en partie touchée par le poids des PME dans le tissu économique. Comme il a déjà été mentionné par les chercheurs, les PME sont la meilleure école pour les futures entreprises. Effectivement, Julien (2015) rapporte que Binet et al (2010) invoquent l'hypothèse de Holcombe (1998), qui révèle que plus il y a une concentration d'entreprises dans une région, plus la création de nouvelles entreprises est élevée ; les entreprises performantes sont plus au moins citées dans les médias et servent d'exemple pour attirer d'autres entreprises locales, qui souhaitent tirer avantage, à la fois du marché dynamique, mais aussi de la main-d'œuvre formée en partie par les entreprises voisines. Dès lors, les PME elles-mêmes sont considérées comme un facteur d'attractivité territoriale.

Plusieurs mécanismes liés à la structure industrielle dans une région peuvent être à l'œuvre ce que les universitaires et les décideurs politiques aiment appeler un cluster. Le concept est lié aux clusters dans les économies de localisation retrouvées dans la littérature académique ; la localisation des PME implique des économies d'agglomération résultant de la concentration des mêmes activités ou d'activités similaires (Jafari & Benthami, 2020).

En effet, les entreprises ont intérêt à être le plus près possible les unes par rapport aux autres (principe de différenciation minimale) pour attirer le plus de consommateurs possible. Comme le montrent d'ailleurs les modèles qui, dans la lignée de Hotelling, prennent en compte la concurrence

spatiale avec interactions stratégiques entre les entreprises (Boutillier et al., 2016). Aussi, selon la théorie de l'agglomération spatiale, la présence d'autres entreprises sur un même site a pour effet de profiter d'externalités positives dans la production. Les entreprises préfèrent se rapprocher d'autres entreprises du même secteur, car le choix de fournisseurs ou de sous-traitants est certainement plus large et les services spécialisés plus diversifiés que dans d'autres régions (Victor, 2004).

Et enfin, la densité des activités industrielles répond à l'échange de connaissances entre les entreprises et aux relations non économiques de socialisation. Ces relations comprennent tous les transferts informels de technologie et de savoir-faire qui améliorent la performance des entreprises dans un même contexte. Les entreprises vont ainsi se localiser à proximité de leurs concurrents. Le développement de clusters spécialisés autour d'une même activité permet de conserver un lien étroit avec les progrès des concurrents et de bénéficier des biens publics formels et informels générés naturellement par le simple fait de la concentration.

Le financement bancaire : Il est incontestable que les ressources financières sont essentielles pour faire fonctionner une entreprise et pour assurer sa survie à long terme (Jebna & Baharudin, 2013).

L'accès au financement a été reconnu comme l'un des éléments clés de la réussite des PME. Un secteur bancaire fournissant des prêts à faible coût est sans doute l'un des facteurs des plus importants pour l'attractivité des PME. En effet, sur ce sujet, la littérature suggère qu'un meilleur accès financier pour les PME contribue à la croissance économique, à la réduction des inégalités territoriales et à la réduction de la pauvreté. Au niveau des entreprises, la réduction des contraintes financières peut renforcer l'activité des entreprises et favoriser leur attractivité (Afande, 2015).

Sans financement adéquat, les PME ne peuvent pas se procurer les ressources nécessaires pour se développer et être compétitives sur les marchés locaux, ni même établir des liens commerciaux avec des firmes plus importantes (Mosbah & Debili, 2014). Les obstacles liés au financement bancaire empêchent, de ce fait, les entreprises de concrétiser leurs opportunités commerciales et donc de se localiser là où elles peuvent espérer de meilleures opportunités (Stam, 2010).

3 Synthèse des résultats et discussion

Sans vouloir surévaluer la pertinence des travaux économétriques et des tests proposés dans le cadre de notre étude empirique, les résultats obtenus de notre analyse se résument de la manière suivante :

- Le 1^{er} résultat obtenu du test de Gini : après l'application l'indice de GINI qui nous a permis de définir le taux d'hétérogénéité des PME entre les 48 wilayate, nous avons pu aboutir à un taux d'inégalité de 42 % durant l'année 2019, contre un taux d'inégalité de 37 % durant l'année 2009. On a pu alors observer une légère augmentation des inégalités dans la répartition des PME sur le territoire. On peut supposer que les PME se regroupent davantage dans les wilayate qui disposent au préalable d'un certain nombre de PME ; la présence de PME dans certaines wilayate attire davantage d'autres PME.
- Le 2^{ème} résultat obtenu de l'analyse de l'ACP : l'analyse nous a permis de classer les wilayate selon leur état de développement en termes d'infrastructures et de facteurs socio-économiques ; nous avons pu distinguer les wilayate les plus favorisées de celles qui le sont le moins. Les fortes disparités mesurées entre les 48 wilayate révèlent clairement le lien direct entre le cadre socioéconomique local et l'intensité des PME. Nous réalisons que 79 % du nombre des PME sont localisées dans les wilayate (favorisées) dans l'AXE 1 ; soit près de 30 %, des wilayate détiennent pratiquement 80 % des PME.

Aussi, l'ACP nous a permis de réduire la dimension de l'axe 1 (qui comprend 18 variables) en une nouvelle variable. Nous avons pu aboutir à un score (FACT 1) qui peut être considéré comme un indicateur utile synthétisant l'ensemble des variables socio-économiques utilisées dans notre analyse (18 variables à l'exception de la variable Agr) en une seule donnée. En somme, l'ACP a été utilisée pour deux raisons ; elle nous a été utile dans le traitement des données pour établir les éventuelles relations entre les 19 indicateurs afin de pouvoir effectuer un diagnostic territorial pertinent. Mais plus encore, elle nous a permis de réduire des données de sorte qu'une régression plus significative puisse être effectuée.

- Le 3ème résultat, l'indicateur (INDIC) obtenu de l'ACP nous a servi pour calculer le coefficient de corrélation avec le nombre de PME ; nous avons obtenu un coefficient R qui est égal à 0,942.

Nous arrivons à la conclusion qu'il existe une relation positive très forte entre le contexte socio-économique et le nombre de PME réparti dans le territoire ; plus les facteurs socio-économiques se renforcent, plus le nombre de PME s'intensifie.

Par la suite, nous avons procédé à une analyse de régression linéaire simple toujours entre la variable INDIC et le nombre de PME ; nous avons obtenu un R squared de 0,901.

Ce résultat signifie que le milieu socio-économique des wilayate explique à 90,1 % la répartition des PME ; ce qui est jugé, d'un point de vue statistique et économique, comme un résultat très significatif et très pertinent.

- 4e résultat obtenu de la régression Ridge : pour l'utilisation de la régression Ridge, nous avons choisi de vérifier uniquement les six variables indépendantes (explicatives) qui sont susceptibles d'avoir le plus d'impact sur notre variable dépendante qu'est le nombre total de PME. La sélection des variables s'est effectuée sur la base des indicateurs les plus employés et les plus pertinents dans la revue de la littérature (en tenant compte de leur disponibilité dans le contexte de l'Algérie). Les variables indépendantes explicatives en question sont : l'activité commerciale, le transport, la main d'œuvre, la population, l'activité industrielle et le financement bancaire.

À savoir, nous avons établi une matrice de corrélation entre toutes ces variables indépendantes et la variable dépendante. Nous avons ainsi obtenu les résultats suivants :

- Il existe une relation positive très forte entre les facteurs ; activités commerciales, le transport, la densité de la population, la main d'œuvre, les activités industrielles, les financements bancaires et le nombre de PME.
- Les résultats de la régression Ridge révèlent que l'ensemble des variables (activités commerciales, le transport, la densité de la population, la main d'œuvre, les activités industrielles, les financements bancaires) sont responsables à 87,60 % (R squared) de la distribution des PME ; ces variables occupent une position très importante et prioritaire dans la politique de distribution territoriale des PME et sont responsables du comportement spatial des PME.

- En comparant les résultats de la régression Ridge et régression linéaire, nous pouvons constater que la plus grande contribution des facteurs de localisation revient aux six facteurs cités plus haut ; les autres facteurs utilisés dans l'ACP peuvent être qualifiés de critères d'accompagnement et de support. Ce qui implique également que la localisation des PME dépend, dans une large mesure, de ces six facteurs (activités commerciales, le transport, la densité de la population, la main d'œuvre, les activités industrielles et les financements bancaires) ; ils peuvent être considérés comme étant les facteurs les plus influents dans la localisation des PME dans le contexte de l'Algérie. Ils peuvent également être considérés comme les facteurs prioritaires dans la politique d'attractivité des entreprises.

Par ailleurs, sur la base les résultats issus de notre cadre empirique, nous pouvons en conclure que les analyses effectuées par les régressions sont valides et peuvent contribuer à orienter les futurs travaux de recherche, en testant d'autres variables contextuelles et qualitatives, ainsi que leur répercussion sur le développement des PME.

Conclusion chapitre IV

Ce chapitre nous a permis de comprendre pourquoi les activités économiques s'installent dans certains lieux. Expliquer les structures spatiales qui en résultent est une problématique qui concerne de plus en plus d'économistes et de gestionnaires. La compréhension de cette question permet de fournir les outils nécessaires qui permettent d'agir sur l'espace et sur sa gestion. Le territoire n'est désormais plus considéré par les PME comme un simple espace abritant un ensemble de ressources génériques. Il est actuellement producteur de ressources spécifiques engendrées par une dynamique locale mise en place par les agents du territoire. Le territoire est également considéré comme l'unificateur des moyens et des savoir-faire, permettant le développement d'un capital relationnel local qui consolide les compétences professionnelles des entreprises et fonde leur ancrage territorial (Jafari & Benthami, 2020).

À cet effet, les PME sont de plus en plus conscientes de l'importance du choix d'une implantation adéquate. Les régions ayant une bonne accessibilité au capital financier et au marché, ainsi qu'au capital humain et social, favorise l'attractivité des entreprises. Les régions dotées d'un fort dynamisme en termes d'entreprises reflètent les conditions jugées propices à leur implantation. De ce fait, cela confère aux régions le pouvoir de soit limiter soit favoriser leur création.

Aussi, nous savons pertinemment que les PME sont des moteurs essentiels du développement économique régional ; ces dernières créent beaucoup plus de nouveaux emplois que leurs homologues de grande taille (Müller, 2016). Les études montrent l'existence d'un impact positif de l'activité des entreprises sur la croissance dans les régions, même en tenant compte de la mort des entreprises. Et même si nous avons pu observer une faible contribution des PME algériennes au tissu socio-économique, cela ne diminue en rien leur importance dans la création du dynamisme économique territorial ; l'environnement sociopolitique du pays a connu quelques instabilités durant cette année.

Par conséquent, cette partie de la thèse nous a permis d'élucider, entre autres, le lien existant entre la PME et son territoire d'implantation, et de dégager les principaux facteurs responsables de leur dynamisme. Nous avons pu également expliquer le comportement spatial des PME en Algérie. Afin de vérifier la validité de notre démarche méthodologique quantitative, nous avons présenté en premier lieu une explication théorique des déterminants de la répartition spatiale des PME ainsi que leur utilisation dans les différents travaux empiriques. Le but de notre démarche de recherche était d'expliquer pourquoi certaines wilayate avaient plus de PME que d'autres ; pour

quelle raison les PME se concentrent dans certaines wilayate plus que d'autres. L'investigation empirique avait nécessité la mobilisation de plusieurs outils d'analyses tels que le coefficient de GINI, l'ACP, les coefficients de corrélation et les régressions, afin de décrire et d'expliquer au mieux le dynamisme des PME et d'avoir, par la même occasion, un état des lieux des wilayate vis-à-vis de leur développement socio-économique.

Enfin, ce travail de recherche nous a permis d'identifier les principaux critères responsables du choix de la localisation des entreprises. L'activité des PME est ainsi liée à son environnement local et aux facteurs qui constituent cet environnement. Des facteurs secondaires ou d'accompagnement contribuent également à l'explication de leur répartition territoriale. Par ailleurs, les résultats empiriques démontrent que la distribution des PME peut être expliquée, de manière plus significative, par les conditions de la demande locale, la diversité des activités commerciales et industrielles, de la disponibilité du transport, la diversité du capital humain, l'accès au financement et la présence d'externalités d'agglomération.

CONSLUSION GÉNÉRALE

En cherchant un lieu pour exercer ses activités, chaque entreprise choisit un emplacement qui convient le mieux à ses besoins. Une localisation inadaptée peut engendrer des effets négatifs. De ce fait, un emplacement approprié peut améliorer sensiblement la compétitivité d'une entreprise sur le marché, en offrant des avantages tels qu'une capacité de production accrue, des gains plus importants, une expansion, un meilleur service à la clientèle, une augmentation de la richesse des actionnaires et une réduction des coûts (Martyniuk-Pęczek et al., 2017).

La revue de la littérature (chapitre I) nous a permis d'identifier et d'analyser les facteurs de localisation des entreprises. Les facteurs faisant partie des premières théories de localisation se sont d'abord concentrés sur la minimisation des coûts (Thunen, 1826 ; Launhardt, 1882 ; Predöhl, 1928 ; Weber, 1929), puis sur l'analyse du marché et la maximisation des profits (Palander, 1935 ; Lösch, 1940 ; Hoover, 1948 ; Isard, 1956). Dans la seconde moitié du vingtième siècle, une approche comportementale a été introduite (Pred, 1967), selon laquelle l'explication du choix d'une localisation prend en compte l'existence d'un décideur, dont le comportement est caractérisé par une rationalité limitée. Au-delà d'une simple prise en compte, on aura compris que la question territoriale implique un nouveau regard et un certain renouveau conceptuel de l'analyse économique (Pecqueur, 2014).

Actuellement, le choix de la localisation d'une entreprise est largement conditionné par des facteurs liés au développement économique et social (Van Noort & Reijmer, 1999). Cependant, il semblerait qu'il soit impossible de créer un éventail universel de facteurs influençant la décision de localisation d'une entreprise. De plus, même une centaine de facteurs peuvent être pris en compte dans la décision d'implantation, mais seuls quelques-uns d'entre eux peuvent être réellement importants (Vlachou & Iakovidou, 2015).

Sur la base des théories classiques de localisation, nous avons pu constater l'évolution des analyses de localisation à travers les travaux empiriques exposés dans le dernier chapitre. Alors que les premières études étaient axées sur la compréhension du modèle de distribution et du mécanisme associé des établissements humains et des activités. L'analyse de localisation

contemporaine a évolué pour aider à la prise de décision en matière de localisation dans divers contextes régionaux. À la suite de cette évolution, le domaine de l'analyse de localisation maintient sa pertinence et son influence dans les différents domaines de recherche. L'analyse de localisation est alors exploitée pour contribuer à résoudre les questions émergentes concernant la durabilité et les défis environnementaux.

Par ailleurs, les recherches préexistantes soulignent la difficulté de cerner les choix d'implantation des entreprises avec les outils d'analyses statistiques. Dans ces conditions, la rationalité économique ne saurait à elle seule rendre compte de la décision. Cela est d'autant plus vrai que, pour une décision donnée, un nombre important de localisations alternatives, économiquement viables, s'offrent aux entreprises, en particulier à l'intérieur d'un même territoire national.

Aussi, en vue d'obtenir une exécution efficace de la localisation des PME, il est important pour pouvoirs publics qu'ils aient une bonne compréhension des différents facteurs qui déterminent le choix de la localisation. À ce jour, nous ne disposons pas réellement d'un large choix d'études qui traitent cette thématique au niveau territorial. C'est la raison pour laquelle nous avons entrepris ce projet de recherche avec pour objectif de mieux comprendre l'impact des du contexte socio-économique sur la distribution territoriale des PME.

En s'inscrivant clairement dans une logique académique d'accumulation des connaissances et grâce aux apports des travaux préexistants, une mise en relation des choix structurant la thèse avec la littérature nous a permis de mieux cerner la contribution apportée au corpus des connaissances, précédemment produites sur la thématique de la localisation d'entreprises.

En effet, l'objectif général de la recherche a été posé dès l'introduction et développé dans les différents chapitres théoriques. Notre but était d'abord de mettre à jour les éléments qui guident, dans les faits, les entreprises dans leur choix de localisation. Cet objectif est en soi innovant pour le cas de l'Algérie, car, de nombreuses enquêtes par questionnaire ont été réalisées par les chercheurs algériens afin de justifier le choix de localisation des entreprises dans certaines wilayate, mais peu de travaux ont été réalisé sur l'ensemble des 48 wilayate du pays.

Sur le plan méthodologique, aborder cette thématique en combinant plusieurs outils d'analyses pertinents tels que le test de GINI, l'ACP et les régressions, nous a permis de mieux affiner nos résultats et de mieux comprendre le phénomène d'implantation des PME en Algérie sous différents angles.

À la lumière de tout ce que nous avons pu voir jusqu'à maintenant, ce travail de recherche nous a permis de soulever plusieurs points importants :

- La diversité des apports théoriques relatifs à la localisation des entreprises ainsi que la mobilisation des chercheurs et des connaissances issues de diverses disciplines démontrent la richesse et l'importance de ce thème.
- Les PME ont une contribution indéniable dans le tissu socio-économique de la plupart des pays du monde.
- On constate d'après les récents travaux de recherche que de plus en plus de chercheurs intègrent le contexte territorial dans l'analyse du dynamisme des entreprises.
- L'analyse du dynamisme des PME en Algérie nous a permis de faire le point et d'avoir un diagnostic actualisé sur l'état de ce secteur dans le pays. Bien qu'officiellement, de nombreuses politiques de la part du pouvoir public ont été mises en place afin d'encourager la création et le développement de la PME, on constate, d'après nos résultats d'analyses, que cela reste encore insuffisant. L'État doit doubler d'effort envers les wilayate qui sont les plus démunies en termes d'infrastructures afin d'encourager le dynamisme territorial des PME.
- Il convient, sur ce point, de rappeler le caractère exploratoire de la recherche ; nous avons pu tester et combiner différents outils d'analyses, afin de répondre à notre problématique. En ce sens, les objectifs assignés ont été pleinement atteints.

Par ailleurs, les résultats obtenus nous ont permis de répondre à notre question centrale : « *Quel est l'état de la localisation des PME en Algérie et quels sont les principaux facteurs déterminants de leur répartition entre les différentes wilayate ?* » et de conforter, à partir d'une démarche méthodologique et des analyses statistiques, les hypothèses initialement énoncées. On peut les résumer de la manière suivante :

<p style="text-align: center;">Hypothèse 01</p> <p style="text-align: center;">Les PME connaissent une distribution territoriale hétérogène.</p>	<p>L'indice de Gini nous a permis de confirmer l'Hypothèse 01. En effet, en calculant le degré d'hétérogénéité des wilayate par rapport au dynamisme des PME durant l'année 2019, on obtient un taux de 41 %, soit une inégalité dans la distribution qui est considérée selon les normes comme relativement moyenne, mais qui a tout de même connu une croissance si on la compare avec la distribution de l'année 2009, qui s'estime à 37 %. Effectivement, on suppose que les wilayate qui sont négligées en termes d'infrastructures n'ont pas connu d'amélioration entre 2009 et 2019, et que les wilayate favorisées attirent toujours de plus en plus de PME.</p>
<p style="text-align: center;">Hypothèse 02</p> <p style="text-align: center;">L'environnement socio-économique dans lequel les PME évoluent, à une incidence positive sur leur distribution spatiale.</p>	<p>Les analyses de corrélation et de l'ACP nous ont permis de confirmer l'Hypothèse 02 en démontrant qu'il existe, effectivement, une relation positive très forte entre le contexte socio-économique et l'implantation des PME. Un environnement propice en termes d'infrastructure socio-économique et démographique encouragerait l'attractivité des PME dans un territoire donné. À l'appui de la régression linéaire utilisée avec la variable obtenue de l'ACP, il a été confirmé que le milieu socio-économique contribue fortement à la répartition des PME au niveau territorial.</p>

<p style="text-align: center;">Hypothèse 03</p> <p>La répartition des PME au niveau des wilayate est expliquée par une série de facteurs importants tels que l'activité commerciale, le transport, la main d'œuvre, la densité de la population, le financement bancaire et l'activité industrielle.</p>	<p>Les résultats obtenus de la régression Ridge nous ont permis de confirmer l'Hypothèse 03. En ayant obtenu un R squared égal à 87,60 %, ce taux signifie que la répartition territoriale des PME est expliquée a 87,60% par les facteurs cités dans l'hypothèse. De ce fait, en comparant ces résultats avec ceux de la régression OLS, nous affirmons que les facteurs cités dans cette hypothèse sont les éléments les plus déterminants et les plus prioritaires dans la distribution spatiale des PME en Algérie.</p>
---	--

Ce projet de recherche nous a permis d'avoir une meilleure compréhension et perception du contexte territorial et son impact sur la répartition spatiale des PME.

À cet effet, l'originalité de ce travail de recherche réside dans la combinaison du cadre conceptuel et du choix de la méthodologie utilisée ; peu de travaux de recherche ont utilisé notre méthode pour expliquer le dynamisme des PME en Algérie. À ce point, il convient de rappeler le caractère exploratoire de la recherche. Effectivement, nous avons réussi à explorer plusieurs outils statistiques et techniques d'analyses, qui nous ont permis d'exploiter efficacement notre base de données. En ce sens, les objectifs assignés ont été pleinement atteints. En effet, les résultats obtenus permettent à la fois de conforter, à partir d'une démarche méthodologique et de l'étude d'un terrain différent, les résultats des travaux antérieurs sur les déterminants responsables de la localisation des entreprises.

Effectivement, dans ces conditions, le travail d'interprétation s'est largement appuyé sur le cadre conceptuel préalablement défini, tout en ayant conscience de l'existence d'interprétations alternatives. Ce qui explique que les limites des approches quantitatives pour la compréhension des mécanismes décisionnels complexes militent en faveur de l'utilisation d'analyses plus qualitatives. Ces dernières leur permettent de mieux cerner les spécificités relatives au choix d'implantation des entreprises et des phénomènes cognitifs et institutionnels qui les affectent ainsi que du contexte organisationnel dans lequel ils s'inscrivent.

Globalement, ce travail de recherche répond aux objectifs scientifiques visés, tout en contribuant aux développements des méthodes nécessaires à l'avancement des connaissances sur la thématique de la localisation des entreprises. Néanmoins, cette thèse présente, comme tout projet de recherche, certaines limites.

Limites et perspectives

La forte hétérogénéité des recherches antérieures centrées sur la compréhension du phénomène de la répartition des entreprises a été évoquée auparavant. La taille de l'échantillon, le choix d'entreprises, le choix sectoriel, l'échelle géographique, la qualité et la richesse des données statistiques utilisées, la durée de la période d'observation, peuvent varier d'une étude à une autre.

Les facteurs responsables de la répartition des PME au niveau territorial peuvent connaître une évolution dans le temps et dans l'espace. Ils peuvent également avoir des influences diverses. Le choix d'un lieu d'implantation est le résultat d'un certain nombre de facteurs dont le poids et la diversité varient fortement d'une situation à l'autre. Lasch (2012) estime que les travaux de recherches sur les entreprises par rapport à l'environnement socio-économique ne sont pas très diversifiés dans le monde académique, et encore moins dans le contexte de l'Algérie. Des résultats très hétérogènes peuvent être obtenus lorsqu'il s'agit d'études qui s'appuient sur des démarches qualitatives ou bien quantitatives, en utilisant des données macro-économiques issues des organismes de statistiques officielles, et en ayant recours à des approches d'analyses très variées, que ce soit par région, par ville ou par pays. Ce qui limite, entre autres, la validité et la comparaison de ces résultats. Le territoire d'étude ainsi que les échantillons utilisés sont généralement faibles et restreints à l'extrapolation (Chantal & Serge, 2017).

Appliquer un modèle de localisation optimale signifie disposer de nombreuses données sur l'environnement géographique, sur les infrastructures politiques, sur le comportement des usagers et du décideur ainsi que la culture du pays. La plupart des données ont une composante spatiale et/ou temporelle, ajoutant une dimension au problème. Les organismes publics officiels ne disposent généralement pas d'une telle base de données répondant aux exigences du modèle de localisation. Quant aux facteurs qualitatifs, ils sont difficiles à quantifier. Les héritages culturels et historiques sont des mécanismes sous-jacents importants pour le dynamisme d'une région. En effet, certains auteurs constatent que les institutions informelles au niveau communautaire, telles que la culture et les normes locales, influencent l'activité des firmes.

Quant aux données qui sont récoltées par différents organismes, ils peuvent présenter des problèmes liés à *compatibilité* et à la *comparabilité* des bases de données. Il n'existe souvent aucune mesure de *fiabilité* des données exposées, comme le soulignent de nombreux auteurs (Thomas, 1986).

D'autant plus que chaque modèle, y compris les modèles d'analyse de régression, n'est qu'une abstraction de la réalité, ou une approximation de la réalité. Cela signifie que tous les modèles contiennent une certaine quantité d'erreurs lors de l'approximation de cette réalité. Il est également évident que certains déterminants retrouvés dans la revue de littérature ne sont pas applicables dans notre contexte dû au problème de l'accessibilité aux données. Ce qui signifie qu'il pourrait y avoir d'autres déterminants indispensables pour les entreprises qui ont été négligés. Sans oublier que les décisions de localisation sont extrêmement complexes et l'étude des facteurs de localisation des entreprises n'a pas réussi jusqu'à présent à créer un consensus clair, que ce soit en termes d'approche ou de conclusions.

La collecte et la gestion des données devraient être facilitées par l'avènement des nouvelles technologies ; SIG (Systèmes d'Information Géographique) et leur inclusion dans les dispatchings. Le succès de ces nouvelles techniques informatiques dépend toutefois de la récolte et de la fiabilité des données. Chercheurs et décideurs gagneraient à collaborer plus étroitement : une meilleure connaissance de l'utilité des statistiques motiverait les administrations publiques à améliorer la qualité des données et à mieux cibler leur récolte.

Il existe, par conséquent, de nombreuses perspectives d'investigations permettant de dégager, avec plus de précision, les facteurs d'attractivité locaux influençant l'implantation des entreprises. Les études futures devraient porter leur réflexion sur la question de combiner les approches quantitatives et qualitatives, qui aideront à mieux appréhender le phénomène de la répartition spatiale des entreprises. La voie pour des recherches plus approfondies est ainsi ouverte afin d'aider les collectivités publiques à mettre en place des stratégies plus efficaces pour stimuler l'attractivité territoriale.

Nous terminons ce travail avec une citation des auteurs A. Bailly et B. Ferras rapportée par Soussi (2013) qui rappellent que : « *Même si chaque chercheur peut défendre la logique de son modèle, il ne faut pas oublier la diversité des visions du monde, donc des modèles potentiels* ». (p.349).

Bibliographie

Abedou, A., Bouyacoub, A., & Kherbachi, H. (2013). L'entrepreneuriat en Algérie 2011 : Global Entrepreneurship Monitor (GEM). GIZ (Allemagne) CREAD (Algerie).

Abedou, A., Bouyacoub, A., & Lallement, M. (2007). PME, emploi et relations sociales France-Maghreb. <https://livre.fnac.com/a2193268/Abderrahmane-Abedou-PME-emploi-et-relations-sociales-France-Maghreb>

Abedou, A., Bouyacoub, A., Lallement, M., & Madoui, M. (2004). Entrepreneurs et PME : Approches algéro-françaises (HARMATTAN edition). Editions L'Harmattan.

Acs, Z.J. & Armington, C. (2004) Employment growth and entrepreneurial activity in cities. *Regional Studies* 38: 911-927.

Afande, D. F. O. (2015). Factors Influencing Growth of Small and Microenterprises in Nairobi Central Business District. *Journal of Poverty*, 35.

Ahlin, C., & Jeong, H. (2021). A conditional Gini: Measure, estimation, and application. *The Journal of Economic Inequality*, 19(2), 363-384.

Ahmad, N., & Hoffman, A. (2007). A framework for addressing and measuring entrepreneurship, Paris, OCDE, Entrepreneurship Indicators Steering Group.

Ait Habouche, A., & Ait Habouche, O. (2016). Attractivité et compétitivité des territoires : Quels indicateurs ? *Revue d'études sur les institutions et le développement*, 3(1), 1-15.

Ajabid, M., Bonnet, K. Silva, D.D, Guernut, J. Jamot, D., Rohart, P., & Wang, D. (2002). « Les Facteurs de Localisation Des Entreprises de La Silicon Valley à Agadir (Factors of Location of Enterprises from the Silicon Valley to Agadir) ». Undefined.

Aksaray, G., & Thompson, P. (2017). Density dependence of Entrepreneurial dynamics: Competition, opportunity cost, or minimum efficient scale? Maryland: Institute for Operations Research and the Management Sciences (INFORMS).

Alamá-Sabater, L., Artal-Tur, A., & Navarro-Azorín, J. M. (2011). Industrial location, spatial discrete choice models and the need to account for neighbourhood effects. *Annals of Regional Science*, 47(2), 393-418.

Alvarez, S. (2005). Theories of Entrepreneurship. Now Publishers Inc.

Amari, S & Benyahia-Taïbi, G., (2019). L'innovation dans les PME ; Proposition d'un cadre conceptuel. 13, 22.

Améziane, F. (2013). Economie territoriale et développement local : Concepts et expériences (Editions Campus ouvert).

Amir, O., & Bellache, Y. (2018). Institutions et organisations : quelles articulations dans une problématique de l'entrepreneuriat en Algérie ? *Marché et organisations*, 3(33), 173-195. Récupéré sur <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2018-3-page-173.htm>

Amroune, B., Hafsi, T., Bernard, P., & Plaisent, M. (2014). Critical factors for survival of SMEs in the Algerian context of change. In *Building Businesses in Emerging and Developing Countries*. Routledge.

Antony, J., Vinodh, S., & Gijo, E. V. (2016). *Lean Six Sigma for Small and Medium Sized Enterprises: A Practical Guide*. CRC Press.

Arbia, G., Cella, P., Espa, G., & Giuliani, D. (2015). A micro spatial analysis of firm demography: The case of food stores in the area of Trento (Italy). *Empirical Economics*, 48(3), 923-937.

Armington, C., & Acs, Z.J. (2002). The determinants of regional variation in new firm formation. *Regional Studies* 36:33–45.

Atkinson, A. B., & Bourguignon, F. (2015). Introduction: Income Distribution Today. In A. B. Atkinson & F. Bourguignon, *Handbook of Income Distribution* (Vol. 2, p. xvii-lxiv). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-59428-0.09989-6>

Audretsch, D. B., Prince, Y. M., & Thurik, A. R. (1999). Do small firms compete with large firms? *Atlantic Economic Journal*, 27(2), 201-209.

Audretsch, D.B., & Lehmann, E. (2006). Entrepreneurial access and absorption of knowledge spillovers: Strategic board and managerial composition for competitive advantage. *Journal of Small Business Management* 44 (2): 155-166.

Autant-Bernard, C. Mangematin, V., & Massard, N. (2006). Creation of Biotech SMEs in France. *Small Business Economics*, 26(2), 173–87.

Aydalot, P. (1985). *Économie régionale et urbaine*. Paris, Économica, 487 p.

Bager, A., Roman, M., Algedih, M., & Mohammed, B. (2017). Addressing multicollinearity in regression models: A Ridge regression application.

Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing Entrepreneurship Theory* (1re éd.). Routledge.

Barkley, D. L. & Mcnamara, K.T. (1994). Manufacturers' location decisions: Do Barthe, J.-F., Beslay, C., & Grossetti, M. (2008). Choix de localisation et mobilisation des ressources dans la création d'entreprises innovantes. *Géographie, économie, société*, 10(1), 43-60.

Baum, J. A. C., & Haveman, H. A. (2006). Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 304.

Baumgartner, D., Pütz, M., & Seidl, I. (2013). What Kind of Entrepreneurship Drives Regional Development in European Non-Core Regions? A Literature Review on Empirical Entrepreneurship Research. *European Planning Studies*, 21(8), 1095-1127. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.722937>

- Baumol, W.J. (1968).** « Entrepreneurship in economic theory », *American Economic Review*, 58(2), 64-71.
- Beckerich, C. (2000).** Biens publics et valorisation immobilière [Theses, Université Lumière - Lyon 2]. <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-02097151>
- Behrens, K., & Thisse, J.-F. (2007).** Regional economics: A new economic geography perspective. *Regional Science and Urban Economics*, 37(4), 457-465.
- Belhedi, A. (1991).** L'espace géographique : de l'absolu au relatif. Publiée in « L'espace : Concepts et approches », FSHS, 151 p, 1993, pp : 11 - 36
- Belhedi, A. (2010).** Les modèles de localisation des activités économiques. Support de cours à l'Université de Tunis.
- Belouti, N. (2017).** Le tissu économique de la wilaya d'Oran : Quelle dynamique démographique ? *Revue administration et développement pour les recherches et les études*, 265-278.
- Benchikh, H., Fekir, H., & Mrabet, M. (2019).** Le rôle de l'entrepreneur dans la réussite des PME Algériennes. *Revue Algérienne d'Economie de gestion*, 12(2). Récupéré sur <https://www.asjp.cerist.dz/revues/154>
- Benko, G. (2007).** Économie urbaine et régionale au tournant du siècle. *Métropoles*, 1, Article 1. <https://doi.org/10.4000/metropoles.139>
- Benko, G. (2008).** La géographie économique : Un siècle d'histoire. *Annales de géographie*, 664(6), 23.
- Bennett, R. J., Robson, P. J., & Bratton, W. J. (2001).** The influence of location on the use by SMEs of external advice and collaboration. *Urban Studies*, 38(9), 1531-1557.
- Ladouceur, B. (2009).** « Claude Courlet, L'Economie territoriale », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus, mis en ligne le 15 mars 2009, consulté le 07 juin 2022. URL:<http://journals.openedition.org/lectures/737>.
- Benyahia Taibi, G., & Amari, S. S. (2009).** Les PME Algériennes dans l'ère de la mondialisation : Etude de cas des PME de la région Oranaise. *Les cahiers du CREAD* (90), 63-78.
- Benzazoua Bouazza, A. (2015).** Small and medium enterprises as an effective sector for economic development and employment creation in Algeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(2).
- Berisha, G. (2015).** Defining Small and Medium Enterprises: A critical review. 1(1), 13.
- Birch, D. L. (1989).** Who creates jobs? *Public Interest*, 65, 3-14.
- Bishop, P., & Shilcof, D. (2017).** The spatial dynamics of new firm births during an economic crisis: The case of Great Britain, 2004–2012. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(3-4), 215-237.
- Blanchflower, D. (2000).** Self-employment in OECD countries. *Labor Econ*, 7(5), 471-505.

Blau, P.M., & Schoenherr, R. (1971). The structure of organizations, New York, Basic Books.

Blau, P.M. (1970). A formal theory of differentiation in organizations. *American sociological Review*, 35 (2).

Block, J. H., Fisch, C. O., & van Praag, M. (2017). The Schumpeterian entrepreneur: A review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 24(1), 61-95.

Boettke, P., & Piano, E. E. (2016). Baumol's productive and unproductive entrepreneurship after 25 years. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 5(2), 130-144.

Bolton, J. E. (1971). Small Firms: Report of the Committee of Inquiry on Small Firms, Chairman J.E. Bolton DSC. Présenté au Parlement (nov.), UK: HMSO (Her Majesty's Stationery Office) Cmnd 4811.

Borges, A. F., & Enoque, A. G. (2020). Entrepreneurship research: The French literature in perspective. *Cadernos EBAPE.BR*, 18(4), 906-923.

Borjas, L. (2003). Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto. *Anales de la Universidad Metropolitana*, 3(2), 133-156.

Bosma, N., van Stel, A., & Suddle, K. (2008). The geography of new firm formation: Evidence from independent start-ups and new subsidiaries in the Netherlands. *International Entrepreneurship and Management Journal* 4:129-46.

Boujemaa, A., Taieb, H., Bernard, P., & Plaisent, M. (2014). Smes in developing countries and institutional challenges in turbulent environments: the case of Algeria. Dans E. V. Chrisostome, & R. Molz, *Building Businesses in emerging and developing countries : Challenges and opportunities* (pp. 215-232). Abingdon: Routledge.

Bouri, N. (2016). Quelle performance pour les PME de la Wilaya d'Oran ? (These de doctorat en Economie et Management). Algérie : Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed.

Bournois, F., & Pellegrin, C. (1994). "De la PMI à la grande entreprise internationalisée : un cas de conservation des principales caractéristiques organisationnelles de la PME originelle », 39e Conférence Mondiale de l'ICSB, Strasbourg, Juin.

Bousquet, F. (2014). L'influence du lien personnel entre l'entrepreneur et le territoire sur l'ancrage territorial des PME [Phdthesis, Université de Bordeaux]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01232234>

Bousquet, F., Verstraete, T., & Barbat, V. (2018). La théorie des conventions pour comprendre l'ancrage territorial des PME. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 17(3), 75.

Boutillier, S., Levratto, N., & Carré, D. (2016). Les écosystèmes entrepreneuriaux : Rencontre entre entreprise et territoire. ISTE editions.

Bouyacoub, A. (2004). Les PME en Algérie. Dans A. Abedou, A. Bouyacoub, M. Lallement, & M. Madoui, *Entrepreneurs et PME* (pp. 75-94). Paris: L'Harmattan.

Bowles, S., & Carlin, W. (2020). Inequality as experienced difference: A reformulation of the Gini coefficient. *Economics Letters*, 186, 108789. Brixy, U., and R.Grotz. 2007. Regional patterns and determinants of birth and survival of new firms in Western Germany. *Entrepreneurship and Regional Development* 19 : 293–312.

Bruyat C. (1993). Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès, (Grenoble II), Ecole Supérieure des Affaires.

Burns, P., & Dewhurst, J. (1996). *Small Business and Entrepreneurship*. Macmillan Education UK.

Butler, J. S. (2012). *Entrepreneurship and self-help among black Americans: A reconsideration of race and economics*. Albany: SUNY Press.

Butler, J. S. and Herring, C. (1991). Ethnicity and entrepreneurship in America: Toward an explanation of racial and ethnic group variations in self-employment. *Sociological Perspectives*, 34(1), 79–94.

Bygrave W., Hofer C. (1991). Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol 16, n° 2, p. 13-22.

Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1992). Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.

Camuffo, A., Gerli, F. & Gubitta, P. (2012). Competencies matter. Modeling effective entrepreneurship in northeast of Italy small firms. *Cross Cultural Management*, 19(1), 48-66

Candau, P. (1981). « Pour une taxonomie de l'hypofirme », *Revue d'Economie Industrielle*, n°16.

Capron, H. (2009). *Entrepreneuriat et création d'entreprises : Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*. De Boeck.

Carayannis, E. G. (2020). *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*. Springer International Publishing.

Carland, J.W., Hoy, F., Boulton, W.R., & Carland, J.A.C. (1984). « Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualisation », *Academy of Management Journal Review*, 9(2), 354-359.

Casson, M.C. (1991), *L'entrepreneur*, Editions Economica, Paris.

Chakor, A., Echaoui, A., Alouane, S., & Harroussi, B. E. (2021). L'apport de différentes théories économiques à la problématique de la localisation des activités économiques : Une perspective historique sur la relation « territoire / investisseur ». *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 4(3).

Chantal, D., & Serge, N. T. (2017). Approche territoriale de l'entrepreneuriat : Essai de conceptualisation. . . Vol., 4, 14.

Chaudey, M. (2014). Chapitre 5. L'analyse behavioriste de la firme. In *Analyse économique de la firme* (p. 135-156). Armand Colin.

Chavance, B. (2018). « III. La nouvelle économie institutionnelle », 3e éd.:59-81. Repères. Paris : La Découverte.

Child, J., & Mansfield, R. (1972). “Technology, size and organization structure”, *Sociology*, Vol.6.

Chłoń-Domińczak, A., Fiedukowicz, A., & Olszewski, R. (2020). Geographical and Economic Factors Affecting the Spatial Distribution of Micro, Small, and Medium Enterprises: An Empirical Study of the Kujawsko-Pomorskie Region in Poland. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 9(7), 426.

Christaller, W (1933). Die Zentralen Orte in Sudeuschland (in Deutch). Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstad. English translation from German original by L W Baskin, Central places in Southern Germany, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Churchill, B.C. (1955), «Age and expectancy of business firms », survey of Current Business, décembre, p. 3-25.

Ciubotariu, M. S. (2013). The role of small and medium enterprises in the modern economy and the importance of IFRS application for SMES. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 13(1(17)), 201-210.

Claval, P. (2008). Espace et territoire. Les bifurcations de la science régionale. *Géographie, économie, société*, 10(2), 157-184.

Coduras, A., & Autio, E. (2013). Comparing subjective and objective indicators to describe the national entrepreneurial context. *Inverstigaciones Regionales*, 26, 47-74.

Coissard, S. (2007). Perspectives. La nouvelle économie géographique de Paul KRUGMAN : Apports et limites. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, mai (1), 111-125. <https://doi.org/10.3917/reru.071.0111>

Colletis, G. (2010). Co-évolution des territoires et de la technologie : Une perspective institutionnaliste : *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, mai (2), 235-249.

Colot, O., Comblé, K., & Ladhari, J. (2007). Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat. <https://di.umons.ac.be/details.aspx?pub=323f3b86-b4a6-4930-a116-6e6418f77cee>

Congregado, E. (2008). *Measuring Entrepreneurship: Building a Statistical System*. New-York : Springer.

Costes, N. (2008). Choix de localisation des entreprises, intervention publique et efficacité urbaine : Une analyse théorique et empirique de la réglementation des choix de localisation des activités de bureau en Île-de-France [PhD Thesis]. Université Panthéon-Sorbonne-Paris I.

Courlet, C., & Pecqueur, B. (2007). L'économie territoriale : Une autre analyse de la globalisation. *L'Economie politique*, 33(1), 41.

Courlet, C., & Pecqueur, B. (2013). *L'économie territoriale*. Presses universitaires de Grenoble.

Curran, J., & Blackburn, R. A. (2001). Older people and the enterprise society: Age and self-employment propensities. *Work, Employment & Society*, 15(4), 889–902.

D'Amboise, G. et Muldowney, M. (1988). Management theory for small business: attempts and requirements. *Academy of Management Review*, 13(2), 226-240.

Dal, C. & Nomo, T.S (2017). « Approche territoriale de l'entrepreneuriat : Essai de conceptualisation ». *Revue canadienne de géographie tropicale/Canadian journal of tropical geography* [En ligne], Vol. (4) 1. En ligne le 15 avril 2017, pp. 11-24.

Dana, L. (1998). Small but non independent: SME in Japan. *Journal of Small Business Management*, 36(4), 73–6.

Dana, L.-P. (2021). *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.

Daumas, J.-C., & Lescure, M. (2014). Les territoires de l'entreprise ? *Entreprises et histoire*, 74(1), 6. <https://doi.org/10.3917/eh.074.0006>

Davidsson, P. (1991). 'Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm's growth', *Journal of Business Venturing*, 6(6), 405–29.

Davis, T. (2006). Understanding entrepreneurship: Developing indicators for international comparison and assessment, Rapport, Paris, OCDE.

Davis, T. (2008). Understanding Entrepreneurship: Developing indicators for international comparisons and assessments. Dans *Measuring Entrepreneurship: International studies in Entrepreneurship* (Vol. 16). Boston, Ma: Springer.

Day, J. (2000). Commentary – The value and importance of the small firm to the world economy. *European Journal of Marketing*, 34(9/10), 1033-1037.

De Andrés Alonso, P., Garcia Merino, T., & De La Fuente Sabaté, J. M. (1999). Influences de l'environnement socio-économique sur la création d'entreprises : Le cas de l'Espagne. *Revue d'économie industrielle*, 89(1), 7-28. <https://doi.org/10.3406/rei.1999.1753>

Degeorge, J.-M. (2018). *Entrepreneuriat et territoire – Une vision patronale* (p. 66p.). Medef Loire. <https://hal-emse.ccsd.cnrs.fr/emse-01951751>

Degorre, A., Girard, P., & Rabier, R. (2015). Dynamiques régionales et territoriales face aux chocs économiques. *Revue de l'OFCE*, 143(7), 169.

Dejardin, M. (2010). La création d'entreprises et ses rapports au territoire. *Canadian Journal of Regional Science*, 33, 59-72.

Denis, M. (2016). L'espace géographique. *PSY-Theories, débats, synthèses*, 29-46.

Díaz-Casero, J. C., Díaz-Aunión, D. Á. M., Sánchez-Escobedo, M. C., Coduras, A., & Hernández-Mogollón, R. (2012). Economic freedom and entrepreneurial activity. *Management Decision*.

Dirksen, D. (2019). *The Power of Entrepreneurship*. Nova Science Pub Inc.

Dokou, G. A. K. (2011). Territoire et entrepreneuriat : Les expériences des villes entrepreneuriales. Editions L'Harmattan.

Drafor, I. (2017). A principal component analysis of the determinants of spatial disparity between rural and urban localities of Ghana. *International Journal of Social Economics*.

Duarte, N. (2004). The role of smes for development: a literature review. 44th Congress of the European Regional Science Association: "Regions and Fiscal" 25th - 29th August 2004. Porto, Portugal : European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve. Récupéré sur <http://hdl.handle.net/10419/116962>

Fabi B., Garand D., & Pettersen N. (1993). La gestion des ressources humaines en PME : proposition d'un modèle de contingence, 1er congrès International Francophone de la PME, Carthage.

Fayolle A. (2002). Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : Quelques idées et pistes de recherche », CERAG n° 2002-32, 6e Congrès International francophone sur la PME, octobre 2002, HEC Montréal, www.hec.ca/chaire.entrepreneuriat.

Fayolle, A. (2017). *Entrepreneuriat*. Dunod. 398

Fayolle, A., & Degeorge, J.-M. (2012). *Dynamique entrepreneuriale : Le comportement de l'entrepreneur*. De Boeck.

Feld, L.P., & Kirchgässner, G. (2002). The impact of corporate and personal income taxes on the location of firms and on employment: some panel evidence for the Swiss cantons, *Journal of Public Economics*, # 87, 2002, p. 129 - 155.

Feldman, M.P. (2001). The entrepreneurial event revisited: firm formation in a regional context. *Ind Corp Chang* 10(4):861–891

Ferreira, J. Marques, C., & Fernandes, C. (2010). Decision-making for location of new knowledge intensive businesses on ICT sector: Portuguese Evidences. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 1(1), 60–82.

Fillon, L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : Historique, évolution, tendance. *Revue internationale P.M.E.*, 10(2), pp. 130-172.

Filion, L. J. (2000). *Management des PME - De la création à la croissance*. PEARSON.

Filion, L. J. (2012). Le champ de l'entrepreneuriat : Historique, évolution, tendances. *Revue internationale P.M.E.*, 10(2), 129-172.

Filion, L. J. (2021). Vers de nouvelles compétences entrepreneuriales. *Gestion*, 46(4), 16-17.

Fontagné, L., & Mayer, T. (2005). Les choix de localisation des entreprises. 11.

Freytag, A., & Thurik, R. (2006). Entrepreneurship and its determinants in a cross-country setting. Springer-Verlag, 17, 117-131.

Fritish, M., & Wyrwich, M. (2016). The effect of entrepreneurship on economic development: An empirical analysis using regional entrepreneurship culture. *Journal of Economic Geography*, 5, 1-33.

Fritsch, M. (2008). How does new business formation affect regional development? Introduction to the special issue. *Small Business Economics* 30(1): 1-14

Fritsch, M., & Schmude, J. (2006). *Entrepreneurship in the region*. New York: Springer.
Garofoli, G. (1994). New firm formation and regional development: The Italian case. *Regional Studies* 28:381–93.

Fuller-Love, N. (2020). *Absolute Essentials of Entrepreneurship*. Routledge.

García-Pérez, J., del Mar López-Martín, M., García-García, C., & Salmerón-Gómez, R. (2020). A geometrical interpretation of collinearity: A natural way to justify Ridge regression and its anomalies. *International Statistical Review*, 88(3), 776-792.

Garofoli G. (1992). Les systèmes de petite entreprise : un cas paradigmatique de développement endogène. In G. Benko et A. Lipietz (dir.), *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique* (p.57-80), Paris : PUF.

Garofoli, G. (2006). New firm formation and regional development: The Italian case. *Regional studies*, 28(4), 381-393.

Gartner, W.B., & Shane, S.A. (1995). Measuring entrepreneurship over time, *Journal of Business Venturing*, Vol. 10, n°4.

Gartner, W.B. (1988). Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question », *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32?

Gartner, W.B. (1989). Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1).

Gartner, W.B. (1990). What Are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? , *Journal of Business Venturing*, 5(1).

Gartner, W.B. (1995). Aspects of organizational emergence », in I. Bull, H. Thomas, et G. Willard (ed.), *Entrepreneurship: Perspectives on theory building*, New York: Pergamon.

Gasse, Y. (2003). L'influence du milieu dans la création d'entreprises. *Revue Organisations & territoires*, 12(2), 49-56.

Gatfield, T., & Yang, C. (2006). New industrial space theory- A case study and empirical analysis of factors effecting newly emerging key industries in Queensland. *Australasian Journal of Regional Studies*, 12(1), 47–61.

Ghani, E., Kerr, W. R., & O'Connell, S. D. (2012). What Makes Cities More Competitive? Spatial Determinants of Entrepreneurship in India. The World Bank.

Gibb, A., y Hannon, P. (2006). Towards the entrepreneurial university. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4(1), 73-110.

Girault, Y., & Barthes, A. (2016). Postures épistémologiques et cadres théoriques des principaux courants de l'éducation aux territoires. *Éducation relative à l'environnement. Regards - Recherches - Réflexions*, Volume 13-2, Article Volume 13-2.

Giraut, F. (2008). Conceptualiser le territoire. *Historiens et Géographes*, 403, 57.

- Gonzales, E., Hommes, M., & Mirmulstein, M. L. (2014).** MSME Country Indicators 2014. International Finance Corporation.
- Grebel, T, Pyka, A., Hanusch, H. (2003).** An Evolutionary Approach to the Theory of the Entrepreneur. *Industry and Innovation* 10: 493-514.
- Grebel, T. (2007).** *Entrepreneur – A new perspective*. London: Routledge.
- Greiner, L.E. (1972).** Evolution and revolution as organizations grow, *Harvard Business Review*, July-August.
- Grilo, I., & Thurik, R. (2004).** Determinants of entrepreneurship in Europe: ERIM Report Series Research in Management. Rotterdam : Erasmus Research Institute of Management (ERIM).
- Gross, H. (1958).** *Petites entreprises et grands marchés*, Paris, Éditions d'Organisation.
- Guiheux, G. (1998).** PME-PMI à Taïwan. Quelles leçons tirer pour une théorie de l'entrepreneur ?, *Revue Innovation* (8), 113–25.
- Haigh, R. (1990).** Selecting a US plant location: The management decision process of
- Hall, H., Haas J.E., & Johnson, N. (1967).** Organizational size, complexity, and formalization, *American Sociological Review*, 32(6).
- Harrar, S. (2021).** Évolutions des inégalités et développement territorial en Algérie Trends in inequalities and territorial development in Algeria. *Journal of Contemporary Business and Economic Studies* Vol, 40(2).
- Harrar, S., & Ghomari, S. (2018).** Politique publique d'intelligence économique au service de la compétitivité des entreprises algériennes. 649-636 , (1)3 , *مجلة إيليزا للبحوث والدراسات*.
- Hayter, R. (1997).** *The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and the Production System*. New York: Wiley.
- He, M., Yang, S., Zhao, J., Collins, C., Xu, J., & Liu, X. (2019).** Reduction in the exposure risk of farmer from e-waste recycling site following environmental policy adjustment: A regional scale view of PAHs in paddy fields. *Environment international*, 133, 105136.
- Headd, B., & Saade, R. (2008).** Do business definition decisions distort small business research results? SBA Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration, www.sba.gov/advo
- Heilbron, J. (2002).** Mark Granovetter, Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie (I. This-Saint Jean, Trad.). *Sociologie du travail*, 44(4), 593-596.
- Hertz, L. (1982).** In search of a small business definition; an exploration of the small business definitions of US, the UK, Israel and the people's republic of China, Washington, University Press of America.
- Hoerl, A.E., Kennard, R.W., & Baldwin, K.F. (1975).** Ridge regression: some simulations. *Communications in Statistics- Theory and Methods*, 4 (2), pp. 105-123. Montgomery, D. C. and Peck, E. A. (1982). *Introduction to linear regression analysis*. New York: John Wiley and Sons.
- Hoover, E. M. (1948).** *The location of economic activity*. New York, McGraw-Hill.

- Hotelling, H. (1929).** Stability in competition. *The Economic Journal*, 39(153), 41–57.
- Huriot, J.-M. (1993).** La théorie économique et l'espace : Une réconciliation. 23.
- Irandoekht, A. (2021).** Optimum Ridge Regression Parameter Using R-Squared of Prediction as a Criterion for Regression Analysis. *Journal of Statistical Theory and Applications*, 20(2), 242-250.
- Isard, W. (1949).** The general theory of location and space-economy. *The Quarterly Journal of Economics.*, 63(4), 476–506.
- Isard, W. (1956).** Location and space-economy. New York, J. Wiley and Sons.
- Jafari, M., & Benthani, A. (2020).** PME et Territoire. *Revue Internationale des Sciences de Gestion.*, 3(2).
- Jain, N. K., Kothari, T., & Kumar, V. (2016).** Location choice research: Proposing new agenda. *Management International Review*, 56(3), 303-324.
- Jaitang, C., Maneejuk, P., & Boonsrirat, P. (2021).** Sustainable Entrepreneurship on Thailand's SMEs. In *Behavioral Predictive Modeling in Economics* (p. 423-436). Springer.
- Jean, Y. (2013).** La notion de territoire : Entre polysémie, analyses critiques et intérêts. In C. Calenge (Éd.), *Lire les territoires* (p. 9-22). Presses universitaires François-Rabelais. <http://books.openedition.org/pufr/1774>
- Jean-Roger, E. E. N. B. (2015).** Douala et la répartition spatiale des entreprises. L'Harmattan.
- Jebna, A. K. K., & Baharudin, A. S. (2013).** Factors Affecting Small and Medium Enterprises Success: An Exploratory Study. *Jurnal Teknologi*, 64(3).
- Jing, Z. (2018).** An Analysis of Spatial Distribution Characteristics and Influential Factors of China's A-Level Logistics Enterprises. *Science, Technology & Public Policy*, 2(2), 20.
- Julien, P.A. (1990).** Vers une typologie multicritère des PME. *Revue internationale P.M.E. : Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 3(3-4), 411.
- Julien, P.A. (1993).** Small businesses as a research subject: Some reflections on knowledge of small businesses and its effects on economic theory. *Small Business Economics*, 5(2), 157-166.
- Julien P.A. (1994).** L'entreprise partagée : contraintes et opportunités, *Revue Internationale de Gestion*, n°4.
- Julien, P. A. (1997).** Les PME : Bilan et perspectives. Paris: Economica.
- Julien, P.A. (2007).** A theory of local entrepreneurship in the knowledge economy. Edward Elgar.
- Julien, P.A. (2008).** Trente ans de théorie en PME : De l'approche économique à la complexité. *Revue internationale P.M.E.*, 21(2), 119-144.
- Julien, P.A. (2012).** Entrepreneuriat, développement du territoire et appropriation de l'information. *Revue internationale P.M.E.*, 9(3-4), 149-178.

Julien, P.A. (2015). Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat. PU QUEBEC.

Julien, P. A. (2019). The regional variations of entrepreneurial dynamism: a mixed methods study. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10), 874-907.

Julien, P. A., & Cadieux, L. (2010). La mesure de l'entrepreneuriat : Rapport d'étude. Institut de la statistique du Québec. Chemin Sainte-Foy.

Julien, P.A., & Carriere, J.B. (1994). L'efficacité des PME et les nouvelles technologies. *Revue d'économie industrielle*, 67(1), 120-134.

Julien, P.A., & Marchesnay, M. (1988), La petite entreprise. Principes d'économie et de gestion, Paris, Vuibert, 288 pages.

Julien P.A., & Marchesnay M. (1996). L'entrepreneuriat, Paris, Editions Economica.

Julien, P. A., Laurin, F., St-Pierre, J., & Morin, M. (2013). Les déterminants de l'entrepreneuriat dans les municipalités régionales de comté du Québec. Institut de la statistique du Québec. Récupéré sur www.stat.gouv.qc.ca

Julien, P. A., & Schmitt, C. (2008). Pour une vision renouvelée des pratiques entrepreneuriales, de la vision libérale à la vision sociale de l'entrepreneuriat. Dans C. SCHMITT, Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, *Entrepreneuriat et PME* (pp. 15-34). Quebec: Presses de l'Université du Québec.

Julien, P.A., & St-Pierre, J. (2009). Mondialisation et PME : une vulnérabilité fort différenciée. 18.

Kadi, M. (2017). Quelle place pour la PME algérienne dans le processus du développement économique ? *Revue d'Economie, de Gestion et des Sciences Commerciales* (18).

Kalika, M. (1984). Contribution à la connaissance de la structure organisationnelle : essai d'analyse systémique, Thèse de doctorat d'état, Université de Bordeaux.

kaplan, A.D.H. (1948). small Business. Its space and Problems, New York, McGrawHill.

Kawaguchi, K., Kodama, N., & Tanaka, M. (2021). Small business under the COVID-19 crisis: Expected short- and medium-run effects of anti-contagion and economic policies. *Journal of the Japanese and International Economies*, 61, 101138.

Kebieche, H., & Yousfat, A. (2022). Analyse des disparités régionales en Algérie d'un point de vue entrepreneurial. *Revue Organisation & Travail* Volume, 11(1).

Kibler, E. (2013). Formation of entrepreneurial intentions in a regional context. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(3-4), 293-323.

Kimberley J.R. (1976). Organizational size and the structuralist perspective: a review, critique, and proposal, *Administrative Science Quarterly*, Vol.21,1976

Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education and Training*, 46(8/9), 510-519.

- Knight, F.H. (1921).** Risk, uncertainty and profit, Boston: Houghton Mifflin.
- Koning, M., Binet, M.-E., & Facchini, F. (2010).** Les déterminants de la dynamique entrepreneuriale dans les régions françaises (1994-2003). 17.
- Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020).** The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1023-1042.
- Krugman, P. (1991).** Geography and trade. London: Cambridge, MIT Press.
- Krzyzanowski, W. (1927).** Review of the Literature of the Location of Industries. *Journal of Political Economy*, 35(2), 278-291.
- Kuratko, D. F. (2016).** Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice. Cengage Learning.
- Kushnir, K., Mirmulstein, M. L., & Ramalho, R. (2010).** Micro, small, and medium enterprise around the world: How many are there, and what affects the count? MSME Country Indicators, World Bank/IFC. Available online www.ifc.org
- Kustos, I. (2018).** Chapitre 10. Entrepreneuriat et projet de territoire : Un défi pour le management territorial : In Capacités entrepreneuriales : Des organisations aux territoires (p. 243-265). EMS Editions.
- Lacoste, Y. (2004).** De la géopolitique aux paysages, Dictionnaire de la géographie, Paris, A. Colin, 413 p.
- Ladouceur, B. (2009).** Claude Courlet, L'Economie territoriale. Lectures.
- Lafuente, E. Vaillant, Y., & Serarols, C. (2010).** Location decisions of knowledge-based entrepreneurs: Why some Catalan KISAs choose to be rural? *Technovation*, 30(11), 590–600.
- Lamarlière, I. G. de, & Staszak, J.-F. (2000).** Principes de géographie économique. Editions Bréal.
- Landel, P.A., & Pecqueur, B. (2011).** L'opérateur territorial, vecteur du changement. 48° colloque ASRDLF, Migrations et territoires. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00616349>
- Landstrom, H. (2007).** Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research. Springer.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007).** The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341–364.
- Lasch, F. (2012).** L'impact du contexte socioéconomique local sur la création d'entreprises en France. *Revue internationale P.M.E.*, 20(2), 9-32. <https://doi.org/10.7202/1008515ar>
- Lecerf, M. (2007).** Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation. 355.
- Lecoq, B. (1993).** Dynamique industrielle et localisation : Alfred Marshall revisité. *Revue française d'économie*, 8(4), 195-234.
- Leducq, D. (2013).** Bernadette Mérenne-Schoumaker : La localisation des industries. Enjeux et dynamiques. *Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement. Territory in*

movement *Journal of geography and planning*, 17-18, Article 17-18.
<https://journals.openedition.org/tem/2069>

Leite, MP, Ferreira, A. (2011). SMEs and e-Business: Implementation, Strategies and Policy. E-business managerial Aspects: solutions and case studies (Ed. Cruz-Cunha and Varajão). Business Science Reference. IGI Global. 1-22.

Leloup, F., Moyart, L., & Pecqueur, B. (2005). La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ? *Géographie, économie, société*, 7(4), 321-331.

Léon, A., & Sauvin, T. (2010). L'entreprise et son empreinte territoriale : Quelle politique d'attractivité ? *Mondes en développement*, n° 149(1), 43. <https://doi.org/10.3917/med.149.0043>

Lesáková, L. (2014). Small and medium enterprises in the new world of globalization. *Forum Scientiae Oeconomia*, 2(3), 111-122.

Lescure, M. (2007). Introduction générale Le territoire comme organisation et comme institution.

Lescure, M., Nakajima, T., Romano, J., Thierry, D., Zimnovitch, H., & Segrestin, B. (2001). L'efficacité des PME. *Revue Entreprises et histoire*, 2(28), pp. 89-98.

Levratto, N., & Torrès, O. (2010). Le classement européen des villes entrepreneuriales. Méthode, résultats et portée. *Innovations*, 33(3), 13-36.

Lopes, R. M. A., & Lima, E. (2019). Desafios atuais e para a pesquisa em empreendedorismo. *Revista de Administração de Empresas*, v. 59(4), p. 284-292.

Lösch, A. (1954). The economics of location. New Haven: Yale University Press.

Lowrey, Y. (2005). Business Density, Entrepreneurship and Economic Well-Being. paper presented at the 2005 meetings of the American Economic Association. Récupéré sur http://www.aeaweb.org/annual_mtg_papers/2005papers.html.

Lundström, A., & Stevenson, L. (2005). Entrepreneurship Policy: Theory and Practice. Springer, New York

Mack, E. A., & Qian, H. (2016). Geographies of Entrepreneurship (1st edition). Routledge.

Madoui, M. (2004). Dynamique entrepreneuriale et métamorphoses de la petite entreprise. Dans A. Abedou, A. Bouyacoub, M. Lallement, & M. Madoui, *Entrepreneurs et PME* (p. 280). Paris: L'Harmattan.

Madzikanda, B., Li, C., & Dabuo, F. T. (2021). What Determines the Geography of Entrepreneurship? A Comparative Study Between Sub-Saharan Africa and South-East Asia. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 7(2), 246-262.

Malecki, E.J. (2009). Geographical environments for entrepreneurship. *Int J Entrep Small Bus* 7:175–190

Man, T.W.Y., Lau, T. & Chan, D. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123-142.

- Marchesnay, M. (1982).** Pour un modèle d'hypofirme, dans *Entreprise et organisation, mélanges en l'honneur du professeur Aubert-Krier*, Paris, Edition Economica,
- Marchesnay, M. (2003).** « La petite entreprise : sortir de l'ignorance ». *Revue française de gestion* 144 (3) : 107-18.
- Marchesnay, M. (2020).** *Entreprendre*. EMS Editions. <https://www-cairn-info.sndll.arn.dz/entreprendre--9782376874072.htm>
- Marcotte, C. (2012).** measuring entrepreneurship at the country level: A review and research agenda. *Entrepreneurship & Regional Development: An international Journal*, 25(3-4), 174-
- Marshall, A (1890).** *Principles of Economics*. London: Macmillan, 8th edition published in 1920.
- Marshalok, M., Melnyk, A., Vasiuta, V., Yatsenko, V., & Saienko, V. (2021).** Competitive advantages of small business. 60-65.
- Martin, G. (2010).** « La nouvelle économie institutionnelle ». *Idées économiques et sociales* 159 (1) : 35-40.
- Martin, G. (2012).** L'espace comme ressource et contrainte. *Idées économiques et sociales*, N° 167(1), 1.
- Martyniuk-Pęczek, J., Martyniuk, O., Gierusz, A., & Pęczek, G. (2017).** Determinants of SME location in a suburban area : Evidence from the Gdańsk–Gdynia–Sopot Metropolitan Area. *Urbani Izziv*, 28, 122-134.
- Mazzarol, T., & Reboud, S. (2020).** *Small Business Management: Theory and Practice*. Springer Singapore.
- McCaffrey, M. (2018).** William Baumol's "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive". In G. Javadian, V. K. Gupta, D. K. Dutta, G. C. Guo, A. E. Osorio, & B. Ozkazanc-Pan (Éds.), *Foundational Research in Entrepreneurship Studies* (p. 179-201). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73528-3_9
- McFarlane, J. (2016).** *Economic Theories of Entrepreneurship*. In N. Arshed & M. Danson (Éds.), *Enterprise: Concepts and Issues* (1re éd.). Goodfellow Publishers.
- Meester, W. J., & Pellenbarg, P. H. (2006).** The spatial preference map of Dutch entrepreneurs: Subjective rating of locations, 1983, 1993 and 2003. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 97(4), 364–376
- Mérenne-Schoumaker, B. (1996).** *La localisation des industries*, collection "Géographie d'aujourd'hui", Nathan université, Paris ; Synthèse réalisée par C. Partoune.
- Mérenne-Schoumaker, B. (2011).** *La localisation des industries. Enjeux et dynamiques*. PUR, Rennes, France. <https://orbi.uliege.be/handle/2268/99498>
- Mehroun, M., & Benhalima, I. (2019).** Les PME, socle de développement économique en Algérie : Réalité ou mythe ? *Economic Development Review*, 4(2), 213-227.

Messeghem, K., & Torrès, O. (2015). Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME. EMS GEODIF.

Messeghem, K., Polge, M., & Temri, L. (2009). Entrepreneur et dynamiques territoriales. EMS Editions Management & Societe.

Metcalfe, J.S. (2004). The Entrepreneur and the Style of Modern Economics. *Journal of Evolutionary Economics* 14(2): 157-175.

Ministère de l'économie, d. F. (2007). La localisation des très petites entreprises en France : une imprication de facteurs économiques et historiques. Paris : Direction du commerce, de l'artisanat, des servies et des professions libérales.

Ministère de l'industrie, d. I. (2019). Bulletin d'information statistique de la PME, N° 35 n°. Alger. Récupéré sur <http://www.mdipi.gov.dz/?-Bulletins-d-Tnformation->

Mintzberg, H. (1982). Structure et dynamique des organisations, Paris, Editions d'Organisation.

Mosbah, A., & Debili, R. (2014). Development of Algerian SMEs in the age of globalization. *Journal of business and social development*, 2(1), 37-48.

Mouffok, N. E. (2018). Evolution des PME/PMI en Algérie : Cas des PME/PMI de la wilaya de Bejaia. *Economic Development Review* (5), 203-221.

Müller, S. (2013). Entrepreneurship and regional development: On the interplay between agency and context [PhD Thesis]. Department of Business Administration, Aarhus University Aarhus.

Müller, S. (2016). A progress review of entrepreneurship and regional development: What are the remaining gaps? *European Planning Studies*, 24(6), 1133-1158.

Murigi, M. W. (2016). Factors influencing spatial distribution of small and medium size enterprises within Nairobi county, Kenya [PhD Thesis]. University of Nairobi.

Nguyen, H. H., Ngo, V. M., & Tran, A. N. T. (2021). Financial performances, entrepreneurial factors and coping strategy to survive in the COVID-19 pandemic: Case of Vietnam. *Research in International Business and Finance*, 56, 101380.

Nlemvo, F. (2011). Le dynamisme entrepreneurial des régions : Proposition d'un cadre conceptuel. 13.

Nlemvo, F., Biga-Diambeidou, M., & Coeurderoy, R. (2011). Le dynamisme entrepreneurial des régions : Proposition d'un cadre conceptuel. *Canadian Journal of Regional Science*, 34(2-3), 47-59.

North, K., & Varvakis, G. (2016). Introduction: What Is a "Dynamic SME". In K. North & G. Varvakis (Éds.), *Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises* (p. 1-17). Springer International Publishing.

Novosák, J., Hájek, O., Novosáková, J., & Koleňák, J. (2018). Spatial Dimension of Czech Enterprise Support Policy: Where Are Public Expenditures Allocated? *Review of Economic Perspectives*, 18(4), 333-351.

Nunes, A., Trappenberg, T., & Alda, M. (2020). The definition and measurement of heterogeneity. *Translational Psychiatry*, 10(1), 299.

OCDE. (2018). Panorama de l'entrepreneuriat 2017. Éditions OCDE.

OCDE, (2019). Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2019, Éditions OCDE, Paris.

OCDE, EU, & ETF. (2018). Moyen-Orient méditerranéen et Afrique du Nord 2018 : Evaluation intermédiaire des principales réformes en faveur des PME, Politiques en faveur des PME. Paris: Editions OCDE.

OECD. (2017). Entrepreneurship at a Glance 2017. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2019). OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019. OECD Publishing.

Offner, J.M. (2006). Les territoires de l'action publique locale : Fausses pertinences et jeux d'écarts. *Revue française de science politique*, 27-47.

Ogbor, J.O. (2000). 'Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies', *Journal of Management Studies*, 37(5), 605–35

Okyere, F. (2017). Relationship between Entrepreneurship and Small, Medium and Micro Entreprises (SMMEs): A Literature Review. *The International Journal Of Business & Management*, 5(9), 159-163.

Olosutean, A. (2011). Innovation et Coopération des Petites et Moyennes Entreprises. Une analyse des populations d'entreprises innovantes [Phdthesis, Université d'Orléans]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00705873>

ONS. (2018). Démographie Algérienne N° 853. Récupéré sur <http://www.ons.dz/spip.php?rubrique13>

ONS. (2019). Comptes économiques N° n°731 et n°782. Récupéré sur <https://www.ons.dz/spip.php?rubrique309>

Osteryoung, J. S., & Newman, D. (1993). What Is a Small Business? 15.

Oukarfi, S. (2019). Revue de la littérature sur les facteurs de localisation des entreprises et leur implication sur les formes d'organisation territoriales. 20.

Palander, T. (1935). Beiträge zur standortstheorie. Uppsala, Almqvist & Wiksell.

Palard, J. (2018). Chapitre 3. Pour une analyse sociologique de l'économie territoriale. In *La Beauce Inc. : Capital social et capitalisme régional* (p. 79-101). Presses de l'Université de Montréal. <http://books.openedition.org/pum/19635>

Papillon, B.-M. (2010). Nadine Levratto, Les PME. Définition, rôle économique et politiques publiques, Bruxelles, De Boeck Université, 2009, 191 p. *Revue internationale P.M.E. : Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 23(2), 164.

Paquot, T. (2011). What does « territory » mean? *Vie sociale*, 2(2), 23-32.

Parker, SC (2004). The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship. Cambridge MA: Cambridge University Press.

Pavitt, K. (1984). Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, 13(6), 343-373.

Pavitt, K. (1990). What we know about the strategic management of technology. *California Management Review*, 32(3), 17-26.

Peng, W., Zhang, S., Li, H., Xiaohui, D., & Wei, Y. (2018). The spatial distribution pattern of enterprises in Beijing and its influencing factors analysis based on POI data. *Chinese Sociological Dialogue*, 3, 239720091775373.

Perrin, C. (2017). Regards sur les PME dans l'histoire industrielle : Une introduction. *Marché et organisations*, 30(3), 11.

Pesqueux, Y. (2014). De la notion de territoire. *Prospective et stratégie*, Numéros4-5(1), 55.

Plummer, L. A., & Peter, A. (2010). The Geography of Entrepreneurship. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Éds.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction* (p. 519-556). SpringerPonsard, C. (1988) *Analyse économique spatiale*. Paris, Presses Universitaires de France

Pred, A. R. (1967). Behaviour and location: Foundations for a geographic dynamic location theory. Part 1. *Studies in Geography, Series B*. 27. Lund, University Lund.

Predöhl, A. (1928). The theory of location in its relation to general economics. *Journal of Political Economy*, 36(3), 371–390.

Rahman, S. M. T., & Kabir, A. (2019). Factors influencing location choice and cluster pattern of manufacturing small and medium enterprises in cities: Evidence from Khulna City of Bangladesh. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 61.

Rajhi, N. (2011). Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement à l'université. [Phdthesis, Université de Grenoble]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01057699>

Ramadhan, G. A. (2019). The Development of Concept of Territory in International Relations. *Global: Jurnal Politik Internasional*, 20(2), 120.

Rataj, M. (2020). The Geography of Entrepreneurship: Regional and individual determinants of new firm formation in Sweden. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:umu:diva-167671>

Ratten, V. (2020). *Entrepreneurship and the Community: A Multidisciplinary Perspective on Creativity, Social Challenges, and Business*. Springer International Publishing.

Reboud, S., Serboff, T., Goy, H., Mazzarol, T., & Clark, D. (2018). Les politiques publiques face à la diversité des PME : Les apports d'une approche taxonomique en Rhône-Alpes1. *Revue internationale P.M.E.*, 31(2), 27-57.

Remmas, M. A., & Zouad, R. (2022). Disparité de développement territoriale ; un essai d'une Typologie socio-économique de la wilaya d'Oran. 1076-1060 , (1)8, *مجلة البشائر الاقتصادية*.

Requier-Desjardins, D. (2009). Territoires – Identités – Patrimoine : Une approche économique ? Développement durable et territoires. *Économie, géographie, politique, droit, sociologie*, Dossier 12, Article Dossier 12.

Rizzoni, A. (1991). Technological innovation and small firms: a taxonomy. *International Small Business Journal*, 9(3), 31-42.

Robles, L., & Zárraga-Rodríguez, M. (2015). Key Competencies for Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 23, 828-832. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00389-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00389-5)

Robu, M. (2013). The dynamic and importance of SMEs in economy. *The USV annals of economics and public administration*, 13(1 (17)), 84-89.

Ross, A. G., Adams, J., & Crossan, K. (2015). Entrepreneurship and the spatial context: A panel data study into regional determinants of small growing firms in Scotland. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*.

Saadaoui, M., & Bouras, Z. (2013). Concentration géographique et spécialisation sectorielle, quel schéma pour l'Algérie ? *10(1)*, 50-60.

Sabbaghi, O. (2018). How do entrepreneurship rates vary across different races? *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

Saives, A.L. (2002). Territoire et compétitivité de l'entreprise : Territorialisation des entreprises industrielles agroalimentaires des Pays de la Loire. *L'harmattan*.

San Tan, S., & Ng, C. F. (2006). A problem-based learning approach to entrepreneurship education. *Education+ Training*, 48(6), 416-428.

Sarnin, P. (1990). Changements stratégiques et pratiques de formation dans 16 PMI de Rhône-Alpes, Colloque TETRA, Lyon, mai.

Sauvin, T. (2015). Entreprises et territoires. *Armand Colin*.

Savlovski, L. I., & Robu, N. R. (2011). The Role of SMEs in Modern Economy. *14(1)*, 5.

Saxenian, A. (1994). *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Schmitt, C., Julien, P. A., & Lachance, R. (2002). Pour une lecture des problèmes complexes en PME : approche conceptuelle et expérimentation. *Revue internationale P.M.E*, 15(2), pp. 35-62.

Schroter, A. (2009). The effect of new business formation on employment: The dominance of density (Vol. 19). Jena: Friedrich Schiller University and Max Planck Institute for Economics.

Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*, Cambridge, Harvard University, Traduction française : *Théorie de l'évolution économique*, Paris, Dalloz, 1935.

Schumpeter, Joseph A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, translated by Redvers Opie, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Sène, A., & Codjia, C. (2016). Dynamiques de l'aménagement du territoire et inégalités sociospatiales au Sénégal. *Cahiers de géographie du Québec*, 60(169), 11-27.

Sergot, B. (2004). Les déterminants des décisions de localisation -Les créations de nouveaux sites des entreprises françaises de l'industrie et des services. 567.

Shane, S. et Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Shariff, N. S. M., & Duzan, H. M. B. (2018). A Comparison of OLS and Ridge Regression Methods in the Presence of Multicollinearity Problem in the Data. *International Journal of Engineering & Technology*.

Shepherd, D. A., Wennberg, K., Suddaby, R., & Wiklund, J. (2019). What are we explaining? A review and agenda on initiating, engaging, performing, and contextualizing entrepreneurship. *Journal of Management*, 45(1), 159-196.

Si Lekhal, K., Korichi, Y., & Gaboussa, A. (2013). Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives. (4), 29-49.

Sitthiyot, T., & Holasut, K. (2020). A simple method for measuring inequality. *Palgrave Communications*, 6(1), 1-9.

Sjöstrand, L., Raske, R., & Klevbo, C. (2019). Determining factors of location choice in the modern era: A cross-case analysis on tech companies.

Smith, D. M. (1966). A theoretical framework for geographical studies of industrial location. *Economic Geography*, 42,95–113.

Soussi, R. (2013). Localisation des industries et enjeux urbains dans l'agglomération du Grand Tunis. 520.

Spalanzani, A., Ageron, B., & Zouaghi, I. (2016). Localisation des entreprises : quels choix dans la décision des entreprises ? 31.

Spinosa, C., Flores, F., Dreyfus, H.L. (1997), *Disclosing New Worlds*. Cambridge: MIT Press.Spring, p. 66-73.

Stam, E. (2010). Entrepreneurship, Evolution and Geography. In R. Boschma & R. Martin, *The Handbook of Evolutionary Economic Geography* (p. 12864). Edward Elgar Publishing.

Steindl, J. (1947). *small and Big Business: Economic Problem of the size of the firms*, Oxford, Basil Blackwell.

Sternberg, R. (2021). Entrepreneurship and geography—Some thoughts about a complex relationship. *The Annals of Regional Science*.

Stevenson, L. (2010). Développement du secteur privé et des entreprises : Favoriser la croissance au Moyen-Orient et en Afrique du nord. Ottawa: Editions ESKA.

Steyaert, C. & Hjorth, D. (2003). *New Movements in Entrepreneurship*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.

- Storey, D. (1994).** Understanding the small business sector. London/New York: Routledge.
- Storey, D. (2015).** Un pont entre recherche et politique en faveur des petites entreprises. Dans K. Messeghem, & O. Torres, Les grands auteurs en Entrepreneuriat et PME (pp. 387-408). Cormelles-le-Royal : EMS Management & Société.
- St-Pierre, J. et M. Trépanier (2011).** « Concomitance de la capacité d'innovation des PME et de la capacité des territoires à les soutenir dans quatre régions du Québec », dans D. Carré et N. Levratto (dir.), Dynamique des territoires et performances des firmes, Paris, Université de Paris Ouest Nanterre, p. 191-238.
- Szirmai, A., Naudé, W., & Goedhuys, M. (2011).** Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development. OUP Oxford.
- Szymańska, A. I., & Plaziak, M. (2014).** Enterprise and classical factors of its location on the market. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 120, 13-22.
- Tabuchi, T., & Thisse, J.-F. (2001).** Taste heterogeneity, labor mobility and economic geography. Journal of Development Economics, 69(1), 155-177.
- Tamásy, C. (2006).** Determinants of regional entrepreneurship dynamics in contemporary germany: a conceptual and empirical analysis. Reg Stud 40(4):364–384
- Telaidjia, D., Kouadria, N., & Arfaoui, N. (2016).** Attractivité des territoires et critères de localisation des entreprises. Un essai d'évaluation à Annaba (Algérie). Les cahiers du CREAD, 32(118), 77-112.
- Thémines, J. (2011).** Chapitre 1. Le territoire en géographie ; la géographie des territoires. In *Savoir et savoir enseigner : Le territoire*. Presses universitaires du Midi.
- Thomas, I. (1986).** Analyse spatiale et modèles de localisation optimale. Outils opérationnels d'aide à la décision. 15.
- Tillmar, M. (2006).** 'Swedish tribalism and Tanzanian entrepreneurship preconditions for trust formation', Entrepreneurship and Regional Development, 18(2), 91–108.
- Tong, H.M. (1978)** An empirical study of plant location decisions of foreign manufacturing investors in United States. The University of Nebraska-Lincoln.
- Tong, D., & Murray, A. T. (2017).** Location Analysis: Developments on the Horizon. In R. Jackson & P. Schaeffer (Éds.), Regional Research Frontiers—Vol. 2 (p. 193-208). Springer International Publishing.
- Tonge, J. (2001).** A review of small business literature part 1: Defining the small business.
- Torre, A. (2018).** Les moteurs du développement territorial. Revue d'Économie Régionale & Urbaine, Octobr(4), 711.
- Torrès, O. (1998).** PME : De nouvelles approches. Economica. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02297982>
- Torrès, O. (2007).** La recherche académique française en PME : les thèses, les revues, les réseaux, La Documentation française, coll. « Regards sur les PME », n°14, 136 p.

- Torres, O., & Fimbel, E. (2020).** Les faces cachées de l'entrepreneuriat (1er édition). Éditions EMS.
- Toubache, A., & Lahlou, C. (2014).** Institution et dynamiques d'entreprises dans la région oranaise. Les cahiers du CREAD, 123-148.
- Tounes, A. (2003).** L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen.
- Tran, H. T., & Santarelli, E. (2017).** Spatial heterogeneity, industry heterogeneity, and entrepreneurship. *The Annals of Regional Science*, 59(1), 69-100.
- Tremblay, P.A. (1999).** Vers un nouveau pacte social ? : État, entreprises, communautés et territoires régional : Actes du colloque, tenu les 3 et 4 avril 1998 à l'Université du Québec à Chicoutimi.
- Trettin, L & Welter, F. (2011).** Challenges for spatially oriented entrepreneurship research. *Entrep Reg Dev* 23(7/8):575–602
- Trullén, J. (2001).** Léconomia de Barcelona : Cap a un nou model de desenvolupament. *Revista Situación Catalunya*, (2), 26–38.
- Turcan, R. V., & Fraser, N. M. (2018).** The Palgrave handbook of multidisciplinary perspectives on entrepreneurship. Springer.
- Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., & Llorca Mestre, A. (2018).** Factors Affecting Entrepreneurship and Business Sustainability. *Sustainability*, 10(2), 452.
- Van Noort, E. A. & Reijmer, I. A. (1999).** Location choice of SMEs: The most important determinants. Zoetermeer, EIM Small Business Research and Consultancy.
- Van Praag, M & Versloot, P. (2007).** What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29, 351–82.
- Venkataraman, S. (1997),** « The distinctive domain of entrepreneurship, in *Advances* » in *Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Eds. J. Katz and R. Brockhaus. Greenwich, CT : JAI Press, 199-138.
- Verstraete, T. (2003),** Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat, Editions de l'ADREG, www.editions-adreg.net, 120 p.
- Verstraete, T. (2012).** « Entrepreneuriat : De la théorie à la pratique » nouvelle rubrique de la Revue de l'Entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 11(4), 61.
- Verstraete, T., & Fayolle, A. (2005).** Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1), 33-52.
- Victor, A. (2004).** Les décisions de localisation des entreprises dans les provinces canadiennes. 9, 47.
- Vignolles, B. (2011).** Petite introduction à l'économie urbaine. Regards croisés sur l'économie, 9(1), 159.

Vlachou, C., & Iakovidou, O. (2015). The evolution of studies on business location factors. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(04), 1550023.

Von Thünen, J.H. (1826). *Der Isolierte Stat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Hamburg: Perthes. English translation by CM Wartenberg: *The Isolated State*. Oxford: Pergammon Press.

Weber, A. (1929). *Theory of the Location of Industries*. Chicago: University of Chicago Press. (1909). *Ueber den Standort der Industrien*, Tübingen. English translation by JCB Mohr: *The Theory of the Location of Industries*. Chicago: Chicago University Press, 1929.

Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2017). Everyday entrepreneurship: a call for entrepreneurship research to embrace entrepreneurial diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 311-321.

Wennekers, A.R.M., Uhlaner, L.M., & Thurik, A.R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol.1, no.1, 25-64.

Wilson, K. L. & Martin, W. A. (1982). Ethnic enclaves: A comparison of the Cuban and Black economies in Miami. *American Journal of Sociology*, 88(1), 135–160.

Witt, U. (1998). Imagination and leadership - The neglected dimension of an evolutionary theory of the firm, *Journal of Economic Behavior and Organization* 35(2): 161-177.

Wong, Q. (2009). Des collectivités en plein essor : Les villes du Canada les plus dynamiques en matière d'entrepreneuriat. Quebec: Fédération Canadienne de l'entreprises indépendante.

World Bank. (2014). *Doing Business*. Washington: World Bank.

World Bank Group (2020). *World Development Indicators*. “<https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>” Consulté le (15/05/2021)

Wtterwulge, R. (1998). *La P.M.E. : Une entreprise humaine*. De Boeck Université.

Zahra, S. A., Wright, M., & Abdelgawad, S. G. (2014). Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(5), 479-500.

Zemirli, R., & Hammache, S. (2018). Le contexte entrepreneurial en Algérie : Quelles opportunités et contraintes pour les jeunes entrepreneurs. *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l’Audit* (5), 771-787.

Zhao, S. (2019). Why do foreign entrepreneurs choose certain country as start-up destination? Evidence from Estonia.

Zimmermann, J.B. (2008). Le territoire dans l’analyse économique. Proximité géographique et proximité organisée. *Revue française de gestion*, 34(184), 105-118.

Zouad, R., & Benhamida, M. (2016). Gouvernance Territoriale ; Un essai d’une Typologie socio-économique à l’aide des outils statistique. *Revue des Etudes Economiques Approfondies*, 1(3), 28-60.

Sites Web :

- <https://www.commerce.gov.dz/fr/centre-national-du-registre-de-commerce-c-n-r-c>
- <https://www.banquemondiale.org/fr/country/algeria>
- <https://www.industrie.gov.dz/?-PME,25->
- <https://www.mdipi.gov.dz>
- <https://www.mesrs.dz>
- <https://www.ons.dz>
- <https://www.smefinanceforum.org/data-sites/msme-country-indicators>

Rapports

- Commission Européenne. (2006). La nouvelle définition des PME : Guide de l'utilisateur et modèle de déclaration. Publication : Entreprises et industries.
- European Commission. (2019). Annual report on European SMEs 2018/2019: Research & Development and Innovation by SMEs. Luxembourg : Publications Office.
- Ministère de l'économie, d. F. (2007). La localisation des très petites entreprises en France : une imprication de facteurs économiques et historiques. Paris : Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales.
- Ministère de l'industrie, d. I. (2019). Bulletin d'information statistique de la PME, N° 35 n°. Alger. Récupéré sur <http://www.mdipi.gov.dz/?-Bulletins-d-Tnformation->
- Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise, et de la Promotion de L'investissement (2020), « Bulletin d'information, statistiques n° 36, avril 2020.
- OCDE. (2018). Panorama de l'entrepreneuriat 2017. Éditions OCDE.
- OCDE, (2019). Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2019, Éditions OCDE, Paris.
- OCDE, EU, & ETF. (2018). Moyen-Orient méditerranéen et Afrique du Nord 2018 : Evaluation intermédiaire des principales réformes en faveur des PME, Politiques en faveur des PME. Paris: Editions OCDE.
- OECD. (2017). Entrepreneurship at a Glance 2017. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2019). OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019. OECD Publishing.
- ONS. (2018). Démographie Algérienne N° 853. Récupéré sur <http://www.ons.dz/spip.php?rubrique13>
- ONS. (2019). Comptes économiques N° n°731 et n°782. Récupéré sur <https://www.ons.dz/spip.php?rubrique309>
- World Bank. (2014). Doing Business. Washington: World Bank.
- World Bank Group (2020). World Development Indicators. "https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators" Consulté le (15/05/2021)

Journaux officiels :

- Décret exécutif N°18-169. (2018). Le fonds national d'appui au développement des PME, d'appui à l'investissement et de la promotion de la compétitivité industrielle, Journal officielle N°39. p.09.
- Décret exécutif N°18-169. (2018). Le fonds national d'appui au développement des PME, d'appui à l'investissement et de la promotion de la compétitivité industrielle, Journal officielle N°39. p.09.
- Le journal officiel de la république N° 02, Loi N° 17-02 du 10 Janvier 2017, dans Page 05.

Annexe N° 1 : Indice de Gini

	PME	%PME%	x	y
		0	0	0
1	1987	2,08333333	0,30125551	0,30125551
2	2120	4,16666667	0,32142007	0,62267558
3	2176	6,25	0,32991041	0,95258599
4	2946	8,33333333	0,44665261	1,3992386
5	3406	10,4166667	0,5163947	1,9156333
6	3406	12,5	0,5163947	2,43202799
7	3888	14,5833333	0,58947228	3,02150027
8	4253	16,6666667	0,64481111	3,66631139
9	5321	18,75	0,80673405	4,47304544
10	6264	20,8333333	0,94970534	5,42275078
11	6494	22,9166667	0,98457639	6,40732716
12	6951	25	1,05386364	7,4611908
13	7083	27,0833333	1,07387658	8,53506738
14	7241	29,1666667	1,09783148	9,63289886
15	7399	31,25	1,12178637	10,7546852
16	7934	33,3333333	1,20289945	11,9575847
17	8612	35,4166667	1,30569323	13,2632779
18	8697	37,5	1,31858035	14,5818583
19	8748	39,5833333	1,32631263	15,9081709
20	8752	41,6666667	1,32691908	17,23509
21	8847	43,75	1,34132234	18,5764123
22	9897	45,8333333	1,50051624	20,0769286
23	10099	47,9166667	1,53114212	21,6080707
24	10161	50	1,54054214	23,1486128
25	10314	52,0833333	1,56373896	24,7123518
26	10532	54,1666667	1,59679065	26,3091424
27	10637	56,25	1,61271004	27,9218525
28	10662	58,3333333	1,61650037	29,5383528
29	11097	60,4166667	1,68245213	31,220805
30	12036	62,5	1,82481696	33,0456219
31	12662	64,5833333	1,91972685	34,9653488
32	13530	66,6666667	2,05132715	37,0166759
33	13723	68,75	2,0805885	39,0972644
34	15011	70,8333333	2,27586636	41,3731308
35	15047	72,9166667	2,28132443	43,6544552
36	15673	75	2,37623432	46,0306896
37	15730	77,0833333	2,38487628	48,4155658
38	15835	79,1666667	2,40079567	50,8163615
39	17274	81,25	2,61896712	53,4353286
40	20940	83,3333333	3,17478126	56,6101099
41	23322	85,4166667	3,535924	60,1460339
42	25332	87,5	3,84066661	63,9867005
43	30127	89,5833333	4,5676521	68,5543526
44	30555	91,6666667	4,63254257	73,1868952
45	30658	93,75	4,64815873	77,8350539
46	33321	95,8333333	5,05190479	82,8869587
47	40107	97,9166667	6,08075224	88,9677109
48	72766	100	11,0322891	100

Annexe N° 2 : Résultats de l'ACP

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
COMR	1,000	,959
TRANS	1,000	,935
ETM	1,000	,957
POP	1,000	,969
OCP	1,000	,966
CHOM	1,000	,965
REST	1,000	,852
MANF	1,000	,940
ADMS	1,000	,873
PRI	1,000	,897
LOG	1,000	,616
TELCOM	1,000	,873
EDEC	1,000	,839
SAN	1,000	,813
CONS	1,000	,901
COM	1,000	,913
AGR	1,000	,650
FINAN	1,000	,740
ETRAN	1,000	,852

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Suite Annexe N° 02

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	14,218	78,991	78,991	14,218	78,991	78,991
2	1,496	8,311	87,302	1,496	8,311	87,302
3	,769	4,271	91,573			
4	,431	2,394	93,967			
5	,248	1,380	95,347			
6	,148	,823	96,170			
7	,138	,768	96,938			
8	,121	,670	97,609			
9	,107	,596	98,205			
10	,094	,522	98,728			
11	,071	,393	99,121			
12	,056	,312	99,433			
13	,040	,220	99,653			
14	,027	,152	99,805			
15	,022	,124	99,929			
16	,010	,053	99,982			
17	,003	,017	99,999			
18	,000	,001	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Annexe N° 3 : Régression OLS

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiqu	ddl	Sig.	Statistiqu	ddl	Sig.
	es			es		
LOG_P ME	,084	48	,200*	,980	48	,590

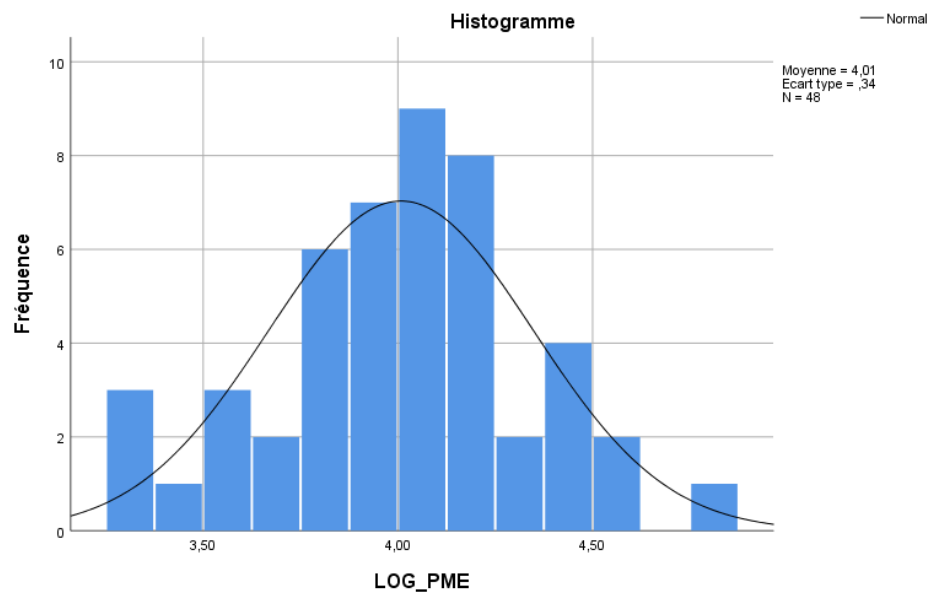
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiqu	ddl	Sig.	Statistiqu	ddl	Sig.
	es			es		
REGR INDIC	,120	48	,083	,961	48	,114

a. Correction de signification de Lilliefors



Test d'homocédasticité du modèle de la regression linéaire

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

	0.1541		0.696
F-statistic	07	Prob. F(1,46)	5
	0.1602	Prob. Chi-	0.688
Obs*R-squared	70Square(1)		9
Scaled explained	0.2235	Prob. Chi-	0.636
SS	50Square(1)		3

Annexe N°4 : La régression Ridge

Regression Coefficients

<i>Ridge Parameter</i>	<i>Pop</i>	<i>Com</i>	<i>Trans</i>	<i>Main.D</i>	<i>Indus</i>	<i>Finan</i>
0,0	-0,234926	0,0954846	0,151507	0,130103	0,468801	0,317002
0,0049	-0,183542	0,110602	0,155965	0,0972096	0,447123	0,306973
0,0098	-0,146563	0,123602	0,159289	0,0743127	0,429304	0,300703
0,0147	-0,11858	0,134687	0,161877	0,057765	0,414207	0,296729
0,0196	-0,0965848	0,144139	0,163947	0,045495	0,401132	0,294238
0,0245	-0,0787769	0,152225	0,165633	0,0362362	0,389618	0,292746
0,0294	-0,0640115	0,159173	0,16702	0,0291695	0,379343	0,291945
0,0343	-0,0515277	0,165171	0,168167	0,0237419	0,370075	0,291634
0,0392	-0,0407999	0,170373	0,169118	0,0195661	0,361643	0,291675
0,0441	-0,0314539	0,174904	0,169905	0,0163633	0,353915	0,291973
0,049	-0,0232159	0,178867	0,170554	0,0139278	0,346787	0,292457
0,0539	-0,0158811	0,182346	0,171084	0,0121046	0,340178	0,293078
0,0588	-0,00929327	0,185409	0,171512	0,0107749	0,334021	0,293799
0,0637	-0,00333098	0,188114	0,171852	0,00984647	0,328263	0,294591
0,0686	0,00210138	0,190509	0,172115	0,00924642	0,322856	0,295432
0,0735	0,00708027	0,192634	0,17231	0,00891673	0,317765	0,296308
0,0784	0,0116676	0,194524	0,172446	0,00881064	0,312957	0,297204
0,0833	0,0159139	0,196206	0,172529	0,00889018	0,308403	0,298111
0,0882	0,019861	0,197706	0,172566	0,00912424	0,304082	0,299022
0,0931	0,0235439	0,199044	0,172561	0,00948713	0,299971	0,299931
0,098	0,0269919	0,20024	0,172521	0,00995758	0,296054	0,300833

Standardized Regression Coefficients

<i>Ridge Parameter</i>	<i>Pop</i>	<i>Com</i>	<i>Trans</i>	<i>Main.D</i>	<i>Indus</i>	<i>Finan</i>
0,0	-0,215539	0,0820336	0,188889	0,132606	0,70971	0,112186
0,0049	-0,168396	0,0950218	0,194445	0,0990797	0,676892	0,108637
0,0098	-0,134469	0,10619	0,19859	0,0757423	0,649916	0,106418
0,0147	-0,108794	0,115714	0,201816	0,0588762	0,627062	0,105011
0,0196	-0,0886144	0,123834	0,204398	0,0463702	0,607268	0,10413
0,0245	-0,072276	0,130781	0,206499	0,0369333	0,589837	0,103601
0,0294	-0,0587291	0,13675	0,208228	0,0297307	0,574281	0,103318
0,0343	-0,0472755	0,141903	0,209658	0,0241986	0,560251	0,103208
0,0392	-0,037433	0,146372	0,210844	0,0199425	0,547486	0,103223
0,0441	-0,0288582	0,150265	0,211825	0,0166781	0,535786	0,103328
0,049	-0,0213001	0,15367	0,212634	0,0141957	0,524996	0,103499
0,0539	-0,0145706	0,156658	0,213295	0,0123374	0,514991	0,103719
0,0588	-0,00852636	0,15929	0,213829	0,0109822	0,50567	0,103974
0,0637	-0,0030561	0,161614	0,214253	0,0100359	0,496952	0,104254
0,0686	0,00192796	0,163672	0,214581	0,00942431	0,488767	0,104552
0,0735	0,00649598	0,165498	0,214824	0,00908827	0,48106	0,104862
0,0784	0,0107047	0,167121	0,214993	0,00898014	0,47378	0,105179
0,0833	0,0146006	0,168566	0,215097	0,00906121	0,466887	0,1055
0,0882	0,018222	0,169855	0,215143	0,00929977	0,460345	0,105823
0,0931	0,021601	0,171005	0,215137	0,00966965	0,454122	0,106144
0,098	0,0247645	0,172032	0,215086	0,0101491	0,448191	0,106463

Liste des tableaux

Tableau 1 : Différence entre espace et territoire	28
Tableau 2 : Les théories de l'entreprise.....	48
Tableau 3 : Panorama des principaux modèles de localisation depuis les années 1820	57
Tableau 4 : Les facteurs de localisation les plus cités par les auteurs	61
Tableau 5 : Évolution de la recherche en entrepreneuriat	80
Tableau 6 : Les courants de recherche classiques en entrepreneuriat.....	81
Tableau 7 : Les écoles de pensées selon la catégorie macro et micro économique.....	82
Tableau 8 : Principales caractéristiques de l'entrepreneur selon Jean Baptiste Say.....	85
Tableau 9 : Les fondements du concept d'entrepreneuriat	93
Tableau 10 : Les principales compétences de l'entrepreneur.....	102
Tableau 11 : L'évolution du rôle de l'entrepreneur selon les auteurs.....	104
Tableau 12 : Les approches de l'entrepreneuriat	111
Tableau 13 : Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat.....	123
Tableau 14 : Les variables les plus utilisées par les chercheurs pour la mesure de l'entrepreneuriat.....	125
Tableau 15 : Synthèse des travaux de recherche sur la PME.....	150
Tableau 16 : Les critères établis par la S.B.A.....	163
Tableau 17 : Définition des Pme selon l'Union européenne	171
Tableau 18 : Définition des PME dans certains pays du monde par rapport au nombre d'employés.....	172
Tableau 19 : Le nombre de PME dans certains pays du monde (critère de taille).....	175
Tableau 20 : Les facteurs qui affectent la performance des PME	178
Tableau 21 : La densité des PME dans les pays de l'Afrique	189
Tableau 22 : Nombre et densité des PME (2016/2017) selon quelques pays	192
Tableau 23 : Définition des PME en Algérie	204
Tableau 24 : Répartition des PME par taille	206
Tableau 25 : Types de PME	207
Tableau 26 : Évolution des PME par secteur d'activité	208
Tableau 27 : La densité moyenne des PME (Personnes morales) par rapport à 1000 habitants durant la période (2009/2019)	216
Tableau 28 : Synthèse de quelques travaux empiriques.....	227
Tableau 29 : Les étapes du cadre empirique.....	236
Tableau 30: Les degrés d'acceptabilité de l'indice de KMO.....	245
Tableau 31 : Les variables choisies ayant un fort pouvoir explicatif	245
Tableau 32 : Indice de KMO et test de Bartlett.....	247
Tableau 33 : Coefficient de corrélation entre le nombre de PME et l'indicateur socio- économique.....	257
Tableau 34: Récapitulatif du modèle de la régression linéaire	260
Tableau 35: Anova (régression linéaire).....	260
Tableau 36: Analyse des variables indépendantes explicatives avec le coefficient de corrélation	264
Tableau 37 : Test de multicolinéarité des variables indépendantes	267
Tableau 38 : Résultats de la régression Ridge	269

Tableau 39 : Variance Inflation Factors (VIF).....	271
Tableau 40 : Comparaison entre la régression linéaire et la régression Ridge.....	273

Liste des Graphes

Graphe 1: Représentation des PME par pays (2016/2017)	176
Graphe 2: La densité des PME dans les pays de l'Afrique (en valeur)	190
Graphe 3: Classement des pays par nombre de PME durant la période (2016/2017).....	193
Graphe 4: Classement de la densité des PME dans les pays du monde entre (2016/2017) pour 1000 habitants	193
Graphe 5: Évolution des PME par secteur d'activité année 2014-2019	208
Graphe 6: Évolution des PME durant la période (2009/2019).....	209
Graphe 7: Taux de création et de mortalité des PME.....	210
Graphe 8: Classement des wilayate selon le nombre de création de PME durant l'année 2019	212
Graphe 9: Classement des wilayate selon le nombre de mortalité des PME durant l'année 2019	212
Graphe 10: Taux de création et de mortalité des PME par wilaya durant l'année 2019.....	213
Graphe 11: Répartition des PME par région.....	213
Graphe 12: Évolution des PME et du PIB (Hors Hydrocarbures et Hors Agriculture) (2009/2019)	220
Graphe 13: La courbe de Lorenz	240
Graphe 14: Classement des wilayate selon le nombre de PME (2019).....	250
Graphe 15: Classement des wilayate selon leur potentiel agricole (2019)	250
Graphe 16 : Représentation graphique des corrélations entre les variables utilisées	265
Graphe 17: Représentation des variables indépendantes dans la régression Ridge	270

Liste des schémas

Schéma 1: La localisation des entreprises selon Alfred Weber	39
Schéma 2: L'évolution de la pensée en en trepreneuriat	75
Schéma 3: Représentation des PME dans les pays du monde selon le critère (nombre d'employés).....	173
Schéma 4: Cadre conceptuel des PME	179
Schéma 5: Tracé des résultats de l'ACP	247
Schéma 6: Représentation des wilayate à partir de l'ACP	248

Liste des cartes

<i>Carte 1: La représentation graphique des PME en Algérie.....</i>	<i>205</i>
<i>Carte 2: Représentation géographique des wilayate selon l'ACP.....</i>	<i>252</i>

Liste des Abréviations

ACP : Analyse des Composantes Principale

LMD : Licence, Master, Doctorat

PME : Petites et Moyennes Entreprises

OLS : Ordinary Least Squares

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economiques

ODCE: Office of the Director of Corporate Enforcement

S.B.A : Small Business Administration

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	I
SOMMAIRE GENERAL	II
INTRODUCTION GENERALE	2
1 CADRE THEORIQUE	5
2 CADRE METHODOLOGIQUE	9
3 L'INTERET DE NOTRE SUJET	10
4 LA STRUCTURE DE LA THESE	10
CHAPITRE I : LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA LOCALISATION DES ENTREPRISES	12
INTRODUCTION CHAPITRE I	13
SECTION 1. LE DYNAMISME TERRITORIAL	15
1 HISTOIRE DE L'ECONOMIE TERRITORIALE : LA CONSTITUTION ET L'EVOLUTION DU CONCEPT « TERRITOIRE »	15
1.1 LES PREMIERS PAS DE LA GEOGRAPHIE ECONOMIQUE.....	15
2 L'EVOLUTION HISTORIQUE DU CONCEPT TERRITOIRE	20
2.1 ÉTYMOLOGIE.....	20
2.2 LE TERRITOIRE, UN CONCEPT MULTIDIMENSIONNEL	21
3 CROISEMENT DES REFLEXIONS SUR L'ESPACE ET LE TERRITOIRE PAR LES ECONOMISTES	
23	
3.1 DEFINITION DU TERRITOIRE SELON LES AUTEURS	23
3.2 LA NOTION DE L'ESPACE EN ECONOMIE GEOGRAPHIQUE.....	27
SECTION 2. ÉVOLUTION DES MODELES TERRITORIAUX DE LOCALISATION	30
1 LA DISPARITE SPATIALE DES ENTREPRISES	30
1.1 LES HETEROGENEITES QUI AFFECTENT LES ACTIVITES ECONOMIQUES SELON LAMARLIERE & STASZAK, (2000)	31
1.1.1 <i>Hétérogénéité de l'espace</i>	31
1.1.2 <i>La distribution inégale des ressources naturelles</i>	32
1.1.3 <i>La distribution inégale des individus dans un territoire</i>	32
1.1.4 <i>La population, consommateur de biens et services</i>	33
1.1.5 <i>La répartition hétérogène des capitaux</i>	34

2 L'APPROCHE DE L'ECONOMIE SPATIALE SELON LES PRECURSEURS DE LA PENSEE TERRITORIALE	34
2.1 LA LOCALISATION DES ACTIVITES AGRICOLES SELON J.H. VON THÜNEN	36
2.2 LA LOCALISATION DES INDUSTRIES SELON LE MODELE D'ALFRED WEBER.....	38
2.3 LE MODELE DUOPOLE DE CONCURRENCE SPATIALE DE HOTELLING	41
2.4 LE MODELE DU COUT GLOBAL ET DES ELEMENTS DE LA COMPETITIVITE DE TORD PALANDER.....	43
2.5 LE MODELE D'AUGUSTE LOSCH.....	44
3 L'APPROCHE BEHAVIORISTE	45
4 L'ECOLE INSTITUTIONNELLE	46
5 LA LOCALISATION DES FIRMES SELON L'ECONOMIE GEOGRAPHIQUE	49
5.1 L'ECONOMIE GEOGRAPHIQUE	50
5.2 LE MODELE D'ALONSO : MODELE DE LA CONCURRENCE SPATIALE.....	51
5.3 MARSHALL ET LA RECONNAISSANCE TOTALE DE LA DYNAMIQUE TERRITORIALE	53
5.4 PAUL KRUGMAN.....	55
6 SYNTHESE DES MODELES THEORIQUES	57
7 LES DETERMINANTS ACTUELS DE LOCALISATION DES FIRMES	59
7.1 LES FACTEURS DE LOCALISATION.....	60
7.2 LES FACTEURS DE LOCALISATION DES ENTREPRISES SELON CERTAINS AUTEURS.....	60
CONCLUSION CHAPITRE I.....	68
CHAPITRE II : LES APPROCHES THEORIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT	70
INTRODUCTION CHAPITRE II.....	71
SECTION 1. GENERALITES SUR L'ENTREPRENEURIAT.....	74
1 ÉVOLUTION HISTORIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT.....	74
2 LES DIFFERENTS PARADIGMES DE L'ENTREPRENEURIAT	76
2.1 LE PARADIGME DE L'OPPORTUNITE D'AFFAIRES.....	77
2.2 LE PARADIGME DE LA CREATION D'UNE ORGANISATION.....	77
2.3 LE PARADIGME DE LA CREATION DE VALEUR	78
2.4 LE PARADIGME DE L'INNOVATION	79
3 LES COURANTS DE PENSEE EN ENTREPRENEURIAT	79
3.1 LES GRANDS AUTEURS FONDATEURS DE L'ENTREPRENEURIAT	82
3.1.1 <i>Olivier de Serres</i>	83
3.1.2 <i>Richard Cantillon</i>	84
3.1.3 <i>Jean-Baptiste Say</i>	85
3.1.4 <i>Joseph Alois Schumpeter</i>	86
3.1.5 <i>William Baumol</i>	88

4	DEFINITIONS DE L'ENTREPRENEURIAT SELON LES AUTEURS	90
5	LES FONDEMENTS DU CONCEPT D'ENTREPRENEURIAT LES PLUS CITES DANS LA LITTERATURE.....	93
6	L'ENTREPRENEUR ET SES CARACTERISTIQUES	95
6.1	LES MOTIVATIONS DE L'ENTREPRENEUR	99
6.2	LES COMPETENCES DE L'ENTREPRENEUR	101
	SECTION 2. L'ENTREPRENEURIAT TERRITORIAL	106
1	LES APPROCHES CLASSIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT	107
1.1	APPROCHE FONCTIONNELLE	107
1.2	APPROCHE PAR LES INDIVIDUS	108
1.3	APPROCHE PROCESSUS.....	109
2	INTEGRATION DE L'APPROCHE GEOGRAPHIQUE AU DOMAINE DE L'ENTREPRENEURIAT	110
3	LA NOTION DU TERRITOIRE DANS LA DIMENSION ENTREPRENEURIALE.....	112
3.1	LA TERRITORIALISATION DES ENTREPRISES	115
4	LES DETERMINANTS DE L'ENTREPRENEURIAT	119
4.1	LES FACTEURS TERRITORIAUX QUI EXPLIQUENT LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL	122
4.2	LES VARIABLES EXPLICATIVES LES PLUS CITEES DANS LES TRAVAUX DE RECHERCHES SELON JULIEN (2019) SONT :.....	126
4.2.1	<i>Les variables sociologiques.....</i>	126
4.2.2	<i>Les variables économiques</i>	127
4.2.3	<i>Les variables démographiques</i>	127
4.2.4	<i>Les variables structurelles industrielles</i>	127
4.2.5	<i>Les variables relatives à la demande</i>	128
	CONCLUSION CHAPITRE II.....	129
	 CHAPITRE III : GENERALITES SUR LES PME	131
	INTRODUCTION CHAPITRE III.....	132
	SECTION 1. LA DIVERSITE DES COURANTS DE RECHERCHE	133
1	L'EVOLUTION HISTORIQUE DES PME.....	135
2	L'EVOLUTION DES COURANTS DE RECHERCHE SUR LA PME	140
2.1	LA FRONTIERE CRITIQUE DE LA TAILLE	142
2.2	LES FONDEMENTS (1975-1985).....	144
2.3	LE COURANT DE LA SPECIFICITE (1975-1985).....	144
2.4	LE COURANT DE LA DIVERSITE (1975-1985).....	147
2.5	LES PROLONGEMENTS (1985-1995)	148

2.6	LE COURANT DE LA SYNTHÈSE : MILIEU DES ANNÉES 80 DÉBUT DES ANNÉES 90	148
3	LA DIFFÉRENCE ENTRE LES PME ET LES GRANDES ENTREPRISES.....	151
SECTION 2. LES DIFFÉRENTES TYPOLOGIES DE LA PME.....		156
1	LES APPROCHES TYPOLOGIQUES DES PME	157
1.1	L'APPROCHE QUANTITATIVE	157
1.2	L'APPROCHE QUALITATIVE	158
1.3	LE RAPPORT BOLTON	160
1.4	LA SMALL BUSINESS ADMINISTRATION (S.B.A)	162
2	LES TYPOLOGIES SELON LES AUTEURS.....	164
2.1	TORRES (2001)	164
2.2	JULIEN ET ST-PIERRE (2009)	165
2.2.1	<i>La PME et la mondialisation</i>	<i>165</i>
2.2.2	<i>Les PME locales et régionales qui échappent à la mondialisation</i>	<i>166</i>
2.2.3	<i>Les PME qui s'approvisionnent sur les marchés globaux</i>	<i>166</i>
2.2.4	<i>Les PME qui échangent avec les grandes firmes exportatrices.....</i>	<i>166</i>
2.2.5	<i>Les PME faiblement exportatrices</i>	<i>167</i>
2.2.6	<i>Les PME mondiales</i>	<i>167</i>
2.3	AMROUNE ET AL (2014)	167
2.4	REBOUD ET AL (2018).....	168
2.4.1	<i>Les PME façonnères</i>	<i>168</i>
2.4.2	<i>Les PME orientées métier</i>	<i>168</i>
2.4.3	<i>Les PME agitées</i>	<i>169</i>
2.4.4	<i>Les PME entrepreneuriales</i>	<i>169</i>
2.4.5	<i>Les PME dénaturées.....</i>	<i>169</i>
2.4.6	<i>Les PME participatives.....</i>	<i>170</i>
3	DEFINITION DE LA PME SELON L'UNION EUROPEENNE.....	170
4	IMPORTANCE DES PME	177
4.1	LES ATOUTS DE LA PME SELON LECERF (2006)	180
4.2	LE DYNAMISME DES PME SELON NORTH & VARVAKIS (2016)	181
SECTION 3. LA DENSITÉ DES PME		182
1	LE DYNAMISME DE L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE ET DES PME.....	184
1.1	L'INDICATEUR DE LA DENSITÉ DES PME, DE QUOI S'AGIT-IL ?.....	184
1.1.1	<i>Comment les chercheurs ont-ils défini la densité des entreprises ?</i>	<i>184</i>
1.1.2	<i>Les différentes utilisations de cet indicateur par les auteurs</i>	<i>185</i>
1.1.3	<i>Les différentes utilisations de cet indicateur par les organismes nationaux et internationaux</i>	<i>187</i>
2	LA DENSITÉ DES PME DANS LES PAYS DE L'AFRIQUE.....	188
3	LA DENSITÉ DES PME DANS CERTAINS PAYS DU MONDE	191

CONCLUSION CHAPITRE III.....	196
CHAPITRE IV : CADRE EMPIRIQUE	198
INTRODUCTION CHAPITRE IV.....	199
SECTION 1. DYNAMISME DES PME EN ALGERIE	200
1 LES APPUIS A LA PME : LE CONTEXTE ACTUEL DE L'ALGERIE	201
2 ANALYSE DESCRIPTIVE DES PME EN ALGERIE	203
2.1 DEFINITION DE LA PME EN ALGERIE	203
2.1 LA STRUCTURE GLOBALE DE LA POPULATION DES PME	206
2.2 REPARTITION DES PME PAR SECTEUR D'ACTIVITE	207
3 ÉVOLUTION DES PME DURANT LA PERIODE (2009/2019)	209
4 DYNAMISME DES PME DURANT LA PERIODE (2009/2019).....	210
5 REPARTITION GEOGRAPHIQUE DES PME.....	213
6 CONCENTRATION DES PME PAR RAPPORT AU NOMBRE D'HABITANTS	215
7 LA CONTRIBUTION DES PME A L'ECONOMIE ALGERIENNE.....	217
7.1 LES PME ET L'EMPLOI	218
7.2 LES PME ET LE PIB (PRODUIT INTERIEUR BRUT).....	219
8 LES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DES PME EN ALGERIE	221
SECTION 2. PRESENTATION, TRAITEMENT ET ANALYSE DES DONNEES EMPIRIQUES	223
1 BREVE SYNTHESE DES TRAVAUX EMPIRIQUES SUR LA LOCALISATION DES ENTREPRISES	223
2 PRESENTATION ET ANALYSE DES DONNEES EMPIRIQUES	235
2.1 DEMARCHE METHODOLOGIQUE	235
2.2 PREMIERE ETAPE.....	237
2.2.1 <i>L'indice de Gini</i>	237
2.2.2 <i>Application de l'indice de GINI</i>	239
2.3 DEUXIEME ETAPE	242
2.3.1 <i>L'utilisation de l'Analyse des Composantes Principales (ACP)</i>	242
2.3.2 <i>Résultats de l'ACP</i>	246
2.4 TROISIEME ETAPE.....	256
2.4.1 <i>Le coefficient de corrélation</i>	256
2.4.2 <i>La régression linéaire</i>	258
A. Résultats de l'analyse de régression linéaire.....	260
2.5 QUATRIEME ETAPE	263
2.5.1 <i>Présentation des variables dépendantes et indépendantes nécessaires</i>	263
2.5.2 <i>Application du coefficient de corrélation Pearson</i>	264

2.5.3	<i>La régression Ridge</i>	266
3	SYNTHESE DES RESULTATS ET DISCUSSION	279
	CONCLUSION CHAPITRE IV	282
	CONSLUSION GÉNÉRALE	284
	BIBLIOGRAPHIE	291
	ANNEXE N° 1 : INDICE DE GINI	316
	ANNEXE N° 2 : RESULTATS DE L'ACP	317
	ANNEXE N° 3 : REGRESSION OLS	319
	ANNEXE N°4 : LA REGRESSION RIDGE	321
	LISTE DES GRAPHES	323
	LISTE DES SCHEMAS	323
	LISTE DES ABREVIATIONS	324
	TABLE DES MATIERES	325

Résumé :

Les PME exercent leurs activités dans différentes zones géographiques distinctes, des choix d'implantation alternatifs s'offrent à elles et se traduisent par des décisions stratégiques qui influencent leurs mouvements. La sélection de ces lieux s'opère selon certaines variables économiques interdépendantes. Le choix de localisation s'effectue selon des modalités qui diffèrent selon la nature et l'activité des PME. À travers diverses recherches documentaires, on peut identifier plusieurs facteurs déterminants pour le choix de localisation des PME tels que : proximité du marché et des matières premières, main-d'œuvre qualifiée, présence d'infrastructures, milieu stratégique, expérience professionnelle dans le secteur, proximité aux clients et aux fournisseurs. En effet, grâce à la revue de la littérature, nous avons pu déceler les facteurs d'attractivité territoriale les plus pertinents et les plus mobilisés par les chercheurs et qui nous ont servis, par la même occasion, à valider nos hypothèses de recherche. L'analyse empirique nous a permis, en premier lieu, d'analyser le degré d'hétérogénéité de la répartition géographique des PME en Algérie. En second lieu, nous avons pu vérifier le lien qui existe entre le contexte socio-économique du pays et la distribution spatiale des PME entre les 48 wilayate. Et enfin, grâce à leur pouvoir explicatif, nous avons pu identifier les six facteurs les plus déterminants à l'implantation des PME.

Mots clés : PME, facteurs de localisation, répartition géographique des PME, attractivité territoriale, indice de Gini, Analyse des Composantes Principales (ACP), régression.

Abstract:

SMEs operate in different geographical areas, with alternative location choices available to them and resulting in strategic decisions that influence their location. The selection of these locations is made according to certain interdependent economic variables. The choice of location is made according to modalities that differ according to the nature and activity of the SMEs. Through various documentary researches, we can identify several determining factors for the choice of location of SMEs such as: availability of land and raw materials, and of qualified manpower, presence of infrastructures, strategic environment, professional experience in the sector, proximity to customers and suppliers. In fact, by reviewing the literature, we were able to identify the most relevant factors of territorial attractiveness and the most mobilized by researchers and which allowed us, at the same time, to validate our research hypotheses. Firstly, the empirical analysis helped us to analyze the degree of heterogeneity of the geographical distribution of SMEs in Algeria. In the second instance, we were able to identify the link between the socio-economic context of the country and the spatial distribution of SMEs among the 48 wilayate. And finally, thanks to their explanatory power, we were able to identify the six most determining factors for the establishment of SMEs.

Key words: SME, location factors, geographical distribution of SMEs, territorial attractivity. GINI index, Principal Component Analysis (PCA), regression.

المخلص:

تتوزع الشركات الصغيرة والمتوسطة في مناطق جغرافية مختلفة، وتتاح لها خيارات موقع بديلة وتؤدي إلى قرارات استراتيجية تؤثر على تحركاتها. يعتمد اختيار هذه الأماكن على بعض المتغيرات الاقتصادية المترابطة. يتم اختيار الموقع وفقاً لأساليب تختلف وفقاً لطبيعة ونشاط الشركة الصغيرة والمتوسطة. من خلال العديد من الأبحاث الوثائقية، يمكننا تحديد العديد من العوامل المحددة لاختيار موقع الشركات الصغيرة والمتوسطة مثل: توافر الأرض والمواد الخام، واليد العاملة، ووجود البنية التحتية، والبيئة الاستراتيجية، والخبرة المهنية في القطاع، والقرب من العملاء والموردين. في الواقع، بفضل مراجعة الأعمال السابقة، تمكنا من تحديد العوامل الأكثر صلة بالجاذبية الإقليمية والأكثر استعمالاً من طرف الباحثين والتي سمحت لنا، في نفس الوقت، بالتحقق من صحة فرضيات الأطروحة. سمح لنا التحليل التجريبي، أولاً، بتحليل درجة عدم تجانس التوزيع الجغرافي للشركات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. ثانياً، تمكنا من التحقق من الصلة الموجودة بين الواقع الاجتماعي والاقتصادي للبلد والتوزيع الجغرافي للشركات الصغيرة والمتوسطة بين 48 ولايات. وأخيراً، بفضل قوتهم التفسيرية، تمكنا من تحديد العوامل الستة الأكثر تأثيراً لإنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التوزيع الإقليمي للشركات الصغيرة والمتوسطة، الجاذبية الإقليمية، المؤشر Gini، تحليل المكونات الرئيسية (PCA)، الانحدار.