



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

THESE

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat Sciences
En Sciences économiques
Option : Economie Internationale

**Attractivité territoriale et IDE
cas de l'industrie Agro - Alimentaire de l'Oranie**

Présentée et soutenue publiquement par :
M Djamal-Eddine BOU ABDALLAH

Devant le jury composé de :

BOUYACOUB Ahmed	Professeur	Université d'Oran 2	Président
MIHOUB Ouahiba	Professeur	Université d'Oran 2	Rapporteur
BELKACEM-Nacer Azzeddine	Professeur	ENSSEA	Examineur
BOUZADI Soltana	Professeur	(USTO)	Examineur
BOUNOUA Chaib	Professeur	Université Tlemcen	Examineur

Année 2017-2018

Remerciements

J'adresse mes premiers remerciements au Professeur Abdelmadjid Ait Habouche, mon directeur de thèse pour son travail, ses orientations, son soutien me permettant ainsi de terminer cette thèse dans les meilleures conditions. Je le remercie pour l'effort qu'il a déployé notamment vers la fin de pour ainsi ce travail de recherche et ce, malgré ses problèmes de santé. Mon professeur a conduit les travaux depuis le début, m'a orienté, m'a appris le sens de l'analyse et m'a fourni beaucoup d'informations liées à l'économie territoriale.

Je remercie également le Professeur Ouahiba Mihoub-Ait Habouche qui a généreusement contribué dans la correction de la rédaction et l'exploitation ainsi que l'analyse des résultats de l'enquête que nous avons menée auprès des entreprises.

Mes remerciements vont au professeur Wacila Zerrouki pour m'avoir accompagné dans le travail de mise en forme.

Enfin, Je n'oublie pas d'adresser mes remerciements aux membres du jury qui ont eu la gentillesse d'expertiser ce modeste travail de recherche.

Dédicaces

Je dédie ce travail à ma chère femme Ghyzlen, qui m'a soutenu le long de ce travail. Je la remercie pour tous les sacrifices et son support à tout moment.

Je dédie cette thèse à mes chers parents pour avoir insisté et veillé, dès mon jeune âge, à atteindre l'excellence dans toutes mes entreprises.

Je dédie enfin cette thèse à mes chers enfants Moncef et Hassan el Idrissi

Je remercie toute personne m'ayant aidé de près ou de loin dans l'accomplissement de ce travail.

Table des matières

<i>Remerciements</i>	<i>I</i>
<i>Dédicaces</i>	<i>II</i>
<i>Table des matières</i>	<i>III</i>
<i>Liste des tableaux</i>	<i>V</i>
<i>Liste des figures</i>	<i>VI</i>
<i>Introduction générale</i>	8
<i>Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion</i>	<i>12</i>
I.1. l'investissement direct étranger :	14
I.2. La théorie des IDE	17
I.3. Définition des territoires économiques :	29
I.4. La théorie des territoires économiques :	35
Conclusion	51
<i>Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques</i>	<i>52</i>
Introduction	53
II.1. IDE et concurrence sur les territoires :	54
II.2. Les indicateurs de l'attractivité des IDE	57
II.3. Dispositifs de promotion des IDE pensés et mis en œuvre par les territoires	59
Conclusion	64
<i>Chapitre III : L'industrie agro-alimentaire -Etat des lieux-</i>	<i>65</i>
Introduction :	66
III.1. L'état des lieux par secteurs :	67
III.2. La part des IDE dans le secteur agroalimentaire en Algérie	76
Conclusion	85

<i>Chapitre VI : attractivité de l'Oranie pour les investissements dans l'industrie agro-alimentaire</i>	86
Introduction :	87
IV.1. Statistique sur l'activité économique dans l'Oranie	88
IV.2. Attractivité de l'Oranie pour les IDE :les enseignements d'une enquête sur un échantillon de PME	92
Conclusion	111
<i>Conclusion générale</i>	112
<i>Références bibliographiques</i>	115
<i>Bibliographie</i>	116
<i>Annexes</i>	120
Annexe 1 : Questionnaire adressé aux entreprises	121

Liste des tableaux

Tableau 1 : Theorie des stades de developpement	22
Tableau 2 : Les principaux determinants de la localisation.....	56
Tableau 3 : Indicateurs & methodes	58
Tableau 4:Impacts attendus des ide par les pays d'accueils.....	60
Tableau 5 : Bilan des declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite.....	76
Tableau 6:Bilan des declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite, impliquant des etrangers	79
Tableau 7 : La part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les etrangers.....	82
Tableau 8 : Statistique par secteur d'activite.....	88
Tableau 9 : Statistique activite services.....	89
Tableau 10 : Statistique entreprise exportatrice	90
Tableau 11 : Statistique entreprise d'importation de biens et services.....	90
Tableau 12: Statistique societe de distribution en gros.	91
Tableau 13 : Croisement des variables, cout d'investissement – configuration du capital social etranger	100
Tableau 14: Croisement des variables, periode de projet – configuration du capital social etranger	100
Tableau 15: Periode de projet – c&a	101
Tableau 16:Periode de projet – taux d'integration	101
Tableau 17 : Cout investi – nbr employes:	102
Tableau 18 : Periode de projet – configuration du capital social etranger – plan d'investissement	102
Tableau 19 : Configuration du capital social etranger – C&A	103
Tableau 20 :Tableau des valeurs propres	104
Tableau 21 : Correlations entre variables et facteurs	104
Tableau 22 : Premiere composante.....	107
Tableau 23 : Deuxieme composante troisieme composante.....	108
Tableau 24 : La troisieme composante traduit un certain dynamisme en matiere d'emploi	108
Tableau 25 : Coordonnees des individus	108

Liste des figures

Figure 1 : investissement direct	16
Figure 2: investissement indirect par participation	17
Figure 3 : investissement indirect par societe de participation.....	17
Figure 4 : inscription nationale et insertion internationale	25
Figure 5 : inscription internationale et insertion nationale	26
Figure 6 : – le triptyque proximite – interaction – coordination	31
Figure 7 : triangles de localisation.....	38
Figure 8: flux de rente et relation technique et commerciales entre entreprises	43
Figure 9 : croissance sectoriellement et spatialement desequilibree	44
Figure 10: demande de biens-salaires.....	45
Figure 11 : la cooperation entre producteurs	48
Figure 12 : les trois paradigmes definissant un milieu innovateur	48
Figure 13 : nombre de declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite en portion	77
Figure 14 :declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite ; montants investis ...	77
Figure 15 : declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite, nombre d'emplois ..	78
Figure 16 : declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite, impliquant des etrangers,.....	80
Figure 17 : declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite, impliquant des etrangers, montants investis.....	80
Figure 18 : declarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activite, impliquant des etrangers, nombre d'emplois	81
Figure 19 : la part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les etrangers en %	82
Figure 20 : la part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les etrangers, cout d'investissement.....	83
Figure 21 : la part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les etrangers, nbr d'emploi.....	83
Figure 22: presentation de l'oranie	95
Figure 23 : participation de l'ide dans le k social.....	97
Figure 24 : taux d'integration industriel en %.....	98

Figure 25 : nombre d'employes	99
Figure 26 : cout d'investissement en million de da	99
Figure 27 : le cercle de correlations croissantes	106
Figure 28: positionnement nuage, observation – coordonnees des individus	109
Figure 29: biplot , coordonnees des individus	110

Introduction générale

Associé le territoire et les IDE, dans notre cas, le territoire Oranais et les IDE dans le secteur agro-industriel, après évaluation de la situation nous renseignera à juste titre sur les possibilités de développer le potentiel territorial relatif à ce secteur d'activité.

Le choix de l'industrie agro-alimentaire réside dans le fait que ce secteur d'activité reste en deçà des projections émises par les pouvoirs publics et du potentiel réaliste que recel le pays. Les différents dispositifs et programmes de développement agricole initiés par les pouvoirs publics affichent des résultats mitigés, au regard des chiffres de la facture des importations des produits agro-alimentaires, transformés, qui tendent inexplicablement à la hausse entre 2008 – 2014, nous avons enregistré une hausse de 14,65 %.

Aussi, du fait que ce secteur génère une grande rentabilité et profitabilité et que nos voisins méditerranéens, excelle dans l'activité de transformation des produits agricoles.

- **Problématique**

Engagé dans un processus de réformes économiques, l'Algérie en pleine construction d'une économie de marché ; basée entre autres sur le **développement** d'un **secteur industriel hors hydrocarbures**, (La nouvelle stratégie industrielle, (MIPI, 2007) et le plan de relance du secteur industriel public (MDIPI, implantation territoriale des PME, 2012), afin de réduire la dépendance de l'économie vis-à-vis du secteur des hydrocarbures, et de stimuler la croissance, jugée encore insuffisante et molle (3,5 à 4% en moyenne sur la dernière période décennale).

L'objectif de développement du secteur industriel dans ce nouveau contexte **d'économie de marché et d'ouverture** (accord d'association Algérie-Union européenne 2005 (en renégociation 2016), processus d'adhésion à l'OMC, en cours...) interpelle la question de **la relance de l'investissement industriel** et plus particulièrement celui des investissements directs étrangers (**IDE**).

Pour rappel l'IDE en Algérie reste extrêmement insuffisant (à peine 2,4 milliard de dollars en moyenne annuellement et moins d'un milliard de dollars en 2015), ceci au regard de son afflux vers d'autres pays concurrents et du **potentiel d'attraction** de notre pays.

Cette question cruciale et majeure de **l'attractivité de l'investissement direct étranger** dans un contexte d'ouverture et de **concurrence** de plus exacerbée est fondamentalement liée au concept de « **territoire économique** » qui est l'espace-source de cette attractivité.

En effet la notion de territoire (Ait Habouche 2009, Courlet 2008, MIPI 2007) nécessite l'élaboration d'un diagnostic **de ce territoire afin de révéler ses potentialités et ses atouts, et de déterminer par voie de conséquences ses indicateurs d'attractivité** fondamentaux (coût des facteurs, ressources disponibles, capital, savoir-faire...ect).

Aussi, une étude sur un échantillon territorial de l'industrie Agro-Alimentaire oranienne est susceptible de nous apporter des éléments de réponse quant aux indicateurs majeurs d'attractivité territorial de l'investissement et notamment les IDE dans cette région. Nous envisageons le recours aux méthodes d'analyse des données (ACP, AFC entre autres) pour identifier les déterminants d'attractivité **territoriale** censés être à la source de la **compétitivité et de l'innovation** du secteur industriel hors hydrocarbures

Le choix du secteur agro-alimentaire s'est imposé à nous étant donné les capacités qu'il recèle en termes de compétitivité, de création d'emploi et de valeur ajoutée et aussi d'exportation.

Je rappelle que ce sujet de recherche est un prolongement et approfondissement d'un travail que j'ai effectué et soutenu dans le cadre de mon mémoire de magister, intitulé,« Opportunités de l'IDE dans le secteur pharmaceutique en Algérie », université d'Oran juin 2009.Un travail de recherche bibliographique a été déjà entamé sur ce sujet.

- **Ma question est la suivante :**

Est-ce que le potentiel et les indicateurs du territoire économique de l'Oranie sont attractifs pour les IDE dans l'industrie agro-alimentaire ?

- **Hypothèses**

L'enquête que nous allons mener le long de ce travail a pour but de renseigner certaines hypothèses que nous nous sommes fixées et ce dans le but de vérifier nos résultats d'une manière empiriques.

Ce travail traite un secteur d'activité bien définie et combien porteur en termes de valeurs ajoutées et de chaine de valeurs.

Si aujourd'hui le pays s'engage dans le développement économique il est de notoriété que le secteur agroalimentaire et l'un des secteurs à prendre en considération dans une perspective de diversification et plus spécialement pour l'Algérie pour freiner ces importations démesurées de produits alimentaires.

La réglementation, les nouvelles dispositions régissant l'investissement, la stratégie industrielle et les nouvelles inflexions et réorientations résultat de la baisse des prix des hydrocarbures, ont-ils contribué à favoriser l'IDE d'une manière générale

- La règle 51/49 issue de la LFC 2009 est-elle dissuasive ?
- Le secteur agro-alimentaire est-il attractif de manière générale aux IDE ?
- L'IDE favorise-t-il l'intégration industrielle ?
- L'IDE favorise-t-il l'exportation ?
- Le marché local est-il déterminant au l'IDE ?

• **Méthodologie**

La méthodologie retenue tout le long de ce travail consiste à donner un aperçu sur les théories des IDE et des territoires. Cette partie nous permet d'élucider l'état d'avancement théorique à la fois des IDE et des territoires, et expliquer la teneur de la relation entre les IDE et territoires.

La seconde partie procèdera à diagnostiquer l'industrie Agro-Alimentaire nationale et dans l'Oranie et évaluer l'attractivité aux IDE dans ce secteur dans l'Oranie ?

Enfin une conclusion contenant les manquements et les normes internationales, régissant la structuration des territoires sous forme d'interrogations achèvera notre travail.

• **Contexte de la recherche**

- La nouvelle stratégie industrielle, MIPI 2007 et le plan de relance du secteur industriel public, MDIPI 2012, et les différents programmes de développement économiques, ont-ils permis une configuration territoriale, en mesure d'attirer les IDE dans le secteur industriel d'une manière générale et dans l'industrie agro-alimentaire d'une manière particulière ?
- La loi de finance complémentaire 2009, notamment dans sa section 4 « dispositions diverses », article 58, l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001, complétée par l'article 4 bis, portant sur la nouvelle configuration de l'investissement étranger obligeant les non-résidents au partenariat, savoir :

- a) 49% des parts au maximum détenues par la partie non résidente et 51% au minimum détenues par la partie résidente, ceci dans des investissements réalisés dans les activités industrielles et de services ;
- b) 30% des parts minimums détenues par la partie résidente dans les activités de commerce extérieur, modifié par la loi de finance 2014, dans son l'article 4 bis de l'Ordonnance pour élargir la règle 49/51 relative à l'investissement étranger, aux activités d'importation en vue de la revente des produits importés en l'état (anciennement appelées « activités de commerce extérieur »).

A-t-elle eu un impact significatif sur les IDE en partenariat et par conséquent sur le développement des agglomérations territoriales ?

- Les projets réalisés avant et après la loi de finance 2009 dans l'industrie agro-alimentaire, savoir : des filiales à 100% détenues par des sociétés mères étrangères et des sociétés mixtes, ont-ils impulsé la création de territoires économiques au devenir ?

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les
investissements directs étrangers,
définitions, théories et promotion

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

Introduction :

Dans ce chapitre, nous aborderons les principaux travaux et concepts développés sur l'investissement direct étranger et de l'attractivité territoriale et de La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques.

Ce chapitre est divisé en quatre sections :

- ✓ La première traitera sur l'investissement direct étranger. Pour ce faire, nous commencerons par la présentation des différents sous-bassement théoriques de l'investissement direct étranger, ses définitions, ses formes, Investisseur direct et Entreprise d'investissement direct et les différentes relations d'investissement direct avec l'étranger, aussi les agents qui opérant dans le cadre des IDE et les différentes liens entre eux.
- ✓ La seconde traitera les différentes théories et paradigmes des IDE notamment les théories des territoires.
- ✓ La troisième traitera les différentes définitions des territoires économiques, nous aborderons les différentes approches théoriques des territoires, et les agglomérations territoriales.
- ✓ La quatrième traitera la théorie des territoires économiques, nous aborderons les différentes théories des territoires.

I.1. l'investissement direct étranger :

L'investissement direct étranger est définie comme étant un investissement, qu'une entité résidente d'une économie, effectue dans le but d'acquérir un intérêt durable dans une entreprise résidente d'une autre économie, généralement appelée pays d'accueil.

Par intérêt durable, on entend qu'il existe une relation à long terme entre l'investisseur direct et l'entreprise et que l'investisseur exerce une influence significative sur la gestion de l'entreprise. Les investissements directs comprennent non seulement la transaction initiale, qui établit la relation entre l'investisseur et l'entreprise, mais aussi toutes les transactions ultérieures entre eux et entre les entreprises apparentées, qu'elles soient ou non constituées en sociétés et donc dotées d'une personnalité morale distincte.

L'IDE représente donc l'ensemble des ressources (apports au capital social, dotations, prêts, mise à disposition de trésorerie, de crédits commerciaux ou de bénéfices réinvestis) qu'un investisseur direct laisse à la disposition d'entreprises avec lesquelles il est en relation d'investissement direct.

I.1.1. Investissement direct :

L'investissement direct couvre l'ensemble des ressources de manière à ce qu'un investisseur direct laisse à la disposition des entreprises avec lesquelles il est en relation d'investissement direct de même que tout bien ou partie de bien immobilier qui est la propriété d'un résident et qui est situé en territoire étranger ainsi que tout bien ou partie de bien immobilier qui est la propriété d'un non-résident et qui est situé sur le territoire.

➤ **Investisseur direct :**

Un investisseur direct est une entreprise publique ou privée ayant ou non la personnalité morale, un groupe d'entreprises liées entre elles ayant ou non la personnalité morale, un gouvernement, une personne physique ou un groupe de personnes physiques liées entre elles, possédant une entreprise d'investissement direct qui opère dans un pays autre que les pays de résidence de l'investisseur ou des investisseurs directs.

➤ **Entreprise d'investissement direct :**

Entreprise dans laquelle un investisseur direct détient au moins 10% des actions ordinaires ou des droits de vote, dans le cas d'une filiale ou d'une société affiliée, ou l'équivalent s'il s'agit d'une succursale ou d'un siège d'exploitation.

I.1.2. Relation d'investissement direct avec l'étranger :

La relation est établie entre un résident et une entreprise établie sur le territoire étranger, ou entre un non-résident et une entreprise établie sur le territoire national.

Cette liaison permet d'avoir une influence significative dans la gestion de l'entreprise concernée (l'entreprise d'investissement direct) et qui témoigne d'un intérêt durable de l'investisseur direct dans ladite entreprise.

Il existe une présomption de relation d'investissement direct lorsque l'investisseur direct détient, directement ou indirectement, au moins 10% du capital.

Le critère de détention de 10% du capital peut être remplacé, soit par le critère de détention de 10% des actions ordinaires ou des droits de vote, soit par la notion du droit d'ingérence dans les processus de décision et de gestion détenu par l'investisseur direct.

Par Résident :

- Toute personne morale de droit public national et tous ses services sur le territoire national ;
- Toute personne morale de droit privé national, pour les activités de son siège social, de ses filiales, sociétés affiliées et succursales établis sur le territoire national ;
- Toute personne morale de droit étranger, pour les activités de ses succursales établies sur le territoire national.

I.1.3. Qui sont ces agents protagonistes, opérant dans le cadre des IDE ?

➤ **Résident :**

Toute personne physique ou toute personne morale établie officiellement dans son pays d'origine.

➤ **Non-résident :**

Toute personne physique ou toute personne morale qui n'est pas considérée comme résident.

➤ **Filiale :**

Entreprise dotée de la personnalité morale, dont l'investisseur direct. Elle possède plus de 50% des actions ordinaires ou des droits de vote ou a le droit de désigner ou de révoquer une majorité des membres du Conseil d'Administration de cette entreprise.

➤ **Société affiliée :**

Entreprise dans laquelle l'investisseur direct possède entre 10% et 50% inclus des actions ordinaires ou des droits de vote ou détient un pouvoir de décision effectif dans la gestion de cette entreprise.

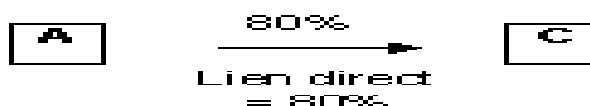
➤ **Succursale :**

Entreprise n'ayant pas la personnalité morale selon le droit du pays d'accueil. Elle peut être un établissement stable ou un bureau de liaison, une société de personnes ou une entreprise commune.

I.1.4. Possibilités de liens :

➤ **Lien direct :**

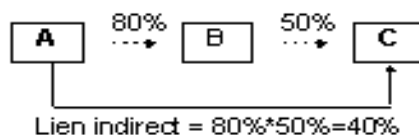
Figure 1 : investissement direct



On parle de lien direct lorsqu'un investisseur direct détient directement une entreprise (d'investissement direct), qu'elle soit une filiale ou une société affiliée.

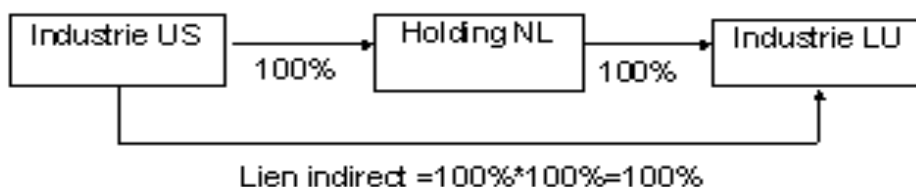
➤ **Lien indirect :**

Figure 2: investissement indirect par participation



Le lien indirect est considéré tel à partir du moment qu'une autre entité vient se greffer à cette relation de rapport investisseur direct et entreprise d'investissement direct.

Figure 3 : investissement indirect par société de participation



Comme nous pouvons avoir, également, cette configuration de lien :

Un investissement direct en provenance des Etats-Unis et passant par une société holding, ou une société de participations financières, basée aux Pays-Bas, est enregistré sous forme de lien " direct" à 100%: US -> LU (Luxembourg), et indirect avec NL (pays bas) (OCDE, 2008).

I.2. La théorie des IDE :

I.2.1. La théorie de Stephan Hymer :

L'achat d'actions d'une société étrangère ou créer une nouvelle société, est une forme d'IDE. Le contrôle est de mise pour générer une valeur ajoutée, provenant de cet avantage qui est souvent technologique et parfois du pouvoir que détient une entreprise, intégrée verticalement et implantée dans plusieurs pays, de coordonner les divers stades de la production et de la vente plus efficacement que ne peut le faire le marché concurrentiel atomistique. Stephen Hymer fait remarquer, que ce sujet, s'apparente plus à l'étude de l'organisation industrielle (1960,1976) qu'à la théorie des mouvements internationaux de capitaux.

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

Il existe peu d'investissement direct étranger dans les secteurs concurrentiels, contrairement aux opérations de prêts sous forme de valeurs mobilières ou l'épargne va normalement des pays riches en capitaux vers les pays pauvres, l'investissement direct va dans les deux sens, et souvent dans les mêmes secteurs, utilisant la formule employée pour capitaliser un flux de revenu.

$$C = I / r$$

Où **C** est la valeur capitalisée d'un actif productif de revenu, **I** le flux de ce revenu et **r** le taux concurrentiel de rendement.

Stephen Hymer a suggéré que l'investissement direct avait lieu en raison d'un taux de rendement **I** plus élevé du fait d'un avantage spécifique possédé par l'entreprise plutôt que du fait des niveaux différents de **r** selon le pays (Hymer, 1976).

I.2.2. Théorie de Dunning :

Dunning a conceptualisé un paradigme réunissant trois avantages : les avantages spécifiques de la firme, les avantages spécifiques du pays et les avantages de l'internalisation.

➤ **La théorie éclectique : paradigme OLI :**

La théorie développée par Dunning (1977) constitue une première contribution majeure de l'analyse des flux d'investissements internationaux dans les années 1970, bien que la première firme multinationale se soit développée au milieu du 17^e siècle sous le nom de « *East India Company* ».

La théorie éclectique est conçue comme une synthèse de théories de l'internationalisation et de la théorie des coûts de transaction. Ces deux théories qui n'ont apporté que des explications partielles de la localisation des firmes.

Dans cette approche, Dunning s'est inspiré des travaux de Hirsch (1976) relatifs à un arbitrage qu'effectue une firme entre les trois modalités d'exploration du marché étranger :

- L'investissement direct étranger ;
- L'exportation ;
- La vente de licence.

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

En distinguant les différents coûts relatifs à chaque modalité, la simple comparaison entre ces coûts détermine le choix de la modalité la plus rentable pour la firme. L'approche de Hirsch suppose ainsi une information parfaite sur tous les coûts, ce qui ne peut être le cas à l'échelle mondiale compte tenu de la grande asymétrie des coûts et des avantages. En outre, cette approche qui fait partie des modèles statiques (non stratégiques) ne considère que le choix d'une firme isolée et pour qui seul le coût importe dans la décision de localisation (Dunning, 1981).

C'est dans ce cadre d'arbitrage que Dunning (1981) construit un modèle simple à deux pays dans lequel les firmes font le choix entre les trois modalités de pénétration du marché étranger (IDE, Licence ou Exportations). Ce choix s'effectue sur la base des trois types d'avantages qu'une firme doit posséder pour s'internationaliser et résumé par le paradigme OLI. Il s'agit de :

✓ Owner ship advantage (O) :

Qui se traduit par la possession d'un actif spécifique ou avantage spécifique de la firme. C'est un produit ou une technologie dont les autres firmes ou sociétés ne disposent pas ou n'y ont pas accès (brevet, marques, secrets commerciaux, etc.) ;

✓ Location advantage (L) :

Qui signifie que l'actif doit être durable pour l'entreprise de l'exploiter à l'étranger plutôt que dans le pays d'origine. C'est un avantage de la localisation à l'étranger. Il s'agit ici de rechercher les débouchés qui minimisent les coûts de production, de commercialisation, etc.

✓ Internalization advantage (I) :

Qui s'explique par le fait qu'il y a moins d'avantage à sous-traiter qu'à exploiter soi-même cet actif spécifique. C'est un avantage à l'internalisation, en vue de contourner ou d'éviter le risque lié à la vente de technologie aux autres firmes pour ne pas s'exposer à la concurrence.

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

➤ Les avantages spécifiques de la firme :

✚ Les savoirs spécialisés

- Les innovations
- Niveau de développement technologique
- Savoir faire

✚ Économies de taille

- Économie d'échelle
- Économie de gamme
- La recherche de nouveau capital permettant d'abaisser le coût unitaire de la production

✚ Les avantages peuvent être de type « monopolistique » :

- Première firme à prendre un marché
- Détention d'une marque reconnue

➤ **Le paradigme ESP :**

« Où s'installer ? » Dunning répondra ainsi à cette question : « Là où les avantages d'un pays maximisent les avantages spécifiques de la firme. » La firme, pour décider de l'emplacement de ses futurs investissements, va comparer les différentes possibilités afin de déterminer laquelle maximisera le plus ses avantages spécifiques. Dunning développe une théorie sur les différents stades de développement par lesquels les pays doivent passer pour se rendre attractif. Ce point soulève aussi toute la question de la compétitivité des nations. On compare les pays de plusieurs façons, mais on peut généraliser en séparant en trois catégories les éléments de comparaison, ce que Dunning appelle le paradigme ESP

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

Environment, Systems, Policies:

✓ Environment :

Est économique, elle concerne la quantité et la qualité des facteurs de production disponibles, la grandeur du marché, les transports, la distance et les communications, les réseaux de distribution et les relations avec le réseau local, les banques et agences gouvernementales.

✓ Systems :

Concerne les éléments sociaux et culturels, Comme l'attitude envers les étrangers, le langage, la culture, etc.

✓ Policies :

En relation avec les politiques gouvernementales du pays.

Les avantages spécifiques des pays :

- Environnement (E).
- La quantité et la qualité des facteurs de productions disponibles.
- Ressources humaines.
- Ressources naturelles.
- Stade de développement économique.
- "Background" culturel et historique.
- La grandeur du marché.
- Les transports
- L'infrastructure des communications
- Les réseaux de distribution

I.2.3. La théorie IDP :

Cette théorie, consiste à développer les différentes phases par lesquelles, doit s'articuler un modèle d'attractivité territoriale, au niveau des investissements, la théorie IDP (Investment Development Path).

Tableau 1 : Théorie des stades de développement

	Phase 1	Phase 2	Phase 3	Phase 4	Phase 5
Niveau d'IDE	- Avantages limités (L) ; - Peu ou pas d'IDE vers l'intérieur ; - Peu de sociétés domestiques avec avantages (O) ; - Aucun IDE vers l'extérieur.	Générique (L) avantages : Croissance vers l'intérieur IDE. Croissance de l'intérieur Industrie dans secteurs de support (d'assistance) : peu de IDE extérieur	Type de créatif(-atout) (L) Les avantages sont Développé. Augmentation vers l'intérieur IDE Fort intérieur Industrie, augmentation IDE extérieur.	Avantages L forts dans atouts créés. Fort O les avantages de sociétés domestiques : des niveaux de IDE extérieurs excèdent vers l'intérieur.	étape 4, fluctuation niveau zéro ou positif net de l'IDE intérieur et extérieur.
Motifs de l'IDE	Recherche de ressource Investissement (L) Avantage limité dotations en Ressource naturelle	Recherche de ressource IDE. croissance (L) Avantages, Particulièrement Travail(Main-d'œuvre) non qualifié et Infrastructure Attire le travail (la main-d'œuvre) Intensif Fabrication. Présence croissante De recherche du marché IDE	Recherche du marché IDE et augmentation Efficacité cherchant IDE dans Fabrication, comme (L) Les avantages deviennent De plus en plus Basésur les actifs	Efficacité cherchant IDE, recherche du marché IDE et augmentation d'actif IDE.	

➤ **Processus de l'attractivité des IDE**

✚ Phase 1 : situation primaire

Le pays ne reçoit pas ou très peu d'IDE et n'opère aucun IDE vers l'extérieur. Suivant les éléments mis en évidence par la théorie IDP, le pays à ce stade du processus ne possède pas de « location avantage », cette absence s'explique par le fait que les firmes nationales ne disposent pas ou peu, ou ne valorise pas leur « ownership avantage ».

Cet état de fait est la résultante d'une absence et/ou mauvaise politique de la promotion des IDE par les pouvoirs publics.

A ce niveau le seul acteur capable et habilité à développer la situation, faisant du territoire-pays attractif, est l'état. Son action consistera à :

- ✓ Elaborer une législation claire visant à créer un environnement économique favorable aux firmes aussi bien nationales qu'étrangères ;
- ✓ Réaliser des infrastructures socio-économiques nécessaires ;
- ✓ Assurer un système de communication et de transport fiable ;
- ✓ Assurer une législation de travail souple à la fois pour favoriser l'établissement des IDE et permettre la montée en compétence de la main d'œuvre locale.

✚ Phase 2 : les efforts payants des pouvoirs publics

Dans cette phase les efforts fournis par les pouvoirs publics, notamment, en termes d'avantages, favorisent le « location avantage » pour certaines firmes étrangères, et les IDE qui commencent à affluer favorisent l'effet d'entraînement. Cette situation permet également à faire émerger les « owner ship avantage ».

C'est la phase où nous assistons à un déploiement des variables du paradigme OLI (L-Fontagné & F-Toubal, 2010)

✚ Phase 3 : la dynamique des intervenants

Cette phase, intervient quand le pays arrive à un certain degré de maturité économique, même s'il existe toujours un déséquilibre entre (moins) IDE vers l'extérieur

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

et (plus) IDE vers l'intérieur, le pays détient toute la faculté et la capacité pour développer encore plus les « ownership advantage » des firmes nationales.

La stratégie étant que les pouvoirs publics et les firmes nationales développent des politiques pour générer plus d'avantage comparatifs ; en envisageant toutes les possibilités de s'approprier et développer les nouvelles technologies et le know how.

Phase 4 : le processus d'internationalisation

A ce niveau du processus, les « owner ship advantage » étant assez développés, dans un marché relativement stable, permettant ainsi aux IDE vers l'extérieur de se développer.

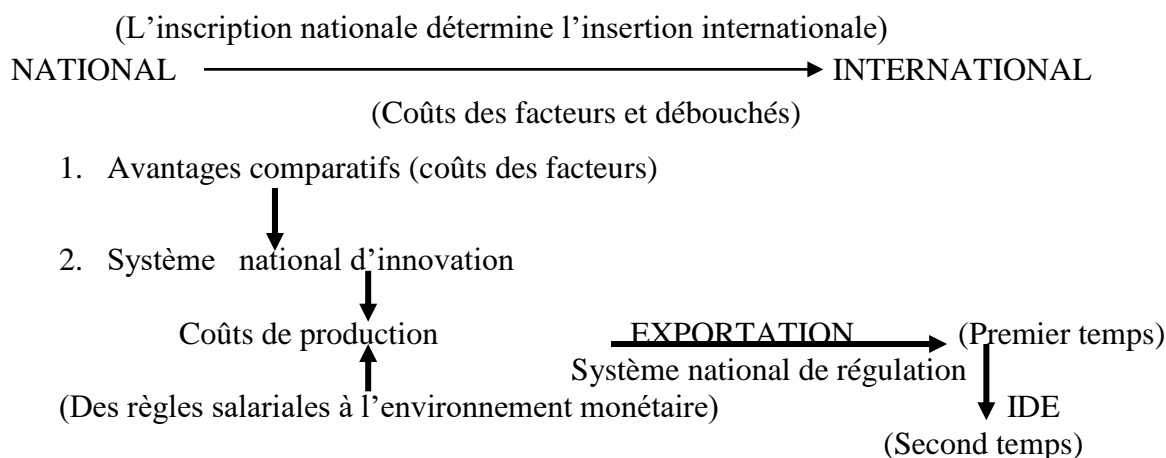
Le pays commence à chercher l'équilibre entre les IDE sortant et les IDE entrant, en favorisant les échanges intra-firme et intra-territoires, et donc l'insertion des firmes nationales dans l'économie mondialisée (Dunning, 1981).

Phase 5 : l'émancipation des firmes

En cette phase, parachevant le processus ; le système est caractérisé par plus de pouvoir en faveur de la firme qu'en faveur des états, l'écosystème devient plus « firm-specific » et moins « country-specific », dans cette situation les décisions d'implantation se basent sur l'environnement dans lequel évolue la firme, sur les différentes stratégies de la concurrence, et sur le développement des marchés régionaux et internationaux, donnant naissance très souvent à des alliances stratégiques (Andref, 1999).

I.2.3. Modèle des IDE au cours des décennies 1960 et 1970 :

Figure 4 : inscription nationale et insertion internationale



Source : (Bellon & Gouia, 1998)

Avec la mondialisation des années 80 et 90, la donne a changé le comportement des économies dans des contextes concurrentiels à l'échelle mondiale et en fonction des stratégies des multinationales et des politiques de libéralisation, renverse le modèle précédent.

Il n'est plus question de comparer les actifs naturels de chaque territoire et à en évaluer les avantages au sein d'économies relativement bien délimitées.

On part, de contextes de mondialisations, pour se concentrer sur les capacités des firmes à construire des comportements stratégiques compétitifs.

Les IDE ont un double rôle :

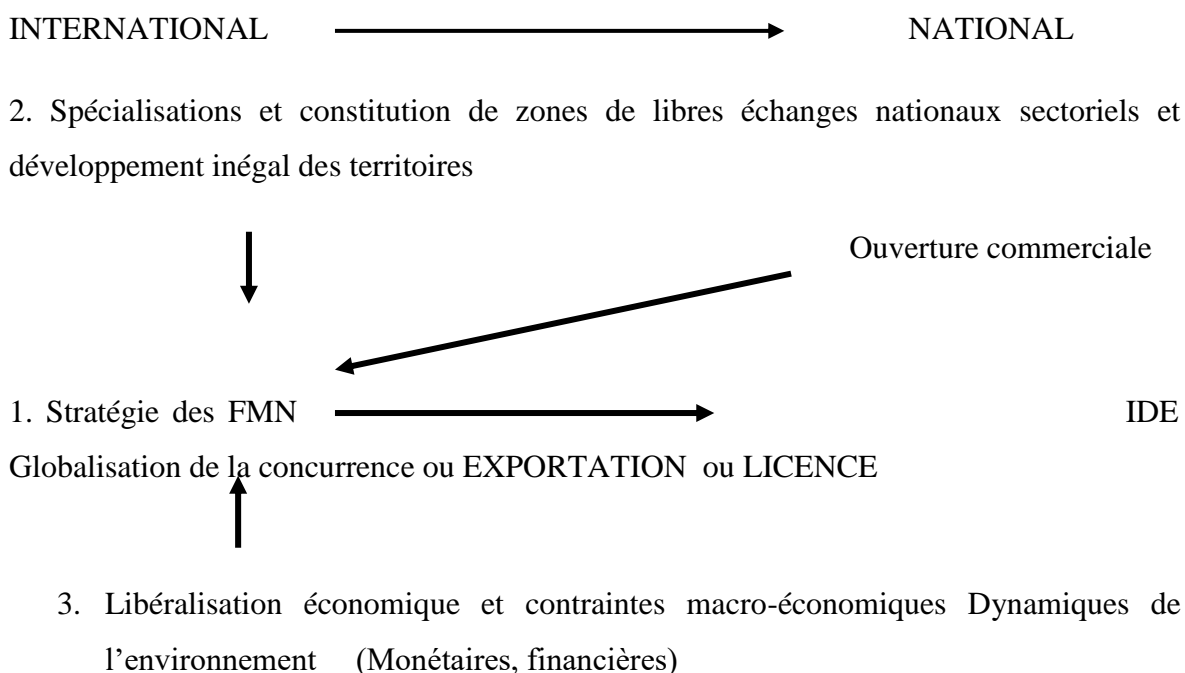
- Agent de la mondialisation ;
- Agent de la régionalisation des dynamiques industrielles.

Cette relation s'appuie sur la transformation des systèmes d'innovation devenus, paradoxalement, à la fois plus globaux et plus spécifiques. La recomposition de la dimension internationale montre d'abord une variété accrue de combinaisons possibles pour les échanges commerciaux et financiers, mais plus encore, pour la production, autrement dit l'investissement, la technologie et les savoir-faire.

I.2.4. Modèle des IDE à la fin du XXème siècle :

L'inscription internationale détermine la décision et la nature de l'IDE, mais l'insertion locale détermine la qualité des dynamiques spécifiques

Figure 5 : inscription internationale et insertion nationale



Source : (Bellon & Gouia, 1998)

Actuellement, ce n'est plus le commerce qui entraîne les investissements productifs étrangers directs, ni l'inverse, Les IDE se présentent comme une alternative stratégique parmi d'autres (l'exportation ou la cession de licence), d'une part.

D'autre part, les Commerce, investissement direct et cession de droit participent de façon concurrentielle davantage que de façon alternative aux dynamiques industrielles des FMN, dans le cadre de spécialisations nationales sectorielles et technologiques spécifiques et de dynamiques d'environnement particulières.

➤ Les critères stratégiques :

Les critères retenus pour une décision d'investissement directement à concurrence les opportunités offertes par deux options :

- L'exportation et la licence ;
- L'IDE est souvent la solution la plus coûteuse.

- La théorie ne donne pas de réponse toute faite à une situation qui varie beaucoup selon les circonstances. Les critères du marché s'articulent avec ceux des organisations et ceux du savoir. Autrement dit, la décision de la forme de l'expansion internationale résulte d'un balancement entre plusieurs paramètres, notamment les cinq suivants :

- ✓ Les coûts de transports ou de douanes ;
- ✓ La dynamique des marchés ;
- ✓ Les risques ;
- ✓ Les capacités des organisations ;
- ✓ Le Know how.

Il y a des activités pour lesquelles la forme d'IDE devrait être plus fréquemment retenue :

- ✓ Les industries de haute technologie (lorsque la protection des actifs les plus spécifiques de l'entreprise constitue les bases de la compétitivité) ;
- ✓ En situation d'oligopole (pour des raisons de capacité de stratégie commerciale planétaire) et pour les industries où le niveau des coûts est le critère dominant (division internationale du travail) (Guillochon, 1993).
- ✓ A l'inverse, la diffusion sous licence (Mc Donalds ou autres) est souvent préférable :
 - ✓ Lorsque les produits ne peuvent être exportés ;
 - ✓ Lorsqu'on cherche à économiser les coûts et les risques associés à l'ouverture de nouveaux marchés étrangers ;
 - ✓ Lorsque les noms de marque sont relativement faciles à protéger ;

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

- ✓ Lorsque les règles peuvent être facilement écrites dans un contrat et surveillées au cours de la mise en œuvre de la licence.

➤ **L'appréhension des firmes multinationales :**

Les IDE présentent des caractéristiques propres à l'intérieur du mouvement international des capitaux. Ils entraînent non seulement des transferts de ressources, mais aussi l'acquisition d'un contrôle financier et commercial, ils conduisent à développer des structures productives nationales appartenant à une même structure organisationnelle transnationale. Le sens des transferts est essentiellement déterminé par les stratégies des firmes investisseuses.

Dans ce cadre, les IDE sont des instruments de stratégie de firmes multinationales, aux fins essentielles de mise en œuvre de leurs stratégies d'extension de leur contrôle, de leurs parts de marché. La réflexion doit partir des stratégies des FMN et des dynamiques environnementales.

En effet les FMN mènent le jeu ; elles développent leurs stratégies dans un environnement infiniment plus ouvert et plus concurrentiel que par le passé, en y associant d'une part, investissement direct, intégration et pouvoir de marché et d'autre part, une insertion dans les territoires régionaux ou nationaux marqués notamment par les accords interentreprises. Il en résulte un jeu complexe et instable d'alliances-concurrences avec leurs partenaires au sein de cartels mondiaux ou régionaux, ainsi que vis-à-vis des entreprises nationales dans chaque pays concerné.

Les FMN bénéficient d'effets de taille et de positions stratégiques qui leur permettent une grande liberté de choix de localisation et de délocalisation. Elles ont acquis des positions favorables en matière de négociation avec les autorités politiques.

Cet avantage est essentiellement fondé sur la crédibilité des menaces de délocalisation. Mais il s'appuie aussi sur des compétences en matière d'information et de négociation qui sont devenues des compétences clé supérieures aux savoir-faire techniques et aux coûts d'accès aux facteurs de production (Pugel & Lindert, 1997).

➤ **IDE et Stratégie de croissance mondiale :**

Par conséquent, la question des IDE présente une actualité centrale au niveau des stratégies de croissance économique pour trois raisons :

Parce que la mondialisation commerciale et financière s'appuie prioritairement sur une mondialisation de la production, et non plus sur l'exportation des biens et services, la mondialisation est d'abord celle de la mise en œuvre de processus de production et d'organisation. Les savoir-faire traversent les frontières à travers des relations durables entre entreprises appartenant aux mêmes multinationales, mais également à travers les relations entre chacune des entreprises et une partie de leur environnement local. Ces deux types de relation ne se présentent pas au même niveau : les premières constituent des éléments centraux des stratégies des FMN, tandis que les secondes présentent davantage un caractère induit (Saby.B & Saby.D, 2003) ;

Parce que les états ont fait le choix irréversible de l'ouverture financière, couplée d'une acceptation, d'attraction des IDE. Les états favorisent le développement industriel, plus seulement en ne privilégiant pas les capitaux nationaux, mais toute production effectuée sur le sol national, quel qu'en soit l'opérateur ;

Parce que les scénarios libre-échangistes qui participent à ce consensus politique, diminuent régulièrement les degrés de liberté de chaque pays. En effet les pays comme l'Algérie ne peuvent survivre à la nouvelle concurrence, liée à la mise en application de la zone libre-échange d'ici 2020, que s'ils parviennent à enclencher durablement des dynamiques de croissance. Ceci implique tout à la fois des restructurations microéconomiques, des changements organisationnels et des afflux massifs de capitaux industriels (nationaux et étrangers) attirés par les opportunités nouvelles (L-Montagné & M-Pajot, 1998).

I.3. Définition des territoires économiques :

Le territoire économique est une conception de l'espace à la fois « actif » et « contexte ». L'espace devenu territoire, s'analyse comme un système constitué d'acteurs liés entre eux par des rapports sociaux, des rapports dynamiques qui évoluent dans le

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

temps en fonction des relations, des interactions qui s'établissent entre eux et avec l'extérieur.

L'attractivité d'un territoire peut se définir comme sa capacité, pour une période donnée, à attirer diverses activités économiques et facteurs de production mobiles (entreprises, événements professionnels, entrepreneurs, capitaux, etc.). Dans ce sens, c'est **le reflet de la performance d'un territoire** durant une période donnée et les déterminants de l'attractivité du territoire sont à rechercher parmi les facteurs de sa compétitivité.

Une notion qui renvoie à une problématique basée sur un principe de mouvement, de dynamique, de composition et/ou de recombinaison des facteurs de développement endogène des territoires.

I.3.1 Théories du territoire :

➤ **Les théories de localisation:**

Les théories de localisation cherchent à expliquer la distribution des activités dans l'espace, le but étant d'identifier les facteurs qui influencent l'emplacement de différentes activités, attribution de différentes parties de territoire parmi différents types de production, la division d'un marché spatial parmi des producteurs, et la distribution fonctionnelle des activités dans l'espace.

Les modèles d'emplacement diffèrent selon des hypothèses sur la structure spatiale de la demande et d'approvisionnement qui reflète les objectifs que les modèles poursuivent. Il y a des modèles dont le but est d'interpréter les choix d'emplacement des entreprises, sur l'acceptation des marchés de matières premières finales et avec des emplacements donnés.

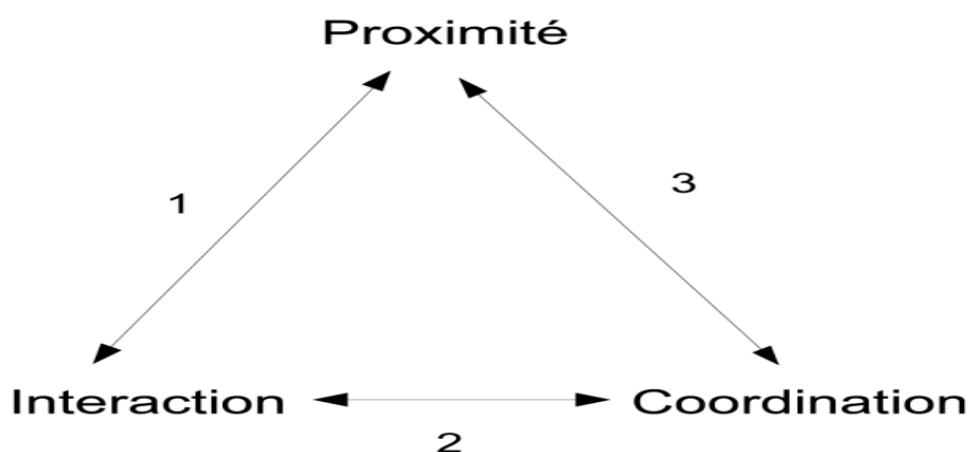
➤ **Les théories spatiales :**

Les théories spatiales, d'essence géographique, portent essentiellement sur le niveau de développement des villes. Les phénomènes qu'elles tentent d'appréhender peuvent toutefois être extrapolés dans le cas de régions ou de départements et permettent d'intégrer dans le diagnostic des forces et des faiblesses de la collectivité certaines évolutions ou certaines limites à l'évolution du territoire.

Le géographe Walter Christaller a développé en 1933 un modèle explicatif du maillage des réseaux de ville, qui tient compte de la taille, de l'espacement et du nombre des villes sur un territoire donné. Ce modèle décrit l'organisation hiérarchisée d'un réseau de villes selon le niveau des services qu'elles offrent, et leur disposition spatiale régulière aux sommets de triangles équilatéraux ou au centre d'hexagones (HUTEAU, 2010).

➤ **Les théories de la proximité :**

Figure 6 : – Le triptyque proximité – interaction – coordination



Source: (Zimmermann 2008, p.113)

La proximité peut être considérée comme le cadre et la condition permissive de l'interaction tandis que l'interaction constitue le vecteur d'éventuels jeux de coordination » (Zimmermann, 2008) .

Définie de manière élémentaire, la proximité organisée désigne le potentiel de coordination mais on distingue deux courants principaux : les interactionnistes d'une part et les institutionnalistes d'autre part.

Les premiers mettent en avant « la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres » (Rallet et Torre 2005, p. 49) et distinguent deux logiques de proximité :

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

- 1- logique d'appartenance : deux membres d'une organisation sont proches l'un de l'autre parce qu'ils interagissent et que leurs interactions sont facilitées par des règles ou des routines de comportement (explicites ou implicites) qu'ils suivent.
- 2- logique de similitude : les membres d'une même organisation sont réputés partager un même système de représentations, ou ensemble de croyances, et les mêmes savoirs » (Bouba-Olga, Carrincazeaux et Coris 2008).

Cette définition de la proximité organisée suppose l'existence d'interactions entre acteurs, entre objets techniques ou entre acteurs et objets. (Talbot, 2008).

– Les institutionnalistes séparent quant à eux deux formes de proximité organisée : la proximité institutionnelle, définie comme « l'adhésion d'agents à un même espace commun de représentations, de règles d'actions et de modèles de pensée » et la proximité organisationnelle qui « fait référence au mode de coordination au sein d'une organisation » D. Talbot définit encore l'institution comme « une idée commune en acte au service d'une finalité » (Talbot 2008, p.299).

C'est pour cette raison que B. Pecqueur et J.B. Zimmermann proposent de distinguer la proximité intentionnelle (logique d'appartenance) et la proximité intentionnelle (logique d'adhésion), et les institutions qui s'imposent aux acteurs de celles qui leur doivent leur existence (Grandclement, 2012).

I.3.2 Les différents types d'agglomération :

➤ Les centres d'excellence :

Regroupement d'entreprises et organismes dans la R&D, l'enseignement et les services : regroupement de compétences à dimension internationale ;

➤ Le Cluster :

Proposé par l'économiste autrichien Joseph Schumpeter au début du 20^{ème} siècle et relancé par le professeur de stratégie et consultant Michael Porter dans les années

1980, le concept peut se définir comme le regroupement sur un même site géographique d'organisations appartenant à une même industrie, ceci afin de mener des activités de manière conjointe [Porter, 1990]. Contrairement aux districts industriels et aux grappes d'entreprises, les clusters abritent des organisations variées telles que des universités ou des laboratoires de recherche, et ils ont pour vocation essentielle de soutenir la R&D de leurs membres.

Toujours dans la lignée des travaux anglo-saxons, une large littérature s'est développée sous l'impulsion de M. Porter (2000) autour de la notion de *cluster*. Pour Pecqueur (2006), cette notion est affiliée aux travaux sur les districts italiens, elle est définie par la Harvard Business School comme « *une concentration géographique de groupes d'entreprises interconnectées, d'universités et d'institutions associées, qui résulte des couplages (linkages) ou des externalités entre industries* » (Samson, 2004).

Concentration de sociétés industrielles, centres de recherche, enseignement supérieur. En général le cluster regroupe des entreprises hautement innovatrices ayant ou au devenir d'une dimension internationale, l'ensemble des acteurs sont conscients et partagent cette vision de dynamiques de croissance au sein du cluster ;

➤ **Les districts Industriels :**

Evoqué par l'économiste américain Alfred Marshall dès la fin du 19^{ème} siècle [Marshall, 1890], il constate que deux systèmes de production coexistent et se font concurrence : de grandes entreprises intégrées et des réseaux de petites entreprises spécialisées et co-localisées qui se coordonnent afin d'assurer l'ensemble du processus de production à grande échelle, Marshall note que ce dernier système permet aux petites entreprises de développer un haut niveau de compétences autour de leurs cœurs de métier respectifs, mais aussi d'obtenir des gains en matière de coûts et de flexibilité dans la mesure où elles adaptent leurs activités à la conjoncture économique de manière concentrée.

Cette forme organisationnelle a été également reconnue par les pouvoirs publics qui ont mis en place des politiques volontaristes de soutien de formes d'agglomération

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

d'organisations, avec l'avènement de ce que l'on désigne parfois par le terme « grappes d'entreprises ».

Le district industriel est défini par Becattini (1992), comme « *une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné, (où existe) une osmose parfaite entre communauté locale et entreprise* » (Longhi, Spindler, 2000, p.10).

Modèle italien, visant à regrouper des entreprises dans le même secteur d'activité, qui s'adapte ensemble aux évolutions du marché et vis-versa.

➤ **Incubateur :**

Son but est de favoriser l'émergence de start-up innovatrice en exploitant les produits et résultats de laboratoires de recherche, instituts d'enseignements spécialisés et autres organismes de recherches ; soutenus par les collectivités locales ;

➤ **Parc scientifique :**

Concept anglo-saxon, ceux sont des laboratoires de recherches universitaires, non loin des campus universitaires, associés à des firmes par leurs départements R&D ;

➤ **Systèmes productifs locaux (SPL) :**

Au cours des années 1980-90 se développent en France les travaux sur les SPL (Systèmes Productifs Locaux) sous l'impulsion de Claude Courlet et de Bernard Pecqueur (Lipietz, 1995). les systèmes productifs locaux désignent des espaces fondés sur la réussite par la coopération. C'est un ensemble d'entreprises d'un même secteur, qui se rassemblent pour mutualiser des fonctions et produire un environnement adéquat.

Une organisation productive sur un territoire où existe un bassin d'emploi. Ceux sont des entreprises qui ont des activités similaires ou qui se complètent, divisant ainsi le travail. Ceux sont des entreprises de production, de services, centres de recherches, centres de formation, etc...;

➤ **Pôle de compétitivité :**

Un pôle de compétitivité peut être défini comme la combinaison, sur un espace géographique donné, d'entreprises, de centres de formation et d'unités de recherche publiques ou privées engagés dans une démarche partenariale destinée à dégager des synergies autour de projets communs au caractère innovant.

Les pôles de compétitivité peuvent être considérés comme le levier d'une politique de développement économique élargie couplée à une nouvelle version de la politique d'aménagement du territoire. Ils peuvent être appréhendés également comme le levier de l'élévation concentrée et sélective du niveau de compétitivité des grands groupes industriels reliés aux logiques de la métropolisation (Loinger, 2006).

➤ **Technopole :**

Un espace soutenu par une politique territoriale, visant à faire côtoyer et fertiliser le croisement entre innovation et technologie et veiller au développement du territoire (AitHabouche, 2013).

I.4. La théorie des territoires économiques :

Aujourd'hui, encore, nous ne pouvons pas parler littéralement de La théorie des territoires économiques, il est plus crédible de parler d'économie territoriale, un ensemble de théories en construction.

En effet, l'économie territoriale est considérée comme étant le produit d'un ensemble de concepts économiques qui, au fil du temps, a évolué pour aboutir aux nouvelles conceptions : La notion de l'économie d'agglomération, elle résulte historiquement de la convergence de deux types d'analyses, la notion d'économie externe relative au district de Marshall et La notion d'économie d'agglomération, par Alfred Weber. La nouvelle économie géographique conduite par Paul Krugman ; et le territoire comme un système social doté de ressources relationnelles, incarné par Claude Courlet, notamment les notions fondamentales d'analyses.

I.4.1. La notion « d'économie externe » relatif au district industriel, par Alfred Marshall :

Les travaux d'A. Marshall renseignent sur le fait que certains avantages internes liés, essentiellement, à la division du travail et production, peuvent être obtenus, sur une grande échelle, à l'effet de l'agglomération d'entreprises de tailles petites et moyennes et/ou autour de grandes firmes. Les PME se spécialisent dans certaines étapes du processus de production, l'agglomération spatiale profitera des économies externes et conduira à atteindre d'autres économies, conséquence de l'augmentation du volume de production à l'intérieure de l'espace industriel.

Aussi cette concentration de PME dans un espace produit un marché de travail, constituant un réservoir de main d'œuvre en constante formation et renouvellement d'aptitudes et des qualifications. Le marché du travail dans le district est une source dynamique de progrès renforcée par des coopérations étroites entre forces sociales et économiques (Marshall, 1920).

Par l'effet d'agglomération les entreprises (PME) peuvent, également, bénéficier des effets d'économies externes liés à l'utilisation technologique dans l'outil de production à la condition que le processus de production soit décomposable et que ses composantes soient convenablement divisées entre les firmes dans l'agglomération. Ce bénéfice résulte de la constante pratique des innovations technologiques par les grandes entreprises présentes dans l'espace industrielle.

1.4.2. La notion « d'économie d'agglomération » théorie de localisation industrielle en économie spatiale, par Alfred Weber :

Weber a élaboré le premier modèle de localisation industrielle. Ce modèle connaîtra par la suite un enrichissement, notamment à travers les travaux de Lösch, Hoover, Smith, Pred ou Palander.

L'approche d'Alfred Weber (1909) vise à systématiser les données de localisation et par voie de conséquence, qualifier la localisation comme un environnement où les coûts de production sont minimisés.

➤ **Les postulats du modèle :**

Les matières premières ont en général une localisation spécifique et que nous ne pouvons pas en trouver partout. L'idée est de s'établir industriellement dans le but de réduire les coûts de production en réduisant le coût de transport de ces matières premières (Lamarlière, 2008/6) ;

Par effet de localisation les marchés des produits finis s'établissent et seront réguliers. Ils sont ponctuels et assurent l'écoulement des produits ;

Les coûts sont valorisés à l'identique pour l'ensemble des acteurs industriels. La concurrence n'est pas démesurée, les bassins de main d'œuvre sont localisés et peuvent fournir la main d'œuvre, L'espace est homogène sur tous les plans, ayant les mêmes propriétés, Les facteurs de la localisation industrielle ; Le coût de transport et le coût de main d'œuvre (facteurs régionaux), Les forces d'agglomération (facteur local). Le problème de localisation optimale est résolu en trois étapes, chacune de ces étapes correspond à un de ces trois facteurs (Peeters & Perreur, 1996)

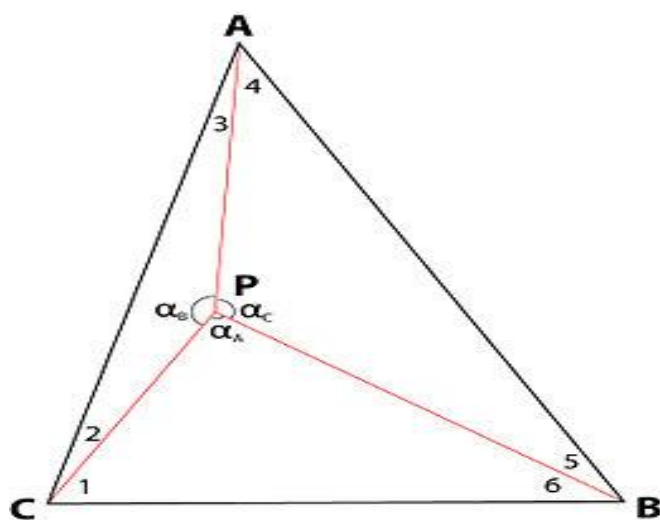
➤ **Problèmes de Fermat et de Weber :**

Dans le cas des six angles $\angle 1, \angle 2, \angle 3, \angle 4, \angle 5$ et $\angle 6$, ces angles étant ceux qui sont formés par les trois côtés du triangle de localisation et les trois vecteurs pointant vers les trois sommets de ce triangle. En examinant ce cas classique, nous pouvons facilement écrire les six équations suivantes :

Comportant six inconnues (soit les angles $\angle 1, \angle 2, \angle 3, \angle 4, \angle 5$ et $\angle 6$) et six valeurs /connues (soit les trois angles $\angle A, \angle B$ et $\angle C$ du triangle de localisation, angles qui sont donnés, et les trois angles $\angle \alpha A, \angle \alpha B$ et $\angle \alpha C$ formés par les trois vecteurs orientés vers les points d'attraction A, B et C dont les valeurs dépendent uniquement de la grandeur relative des trois forces d'attraction tirant vers les points d'attraction A, B et C, les trois forces d'attraction étant aussi données) :

Figure 7 : Triangles de localisation

$\angle 1 + \angle 2 = \angle C ;$
$\angle 3 + \angle 4 = \angle A ;$
$\angle 5 + \angle 6 = \angle B ;$
$\angle 1 + \angle 6 + \angle \alpha A = 180^\circ ;$
$\angle 2 + \angle 3 + \angle \alpha B = 180^\circ ;$
$\angle 4 + \angle 5 + \angle \alpha C = 180^\circ .$



Source : (Goga, 2015)

1.4.3. La Notion de l'économie géographique de Paul Krugman (1991) :

Cette notion résulte de la compréhension de l'impact des rendements croissants sur les échanges commerciaux et sur la localisation des activités, et du lien entre les dynamiques du commerce internationale et celles du développement régional. L'amélioration de la productivité s'explique par les deux types de rendements (Krugman P. , 1991) :

- Les rendements croissants internes favorisant l'entreprise en tant qu'entité productrice ;
- Les rendements croissant externes, à l'échelle industrie, favorisant la tendance des entreprises à s'agglomérer dans l'espace géographique et par voie de conséquence dans l'économie régionale (Krugman.p, 1996).

Cette tendance à s'agglomérer, perçue comme une émancipation des entreprises dans un espace qu'elles ont choisi, s'explique par les motivations suivantes :

- Maitrise des coûts de transactions inter-entreprises ;
- Apprentissage, émulation et innovation ;
- Savoir-faire de la main d'œuvre locale (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2012).

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

L'autre bénéfice des économies régionales, est de permettre aux entreprises, pratiquant les rendements croissants l'accès au marché mondial sous la bannière d'un district ou d'un cluster. Dans son ouvrage « Geography and Trade » Paul Krugman a bien analysé les clusters, ces agglomérations qui ont pour caractéristique l'industrie de la haute technologie et dont l'archétype est la Silicon Valley en Californie (Balassa, 1964).

Comment sont expliqués ces phénomènes ? Qu'est-ce qui pousse une première entreprise (first mover) à s'implanter dans la région ? Pourquoi cette région ?

Le phénomène du « first mover » s'explique par la théorie de l'accident historique de Paul Krugman et celle de l'aménité Territoriale de Jean-Louis MUCHELLI. La théorie de l'accident historique, Krugman s'est, notamment, basé sur les développements récents de la théorie des catastrophes. En résumé, c'est l'histoire des papillons de pékin qui provoque un raz de marée à San Francisco, fait inattendu qui provoque une succession d'évènements. Il suffit qu'une entreprise décide de s'implanter dans une région pour des raisons compétemment subjectives, parfois, provoquant, ainsi, une agglomération industrielle. Aussi, l'exemple de DALTON, ou une jeune fille, au 19^{ème} siècle, reçoit un cadeau, c'est un couvre-lit, elle commençait à le tricoter par admiration au produit, le cercle s'est élargi, d'autres entreprises sont venues, résultat un district s'est constitué et aujourd'hui 70% de l'activité de fabrication des tapis sort de Dalton.

La théorie de l'aménité territoriale, Jean-Louis MUCCHIELLI, explique que par l'effet d'aménité + qui veut dire, aspects agréables, utiles de l'entourage + territoriale, un promoteur industriel, souvent, attiré par des atouts géographiques, tels que l'existence de ressources naturelles, de façades maritimes, et en usant de son flair, décide de s'implanter dans un lieu et crée l'effet d'entraînement jusqu'à constitution d'une agglomération économique (Combe & Mucchielli, 2001).

Le phénomène d'agglomération industrielle qui s'amplifie avec l'installation d'autres entreprises, profitant justement des effets de cette agglomération industrielle, comment ?

Par le phénomène des entreprises « suiveuses » et leur agglomération en deux étapes :

- Première étape : La localisation du « first mover » est suivi, en général, par des équipementiers, venant au côté du « first mover » lui adressant le métier, ainsi ;
- Deuxième étape : si le phénomène dépasse le seuil de « tipping point » point de basculement, le processus d'attractivité s'accélère et nous pouvons qualifier le phénomène de processus d'externalités d'agglomération.
- Le « tipping point » est une théorie développée par Malcolm GLADWELL, qui consiste à expliquer le seuil à partir duquel un espace commence à développer réellement des processus d'externalité d'agglomération.

Quels sont les facteurs qui, après une période d'attraction intense, commencent à limiter son accroissement ?

Comment arriver à cette situation, partant d'une idée non quantifiable économiquement arrivé à un espace industriel dynamique créateur de grandes économies pour les entreprises qui y sont domiciliées. Le « tipping point » est atteint suite à un long parcours, décliné en 3 étapes :

- Le first mover qui s'installe en privilégiant les atouts, que propose, la région, et en usant de son flair, pour s'implanter, doit dépenser et donc doit supporter les coûts d'installation : frais d'études, frais de négociation avec les autorités, frais préliminaire à la sous-traitance et frais d'externalités d'agglomération.
- Après installation, quelques entreprises sous-traitantes ou entreprises équipementiers viennent, généralement par besoin s'installer, ayant échappé aux coûts d'implantation, supportées par le first mover, et aux premières prémices d'une agglomération spatiale, ces mêmes entreprises commencent à réaliser de grandes économies, entraînant ainsi d'autres entreprises (Bourdeau, Gollain, & Frija, 2015).

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

- Le territoire devient attractif par le bénéfice de ses externalités d'agglomération sans pour autant que ces entreprises suiveuses n'aient dépensé et investi, en conséquence. Jean Louis MUCCELLI explique cette situation comme étant une aubaine pour les entreprises attirées par ce territoire, et la rapporte à l'histoire des pingouins qui se réunissent en milliers sur la banquise, dégageant, ainsi une chaleur qu'ils ne pourraient, jamais, dégager étant dispersés.

Ces externalités d'agglomération sont positives quand les entreprises en bénéficient gratuitement, à savoir des :

- Externalités technologiques, émanant des R&D des entreprises présentes dans l'espace ;
- Externalité du réseau fournisseurs ;
- Externalité d'information, rencontres dans les lieux publics à l'intérieur de l'espace, rencontre dans des événements au sein de l'agglomération ;
- Externalité du marché du travail adapté au besoin des entreprises, notamment celles agglomérées en intra-industriel ;
- Externalité de réseau marché, des produits fabriqués dans l'agglomération, de plus en plus utilisés, devient moins coûteuse et personnalisée à l'espace.

Par ailleurs il existe des externalités d'agglomération négatives, quand les limites d'agglomération sont atteintes, dans cette situation les externalités d'agglomération positives, citées ci-dessus, commencent à devenir coûteuses (coûts dépassant les bénéfices de l'agglomération) pour l'entreprise, alors que l'objectif de s'installer dans cet espace étant de bénéficier de ces externalités gratuitement ;

Cette situation se caractérise par une saturation d'agglomération, résultat les entreprises préfèrent aller dans d'autres espaces, là, où l'agglomération est toujours bénéfique aux entreprises.

Il existe un point critique qui résulte de l'équilibre qui s'établit entre les forces centrifuges (processus d'agglomération) et les forces centripètes (processus de désagglomération). (Bellon & Gouia, 1998)

I.4.4. La notion de l'économie territoriale :

Les effets de polarisation de François Perroux :

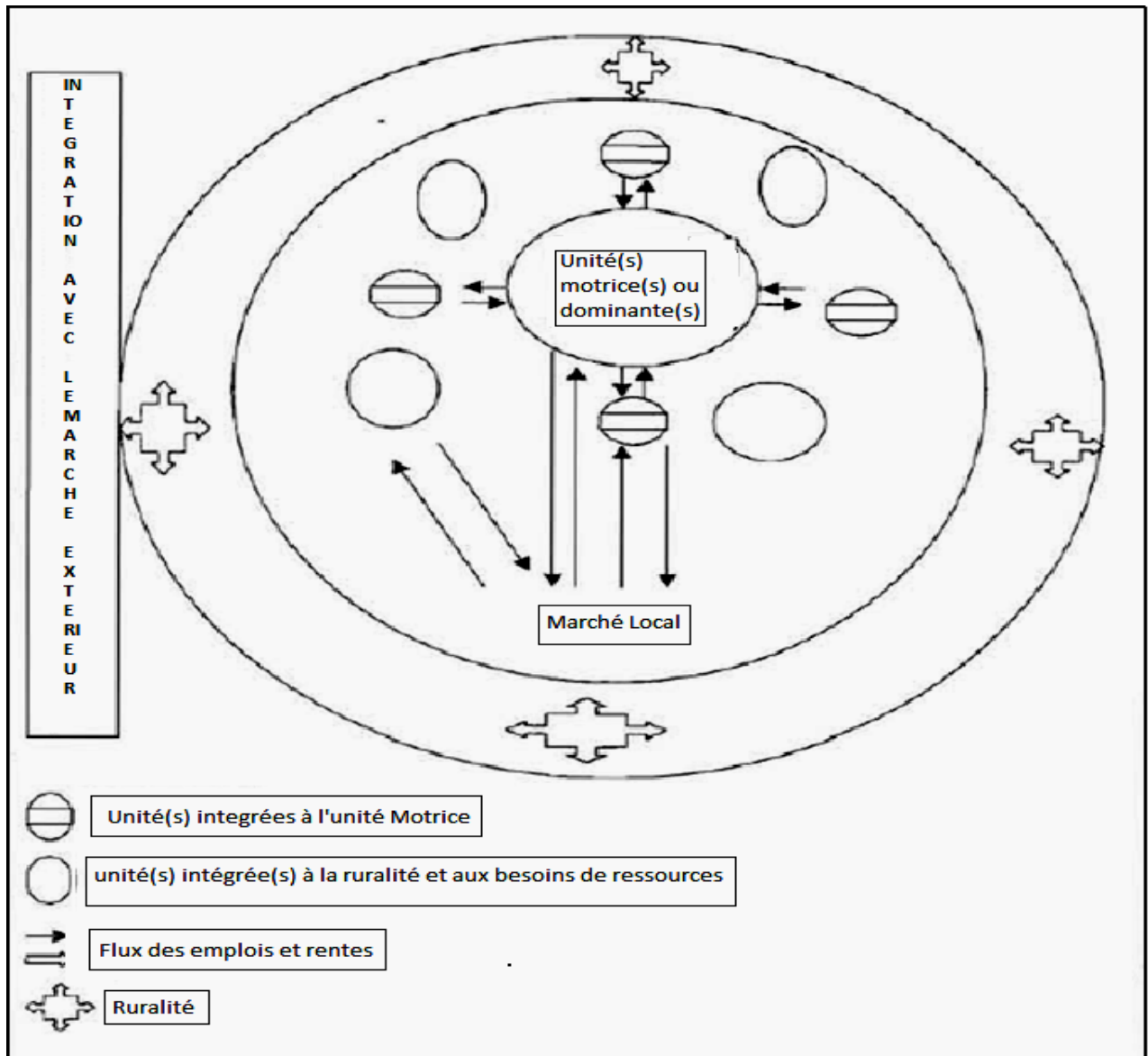
François Perroux résume le développement économique en 03 postulats :

- La croissance nous ne la trouvons pas disséminée dans un espace et dans un système productif, elle est localisée ;
- La croissance à une intensité variable, elle se transmet à travers divers canaux, avec des effets différents pour l'ensemble de l'économie ;
- L'unité motrice produit des effets d'enchaînement sur les autres activités, domiciliées dans un même espace géographique ;

a)- la politique territoriale a pour but d'aider les territoires de façon à entraîner deux faits, considérés comme exigences fondamentales à la croissance :

- L'intensité du flux des rentes ;
- L'intensité des relations techniques et commerciales entre les entreprises localisées dans la région,
- La croissance n'est pas un processus linéaire et équilibré mais un processus complexe se propageant dans le déséquilibre.
- Certaines unités jouent un rôle structurant fondamental qui génère des relations de dominance, se traduit par des phénomènes de polarisation et hiérarchise l'espace et l'activité économique. Ces faits sont illustrés dans la figure suivante :

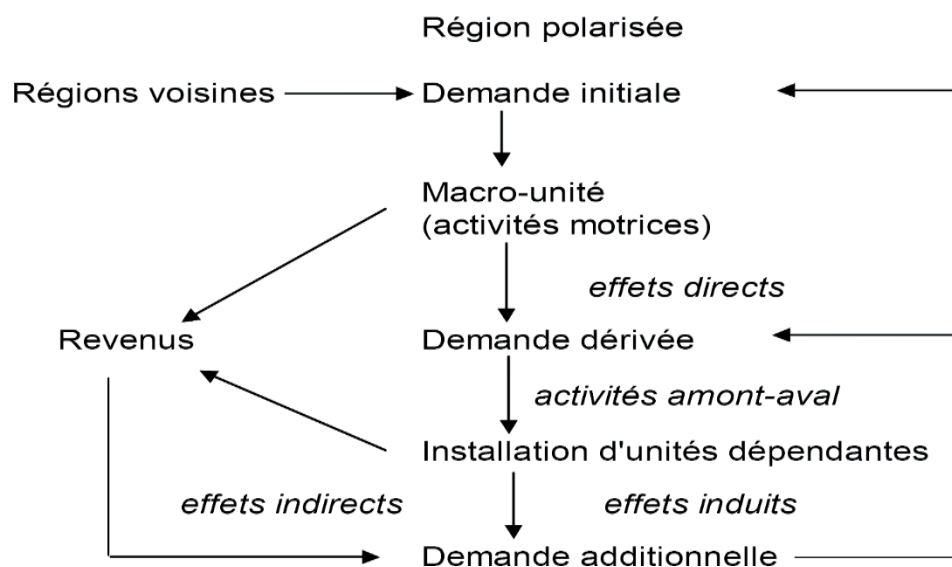
Figure 8: flux de rente et relation technique et commerciales entre entreprises



Source : (Perroux, 1981)

b)- la théorie de la croissance sectoriellement et spatialement déséquilibrée :

Figure 9 : croissance sectoriellement et spatialement déséquilibrée

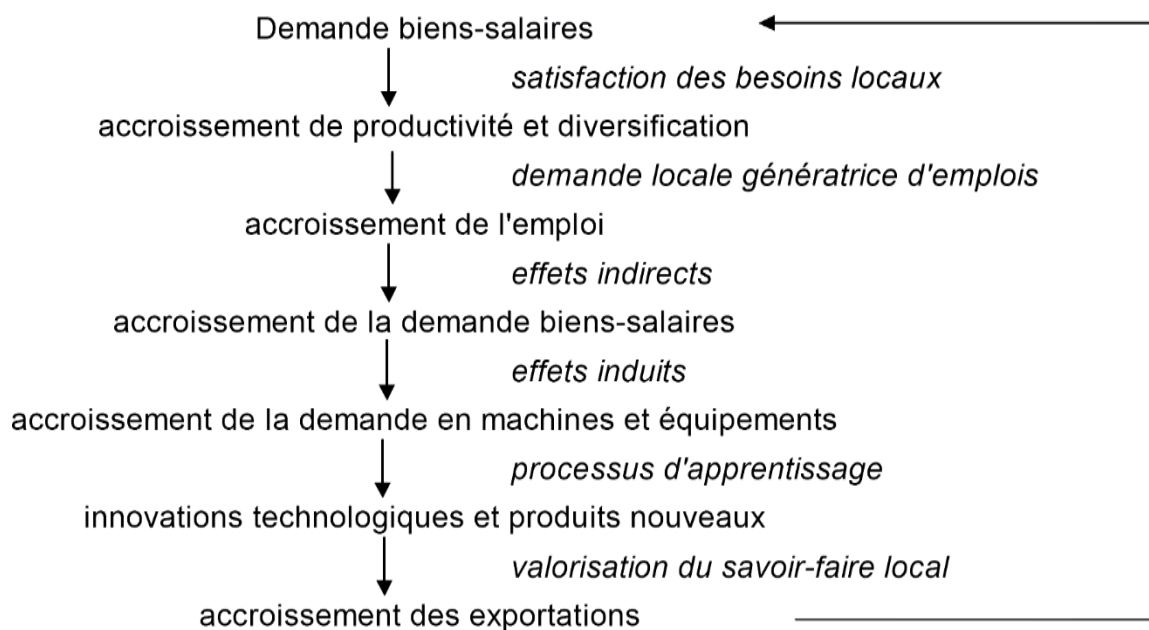


Source : (Aydalot, 1985)

Phénomènes de confiscation de la croissance d'où la théorie de la croissance sectoriellement et spatialement déséquilibrée, l'origine de ces phénomènes est la crise du modèle de développement de type industriel (comportements différenciés grandes entreprises-PME)

- Alternative : approche territoriale du développement
- Les milieux sont à la source du développement
- Liaison avec les besoins de la population et non plus de la demande externe
- Participation active de la population basée sur les valeurs sociales et des règles de jeu coopératives.
- Valorisation des ressources locales en misant sur le potentiel endogène.
- Approche globale intégrant les divers aspects de la vie sociale.

Figure 10: demande de biens-salaires



Initialement, la demande de biens-salaires résulte de la nécessité de satisfaire les besoins de la population locale au travers d'une valorisation des ressources locales. Cette théorie rompt avec la théorie de la base.

I.4.5. L'économie territoriale:

✚ Vue par Claude Courlet :

Courlet estime et insiste que les nouvelles exigences concurrentielles s'appuient sur des effets relationnels (les réseaux socio-professionnels) que sur les traditionnels effets de productivité. Le système devrait être considéré et compris comme un système social, doté de ressources relationnelles, le territoire ne peut pas se résumer rien qu'à l'interaction de ses dimensions purement matérielles et opérationnelles : à savoir les économies d'échelle, les coûts de transport et les économies d'agglomération, il est conçu comme un tissu ayant ses propres caractéristiques et des stratégies adaptées à son développement.

L'économie territoriale voit son évolution et compréhension liées aux grandes mutations économiques de ces trente dernières années et aux différentes crises mondialisées, le territoire est devenu une catégorie d'analyse économique, en intégrant une

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

fine connaissance des phénomènes d'organisation industrielle et des questionnements d'ordre socio institutionnel.

Le nouveau logiciel de l'économie, se doit d'intégrer la notion du territoire dynamique ; ce territoire est considéré comme étant un facteur essentiel de la croissance et du développement tant au niveau intellectuel qu'au niveau des politiques publiques (Courlet C. , 2003).

✚ L'économie territoriale : ensemble théorique en cours de constitution par C. Courlet et B. Pecqueur :

Les axes d'analyses les plus vraisemblables sont : L'analyse qui privilégie une approche par l'offre en positionnant le territoire au centre de la coordination des activités économique et des processus d'innovation ;L'analyse qui privilégie une approche par la demande est liée à la réactualisation de la vieille théorie de base.

- L'approche par l'offre :

Districts industriels, systèmes productifs localisés et développement endogène.

Ce vieux concept tenu par Alfred Marshall, mettant en évidence les avantages tirés par la localisation et repris par GiacomoBecattini, en lui rajoutant que ces avantages sont également le fruit du mode selon lequel s'accouplent les variables socioculturelles, à savoir : valeurs, institutions et savoirs diffus ; avec les variables purement économiques, à savoir : la disponibilité de capital, technologie, ressources humaines, etc.

Le district apparait, où se mélange archaïsme et modernité, organisations professionnelles d'implantation très anciennes se côtoient avec les technologies les plus avancées.

En Italie les districts représentent 36% de l'emploi manufacturier, avec 2 millions de personnes y travaillant, ils représentent 46% des exportations et placent l'Italie à la deuxième place après l'Allemagne en termes de puissance industrielle en Europe.

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

Les districts se répartissent essentiellement dans le nord et le centre du pays, les principales spécialisations sont le textile-Habillement-mode, le cuir-chaussure, l'industrie du meuble, les produits métalliques, les machines et équipements et les industries alimentaires. (Courlet & Pecqueur, 2013).

La situation de crise, l'arrivée massive des économies à bas coûts: les districts se sont organisés à l'effet de s'adapter à cette nouvelle donne, en:

- Montant en gamme dans les productions ;
- Jouant sur les réseaux pour conquérir de nouveaux marchés plus spécialisés et rémunérateurs ;
- En investissant dans l'innovation et le design (centre de R&D) ;
- En se transformant au niveau structurel avec l'émergence d'entreprise leaders de taille moyenne.

Les délocalisations vers la chine, brésil, pays de l'est européen, le phénomène de « dislarge » (Giacomo-Becattini, 2017)

- **Les SPL : le triangle magique, La coopération entre producteurs :**

✓ Accord et convention, portant sur : Exclusion du dumping ; Tirer profit d'un système de connaissance ou d'innovation sans contribution.

Entraide entre concurrents sur les grandes commandes ;

✓ Uniformité de gestion, niveau de salaires, conformité aux normes...etc. ;

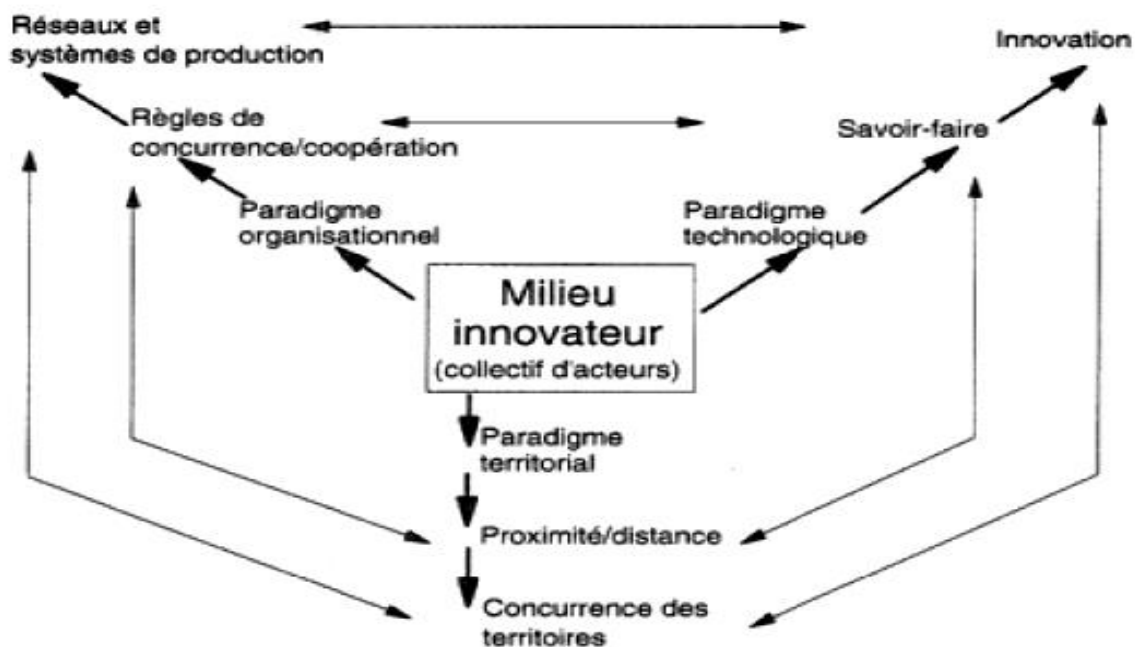
✓ Recours à des ressources communes, en termes de formation, services. Ceci pour plus d'efficacité et pour un moindre coût ;

✓ Constitution de lobby pour mieux défendre les intérêts communs ;

✓ Recours et organisation de l'arbitrage entre producteurs.

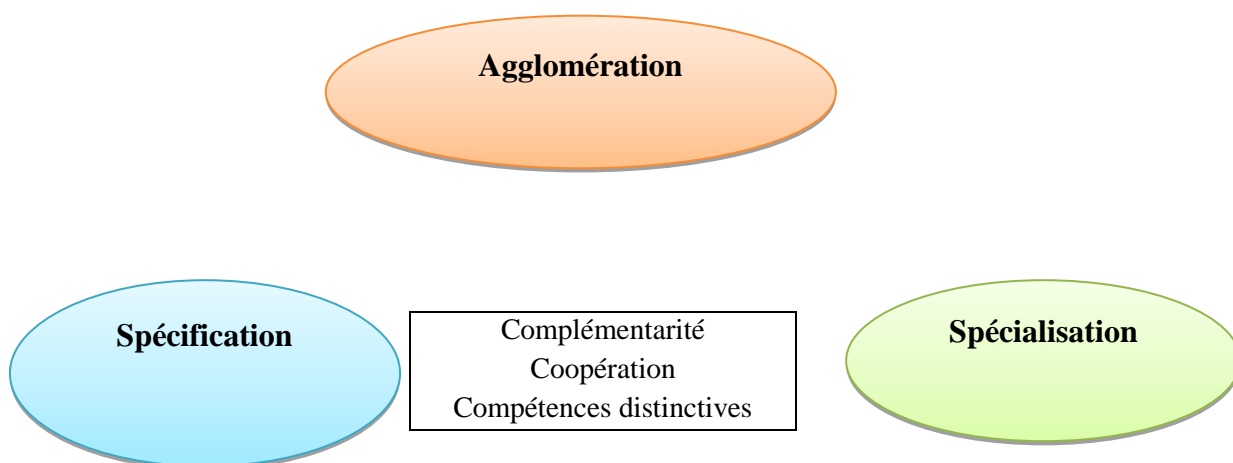
La constitution des SPL passe par une interconnexion triangulaire reliant l'agglomération à une forte spécialisation et une spécification, pour lui créer une cohérence.

Figure 11 : La coopération entre producteurs



Source : (C-Liefooghe, 2010)

Figure 12 : Les trois paradigmes définissant un milieu innovateur



Source : (Camagni & Maillat, 2006)

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

Théorie des Milieux Innovateurs, par Philippe Aydalot

Ces recherches de Philippe Aydalot et de son groupe GREMI, viennent nous renseigner sur le fait que le progrès technique n'est pas un facteur résiduel, mais endogène, à la croissance.

Selon cette approche la connaissance et les progrès techniques sont interprétés comme un processus évolutif, irréversible quant à l'adoption technologique et au savoir-faire accumulé et est fondé sur l'apprentissage cumulatif. (Crevoisier & Camagni, 2001).

- **L'approche par la demande**

L'économie résidentielle, réactualisation de la théorie de la base (Davezies, 2008 ; Davezies et Talendier 2009).

A travers ces travaux il est établi que le territoire est à la fois un facteur de production, considéré comme une variable d'ajustement dans le cadre de la mondialisation de l'économie, et un cadre de vie de la population qui contribue au développement socioéconomique (Davesies.L, 2008).

L'économie résidentielle se décompose en deux secteurs :L'un contribuant à capter les revenus de l'extérieur ,L'autre travaillant à satisfaire la demande locale.

La particularité du premier secteur, dit basique, entraîne par effet multiplicateur, la croissance du revenu, de l'emploi et du peuplement (Davesies & Talandier, 2009)

Quatre types de revenus basiques sont distingués :

- ✓ Base productive privée : revenue issus de la contrepartie marchande des ventes de biens et services à l'extérieur du territoire ;
- ✓ Base publique : montant des salaires des fonctionnaires versés par l'état et les collectivités locales, agents extérieurs ;
- ✓ La base résidentielle : revenus captés grâce à la résidence et à la présence de certains agents : retraités, migrants alternants, touristes et des revenus des émigrés à l'étranger captés par les familles restées ;

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

- ✓ La base sanitaire et sociale : l'ensemble des transferts sociaux et remboursement de soins, hors retraites.

- **L'Organisation industrielle, la composante territoriale Par Jean Claude Perrin**

Le district apparaît essentiellement comme un phénomène d'entreprise et de marché, il est conforté dans une réflexion de territorialité industrielle.

Les travaux qui consistent à constituer des analyses industrielles dynamiques et à produire la création technologique dans les modèles de l'organisation productive, induit que la réalité territoriale est significative.

Il convient que l'analyse marshallienne s'ouvre à l'innovation et intègre la composante territoriale dans l'analyse de la dynamique industrielle, car la création technologique qui se situe dans l'axe du temps trouve dans la démarche qui lui est associée dans l'ordre spatial, la construction territoriale.

L'organisation industrielle dans son approche transactionnelle, considère l'entreprise comme un instrument d'affectation de ressources, il est recherché des efficacités immédiates. En revanche dans l'approche qui consiste à placer l'entreprise dans une perspective d'apprentissage et de création de ressources, il est recherché des efficacités à long terme. Le système tayloriste de production et l'organisation industrielle américaine correspondent à la première logique. Le système japonais et les milieux innovants émanent de la seconde logique (Perrin, 1990).

Ces deux revendications d'efficacités sont, aujourd'hui au cœur de la stratégie organisationnelle industrielle.

Les données spatiales de l'activité productive. Les facteurs principaux de l'efficacité à court terme sont :

- ✓ Les flux de biens, de services et d'informations routinières, privés et publics ;
- ✓ Les organisations appropriées, marché néoclassique, et système administratif.

Dans cette conception, c'est l'exploitation des ressources offertes qui prédomine. L'environnement est considéré comme une donnée extérieure, hormis les opérations d'achat et de vente.

Chapitre I : L'attractivité territoriale et les investissements directs étrangers, définitions, théories et promotion

Dans l'efficacité à long terme, c'est la logique de création qui l'emporte. Le concours à la communication productive d'information, met en œuvre des transactions multilatérales. Les entreprises créent ensemble la structure spatio-fonctionnelle ou elles pourront établir l'efficacité et la viabilité de leurs politiques d'innovation, cette structure peut être qualifiée de territoire. (Becattini, Bellandi, & de Propis, 2011).

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons défini l'IDE et au même titre le territoire économique comme entité dynamique ; ensuite nous avons illustré les grandes théories qui traitent de ces deux notions.

Cet enseignement nous permet certainement de voir quelles sont les possibilités qui existent entre les deux notions IDE et Territoires économiques et aussi, nous permet de bien cerner théoriquement notre étude de cas relative à l'IDE sur notre territoire cible, l'Oranie.

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

Introduction

Dans ce chapitre nous allons illustrer comment s'est établie la relation entre IDE et territoire économique et la portée de cette relation, pour ainsi comprendre certaines situations.

Ce chapitre est divisé en trois sections :

- ✓ La première traitera sur les IDE et concurrence sur les territoires : Pour ce faire, nous commencerons par la présentation des stratégies des FMN et attractivité des Territoires, Les principaux déterminants de la localisation.
- ✓ La seconde traitera les différents Les indicateurs de l'attractivité des IDE , nous présentons les différents indicateurs, et les objectifs des territoires-pays à attirer les IDE , aussi les tendances et les nouvelles pratique du marketing territorial comme stratégie pour attiré les IDE.
- ✓ La troisième traitera dispositifs de promotion des IDE pensés et mis en œuvre par les territoires

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

II.1. IDE et concurrence sur les territoires :

Dans le premier chapitre nous avons défini ensuite renseigner sur la théorie qui régit l'IDE et les territoires économiques, ceci pour pouvoir comprendre la relation qui lie ces deux concepts complémentaires. Dans ce second chapitre il est question de comprendre cette relation à travers les éléments d'approches à la fois des FMN et des territoires économiques.

II.1.1. Stratégies d'investissement des firmes

Les firmes doivent choisir entre deux stratégies : Exporter à partir d'un seul site de production ou procéder à un investissement horizontal pour produire dans le pays d'accueil. Le choix d'investir permet d'épargner les coûts de commerce, les coûts de transport et les barrières tarifaires. Multiplier les implantations encourt des opérations coûteuses pour la firme. De ce fait un arbitrage s'impose pour les firmes. Cet arbitrage s'appelle proximité/concentration (Andref, 1999).

Cet arbitrage nous explique pourquoi dans certains secteurs, où les coûts de transports sont élevés et les économies d'échelle relativement faible, les firmes préfèrent se rapprocher de leur marché, en produisant, que d'exporter (Guilhon, 1998).

L'arbitrage proximité/concentration : une firme qui veut pénétrer un marché étranger doit s'acquitter du coût de commerce t et exporter. Comme elle peut construire une usine dont la production sera destinée aux consommateurs locaux, elle doit s'acquitter d'un coût fixe f de création d'une filiale productive (D-Requier & Dejardins, 2009).

Si l'on suppose que les coûts marginaux de production sont équivalents dans les deux pays, choisir entre exporter ou produire revient à choisir entre un coût variable t et un coût fixe f , en prenant en considération la quantité q que compte vendre la firme sur ce marché. A l'export le coût est : $t \times q$, si $q > f/t$, alors l'investissement est le meilleur des choix (T-Mayer, M-J-Melitz, & G-Ottaviano, 2014) (Giacomo-Becattini, 2017).

II.1.2. Stratégies Des FMN et Attractivité Des Territoires

La volonté accrue dans les pays en développement pour attirer davantage les IDE à s'installer chez eux, est devenue ces dernières années une obsession. Des avantages fiscaux

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

et financiers à travers la création de zones « offshore » et de zones de libre-échange et autres concessions sont ainsi accordés aux FMN afin de les encourager à délocaliser leur production. De leur côté, les FMN cherchent avant tout une rentabilité plus élevée afin de ne pas s'enliser dans la stratégie médiane de Porter et de faire face à des concurrents locaux et étrangers, arbitrants ainsi entre les localisations de plusieurs territoires d'accueil potentiels (Michalet, 2002).

En l'espace de 20 ans, le chiffre d'affaires des filiales des FMN a été multiplié par trois, passant ainsi de 5479 milliards de dollars en 1990, à 18517 milliards de dollars en 2001 et de 25 277 en 2006 (Z-Karray & S-Toumi, 2007/3). Par ailleurs, la multinationalisation donne aux firmes un poids considérable dans l'économie mondiale : environ 35000 FMN (et leurs 150000 filiales) réalisent un chiffre d'affaires égal à la moitié du PNB mondial (avant la crise 2008) (D-Requier & Dejardins, 2009).

Afin de comprendre le phénomène de multinationalisation des firmes, aujourd'hui, les incitations à l'investissement sont considérées comme une sorte de « malédiction » pour les pays qui les utilisent. Car, d'une part, ces incitations peuvent être d'un montant supérieur aux retombées de l'IDE et, d'autre part elles n'accroissent pas forcément le montant des IDE obtenus lorsque tous les pays d'accueil dans la course aux IDE adoptent la même stratégie d'incitation.

La stratégie médiane est une stratégie qui fait perdre des parts de marché et des bénéfices à la firme à cause de la concurrence internationale et si elle ne fait rien, elle risque de disparaître.

Ce phénomène de multinationalisation peut revêtir plusieurs formes :

- ✓ Création d'une filiale (green field Investment) ;
- ✓ Rachat d'une entreprise existante (Brown field investment) ;
- ✓ Accords de joint-venture ou de sous-traitance ;
- ✓ Ou encore la conclusion de contrats de licence.

Ces deux derniers modes d'entrée engagent moins les FMN.

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

II.1.3. Les principaux déterminants de la localisation

Tableau 2 : Les principaux déterminants de la localisation

Variables	Déterminants
Environnement politique institutions	Stabilité politique, sécurité juridique des contrats, absence de corruption, protection des IDE.
Stabilité macro-économique	Conditions économiques et financières saines pour assurer la pérennité de l'activité, système bancaire et financier efficace pour assurer le financement, taux de change favorable aux exportations.
Taille du marché, accès à des marchés de proximité	Economies d'échelle, gains de nouveaux marchés.
Bassin d'emploi	Accès à une main d'œuvre (qualifié) ; réduction du coût salarial, productivité du travail.
Règlementation du travail	Flexibilité du marché du travail, régularisation du climat social.
Infrastructure/Logistique	Réduction des coûts de transaction et intégration dans les réseaux d'échanges commerciaux, facilités de transport et de télécommunication.
Coût des ressources locales	Accès au foncier, coût de l'énergie, disponibilité hydrique.
Incitations fiscales	Réduction des coûts de production.
Réglementation des investissements	Ouverture à la concurrence et liberté des mouvements de capitaux (libre rapatriement des bénéfices), arbitrage en cas de litige.
Climat des affaires	Facilités de création d'entreprises, nombre de procédures, délai de règlement d'un litige, règlement des faillites.
Concentration spatiale des activités productives, clusters	Externalités d'agglomération, externalités informationnelles, disponibilités de main-d'œuvre qualifiée, relations (amont/aval) avec les fournisseurs/utilisateurs.
Potentiel d'innovation technologique (recherche, universités)	Externalités de connaissances, disponibilité de compétences spécifiques.

Source: (Hatem, 2004) (D-Requier & Dejardins, 2009)

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

II.2. Les indicateurs de l'attractivité des IDE

II.2.1. Les indicateurs, Définitions :

Les indicateurs de performance liés à l'attractivité des IDE permettent de mesurer une attractivité ex-post, ex-ant et/ou Globale.

- L'attractivité ex-post est l'illustration et la mise en évidence des performances territoriales ;

- L'attractivité ex-ante consiste à anticiper sur des mesures et une offre tenant compte de la perception des investisseurs ;

- L'attractivité globale synthétise l'ex-post et l'ex-ante, c'est une attractivité structurelle et intuitive.

Ces indicateurs censés mesurer la capacité d'attractivité d'un espace sont classés suivant trois types d'indicateurs :

- Les indicateurs de performance : ils se concentrent sur l'attractivité ex-post, tenant en compte les performances du territoire comme la balance des paiements, les réserves de changes, les flux des IDE rentrants et sortants, le nombre d'emploi crée et les agrégats macro-économiques du pays en général. Ces données permettent la construction d'indicateurs synthétiques permettant de mesurer l'attractivité ex-post. Aussi ces indicateurs peuvent nous renseigner sur les différentes formes d'implantation.

Les indicateurs de perception : ils se concentrent sur l'attractivité ex-ante, ceci au moyen de sondages d'opinions auprès des sociétés déjà établis dans le pays d'accueil ou auprès de dirigeants de FMI chevronnés, connaissant suffisamment bien la situation des différents territoires économiques à travers le monde. Cette évaluation vise à élucider les critères de localisation privilégiés par les entreprises pour chaque territoire économique ou pays. En général un classement est établi classant les territoires selon leurs critères intrinsèques et donc de perceptions (Guerraoui & Richet, 1997).

Les indicateurs globaux : ces indicateurs sont une synthèse des indicateurs de performance et de perception d'un pays en général car les indicateurs de performance ont tendance à mettre en évidence le territoire-pays. De grands instituts sont considérés comme étant des références pour indiquer à juste titre les meilleurs territoires- pays, à savoir : «

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

Institute for management development » et le forum mondial de Davos. Des données telles que la stabilité macro-économique, infrastructure, qualité et coûts de facteurs de productions, R&D dans les espaces, politiques fiscales et l'administration sont mis en évidence par ces organismes. Para la suite une agrégation d'indicateurs, à la fois de performance et de perception est mise en évidence pour pouvoir faire un classement par territoire-pays et par territoires, ceci dans des pays ou l'activité économique est locale et complètement décentralisées (Hattem, 2004) (F-Hattem & Puca).

II.2.2. Tableau des Indicateurs :

Tableau 3 : indicateurs & méthodes

Indicateurs	Méthodes
Indicateurs de Performance	
Agences d'investissement	
projets d'investissement	Recension de projet selon (la nature, la taille, le secteur d'activité)
Création d'établissement	Recension des nouveaux établissements "Création" ou "extension" d'activité
Création d'emploi	Recension des emplois créés par type d'activité et de société
CNUCED "FDI Potentiel Index"	Moyenne sur 3 ans des flux d'IDE entrants rapportés au PIB
Indicateurs de Perception	
Cnuced CNUCED "FDI Potential Index"	Indice composite basé sur une dizaine d'indicateurs d'attractivité du pays pour les IDE
Arthur Andersen	Classement de pays en fonction du nombre de citations obtenues auprès de 300 entreprises qui doivent citer 3 pays parmi les plus attractifs à partir de 30 critères
Ersnt& Young "Barometer"	Enquête auprès des dirigeants des filiales des principales FMN sur l'importance qu'ils accordent aux différents critères de localisation et de classer chaque pays par rapport à ces critères
AT Keany "FDI	Enquête d'opinion auprès des décideurs privés sur l'image du pays

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

Confidence Index”	concerné
Indicateurs Globaux	
World Economic Forum “Global Competitiveness Index”	Indice composite basé sur une centaine d'indicateurs mesurant les facteurs globaux de la compétitivité du pays (environnement macroéconomique, politique, technologie)
Institute for management Development “ Word Competitiveness Index”	Indice composite basé sur environ 200 indicateurs quantitatifs de compétitivité (résultat économiques globaux, infrastructures, technologie, administration)
Heritage Foundation “Economic Freedom Index”	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant l'intervention de l'Etat dans l'économie (fiscalité, dépenses publiques, interventions réglementaires...)
World Economic Forum “Business Competitiveness Index”	Indice composite basé sur quelques dizaines d'indicateurs mesurant les conditions de compétitivité de la firme dans le pays (organisation de la firme, environnement d'affaires)
Banque Mondiale “ Doing Business Data Base”	Mesure de conditions de l'environnement réglementaire des affaires à partir d'une centaine d'indicateurs concernant le cadre juridique contractuel, la création d'entreprise, l'accès au crédit, la cessation d'activité, l'environnement juridico-administratif.

Source : (Hatem, 2004)

II.3. Dispositifs de promotion des IDE pensés et mis en œuvre par les territoires

II.3.1. Les dessins-objectifs des territoires-pays à attirer les IDE :

La croissance est le résultat attendu par excellence quand un territoire-pays ou pays a recours à l'attraction des IDE, le modèle de Solow nous explique même avec l'accumulation des capitaux, les rendements sont décroissants sur le long terme et ce n'est qu'au moyen des apports technologiques sur les facteurs de production que les rendements puissent repartir sur une trajectoire ascendante. Cette approche conviendrait à rappeler que ces IDE porteurs de progrès technique pour les facteurs de production, permettent également une agglomération de savoir-faire et par conséquent de forts échanges entre agglomérés.

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

De ce fait de nouveaux modèles ont été élaborés vers la fin des années 80 et début des années 90, cette fois-ci en considérant le progrès technique et l'apport technologique dans les facteurs de production comme étant une variable endogène.

La maîtrise de ces facteurs endogènes d'avancée technologique conduit les territoires à produire des effets de levier sur les dynamiques d'innovation et par conséquent permettre une croissance à long terme. Le tableau si dessous montre les principaux impacts attendus des IDE par les pays d'accueils.

Tableau 4: impacts attendus des IDE par les pays d'accueils

	IMPACTS ATTENDUS
CROISSANCE ECONOMIQUE	Les IDE doivent provoquer des effets d'entraînement dans les relations industrielles, les effets sur la croissance transitent par les gains de productivité des firmes locales.
INVESTISSEMENT	L'implantation de FMN peut stimuler l'investissement public (infrastructure) et privé (relations de sous-traitance, concurrence).
TRANSFERTS DE TECHNOLOGIE	La proximité avec les FMN doit favoriser la diffusion des externalités technologiques.
COMMERCE EXTERIEUR	Effets sur les exportations (augmentation), effets sur les importations (diminution). Amélioration des termes de l'échange. Insertion dans les réseaux internationaux de commercialisation.
EMPLOI ET SALAIRES	Création d'emplois directs et indirects.
FORMATION DE COMPETENCES ET DE SAVOIR-FAIRE	La proximité avec les FMN doit favoriser l'apprentissage et l'accès à de nouvelles connaissances.
POTENTIEL DE RECHERCHE	L'investissement dans les activités de R&D améliore les performances Technologiques.

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

II.3.2. Le marketing territorial :

Les grandes mutations qu'a connu le monde économique ces vingt dernières années, en termes d'échanges, de mobilités des facteurs de production, d'évolutions technologiques et de communications nous ont conduit à une situation où ces phénomènes se sont combinés les uns aux autres permettant une recomposition des espaces économiques orientés vers la globalisation généralisée, où production, échanges et consommation sont intégrés à l'échelle planétaire.

Les territoires économiques se sont inscrits dans cette nouvelle démarche pour formuler de nouvelles politiques et stratégies d'attraction.

Trois conditions requises sont dorénavant exigées pour permettre aux territoires économiques de s'exprimer :

- **Mobilité :**

La mobilité des facteurs de production, des innovations, des connaissances, des personnes, des étudiants fait que les territoires doivent rester très compétitifs et qu'à n'importe quel moment une entreprise, un groupe de personnes peuvent quitter un espace pour aller vers un autre espace plus attractif.

- **Instantanéité :**

L'information via internet et ses moteurs de recherches génère une offre d'information continue et abondante, permettant ainsi, une prise de décision rapide qui se fait à une échelle planétaire et s'applique de manière instantanée.

- **Zapping :**

L'information instantanée, le tweet transforme le comportement des acteurs économiques en captant leurs attentions en permanence. Tel est le défi des territoires-économique. Comment élaborer un marketing durable pour retenir au sein de son territoire cette dynamique

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

d'agglomération ? Quelles sont les nouvelles méthodes pour pouvoir d'adapter à ces nouveaux phénomènes ?

II.3.3. L'attractivité des territoires : globalisation, durabilité et Aménités :

A ce titre il nécessaire de revoir le concept de manière à introduire d'une manière définitive la notion de l'environnement dans les politiques d'attractions formulées par les territoires économiques et d'intégrer dans la réflexion, le développement durable des territoires, une manière de capter les choix de localisation, des ménages et des entreprises.

De ce fait les aménités que possède un territoire sont considérées comme un élément déterminant de localisation. Il peut s'agir de :

- ✓ D'éléments naturels, qualité de l'environnement, verdure, forêt, cours d'eau... etc
- ✓ L'équipement, hôpital, piscine .. etc
- ✓ Les transports rapides
- ✓ La réputation des établissements scolaires

Comment mesurer la qualité durable des territoires ?

L'aménité paraît comme un élément pertinent pour définir la qualité durable des territoires. A la suite des travaux de Brueckner et al. (1999) et Huriot et Bourdeau-Le page (2009), l'aménité est classée en trois catégories :

- Les aménités historiques (hist), héritage du passé de la région, monuments, places reconnues, ceci accompagné de biens publics ;
- Les aménités vertes (vert), géographie de la région, cours d'eau, montagne, mère...etc il est également mis en évidence les indices pollution ;
- Les aménités sociales (so), la composante sociale de l'environnement dans sa globalité, il est illustré notamment, le revenu fiscal médian de la commune, le niveau d'éducation de la population et la diversité sociale le jour et la nuit.

Il est clair qu'aujourd'hui l'attractivité d'un territoire ne se résume pas seulement en une promotion classique, coût de matière première, de transport, politiques fiscales...etc.

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

elle prend en considération un éventail d'éléments, élargissant ainsi le champ d'attractivité, ciblant à la fois les entreprises et les ménages qui vont constituer ce bassin d'emploi qualifié tant recherché par les entreprises.

II.3.4. Tendances et nouvelles pratiques du marketing territorial :

De nos jours nous constatons que la transmutation dans le comportement des entités économiques est une réalité incontestable, aux vues de l'explosion des découvertes technologiques, notamment celle qui touche les facteurs de production, permettant ainsi une grande mobilité à l'échelle planétaire, et également en raison de la rétraction de la demande et le ralentissement de la consommation. Les territoires connaissent à cet effet une grande compétitivité et s'approprient ces outils technologiques et nouvelles méthodes pour promouvoir leurs espaces économiques.

Internet et les réseaux sociaux ont permis une appropriation de ces espaces d'échanges et de réflexions par les internautes, les clients, les salariés et les prestataires, en leur permettant plus de pouvoir quant aux orientations et inflexions que devrait prendre les politiques d'attractivités territoriales (Huriot & Bourdeau, 2009).

Nous parlons désormais de co-marketing, du marketing collectif coopératif, collaboratif, communautaire... et même de « coopétition », ou l'on communique, co-construit, co-manage, « co-brande » et cofinance en temps réel. (Joël Gayet 2014)

➤ **Le marketing intégré :**

Le marketing intégré correspond à la construction de projets transversaux et holistiques d'attractivité. Cette méthode est formalisée au moyen d'une stratégie globale et partagée, impliquant l'ensemble des intervenants, acteurs et secteurs concernés du territoire.

L'ensemble des actions et les activités sont organisés d'une manière cohérente et efficace, à savoir : les grands projets d'aménagement et d'équipement, pris en charge par les pouvoirs publics, les évènements économiques, culturels, sportifs et la promotion et soutien des projets innovants, entreprises start-up innovatrices.

Chapitre II : La relation, attractivité de l'investissement direct étranger et concept des territoires économiques

Ces plans d'actions diffèrent de région à autres mais le dénominateur commun en adoptant de marketing intégré est de d'avoir une vision cohérente et globale, en quête permanente de performance en termes d'attractivité.

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons d'une part revu les différentes approches stratégiques des FMN quant à l'investissement dans un territoire d'accueil et ainsi élaborer des déterminants et d'autres parts les propositions des territoires à travers leur marketing.

Cette relation entre IDE et territoires économiques est tellement étroite et dynamique que l'IDE ne s'aventure jamais dans des territoires inconnus et le territoire capte l'IDE en fonction des stratégies des FMN.

Chapitre III : L'industrie agro-alimentaire

-Etat des lieux-

Introduction :

Dans ce chapitre nous allons mettre la lumière sur ce secteur agroalimentaire dans le but d'estimer l'offre et la demande nationale, les forces et les faiblesses des branches d'activités de ce secteur. Aussi nous verrons sa composante et la part de l'IDE entre 2012 et 2017

Ce chapitre est divisé en deux sections :

- ✓ La première traitera Les indicateurs de l'attractivité des IDE, on commence par un état des lieux des différents secteurs , aussi Les changements et les évolutions de la consommation et des habitudes alimentaires .

- ✓ La seconde traitera La part des IDE dans le secteur agroalimentaire en Algérie , nous présentons quelques statistiques du secteur, ensuite on présentera la part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les étrangers et le coût d'investissement.

III.1. L'état des lieux par secteurs :

Les Industries Agroalimentaires communément désignées IAA se sont développées en Algérie dès 1970 résultants de la politique économique de l'époque visant à la création de sociétés nationales dans les secteurs clés tels que les filières lait céréales eaux et boissons. Ont suivis par la suite d'autres filières comme celle du sucre, les corps gras, les viandes et les conserves.

L'Agriculture et les IAA contribuent à hauteur de 17% du PIB Algérien avec un taux d'emploi de 23% de la population active pour 17 000 entreprises qui génèrent près de 140 000 emplois. Le secteur demeure faible en matière d'exportation malgré le potentiel. L'industrie doit poursuivre son développement, modernisation et à se doter de meilleurs standards.

Les filières sont largement dominées par quelques entreprises de taille moyenne et ce malgré l'existence de milliers d'autres de tailles différentes opérant dans le secteur.

Par exemple, la filière boissons est constituée de ce qui avoisine les 700 entreprises dont seulement 30 qui assurent la majorité de la production comme Castel, ABC Pepsi, Hamoud Boualem, Fruital, IFRI, leaders largement reconnus.

Même situation pour la transformation des céréales avec une présence de quelques moulins publics à l'instar de ERIAD et des dizaines d'autres privés, devenus pour certains d'importants producteurs comme Amour, Benamor, Sosemie, SIM, Metidji, Harbour, Sopi, Moula, La Belle.

Pour la filière lait constituée principalement d'une centaine d'entreprises privées de tailles différentes ainsi que le groupe public GIPLAIT avec ses quinze entreprises. D'autres secteurs comme celui des yaourts sont largement dominés par quelques industries comme le leader Soummam qui rafle 40% des parts de marché suivi par Danone avec 25% des parts, puis HodnaTrefle etc. On retrouve une situation similaire dans les fromages fondus ou le groupe Bel domine devant d'autres opérateurs locaux comme Algérie crème, Fitalait ou Priplait.

Quelques nouvelles industries se sont créées comme la transformation des viandes où il n'existe encore que quelques producteurs peu nombreux Simpex, Afric/Kof Primaviandes, Mag Delices, Bellat et Inalca et Alitech pour les plats surgelés.

Cependant pour la production dite traditionnelle comme celle du Cachir (mortadelle locale) ou de l'huile d'olive, elles proviennent de petits producteurs exception faites du leader Bellat pour la viande transformée qui a lui seul détient la moitié des parts de marché. La qualité pour ces deux segments reste aux normes internationales pour les leaders du secteur et cependant variable voire médiocre pour le reste.

Bien que l'on note des améliorations et du dynamisme, ces secteurs restent gangrenés par le commerce informel et le sans facture ce qui impacte sérieusement le développement.

Malgré les multiples tentatives de sauvetage et de réhabilitation des entreprises publiques du secteur agroalimentaire, l'état Algérien a procédé dans les années 2000 à la privatisation à grande échelle de quelques 942 entreprises dont 268 dans l'agroalimentaire faisant passer les parts de marché de ces entreprises de 24% en 1999 à 13% en 2001 jusqu'à 5% aujourd'hui. Depuis cette privatisation à grande échelle, nous observons une large domination du secteur privé. Certaines grandes entreprises publiques continuent à remplir certaines fonctions de soutien comme la commercialisation de produits de première nécessité à prix soutenus car leur production n'est souvent pas rentable comme par exemple, la production de lait pasteurisé en sachet LPS, la farine ou la semoule.

Il n'en demeure pas moins que les entreprises publiques dans le secteur des IAA n'ont joué qu'un rôle infime dans la promotion des progrès techniques, l'accroissement de la productivité et dans la promotion de la qualité ou de l'innovation. Quelques partenariats public-privé existent mais ils sont récents comme Eriad – Benamor ou Cegro - Lesaffre.

La gestion de la crise du secteur public entamée durant la période de terrorisme en partie a été conduite grâce au recours massif à l'importation. Cette solution d'approvisionnement a continué au-delà de cette période. La modernisation de certaines filières et secteurs n'ont été rendu possible que grâce à la privatisation, nous avons assisté alors à l'émergence de grandes entreprises compétitives avec des productions aux normes

internationales. Par exemple la position de leader des groupes comme, Sim, Metidji, Cevital, Benamor, dans le secteur des céréales. Pour le secteur du lait, les deux systèmes (public et privé) cohabitent Giplait s'impose dans la production de lait LPS- marché peu rentable- et le privé développe les yaourts et autres fromages à pâte molle bien plus rentables.

III.1.1. Les Céréales :

L'Algérie est pays grand consommateur de céréales avec une consommation annuelle avoisinant les 200 kg par an et par habitant soit une consommation totale de près de 9Mt par an, toutes céréales confondues. Cela en fait un des pays les plus consommateurs au monde.

La production céréalière, dépendante de la pluviométrie, reste basse et variable. En effet, la demande globale en matière de céréale n'est couverte qu'à hauteur de 30%. La production locale de céréales avoisine les 5 Mt par an dont 2,5 Mt de blé dur (BD), 1 Mt de blé tendre (BT) et 1,5 Mt d'orge. Afin d'adresser les besoins de consommation locale en matière de céréales, l'importation est variable, selon les années entre 8 et 11 Mt incluant l'alimentation destinée au bétail estimée quant à elle à 3 Mt par an.

L'origine des importations est française pour partie – entre 4 et 5 Mt- constituée de blé tendre destinée à produire de la farine pour le pain. La production locale de BT n'est que de 1 Mt par an. En revanche, pour ce qui est du blé dur, la production algérienne est de 2,5 Mt couvrant ainsi les 60 à 70% des besoins de l'industrie céréalière en Algérie.

III.1.2. La biscuiterie-confiserie :

Le secteur s'est considérablement développé ces 15 dernières années. Après l'émergence de certains grands producteurs reconnus tels BIMO ou ISO-9 INTERNATIONAL, le secteur a stagné à cause des importations, créant ainsi une rude concurrence.

Les producteurs locaux ont été contraints de revoir leur offre ou production en proposant des produits dit bon marché. La même situation a été observée dans le chocolat. Les produits importés en outre, sont constitués de produits hauts et bas de gamme de

provenance Tunisienne, Turque, Espagnole et Italienne. Les exportations Algériennes restent faibles vers le marché Africain.

III.1.3. L'industrie des produits laitiers :

L'Algérie est le plus grand consommateur de lait au Maghreb avec une consommation totale avoisinant les 5,5 Md de litres équivalent lait dont 3 Md importés. La poudre de lait importée est estimée à 300 000 t par an pour une valeur de près de 900 M €. L'Algérie est par conséquent le 2^{ème} ou 3^{ème} importateur au monde de poudre de lait. La production de lait en Algérie, quant à elle, ne représente que 30 % des besoins de l'industrie.

Le marché connaît une croissance à deux chiffres en raison des prix soutenus du lait pasteurisé en sachets (LPS) et de par sa fonction première : produit de première nécessité et source de protéine bon marché.

Cependant, le lait UHT (Upérisation à Haute Température, lait en brique), et malgré son prix trois fois et demi plus cher que lait LPS, gagne des parts de marchés d'année en année, il représente 10% des parts de marché du lait liquide. La commodité, la conservation, l'emballage et l'innovation renforcent les ventes. Candia à elle seule détient la moitié du marché suivi par plusieurs autres comme Actel, Ifki ou Tell. Le marché des laits infantiles est estimé à 15 000 tonnes par an.

Le marché des fromages est estimé à 100 000 tonnes. La production locale demeure principalement en fromage fondu avec près de 90 000 tonnes par an suivi des pâtes molles et Camembert type brie, puis en fromage blanc type petit suisse.

Le marché des yaourts et desserts est détenu par Soummam à hauteur de 45% et Danone 25%. Il représente 500 000 tonnes par an avec une croissance annuelle de près de 10%.

Les boissons caillées ou fermentés, Raïb ou Lben (caillé respectivement entier ou semi écrémé) sont consommés durant le ramadan et même en dehors à hauteur de 300 000 tonnes par an.

Pour ce qui est des crèmes glacées, il s'agit d'un domaine où les équipements spécialisés sont nécessaires à la production et à la distribution (froid). Les industriels du secteur sont peu nombreux comme Prima Glaces, ItalCrem, Casa Glaces, Glaces Mosta, Gini Glaces.

En général, ce qu'il paraît est que des investissements importants ont été effectués dans le secteur privé en particulier dans l'ultrafrais, les boissons et autres préparations lactées ainsi que les fromages à pâtes molles. Les habitudes alimentaires des consommateurs changent et la demande progresse. Le groupe public GIPLAIT a procédé à la modernisation de ses unités de productions et des entreprises privées se sont installées en filiales (pour la majeure partie d'entre elles françaises comme Danone, Lactalis ou Bel).

III.1.4. L'industrie des boissons BRSA, jus, eaux en bouteilles :

Estimée en 2011 à de près de 2,4 Md de litres. La consommation par habitant ne cesse d'augmenter. A titre d'exemple la consommation des eaux en bouteilles et des BRSA (Boissons rafraichissantes sans alcool) a connu une croissance annuelle de 7% ces dernières années. Ce secteur à lui seul pèse pour 14% de la production globale de l'agroalimentaire, 15% des consommations intermédiaires et 13% de la valeur ajoutée.

Selon l'APAB, l'Association des producteurs algériens des boissons, estimait le chiffre d'affaires du secteur à 215 Md de DA en 2011 (84 Md pour les boissons gazeuses, 35 Md pour les boissons fruitées, 83 Md pour les boissons alcoolisées, 12 Md pour les eaux embouteillées). Cette filière est quasi privée.

III.1.5. L'industrie du sucre :

L'Algérie est un des premiers importateurs mondiaux de sucre avec près de 1,8 Mt en 2013. Cependant, l'importation de sucre raffiné a régressé ces dernières années pour laisser place à celle du sucre roux. Le Brésil, premier partenaire, fournit l'Algérie à hauteur de 80% des besoins du marché.

Il est à noter également qu'une partie du sucre roux raffiné est ré exporté. En outre, la part de marché des fournisseurs traditionnels de l'Algérie en sucre blanc, dont celle de la France, a fortement régressé.

L'industrie du sucre est dominée par Cevital qui contrôle à lui seul près de 80% du marché du sucre devant le groupe Berrahal d'Oran et la Sorasucré d'Annaba

. Aussi, il est à noter qu'un nouvel acteur du secteur s'est mis en place en 2015 sous forme de Joint-Venture entre l'Algérien La Belle et le Français Cristal Union avec des objectifs de production ambitieux.

III.1.6. L'industrie des fruits et légumes :

La transformation des fruits et légumes est réduite en Algérie. Les producteurs de produits transformés à base légumes ne réussissent pas toujours à s'approvisionner en quantité nécessaire et selon certaines normes de calibrages et de production.

La non exigence du consommateur Algérien qui consomme des produits destinés à l'industrie et aux habitudes culinaires (utilisation des produits frais du marché). Comme c'est le cas pour la pomme de terre par exemple ou quelques rares producteurs de frites surgelés opèrent et avec difficulté. Pour ce qui est des fruits, la situation est analogue, les boissons produites en Algérie sont fabriquées à base de purées de fruit importées et quelques rares fois mélangées à de la pulpe Algérienne.

Exception faite de la production d'abricots destinée aux confitureries ainsi que celle des dattes où la production est abondante et qui permet donc la transformation. Le secteur est aussi atteint par la spéculation et le commerce informel.

En amont de tout développement d'industrie, le secteur des fruits et légumes a un besoin impératif de structuration, d'équipement en matière de froid ainsi que de structures de conditionnement. Les producteurs de fruits et légumes écoulent leurs marchandises sans difficultés et à des prix avantageux avec un minimum de contraintes. Cette situation n'encourage en rien les petits producteurs à se professionnaliser.

Il est clair que le potentiel est grand et que l'avenir réside dans les démarches d'investissement, de modernisation et de partenariats avec les opérateurs avérés étrangers.

III.1.7. Les huiles et matières grasses :

Cevital demeure un des principaux acteurs dans le domaine du raffinage des huiles et dans la production d'huile et de margarine.

. Dans le secteur des huiles de graines, les principaux producteurs sont Cevital, Safia, AfiaAlgerie et La Belle. Les huiles de graines représentent une production de 700 000 t contre 50 000 t pour l'huile d'olive.

L'Algérie importe l'essentiel de sa consommation d'huile et tente de développer et de valoriser sa production d'huile d'olive. Une multitude de producteurs se professionnalise pour produire des huiles exportables aux normes européennes.

III.1.8. Beurre et Margarine :

La consommation algérienne de beurre est faible (15 000 t/an au détail, plus les utilisations industrielles) comparée à celle de la margarine 3 fois moins importante que celle de margarine (45 000 t/an au détail).

Le marché de la margarine est dominé par quelques grandes marques : Cevital, la Belle, Bellat, Almag, Mateg, Traveps, Sofamar,...

III.1.9. les viandes transformées et poissons :

Il est dominé par quelques grosses industries qui utilisent des viandes importées pour la majeure partie. Exception faite pour la transformation des volailles qui s'approvisionnent localement.

A titre d'exemple, et afin de maîtriser ces approvisionnements, le groupe Bellat a développé une production de poulet intégrée et autonome. Pour ce qui des steaks hachés et produits transformés de volaille, on compte à ce jour 4 à 5 sociétés dont 3 leaders : Koft, MagDélices et Primaviandes.

Coté poissons, la diminution des poissons due principalement aux pêches intensives et la vente sauvage en haute mer a entraîné la fermeture de nombreuses usines. Les conserveries de thon, quant à elles, travaillent essentiellement avec des matières premières importées congelées.

Pour ce qui de la production de plats préparés et autres produits d'épicerie fine, le paysage industriel n'en est qu'à ses débuts en Algérie, on commence à voir apparaître une gamme de produits transformés importés mais aussi de fabrications locales : pizzas, lasagnes, boureks, patés etc.

Il existe des productions algériennes de vinaigre pauvre en alcool (Grande Vinaigrerie Constantinoise, SIDNA) de sauces rouges (tomate, harissa, ketchup), de mayonnaise, bouillons cubes (JUMBO), des productions de snacks salés ou sucrés (SNAX), une production de biscuits et de biscottes, de confiseries diverses.

Le café et le chocolat restent totalement dépendants de l'importation et de matières premières. Pour les fruits secs, légumes secs, épices, il s'agit principalement d'importation et de conditionnement en Algérie.

III.1.10. Les changements et les évolutions de la consommation et des habitudes alimentaires :

En Algérie, L'alimentation pèse pour 42% des dépenses des ménages. Elle devance le poste logement et charges 20,4% suivi par les transports et la communication 12% puis enfin le poste habillement 8%.

Les ménages les plus défavorisés dépensent 202 Md DA pour leur alimentation, contre 590 Md DA pour la population la plus favorisée. Le poids important de l'alimentation explique la sensibilité du marché aux prix de l'alimentation. La dépense annuelle alimentaire par tête est de 51 073 DA au niveau national.

Les évolutions et le changement de mode vie et la perte du pouvoir d'achat en zone urbaine et rurale ont conduit les Algériens à changer leur façon de s'alimenter. On observe de plus en plus de fastfood, pizzeria et autres restaurants pour livrer des repas rapides aux

populations actives. Les produits consommés dans les ménages ont aussi évolués avec les prix des produits.

L'alimentation est désormais riche en pain blanc, sucre et huile (prix subventionnés). L'état intervient régulièrement en déstockant des produits pour mettre fin aux spéculations. La façon de cuisiner change également, souvent les deux époux travaillent et le nombre de repas pris à l'extérieur augmente.

Les problèmes de santé publique liés à une mauvaise alimentation sont apparus. Selon une étude de l'Institut national de la santé publique, 20% des Algériens de plus de 35 ans sont obèses et 56% sont en surpoids. 25% des 35-70 ans souffrent d'hypertension.

Les prix des produits de première nécessité étant toujours maintenus à des niveaux très bas, il est aisé de constater que la quasi-totalité des Algériens mange à sa faim. En revanche, la mauvaise alimentation, l'usage des graisses et des pâtes en tous genres (pain, pizza, pâtes, sandwichs etc), l'usage abusif du sucre (boisson gazeuse, jus, pâtisserie, biscuit) conduisent à une alimentation peu équilibrée pas assez riches en fruit et légumes et en viandes ou poissons (pour des raisons de prix).

Il arrive souvent que les consommateurs se procurent des produits dans le marché informel (par exemple cherbet – boisson artisanale à base de citron et de sucre) aux conditions d'hygiène douteuses.

L'obésité le diabète et le cholestérol rendent les Algériens plus sensibles à la diététique. On assiste à l'émergence de nouveaux produits « light ». Le BIO pointe à peine le bout de son nez avec des filières peu contrôlées non standardisées et les organismes de certification qui font défaut.

Pour ce qui est de la praticité, les plats préparés font défauts et les surgelés sont des produits bruts (petits poids, crevette, merguez etc). Cependant, certaines filières se sont professionnalisées avec la production de feuille de briks, de tartelette, de pizza etc.

Les quelques hypermarchés installés (Uno, Ardis, Lyperetc) propose des rayons traiteur qui connaissent d'ailleurs un franc succès. En charcuterie très peu de choix mis à part le cachir et autres mortadelles ou les charcuteries à base de volaille comme le rôti ou jambon de dinde ou saucisses de poulet.

Quelques sociétés opèrent et diversifient leurs productions dans le secteur des viandes transformées surgelées : Koft/SimpexAfric, Primaviandes, MagDélicesBellat et Inalca.

La grande distribution fait défaut seulement 9 grandes enseignes répondent aux exigences du ministère du commerces sur 39 inscrits au Registre de commerce.

III.2. La part des IDE dans le secteur agroalimentaire en Algérie

III.2.1. Les statistiques du secteur :

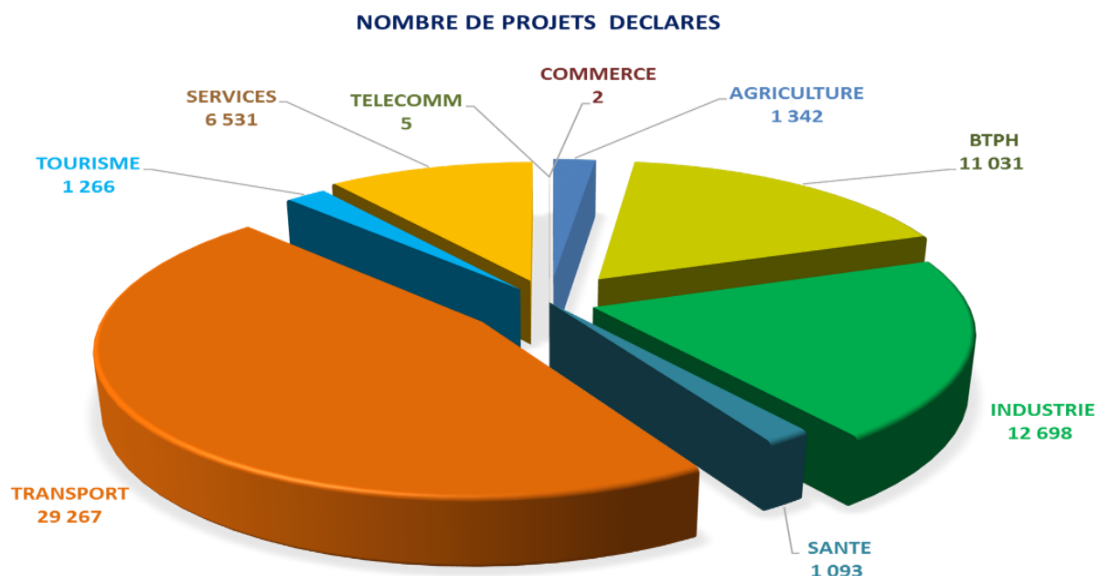
Tableau 5 : Bilan des déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité

Montant: Millions de DA.

SECTEUR D'ACTIVITE REGROUPE	NOMBRE DE PROJETS	%	MONTANT	%	NOMBRE D'EMPLOIS	%
AGRICULTURE	1 342	2,12%	260 750	1,82%	260 750	1,82%
BTPH	11 031	17,44%	1 331 679	9,31%	1 331 679	9,31%
INDUSTRIE	12 698	20,08%	8 373 763	58,56%	8 373 763	58,56%
SANTE	1 093	1,73%	221 383	1,55%	221 383	1,55%
TRANSPORT	29 267	46,28%	1 164 966	8,15%	1 164 966	8,15%
TOURISME	1 266	2,00%	1 228 830	8,59%	1 228 830	8,59%
SERVICES	6 531	10,33%	1 272 057	8,90%	1 272 057	8,90%
COMMERCE	2	0,00%	10 914	0,08%	10 914	0,08%
TELECOMM	5	0,01%	436 322	3,05%	436 322	3,05%
TOTAL	63 235	100%	14 300 664	100%	14 300 664	100%

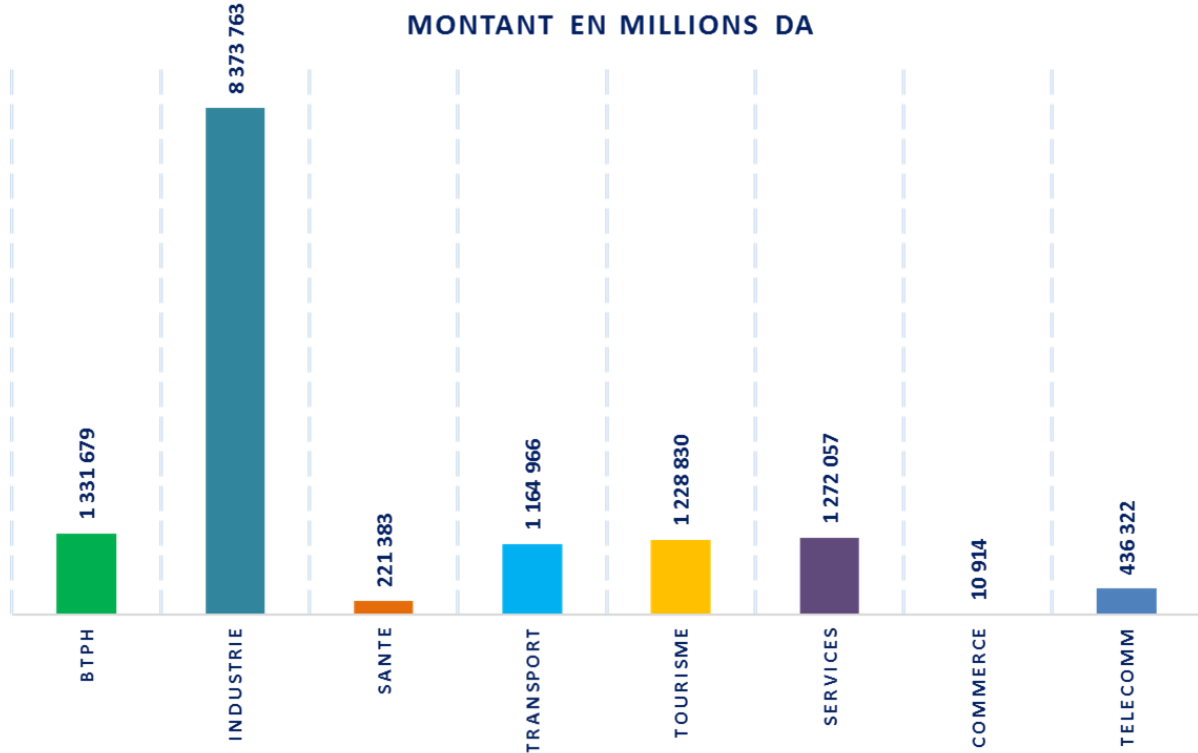
Source : (ANDI, 2018)

Figure 13 : nombre de déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité en portion



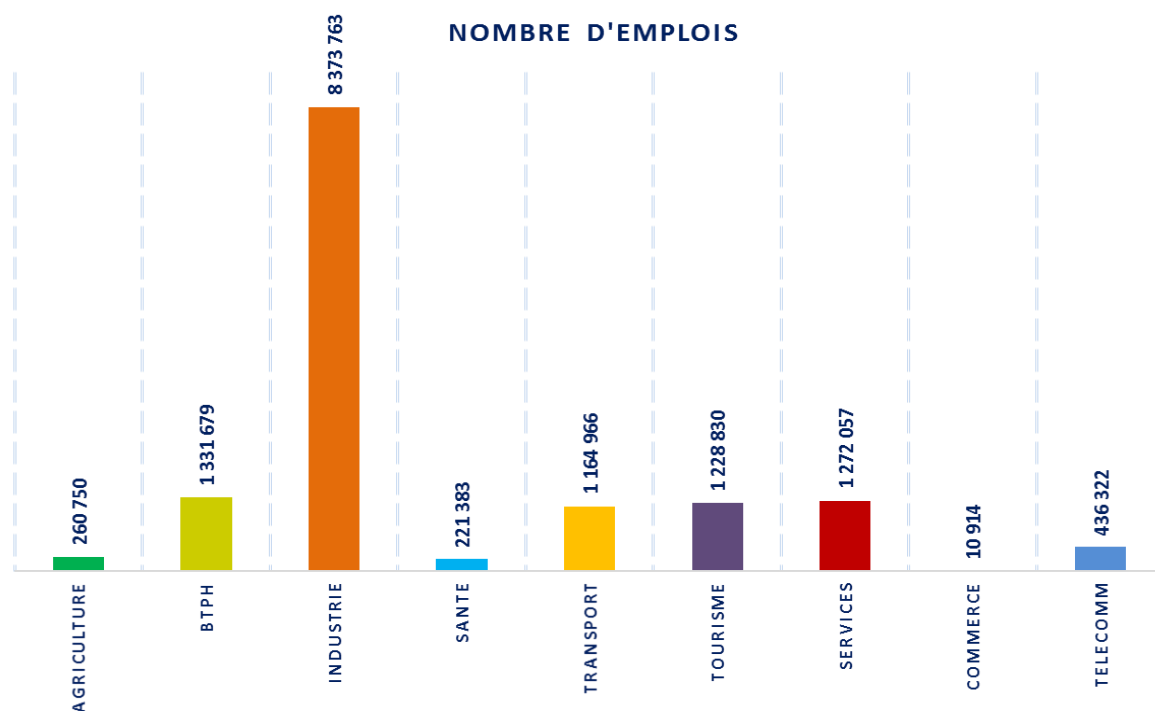
Source : par nos soins

Figure 14 : déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité ; montants investis



Source : par nos soins

Figure 15 : déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité, nombre d'emplois



Source : (ANDI, 2018)

Le tableau ci-dessus reflète les déclarations d'investissement globales entre 2002 et 2017 par secteur d'activité. En l'espace de 15 ans l'ANDI a enregistré des déclarations d'investissement de l'ordre de 14 300 664 millions de DA, l'équivalent de 124 353 600 000 US \$.

Il est à signaler que ce chiffre concerne en réalité les déclarations d'investissement, nombreux d'entre ces projets n'ont pas pu aboutir pour différentes raisons, notamment celles relatives aux lenteurs administratives, terrains, financement ..etc.

Dans ces déclarations nous constatons que l'industrie, toutes branches d'activité confondues se taille plus de la moitié des intentions d'investissement avec 58,56%, viennent par la suite : les services, le tourisme, le transport, les télécom et curieusement l'agriculture avec seulement 1,18% des déclarations d'investissement.

Ceci est dû essentiellement au caractère informel que revêt ce secteur d'activité, ou une grande partie des investissements échappent aux statistiques.

Le nombre d'emploi crée reste plus ou moins proportionnel par rapport au capital investi dans presque tous les secteurs indiqués dans les graphiques ci-dessus.

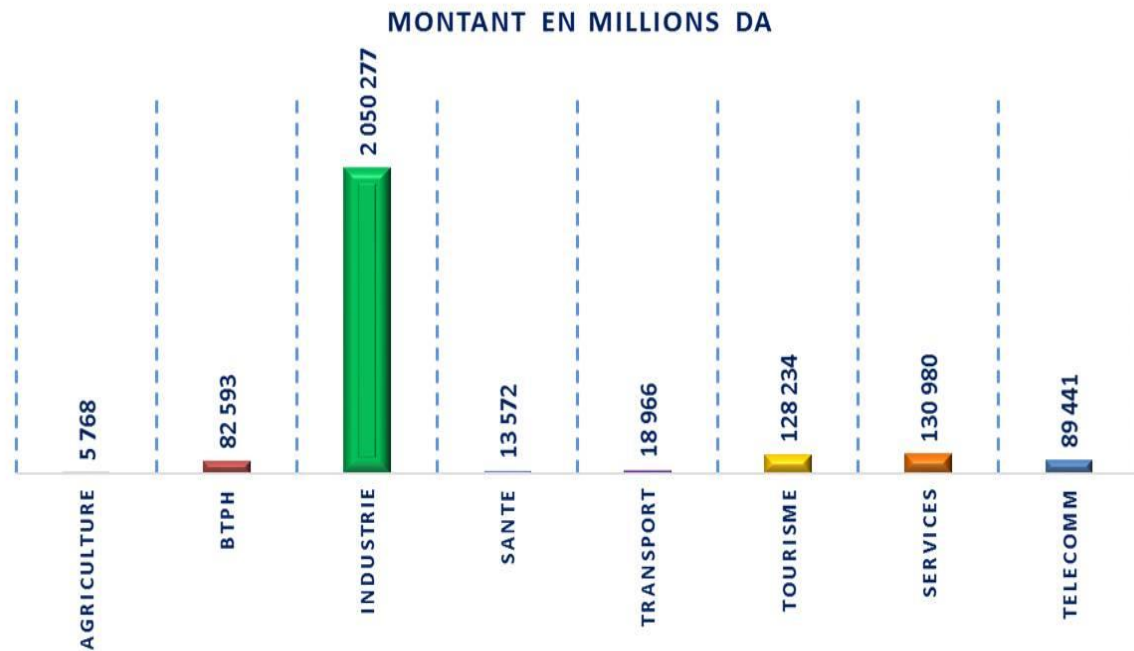
Tableau 6: Bilan des déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité, impliquant des étrangers

Montant: Millions de DA.

SECTEUR D'ACTIVITE	NOMBRE DE PROJETS	%	MONTANT	%	NOMBRE D'EMPLOIS	%
AGRICULTURE	13	1,44%	5 768	0,23%	641	0,48%
BTPH	142	15,76%	82 593	3,28%	23 928	17,91%
INDUSTRIE	558	61,93%	2 050 277	81,37%	81 413	60,95%
SANTE	6	0,67%	13 572	0,54%	2 196	1,64%
TRANSPORT	26	2,89%	18 966	0,75%	2 407	1,80%
TOURISME	19	2,11%	128 234	5,09%	7 656	5,73%
SERVICES	136	15,09%	130 980	5,20%	13 842	10,36%
TELECOMM	1	0,11%	89 441	3,55%	1 500	1,12%
TOTAL	901	100%	2 519 831	100%	133 583	100%

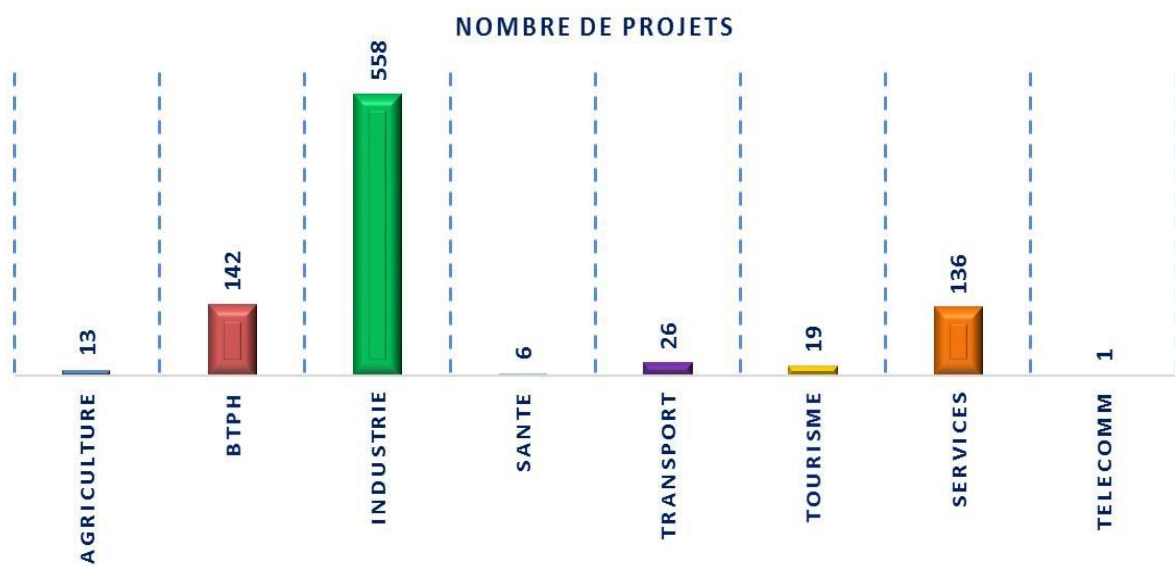
Source : (ANDI, 2018)

Figure 16 : déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité, impliquant des étrangers,



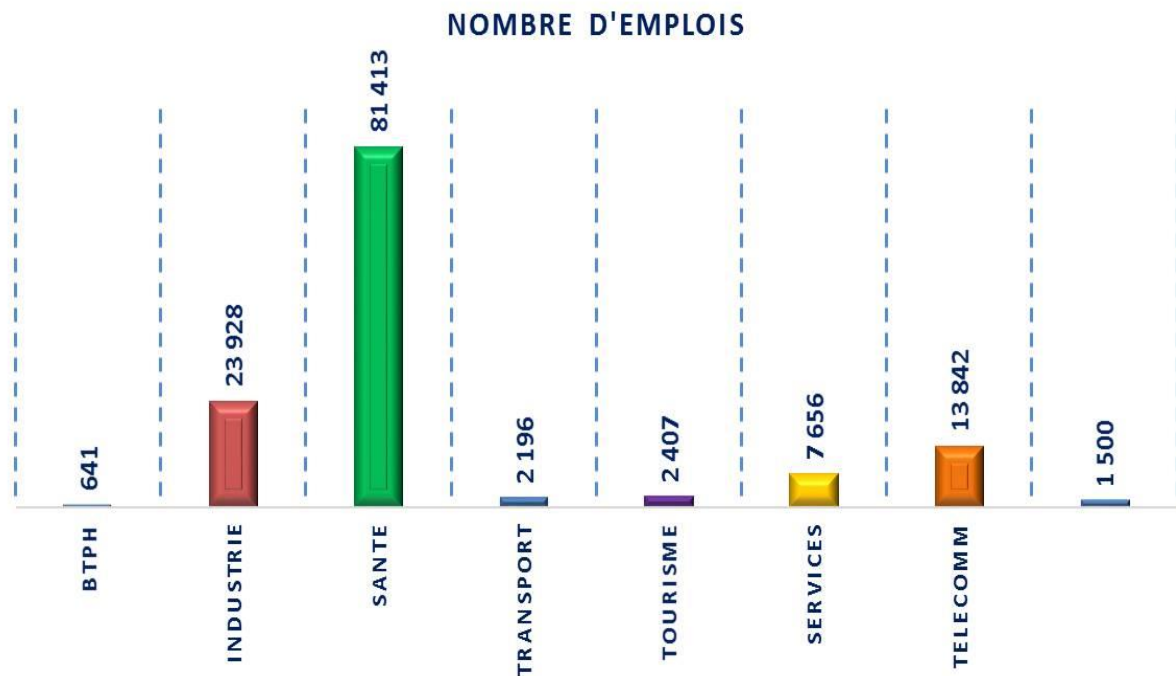
Source : (ANDI, 2018)

Figure 17 : déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité, impliquant des étrangers, montants investis



Source : (ANDI, 2018)

Figure 18 : déclarations d'investissement 2002-2017 par secteur d'activité, impliquant des étrangers, nombre d'emplois



Source : (ANDI, 2018)

Le tableau ci-dessus reflète les déclarations d'investissement globales entre 2002 et 2017 par secteur d'activité impliquant des sociétés étrangères. En l'espace de 15 ans l'ANDI a enregistré des déclarations d'investissement de l'ordre de 2 519 831 millions de DA, l'équivalent de 21 108 477 572 US \$.

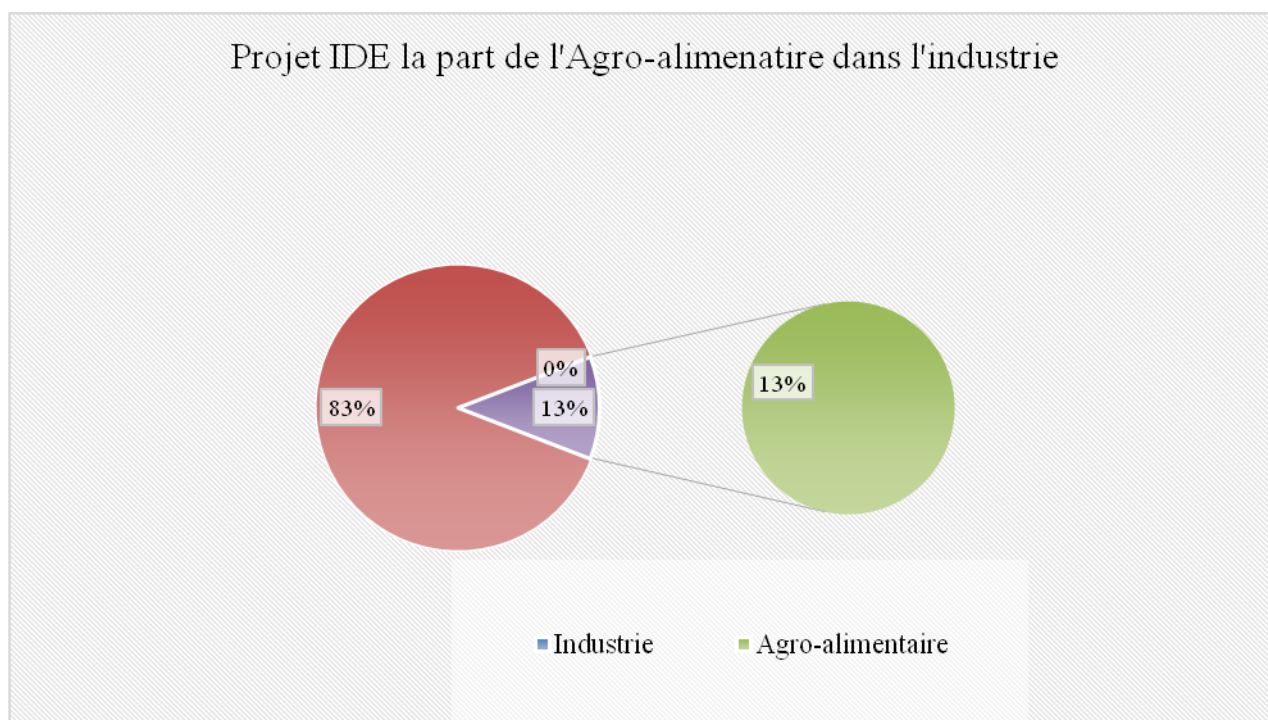
Dans ces déclarations nous constatons que l'industrie, toutes branches d'activité confondues se taille une grande proportion de l'investissement avec 81,37%, viennent par la suite : les services, le tourisme, le transport, les télécom et curieusement l'agriculture avec seulement à 0,23% des déclarations d'investissement. Le nombre d'emploi créé revient naturellement important dans le secteur de l'industrie.

Tableau 7 : La part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les étrangers

Secteur d'activité	Nombre de projet	% / Total	Montant	% / Total	Nbr d'emploi	% / Total
Industrie	558	62	2 050 277	81	81 413	61
		% / Indus		% / Indus		% / Indus
Agro-alimentaire	74	0,13	194 776	9,5	20 353	25

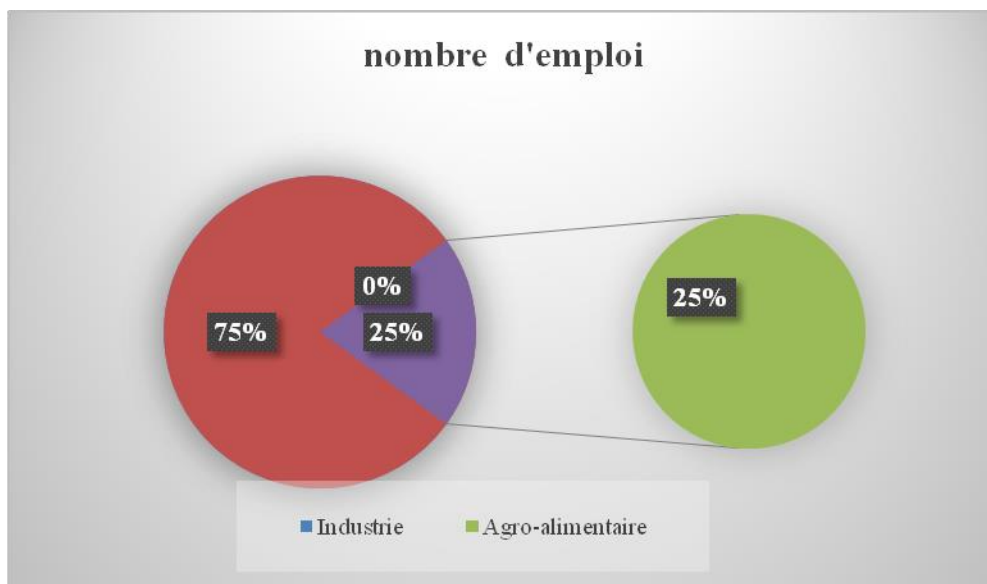
Source : par nos soins

Figure 19 : La part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les étrangers en %



Source : par nos soins

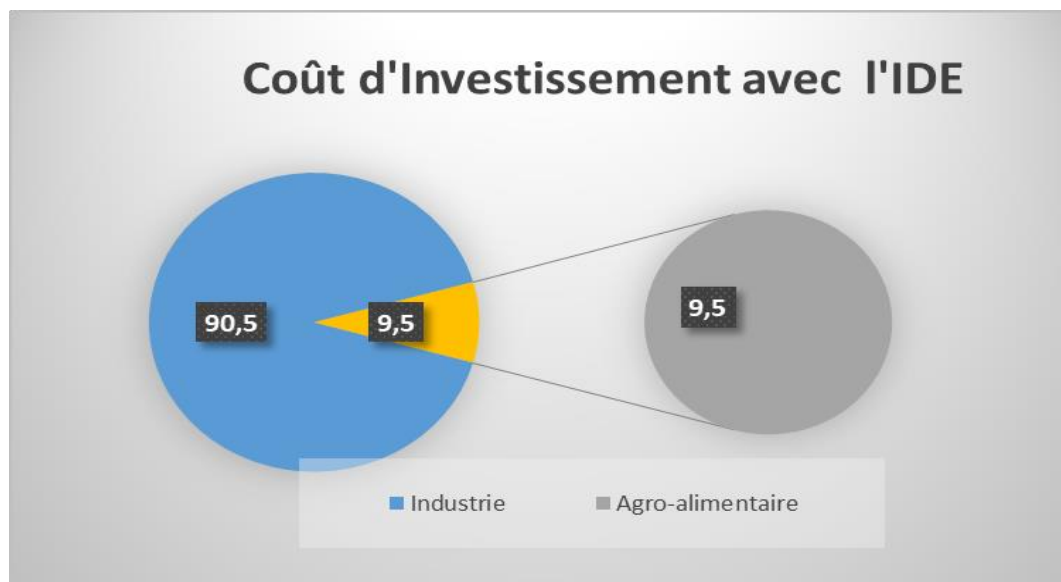
Figure 20 : La part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement impliquant les étrangers, Coût d'investissement



Source : par nos soins

Figure 21 : La part de l'agroalimentaire dans l'industrie pour l'investissement

im
pli
qu
ant
les
étr
an
ger
s,
no
mb
re



d'emploi

Source : (ANDI, 2018)

La part des intentions d'investissement dans le secteur agroalimentaire impliquant des entreprises étrangères est faible en capitaux 194 776 M DA, représentant 9,5% seulement des intentions d'investissement, employant 20 353 avec une proportion de 25% de la création d'emploi prévu.

➤ **Discussion et résultats**

Tenant compte de ces statistiques relatant les déclarations de projets impliquant des entreprises étrangères au niveau de l'ANDI, la part de l'industrie agro-alimentaire reste faible sur la période 2012-2017. Il est clairement établi que ce secteur d'activité reste en deçà de ses potentiels en termes d'investissement en Algérie.

Le montant relatif au Coût d'investissement est insignifiant si nous tenons à le répartir sur la période 2012-2017. En cinq ans l'IDE représente 49% de la valeur maximale de 194 776 million de DA, soit l'équivalent d'un apport maximal en IDE de 1 693 704 348 \$ en l'espace de cinq ans, si ces projets sont déjà en phase exploitation car à ce titre de nombreux projet n'ont pas pu démarrer en raison des lenteurs administratives et les restrictions à l'importation de certains intrants (MDIPI, création de consortium, 2017).

Il est à relever un autre revers pour le secteur IAA : les IDE dans le secteur agricole industrialisé, en mesure d'approvisionner le secteur IAA, ne que 13 projets sur la période 2012-2017 (Banque-mondiale, 2010-2017).

➤ **Quelques actions mises en application**

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie de promotion et de développement des Industries Agroalimentaires élaborée en 2010 par le Ministère de l'Industrie et des Mines et réalisés en étroite collaboration avec les ministères de l'agriculture, des Ressources en Eau et du Commerce ; le secteur privé, les centres de formation et de la recherche, un plan d'action a été élaboré et les actions structurantes suivantes ont été mises en œuvre :

- 2012-2017 : Mise en place de 8 consortiums d'exportations en Industries Agroalimentaire dans les filières suivantes : Transformation Céréalière, Viandes, Multisectoriel, Dattes ; Producteurs des Aromes ; Condiments Alimentaires.
- 2012 : Création du Centre Technique des Industries Agroalimentaires à Boumerdés ;
- 2017-2018 : Création d'un Pôle de Compétitivité des Industries Agroalimentaires à la Mitidja ;
- 2016-2018 : Elaboration de Règlements Technique des produits suivants :
 - Jus et Nectar de fruits ;
 - Fromage, spécialités fromagères et préparations alimentaires ;
 - Viandes transformées (FMI, 2016,2017,2018).

Conclusion

Le parcours de ce chapitre nous a permis d'avoir une vue d'ensemble sur le secteur agroalimentaire algérien, ses difficultés, ses acteurs et sa part dans le PIB.

Il y a lieu de constaté que le secteur commence à se développer avec une percée pour les produits de transformation basique, tels que le sucre, l'huile et les boissons. D'autres filières dont la production reste en deçà de la demande nationale tels que les céréales et poudre de lait.

Il est clair que le secteur connaît une véritable dynamique, notamment, suite aux restrictions des importations et le potentiel est grandissant.

Dans la deuxième partie il a été renseigné de la part des IDE dans le secteur, les filières concernées et leur impact socioéconomique. Aussi quelques nous avons rapporté quelques actions mises en œuvre par le gouvernement pour bouter davantage ce secteur.

Chapitre VI : attractivité de l'Oranie
pour les investissements dans l'industrie
agro-alimentaire

Introduction :

Dans ce chapitre on présente l'étude empirique, nous privilégions le point de vue des d'entreprises et de leurs dirigeant pour savoir les éléments de l'attractivité territoriale des IDE.

En nous appuyons sur les résultats d'une enquête de terrain réalisée auprès de 10 sociétés mixtes et/ou étrangères dans le secteur agroalimentaire activant sur le territoire oranais, notre objectif est de savoir les premiers éléments empiriques de l'attractivité du territoire oranien pour les IDE.

Ce chapitre est divisé en deux sections :

- ✓ La première traitera des statistiques sur l'activité économique dans l'Oranie.

- ✓ La seconde traitera Attractivité de l'Oranie pour les IDE, nous présentons les résultats de notre enquête de terrain, ensuite on présentera les méthodes de traitement de ces résultats.

IV.1. Statistique sur l'activité économique dans l'Oranie

Tableau 8 : Statistique par secteur d'activité

Wilaya	Entreprise par secteur d'activité en Oranie à Fin 2016									
	Producs de biens	Services	Export	import	Distr gros	Distr détail	artisanat	Total tout secteur	ratio: Wilaya/ région	ratio: wilaya / national
Tlemcen	4 380	21 975	39	560	1377	12084	49	40 464	11,88%	1,99%
Tiaret	6 326	15183	3	163	2039	17523	162	41 399	12,16%	2,03%
Saida	3 881	6801	0	24	713	7294	49	18 762	5,51%	0,92%
Sidi Belabes	6 522	16192	13	314	2638	16895	33	42 607	12,51%	2,09%
Mascara	4 476	15751	4	321	1677	18654	59	40 942	12,02%	2,01%
Oran	15 650	37124	99	3620	5315	35724	147	97 679	28,68%	4,80%
Ain Temouchent	2 798	11281	10	161	560	10600	34	25 444	7,47%	1,25%
Relizane	3 984	11770	7	179	1064	16206	43	33 253	9,76%	1,63%
Total Oranie	48 017	136 077	175	5 342	15 383	134 980	576	340 550	100,00 %	16,73%
Total National	310 986	781958	1630	41788	87126	80526 2	6639	2 035 389	-----	100,00 %

Source : (Bulletin-du-Satec, N°7 - 2000)

Le tableau ci-dessous nous renseigne essentiellement du nombre d'entreprises activant dans les différents secteurs par wilayat dans la région de l'Oranie. Oran étant la plus importante wilaya totalise 97 679 entreprises et Saida enregistre la proportion la moins importante avec 18 762 entreprises. Le nombre d'entreprises actives dans cette région représente 16,73 % de l'ensemble national.

Chapitre VI : attractivité de l'Oranie pour les investissements dans l'industrie agro-alimentaire

Dans le secteur industriel et de transformation Oran reste sans surprise la première wilaya industrielle de l'Oranie avec 15 650 entreprises suivie par Sidi Belabes et Tiaret avec respectivement 6 522 et 6 326 entreprises. L'Oranie représente 15,44 % de l'ensemble national.

Tableau 9 : Statistique activité Services

Wilaya	Services	ratio: Services / région	ratio: Services/ national
Tlemcen	21 975	16,15%	2,81%
Tiaret	15 183	11,16%	1,94%
Saida	6 801	5,00%	0,87%
Sidi Belabes	16 192	11,90%	2,07%
Mascara	15 751	11,58%	2,01%
Oran	37 124	27,28%	4,75%
Ain Temouchent	11 281	8,29%	1,44%
Relizane	11 770	8,65%	1,51%
Total Oranie	136 077	100,00%	17,40%
Total National	781 958		100,00%

Source : (CNRC, 2016)

Dans le secteur des services Oran reste la première wilaya de l'Oranie avec 37 124 entreprises suivie par Tlemcen avec 21 975 entreprises. L'Oranie représente 17,40 % de l'ensemble national. Parfois société de production ayant le code l'export sur le registre de commerce.

Tableau 10 : Statistique entreprise exportatrice

Wilaya	Export	ratio: export / région	ratio: export/ national
Tlemcen	39	22,29%	2,39%
Tiaret	3	1,71%	0,18%
Saida	0	0,00%	0,00%
Sidi Belabes	13	7,43%	0,80%
Mascara	4	2,29%	0,25%
Oran	99	56,57%	6,07%
Ain Temouchent	10	5,71%	0,61%
Relizane	7	4,00%	0,43%
Total Oranie	175	100,00%	10,74%
Total National	1630		100,00%

Source : (CNRC, 2016)

Par entreprises exportatrices, Oran reste la première wilaya de l'Oranie avec 99 entreprises suivie par Tlemcen avec 39 entreprises. L'Oranie représente 10,74 % de l'ensemble national.

Tableau 11 : Statistique entreprise d'importation de biens et services

Wilaya	Import	ratio: import / région	ratio: import/ national
Tlemcen	560	10,48%	1,34%
Tiaret	163	3,05%	0,39%
Saida	24	0,45%	0,06%
Sidi Belabes	314	5,88%	0,75%
Mascara	321	6,01%	0,77%
Oran	3 620	67,76%	8,66%
Ain Temouchent	161	3,01%	0,39%
Relizane	179	3,35%	0,43%
Total Oranie	5 342	100,00%	12,78%
Total National	41788		100,00%

Source : (CNRC, 2016)

Chapitre VI : attractivité de l'Oranie pour les investissements dans l'industrie agro-alimentaire

Par entreprises importatrices de biens et services, Oran reste la première wilaya de l'Oranie avec 3 620 entreprises suivie par Tlemcen avec 560 entreprises. L'Oranie représente 12,78 % de l'ensemble national.

Il est à noter que toutes sociétés de production de biens et services souhaitant exporter peuvent faire intégrer dans leurs registres de commerce le code « activité export » sans pour autant créer un registre secondaire.

En revanche les sociétés de production et de services n'ont pas besoin de code « activité import » pour importer leurs matières premières et intrants. Seules les sociétés qui activent dans la vente en état qui ont besoin de code import.

Tableau 12: Statistique société de distribution en gros.

Wilaya	Distribution en gros	ratio:Dist / région	ratio:Dist / national
Tlemcen	1 377	8,95%	1,58%
Tiaret	2 039	13,25%	2,34%
Saida	713	4,63%	0,82%
Sidi Belabes	2 638	17,15%	3,03%
Mascara	1 677	10,90%	1,92%
Oran	5 315	34,55%	6,10%
Ain Temouchent	560	3,64%	0,64%
Relizane	1 064	6,92%	1,22%
Total Oranie	15 383	100,00%	17,66%
Total National	87 126		100,00%

Source : (CNRC, 2016)

Certaines sociétés de production intègrent cette fonction d'entreprise dans leurs lignes d'activité. Par entreprises de distribution en gros, Oran reste la première wilaya de l'Oranie avec 5 315 entreprises suivie par Sidi Belabes avec 2 638 entreprises. L'Oranie représente 17,66 % de l'ensemble national.

➤ **Résultats et discussion :**

Nous avons voulu à travers ces statistiques relater la structure des entreprises de l'Oranie par secteur d'activité en les rattachant sur l'échelle nationale. Cet exercice nous renseigne sur l'environnement économique dans lequel s'est opérée notre recherche d'une manière globale. Ensuite nous avons décliné ses mêmes statistiques par secteur et/ou activité, parfois au sein de la même société.

Selon ces données l'Oranie enregistre 16,50% du nombre d'entreprises enregistrées dans tous les secteurs d'activité à l'échelle nationale.

Oran compte le quart de la population d'entreprises au niveau de la région Oranie, ceci sur neuf wilayat.

IV.2. Attractivité de l'Oranie pour les IDE : les enseignements d'une enquête sur un échantillon de PME

IV.2.1. Analyse sur le dynamisme économique des wilayat de l'ouest :

L'enquête effectuée sur notre échantillon d'entreprises industrielles dans l'agroalimentaire, entreprises étrangères et entreprises mixtes activant dans la région de l'Oranie, nous permet d'apporter des éléments de réponse aux nombreuses interrogations sur l'appréciation des IDE dans ce secteur et dans cette région.

Dans cette optique, un questionnaire¹ mettant en évidence l'ensemble des préoccupations et intérêts des acteurs de ce secteur industriel qu'ils soient étrangers ou ayant une collaboration avec des une entreprise étrangère.

Ce questionnaire est structuré de façon à prendre en compte diverses préoccupations :

- La règle 51-49 de la LFC 2009 et son impact sur les IDE ;
- Le secteur agro-alimentaire comme activité et l'IDE ;
- L'IDE et l'intégration industrielle dans ce secteur ;

¹ Le questionnaire figure en annexe

- L'IDE et l'exportation ;
- Le marché local.

Cette enquête qui s'est étalée sur près d'un an (octobre 2015 à août 2016) a concerné des entreprises se trouvant dans les wilayat d'Oran, Mascara et Mostaganem. Elle s'est déroulée sous forme d'entretien et d'échanges très souvent avec le chef d'entreprise et parfois avec le responsable commercial ou financier très au fait des pratiques et processus d'implémentation des IDE, appelées Greenfield.

Globalement les personnes rencontrées étaient accueillantes, disponibles et agréables et nos séances de travail étaient fructueuses et nous ont permis de recueillir directement leurs commentaires quant au déroulement de tout le processus d'implémentation ; de l'idée, études, installation et développement de l'activité.

Nous pouvons ajouter qu'en dehors de la réticence de certaines entreprises (heureusement, elles n'étaient pas nombreuses) à répondre à notre questionnaire, le principal défi auquel nous avons été confrontés est d'ordre technique. En effet, les listes d'entreprises recueillies auprès des différentes sources n'étaient pas toujours mises à jour et comportaient des fois des informations erronées (adresse et numéros de téléphone).

Cela a nécessité un long travail de recherche qui a consisté à confronter les diverses sources d'information pour aboutir à la mise à jour de la base de données permettant une bonne couverture du tissu des entreprises structurées avec un capital étranger.

Enfin, pour mieux apprécier les effets des IDE dans le secteur de l'agroalimentaire dans la région de l'Oranie, nous avons jugé utile d'élargir notre enquête afin qu'elle intègre un échantillon d'entreprise industrielles de production de quelques wilayas de la région Ouest (Mostaganem, Mascara, et Oran). Notre difficulté étant de constituer un échantillon témoin comparatif qui nous permettra sans aucun doute de confronter les appréciations des entreprises Oranaise de perception des effets de l'IDE.

IV.2.2. La méthodologie d'enquête :

Comme nous l'avons mentionné précédemment, il y'a peu d'études quant à l'impact des IDE tant sur le plan de l'activité économique que sur le plan des avantages du territoire. Partant de là, notre enquête s'est imposée pour aller chercher nous-même cette information qui fait défaut.

IV.2.3. L'échantillon d'enquête :

Notre enquête a été conduite auprès entreprises du secteur agro-industriel étrangères et mixtes activant dans différentes branches d'activité. Il est important de noter que notre échantillon ne comprend que les entreprises qui produisent des biens industriels même si en parallèle elles s'occupent elles même de leur distribution.

La raison est que nous pensons que les réponses de ces dernières, nous aiderons certainement à mieux cerner l'impact des IDE dans la mesure où :

- D'une part elles sont censées profiter de l'apport des IDE en termes de compétitivité, d'innovation et découverte de marché extérieurs ;

- Et d'autre part la problématique permanente de l'amélioration des déterminants des IDE essentiellement en améliorant le climat des affaires et en développant le territoire sensé accueillir l'IDE.

Notre population de base englobe à la fois des entreprises étrangères ayant effectué l'investissement avant la LFC 2009 pour la plupart contrôlant la société avec + de 50% dans le capital social et des entreprises mixtes dans la région de l'Oranie.

D'après nos informations nous recensons dix-huit entreprises étrangères et/ou mixtes, certaines d'entre elles se sont développées et d'autres ont procédé au désinvestissement. Ces entreprises sont au nombre de Huit domiciliées dans la wilaya d'Oran, une à Mostaganem et une dans la wilaya de mascara.

Ces entités économiques sont concentrées dans le secteur agro-industriel, boisson non alcoolisées et alcoolisées, viennoiserie, biscuits, huiles alimentaires, produits meuniers

et pâtes alimentaires, arôme alimentaire, conserverie de thon et fabrication de sauces et plats préparés.

La carte ci-dessous, nous permet de visualiser la région de l'Oranie et de la situer dans l'espace national et supranational.

Figure 22: Présentation de l'Oranie



Nos entreprises échantillon que nous avons voulu, évoluent dans un espace bien défini. L'Oranie se situe au nord-ouest de l'Algérie bordée par la mer méditerranéenne au nord, distante d'à peine 190 KM des côtes espagnoles, à l'ouest le Maroc, à l'est le massif du Dahra ensuite l'algérois et au sud les wilayat du sud-ouest algérien.

La région est bien desservie par la voie maritime, elle compte quatre ports de marchandise Ghazaouet , Oran, Arzew et Mostaganem. Elle compte deux aéroports internationaux : Tlemcen et Oran et au moyen de l'autoroute est-ouest la région est reliée à l'ensemble du territoire national et des possibilités de rejoindre le Maroc et les pays subsahariens.

Notre échantillon est composé de dix entreprises que nous avons jugé représentatives et ayant développé jusqu'au bout leurs projets.

Ces entreprises sont entrées en exploitation assez rapidement à comparer avec d'autres projets dont la majorité est restés en souffrance et, ce dû essentiellement aux lenteurs administratifs, genre terrain industriel. etc.

Ces entreprises sont bien connues par les pouvoirs publics et les organismes professionnels

IV.2.4. Le questionnaire d'enquête :

L'enquête est effectuée selon le mode de questionnement direct "face à face ". Le chef d'entreprise avait à répondre à près de 15 questions réparties en quatre sections :

- L'identification de l'entreprise ;
- L'activité ;
- Les avantages ;
- Appréciation de l'IDE.

IV.2.5. Traitement des données de l'enquête :

Le questionnaire présenté succinctement plus haut a été soumis à une dizaine d'entreprises des wilayat de l'Oranie Nous avons utilisé le logiciel "Spss IBM" pour exploiter les données de l'enquête.

Les résultats que nous avons synthétisés sont analysés d'une part à partir d'une première lecture sommaire des résultats et d'autre part à partir d'une synthèse des tableaux croisés que nous avons construits.

IV.2.6. Exploitation des résultats de l'enquête oranise :

Pour répondre à notre question centrale qui est de savoir quel est l'impact des IDE sur le secteur d'industrie agroalimentaire en Oranie et devant la quasi-absence d'étude sur la question, nous avons entrepris cette enquête, en espérant qu'elles nous aident à apprécier les conséquences du partenariat industriel. Nous commençons par présenter le profil des entreprises enquêtées.

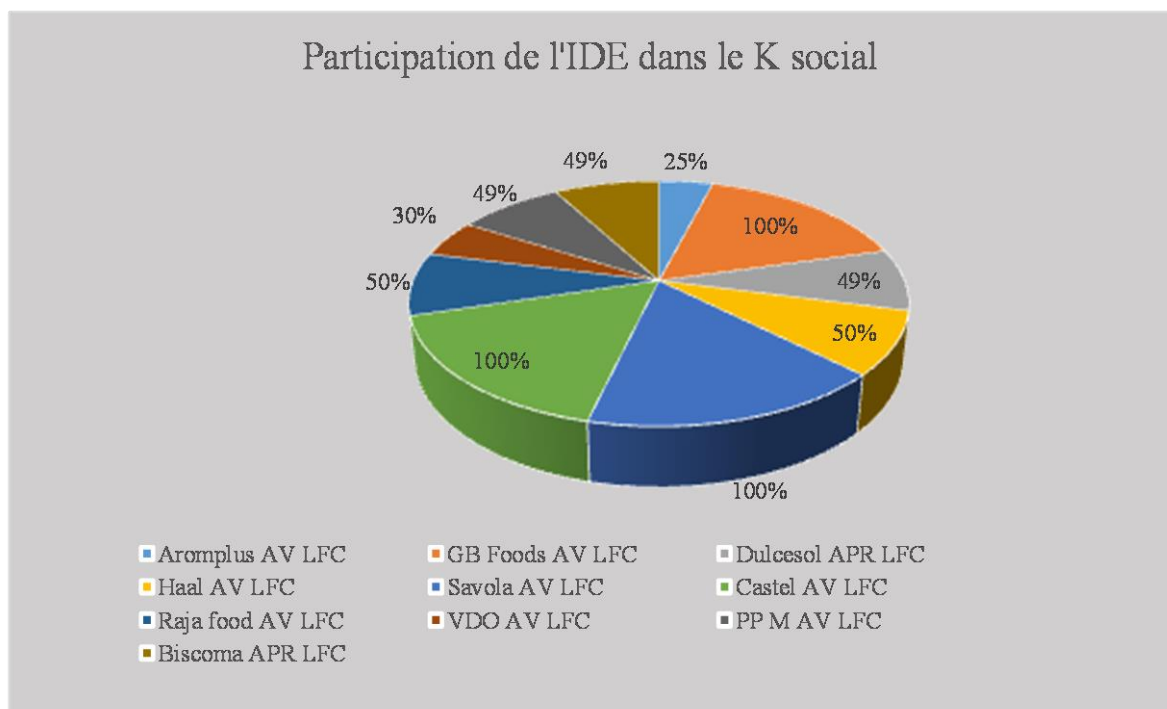
IV.2.7. Identification des entreprises enquêtées (2015-2016) :

Notre enquête révèle que nos entreprises de production de biens industriels ont une activité unique avec un éventail de produits. Elles s'occupent elles-mêmes de **la distribution de la production**, seulement deux entreprises d'entre elles se contentent de produire. Dans notre échantillon il s'agit de trois filiales, une société affiliée et six sociétés mixtes non affiliées.

Une société opérant dans la fabrication des arômes. Deux sociétés dans les boissons alcoolisées. Une dans les boissons non alcoolisées. Une dans les sauces et plats préparés. Une dans les huiles alimentaires, une dans la viennoiserie, une dans les gâteaux types gaufrettes, une dans les produits meuniers et deux dans la conserverie.

➤ Les données sous plusieurs perspectives :

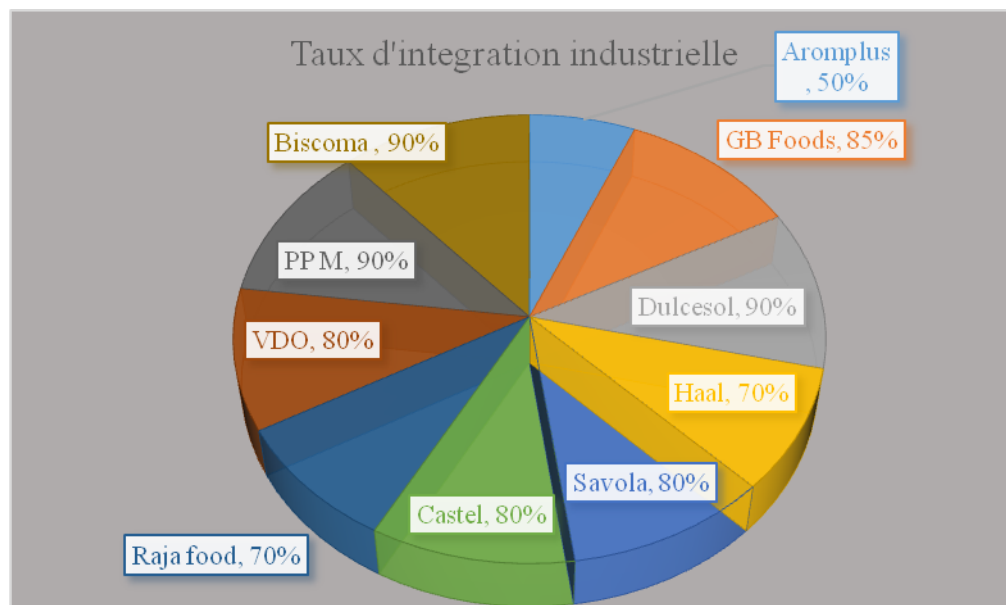
Figure 23 : participation de l'IDE dans le K social



Source : Résultats de notre enquête, EXCEL

Le capital social n'était pas systématiquement de l'ordre de 100% même avant la LFC 2009, du moins pour les PME en revanche dès qu'il s'agit d'une multinationale, le contrôle direct et total est exprimé. En effet, sur les 10 entreprises enquêtées, 8 ont été créées avant la loi de 2009, cependant seulement 3 s'accaparent 100% du capital social.

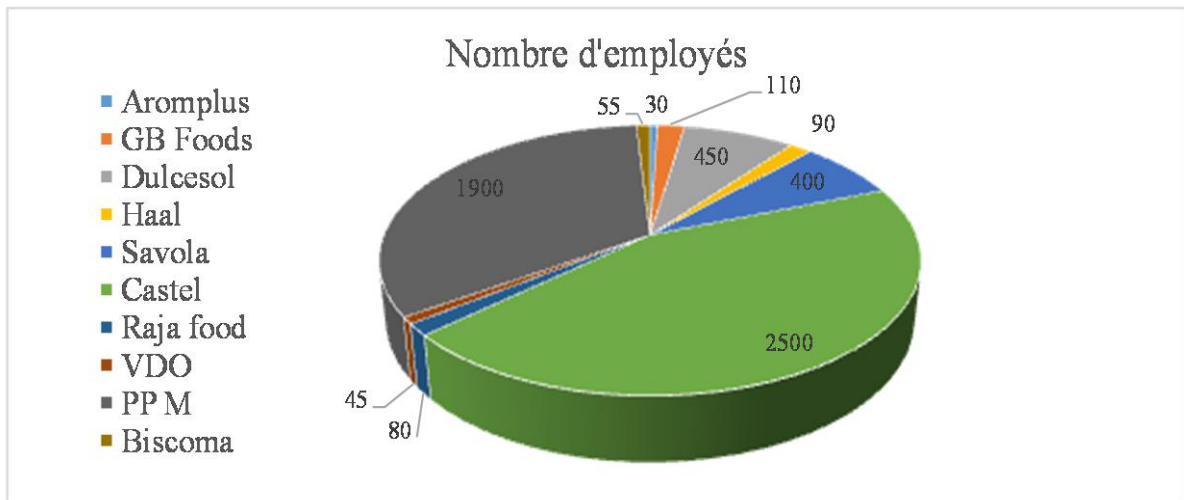
Figure 24 : taux d'intégration industriel en %



Source : Résultats de notre enquête, EXCEL

Le taux d'intégration est assez élevé par définition dans le secteur agroalimentaire. Il est davantage important lorsque le management est maîtrisé par le partenaire étranger même si celui-ci n'est pas majoritaire comme c'est le cas de l'entreprise Dulcesol (90%) créée après 2009.

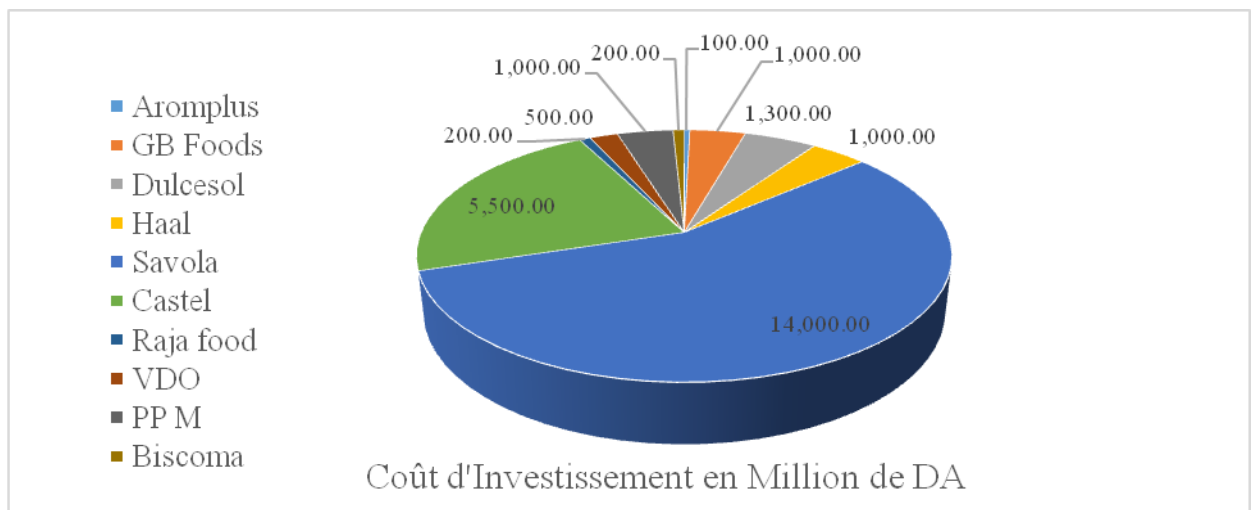
Figure 25 : nombre d'employés



Source : Résultats de notre enquête, EXCEL

Concernant l'emploi qui reflète la taille de l'entreprise, les résultats montrent que l'aspect technologique reste l'élément déterminant dans les activités agro-alimentaire caractérisé par un plus grand automatisme. En effet, seulement 2 entreprises sur 10 ont une taille de plus de 400 employés.

Figure 26 : Coût d'investissement en million de DA



Source : Résultats de notre enquête, EXCEL

Le coût de l'investissement est censé être important lorsqu'il s'agit d'un IDE majoritaire, cependant la majorité des entreprises (80%) ont un coût au plus de 1000 millions de DA ce qui équivaut à près de 10 millions d'euros.

➤ **Croisement des variables sous forme de Tableaux Croisés**

Tableau 13 : Croisement des variables, Coût d'investissement – configuration du capital social étranger

conf du K S E Coût d'invest	moins de 25%	entre 25 et 50%	entre 50 et 100%	Total
Au moins 2M €	1	1	1	3
entre 5 et 10 M €		1	3	4
plus de 10 M €		1	2	3
Total	1	3	6	10

Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

60% des projet d'investissement se situe dans la fourchette de la structure du capital social étranger "entre 50 et 100% " cela prouve que le capital étranger est davantage intéressé quand il est majoritaire, ceci en tenant compte de la règle 51-49 de la LFC 2009, là où l'IDE ne peut détenir qu'un maximum de 49 %; C'est le cas dans notre panel pour les avant LFC 2009, Castel, GB Foods et Savola.

Tableau 14: Croisement des variables, période de projet – configuration du capital social étranger

Conf du K S E Période projet	moins de 25%	entre 25 et 50%	entre 50 et 100%	Total
avant la LFC 2009	1	2	5	8
après la LFC 2009		2		2
Total	1	4	5	10

Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

Sur le panel choisi l'essentiel de l'IDE, 80% a été réalisé avant la LFC de 2009. L'IDE préfère la majorité du capital. Huit sur dix des sociétés de notre panel ont réalisé leurs projets avant la LFC de 2009.

Tableau 15: période de projet – C&A

C&A période projet	moins de 100%	plus de 100%	Total
avant la LFC 2009	2	6	8
après la LFC 2009		2	2
Total	2	8	10

Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

La croissance du chiffre d'affaire est également plus prononcée avant la LFC de 2009 en raison de l'implication managériale de la partie étrangère majoritaire. La majorité qu'elle soit avant ou après la LFC 2009 se situe dans la frange où la croissance du chiffre d'affaire dépasse les 100% sur les trois premières années. Cette situation dépend essentiellement de l'activité et de la taille du segment du marché.

Tableau 16: période de projet – taux d'intégration

Tx Intégration période projet	au plus 50 %	entre 50 et 70%	entre 70 et 90%	Total
avant la LFC 2009	1	2	5	8
après la LFC 2009			2	2
Total	1	2	7	10

Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

Le taux d'intégration est étroitement lié à l'activité. Des activités dont l'intrant et les ressources se trouvent en Algérie. Mis à part Aromplus qui importe ses intrants d'Europe ou Hall et Raja Food qui importe leur matière première, le Thon de l'étranger.

Tableau 17 : Coût investi – Nbr employés:

Nbr Employés \ Coût d'invest	moins de 110	moins de 450	entre 450 et 2 500	Total
au moins 2M €	3			3
entre 5 et 10 M €	2	1	1	4
plus de 10 M €		1	2	3
Total	5	2	3	10

Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

Du tableau, coût d'investissement par rapport au nombre d'employés nous relevons que 50% des entreprises qui emploient moins de 110 employés, ont un coût d'investissement inférieur à 10 millions d'euros. 20% seulement des entreprises emploient plus de 450 employés avec un coût d'investissement supérieur à 10 millions d'euros.

Il s'agit de PPM et Dulcesol. Nous relevons par ailleurs qu'une entreprise dont le coût de l'investissement est compris entre 5 et 10 millions euros est la plus grande pourvoyeuse de postes de travail, il s'agit de Castel avec 2500 emplois.

Tableau 18 : période de projet – configuration du capital social étranger – plan d'investissement

Plan d'invest \ conf du K S E	moins de 100% sur 3 ans	plus de 100% sur 3 ans	Total
au moins 25%	1		1
entre 25 et 50%	2	2	4
entre 50 et 100%	2	3	5
Total	5	5	10

Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

Du tableau plan d'investissement par rapport à la structure du capital social étranger, il ressort que les plans d'investissement des entreprises de plus de 100% sur les trois ans à

venir ne sont pas envisagés uniquement par les entreprises dont le capital étranger est majoritaire. En effet, 20% des entreprises enquêtées dont le capital n'est pas majoritaire ont des plans d'Investissement de plus de 100% ; plan d'investissement conditionné sans aucun doute par la taille du marché. A contrario, 20% des entreprises enquêtées avec un capital étranger majoritaire n'ont pas de plan d'investissement sur le moyen terme ambitieux.

Tableau 19 : configuration du capital social étranger – C&A

CA Struc du K S E	moins de 100%	plus de 100%	Total
au moins 25%	1		1
entre 25 et 50%	1	4	5
entre 50 et 100%		4	4
Total	2	8	10

Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

D'après le tableau chiffre d'affaire par rapport à la structure du capital social étranger, il apparaît que 80 % des entreprises connaissent une croissance de leur chiffre d'affaires de plus de 100% et ce même si le capital étranger n'est pas majoritaire, comme c'est le cas pour la moitié de ces entreprises.

➤ Interprétation des résultats de l'Analyse en Composantes Principales. Les ACP

✚ Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy:

Tableau 20 : Tableau des valeurs propres

KMO	0,463					
	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Valeur propre	3,547	1,868	0,927	0,505	0,431	0,383
Variance (%)	44,332	23,355	11,592	6,307	5,389	4,782
Variance Cumulée %	44,332	67,687	79,279	85,585	90,975	95,757

Source : Résultats de notre enquête, EXCELSTAT

Tableau 21 : Corrélations entre variables et facteurs

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
ACR	0,073	0,844	0,176	-0,368	-0,149	-0,305	-0,013
CKE	0,857	0,225	-0,096	0,142	-0,079	-0,055	0,415
CCA	0,736	-0,510	0,068	-0,200	0,235	-0,253	-0,162
TII	0,555	-0,760	0,140	-0,007	-0,197	-0,186	0,094
PIV	0,736	-0,064	-0,400	-0,367	-0,222	0,322	-0,077
NEMP	0,541	0,104	0,775	0,096	-0,162	0,218	-0,104
CIV	0,704	0,350	-0,315	0,405	-0,143	-0,141	-0,280
CA	0,793	0,362	0,049	-0,013	0,461	0,129	0,029

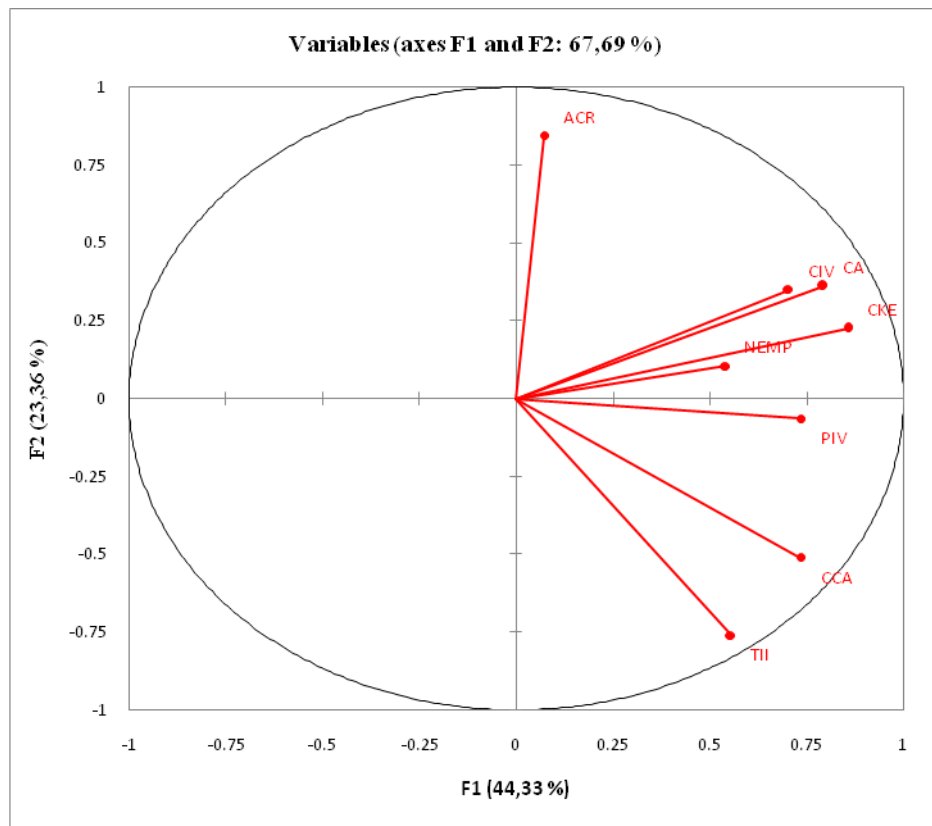
Source : Résultats de notre enquête, EXCEL STAT

Ce tableau nous renseigne sur la corrélation des variables entre elles, signifiant ainsi la qualité de leurs contributions. Le cercle des corrélations est aussi utile pour interpréter la signification des axes.

Dans notre cas, l'axe F1 est clairement lié à la structure du capital étranger, à la croissance du chiffre d'affaire, au plan d'investissement, au coût de l'investissement et au chiffre d'affaire, alors que l'axe F2 est essentiellement lié à l'année de création, avant ou après la LFC 2009 et au taux d'intégration industrielle enfin l'axe F3 est essentiellement lié à la variable nombre d'employé.

- ACR : année de création
- CKE : configuration du capital étranger
- CCA : croissance du chiffre d'affaire
- TII : taux d'intégration industrielle
- PIV : plan d'investissement niveau
- NEMP : nombre d'employés
- CIV : coût d'investissement
- CA : chiffre d'affaire 2016

Figure 27 : le cercle de corrélations croissantes



Source : Résultats de notre enquête, EXCELSTAT

Le graphique ci-dessus, particulier à la méthode, est le cercle des corrélations croisant les composantes 1 et 2. Il correspond à une projection des variables initiales sur un plan à deux dimensions constituées par les deux premiers facteurs.

Lorsque deux variables sont loin du centre du graphique et si elles sont proches les unes par rapport aux autres, alors elles sont significativement positivement corrélées (r proche de 1) dans notre cas il s'agit de la croissance de l'investissement avec pour valeur 0,704 ; du chiffre d'affaire avec pour valeur 0,793 ; la configuration du capital étranger avec pour valeur 0,857 ; et le nombre d'employé avec pour valeur 0,775.

Orthogonales les unes par rapport aux autres, alors elles sont significativement non-corrélées (r proche de 0) c'est le cas de la variable « année de création » avec pour valeur 0,844.

Chapitre VI : attractivité de l'Oranie pour les investissements dans l'industrie agro-alimentaire

Symétriquement opposées par rapport au centre, alors elles sont significativement négativement corrélées (r proche de -1) dans notre cas précis il s'agit des variables : taux d'intégration avec pour valeur $-0,760$; la croissance du chiffre d'affaire avec pour valeur $0,793$; et du plan d'investissement avec pour valeur $0,736$.

➤ L'interprétation des composantes :

Lorsque les variables sont relativement proches du centre du graphique, toute interprétation est hasardeuse, et il est nécessaire de se référer à la matrice de corrélations à d'autres plans factoriels pour interpréter les résultats. Dans notre exemple, nous pourrions déduire du graphique ci-dessus que les variables : croissance de l'investissement, chiffre d'affaire, la configuration du capital étranger et le nombre d'employé sont corrélées. Le cercle des corrélations est aussi utile pour interpréter la signification des axes.

Dans notre cas, l'axe F1 est clairement lié à la configuration du capital étranger, à la croissance du chiffre d'affaire, au plan d'investissement, au coût d'investissement et au chiffre d'affaire, alors que l'axe F2 est lié à la période de création avant ou après la LFC 2009 et le taux d'intégration industrielle. L'axe, F3 est lié à la variable nombre d'employé.

D'après les variables qui la composent, cette composante traduit le potentiel des IDE en termes de valeur ajoutée et financement.

Tableau 22 : Première composante

C1	
+	-
E	CK
A	CC
	PIV
	CIV
	CA

Tableau 23 : Deuxième composante Troisième composante

C2	
+	-
ACR	TII

La deuxième composante traduit une opposition entre la période de création, avant ou après le LFC 2009 et le taux d'intégration industrielle. Dans notre panel cette opposition s'est vérifiée du fait que quel que soit la période d'investissement avant ou après la LFC 2009 le taux d'intégration industrielle est toujours assez appréciable dans ce secteur d'activité et dans la région de l'Oranie.

Tableau 24 : La Troisième composante traduit un certain dynamisme en matière d'emploi

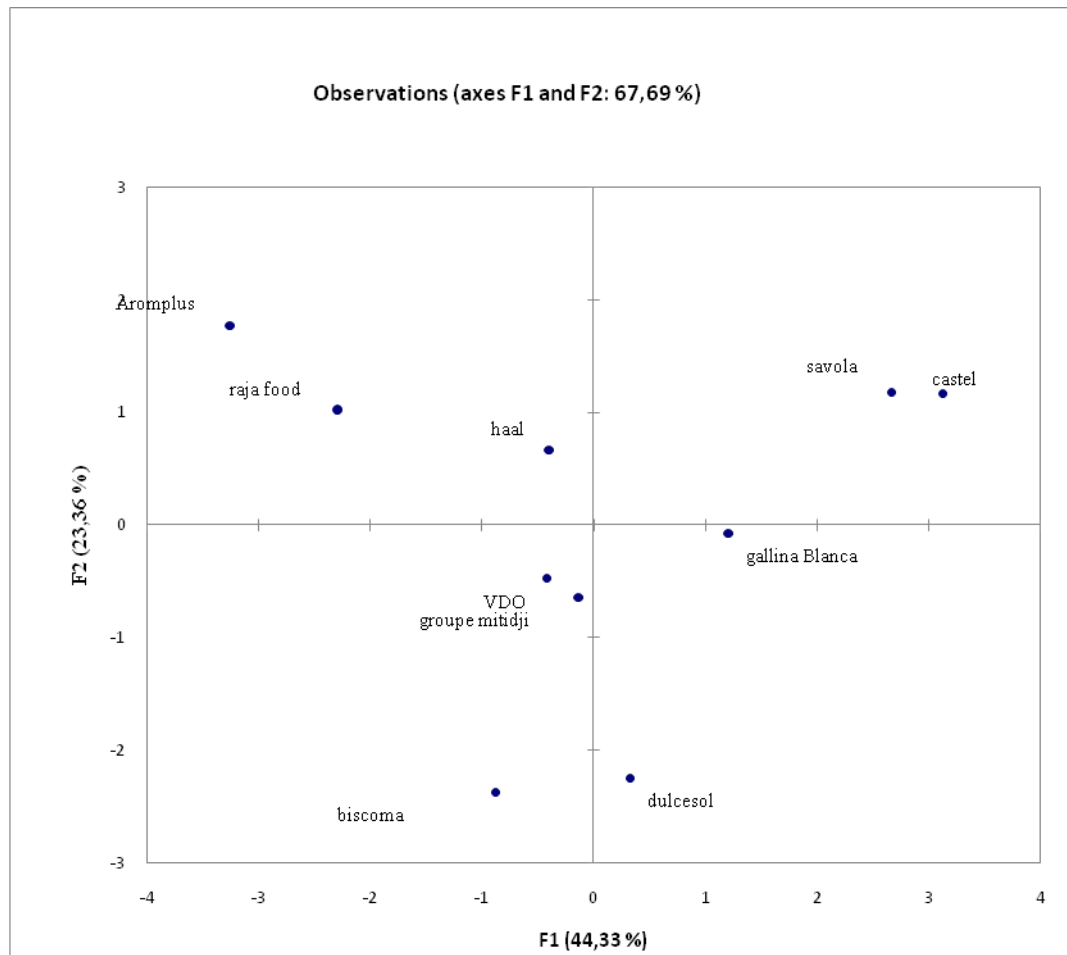
C3	
+	-
NEMP	

Tableau 25 : Coordonnées des individus

Observation	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
Aromplus	-3,253	1,775	-0,229	0,191	-0,013	0,593	-0,300	-0,328
Gallina Blanca	1,219	-0,073	-0,663	-0,914	-0,265	-0,294	1,186	-0,220
Dulcesol	0,329	-2,243	-0,597	0,109	-0,072	0,997	-0,227	0,054
Haal	-0,390	0,663	0,192	-0,252	1,657	-0,609	-0,074	0,099
Savola	2,671	1,183	-1,444	0,925	-0,410	-0,618	-0,519	-0,006
Castel	3,132	1,169	1,306	0,063	0,275	0,991	0,119	0,041
Raja food	-2,288	1,014	-0,032	0,378	-0,605	0,032	0,657	0,399
VDO	-0,419	-0,474	-0,527	-1,489	-0,257	-0,080	-0,772	0,129
PPM	-0,127	-0,643	2,076	0,052	-0,775	-0,769	-0,324	-0,094
Biscoma	-0,876	-2,372	-0,080	0,936	0,464	-0,242	0,256	-0,074

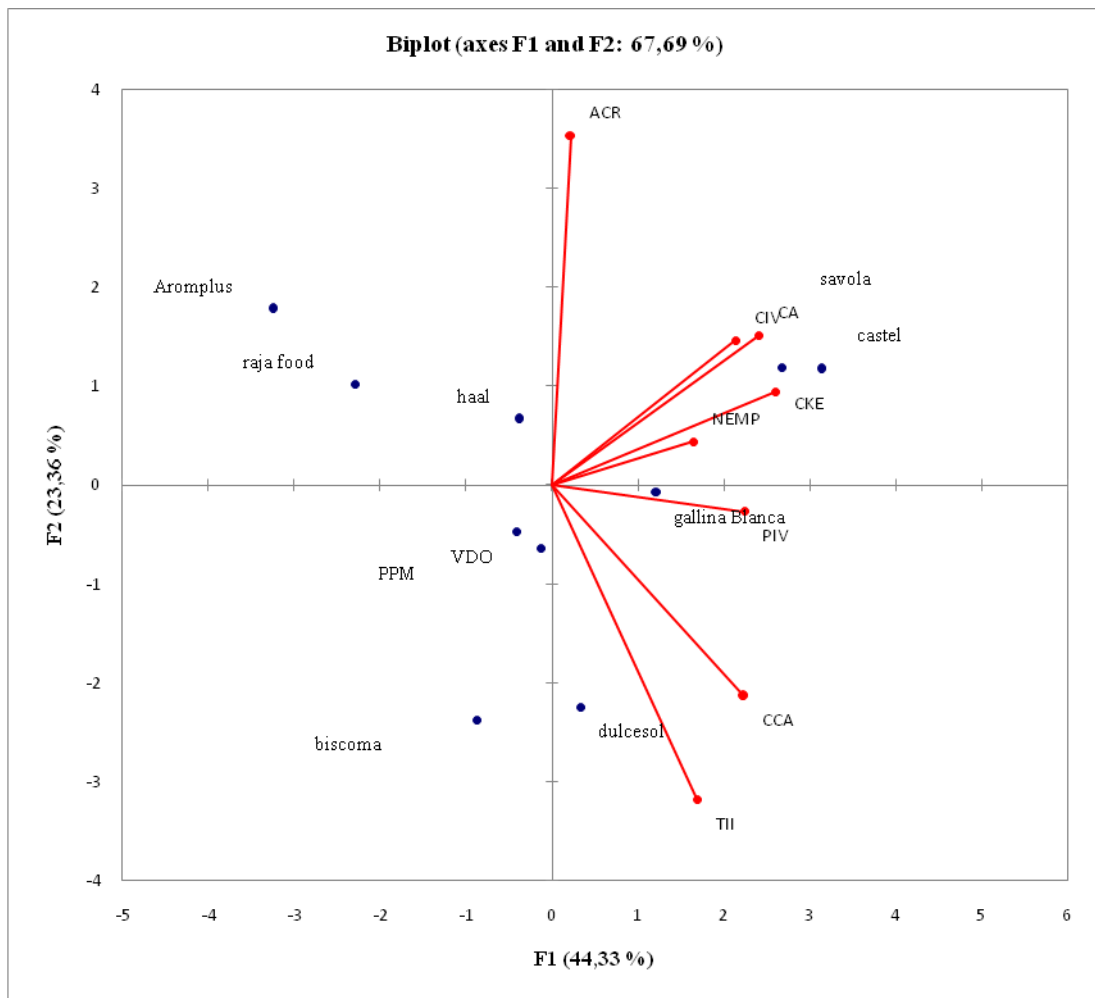
Source : Résultats de notre enquête, EXCELSTAT

Figure 28: positionnement nuage, observation – coordonnées des individus



Source : Résultats de notre enquête, EXCELSTAT

Figure 29: Biplot , coordonnées des individus



Source : Résultats de notre enquête, EXCELSTAT

➤ Résultats et discussion

D'après les données du tableau sur la répartition des sociétés par rapport aux composantes et l'examen des graphiques qui visualisent ces résultats, nous déduisons les remarques suivantes :

- Seules Savola et Castel traduisent le potentiel IDE en termes économique : de valeurs ajoutées, de financement et d'emploi
- Le dynamisme en matière plan d'investissement caractérise Gallina Blanca GB Foods.
- la croissance du chiffre d'affaire et le taux d'intégration industrielle caractérisent Dulcesol.

Conclusion

Il ressort de cette étude empirique des indications et des enseignements très intéressants au vu des variables utilisées relatives à l'IDE dans le secteur agroalimentaire pour la région de l'Oranie.

L'hypothèse relative à la règle 51-49% qui caractérise la répartition du capital social entre locaux et étrangers est assurément dissuasive.

Huit projets sur dix dans notre panel ont été réalisés avant la LFC 2009. Les sociétés détenant la majorité du capital connaissent assurément un essor certain en termes de croissance économique : de valeurs ajoutées, de plan de financement d'investissement et de taux d'intégration. A l'instar de Savola, Castel et PPM (Finance & Development , 2014,2016).

L'hypothèse : Le secteur agro-alimentaire est très attractif, a été vérifiée, pourvu que les pouvoirs publics lui préparent toutes les conditions nécessaires.

Le marché local est important 50 millions d'habitant à l'horizon 2028 et le secteur demeure en deçà des capacités que lui offre le marché.

L'hypothèse relative au marché est vérifiée, le marché algérien est le déterminant principal à l'IDE car cette industrie agroalimentaire est peu développée et la demande est nettement plus importante que l'offre du produit local.

Conclusion générale

A travers l'éclairage théorique, il y a lieu de constater combien la relation, territoire et IDE, est essentielle et impérative pour construire un modèle d'attractivité territoriale, au niveau des investissements.

Les pouvoirs publics sont les éclaireurs dans cette construction-processus et nous l'avons bien remarqué que la première phase de la théorie IDP est du ressort exclusif et naturel des autorités publiques.

Le développement d'un secteur économique productif passe par une prise en charge stratégique du pays ou du territoire, ceci en étudiant les avantages comparatifs de la région. Seuls les acteurs économiques et politiques peuvent porter le choix sur tel ou tel secteur et enclencher le processus de développement des avantages territoire pour attirer les IDE porteurs de technologies et de connaissances, ces facteurs même qui vont contribuer au développement des « ownership » locaux.

Les travaux sur le territoire, des économies agglomérés et spatiales, en passant par l'économie géographique et l'économie territoriale ont clairement établi à leur tour que le territoire d'accueil doit être pensé par les acteurs locaux. Ils sont les seuls susceptibles de présenter une offre pertinente en se basant sur l'ensemble des atouts que recèle le territoire pour l'adresser aux candidats à l'IDE.

Les pays tant qu'entité politique en quête de croissance F. Perroux (1955) auront le rôle de favoriser et appuyer ces initiatives à travers des stratégies de développement inscrit sur le long terme.

De l'enquête, que nous avons menée, il ressort de cette étude empirique des indications et des enseignements très intéressants au vu des variables utilisées relatives à l'IDE dans le secteur agroalimentaires pour la région de l'Oranie.

L'hypothèse relative à la règle appelée 51-49% qui est caractérisée par la répartition du capital social entre locaux et étrangers, est assurément dissuasive.

Huit projets sur dix dans notre panel ont été réalisés avant la LFC 2009. Les sociétés détenant la majorité du capital connaissent assurément un essor certain en termes de croissance économique : de valeurs ajoutées, de plan de financement d'investissement et de taux d'intégration. A l'instar de Savola, Castel et PPM.

Conclusion générale

L'hypothèse relative à l'intérêt porté sur le secteur agroalimentaire, a été vérifiée, pourvu que les pouvoirs publics lui exhaussent toutes les conditions nécessaires. Le marché local est important 50 millions d'habitant à l'horizon 2025 et le secteur demeure en deçà des capacités de production, tenant compte de la taille du marché local, initialement.

L'hypothèse relative au marché est vérifiée, le marché algérien est le déterminant principal de l'IDE car cette industrie agroalimentaire est peu développée et la demande est nettement plus importante que l'offre du produit local. Le produit local préserve le pouvoir d'achat des algériens, suite notamment aux différentes dépréciations du DA, en conséquence de quoi les aliments importés ont connu une forte inflation.

Finalement il est recommandé que ces paradigmes et théories doivent être revisités en tenant compte de leurs importances, car aujourd'hui la politique de l'attractivité des IDE et la notion des territoires économiques en Algérie est complètement antinomique aux impératifs du développement territorial.

La finalité est de pouvoir attirer les firmes internationales susceptibles d'apporter la connaissance nécessaire en vue de développer nos secteurs d'activités économiques et ainsi créer une dynamique économique industrielle qui va permettre à l'entreprise algérienne de s'émanciper et intégrer le processus d'internationalisation à son tour. De cette manière nous pourrons matérialiser cette diversification économique, assurer la croissance économique et développer d'une manière générale l'économie nationale.

Références bibliographiques

Bibliographie

- Ait Habouche.** (2013). *La question de l'investissement privé en Algérie*. Dar el Adib.
- ANDI.** (2018). *statistiques déclarations d'intentions de projets* . www.andi.dz.
- Andref, W.** (1999). *peut-on empêcher la surenchère des politiques d'attractivité sur les firme smultinationales dans a. bouët et c. le cacheux, eds, Globalisation et politiques économiques: les marges de manœuvre*. Econimia.
- Aydalot, P.** (1985). *Économie régionale et urbaine*. paris, économia.
- Balassa.b.** (1964). the theory of economic integration. *la revue économique 15/1*, pp. 145-146.
- Banque-mondiale.** (2010-2017). *Bulletin d'information économique*. banque mondiale. Récupéré sur <http://www.banquemondiale.org/fr/country/algeria/publication/>
- Becattini, Bellandi, & de Propis.** (2011). A handbook of industrial districts. *papers in regional science*, pp. 237-238.
- Bellon, & Gouia.** (1998). *investissements directs étrangers et développement industriel*. économia Paris.
- Bellon, B., & Gouia, R.** (1998). *les IDE et développement industriel méditerranéen*. economica.
- Bourdeau, Gollain, & Frija.** (2015). *attractivité et compétitivité des territoires* . théories et pratques CNER.
- Bulletin-du-Satec.** (N°7 - 2000). *les Relations économiques ecxtérieures du Luxembourg à la fin du XXeme Siècle*.
- Camagni, & Maillat.** (2006). *Milieus innovateurs - Théorie et politiques*. economica anthrosos.
- C-Liefoghe.** (2010). Economie créative et développement des territoires enjeux et perspectives de recherche . *Innovations, n° 31*, pp. 181-197.

- CNRC. (2016).** *Statistiques des entreprises*. CNRC. Récupéré sur <https://sidjilcom.cnrc.dz/>
- Combe, & Mucchielli.** (2001). *économie industrielle contemporaine*. point seuil.
- Courlet, & Pecqueur.** (2013). *l'économie territoriale*. PUG.
- Courlet, C. (2003).** *territoires et régions*. l'Harmattan.
- Crevoisier, & Camagni.** (2001). Les milieux urbains : innovation, systèmes de production et ancrage ? 2000. (persée, Éd.) *les annales de recherches* 89, pp. 179-181.
- Davesies, & Talandier.** (2009). *Repenser le développement territorial ?* collection recherche.
- Davesies.L.** (2008). *la république et ces territoires, la circulation invisibles des richesses*. seuil.
- D-Requier, & Dejardins.** (2009). Territoires-Identités-Patrimoine. *développement durable et territoires*. Récupéré sur <https://journals.openedition.org/developpementdurable/774>
- Dunning, J.** (1981). *International Production and the Multinational Enterprise*. Broché de Routledge.
- F-Hatem, & Puca.** (s.d.). *l'Attractivité des Territoires*.
- Finance & Development . (2014,2016). FMI.
- FMI.** (2016,2017,2018). *RAPPORT DES SERVICES DU FMI POUR LES CONSULTATIONS AU TITRE DE L'ARTICLE IV*. Fond Monétaire International. Récupéré sur <https://www.imf.org/fr/search#q=alg%C3%A9rie&sort=relevancy>
- Giacomo-Becattini.** (2017). the Marshallian Industrial District as a socio-economic. *revue d'économie industrielle n°157*, pp. 13-33.
- Goga, C.** (2015). C'est quoi le milieu de trois points? Du point de Fermat aux problèmes de transport, de la géométrie à l'informatique. *la semaine des mathématiques*. Dijon: Université de Bourgogne et IREM-Dijon.

- Guerraoui, & Richet.** (1997). *les investissements directs étrangers: facteurs d'attractivité et de localisation* . l'Harmattan .
- Guilhon.** (1998). *les firmes globales*. Economica.
- Guillochon.** (1993). *économie internationale* . Dunod.
- Hatem, F.** (2004). *Investissement international et politique d'attractivité*.
https://www.fabricehatem.fr/fh-medias/Etudes/debut_livre2004.pdf.
- Huriot, & Bourdeau.** (2009). *Economie des villes contemporaines*. economica.
- Hymer, s. H.** (1976). *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*,. *MIT Press*.
- Krugman, Obstfeld, & Melitz.** (2012). *économie internationale*. Pearson 12ème édition.
- Krugman, P.** (1991). *Geography and Trade*. pearson.
- Krugman.p.** (1996). *The Self Organizing Economy*. BLACKWELL PUBLISHERS.
- Lamarlière, I. G.** (2008/6). Une relecture des travaux d'Alfred Weber sur la localisation. À l'articulation de l'économique et du socioculturel . *anales de géographie n° 664*, pp. 50-69.
- L-Fontagné, & F-Toubal.** (2010). *Investissement Direct Etranger et Performance des Entreprises*. Les Rapports du Conseil d'analyse économique. La Documentation française.
- L-Montagné, & M-Pajot.** (1998). investissement direct étranger et commerce international. la cas Français . *Revue Economique n° 49-3*, pp. 593-606.
- MDIPI.** (2012, Avril). implantation territoriale des PME. *bulltin statistique de la PME*, pp. 21-23.
- MDIPI.** (2017). *création de consortium*. www.mdipi.gov.dz.
- Michalet, A. (2002). Qu'est ce que la mondialisation. *revue du tier monde, N° 171*, pp. 701-704.

- MIPI.** (2007, Février 05). nouvelle stratégie industrielle. *l'economiste*, Edition N°:2457, <https://www.leconomiste.com/article/algerie-nouvelle-strategie-industrielle>.
- OCDE.** (2008, 4ème édition). OECD difinition of foreign direct investment . *OECD*, pp. 13-18.
- Peeters, & Perreur.** (1996 , Mars 25). L'approche wébérienne de la localisation industrielle et ses extensions . *l'espace géographique* , pp. 273-287.
- Perrin, J.** (1990, 1er Trimestre). L'Organisation industrielle, la composante territoriale. *Revue de l'économie Industrielle*, N° 51, pp. 276-303.
- Perroux, F.** (1981). *pour une philosophie du nouveau developpement*. aubier-montaigne.
- Pugel, & Lindert.** (1997). *économie internationale, 10ème édition*. économiia.
- Saby.B, & Saby.D.** (2003). *les grandes théories économiques* . economica.
- T-Mayer, M-J-Melitz, & G-Ottaviano.** (2014). Market Size, Competition, and the Product Mix of Exporters. *American Economic Review* 104-2, pp. 495-536.
- Z-Karray, & S-Toumi.** (2007/3, Octobre). Investissement Direct Etranger et Attractivité Appréciation et enjeux pour la Tunisie. *Revue d'économie Régionale & Urbaine*, pp. 479-501.

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire adressé aux entreprises

Nom de la société et Forme juridique	Année de création avant ou après LFC 2009	Configuration du K social K Etranger Majoritaire ou non	Croissance CA sur 3 ans plus de 100% ou moins	le marché ciblé inter - local	Taux d'intégration industrielle : +50% ou - 50%	Plan d'investissement. Niveau de plus de 100% ou moins sur les 3 années à venir
Aromplus	av	25%	moins	local et maghrebin	50%	moins
gallina Blanca GB Foods	av	100%	plus	local et maghrebin	85%	plus
dulcesol	apr	49%	plus	local et maghrebin	90%	plus
haal	av	50%	plus	local et maghrebin	70%	moins
savola	av	100%	plus	local et maghrebin	80%	plus
castel	av	100%	plus	local et maghrebin	80%	plus
raja food	av	50%	moins	local et maghrebin	70%	moins
VDO	av	30%	plus	local et maghrebin	80%	plus
PP M	av	49%	plus	local et maghrebin	90%	moins
biscoma	apr	49%	plus	local et maghrebin	90%	moins

Annexes

Nom du partenaire étranger	existe-t-il des Avantages comparatifs	Avantages territoriaux et policy oui ou non	pensez vous que l'Element déterminant soit le marché	nbr employers	Cout investissement en DA	C&A en DA
arcansa	non	oui	oui	30	100 000 000,00	400 000 000
galina blanca 100%	non	oui	oui	110	1 000 000 000,00	3 250 000 000
dulcesol	non	oui	oui	450	1 300 000 000,00	2 000 000 000
gallina blanca	non	oui	oui	90	1 000 000 000,00	5 500 000 000
savola group	non	oui	oui	400	14 000 000 000,00	5 000 000 000
castel France	non	oui	oui	2500	5 500 000 000,00	8 000 000 000
gallina blanca	non	oui	oui	80	200 000 000,00	550 000 000
viticulteur Français	non	oui	oui	45	500 000 000,00	1 600 000 000
	non	oui	oui	1900	1 000 000 000,00	6 000 000 000
	non	oui	oui	55	200 000 000,00	900 000 000

« Attractivité territoriale et IDE ; cas de l'industrie Agro-Alimentaire de l'Oranie »

Résumé :

Le secteur agro-alimentaire algérien est doté d'un fort potentiel et présente de nombreuses opportunités pour les investissements étrangers avec un marché 50 millions de consommateurs à l'horizon 2025. En effet, c'est un secteur moteur de toute l'économie en Algérie, avec une base agricole non négligeable, un soutien indéfectible des pouvoirs publics et une contribution au PIB industriel de 40%. Associer le territoire et les IDE, dans notre cas, le territoire de l'Oranie et les IDE dans le secteur agro-industriel s'est concrétisée par une enquête de terrain qui a mis en évidence tout l'intérêt porté au secteur de l'agro-alimentaire par les investisseurs étrangers et à contrarié tout l'effet dissuasive de la loi 51-49% ainsi que le potentiel non exploité dans ce domaine.

Mots clés : Industrie agro-alimentaire, IDE, Territoire, Attractivité, enquête, Oranie, développement locale ,

« Territorial attractiveness and FDI; case of the Agro-Food industry in Oranien »

Abstract :

The Algerian agri-food sector has a strong potential and presents many opportunities for foreign investment with a market of 50 million consumers by 2025. Indeed, it is a driving force of the entire economy in Algeria, with a significant agricultural base, an unwavering support of public authorities and a contribution to industrial GDP of 40%. Associating the territory and FDI, in our case, the territory of Oranien and FDI in the agro-industrial sector has been concretized by a field survey that has highlighted all the interest in the agri-food sector by foreign investors and conversely all the deterrent effect of the law 51-49% and the untapped potential in this area.

Key words : Food industry, FDI, Territory, Attractiveness, survey, Oranie

"جاذبية الاقليم والاستثمار المباشر الأجنبي حالة الصناعة الغذائية في المنطقة الوهرانية"

المخلص :

يتمتع قطاع الأغذية الزراعية الجزائري بإمكانيات كبيرة ويوفر العديد من الفرص للاستثمار الأجنبي بسوق يصل إلى 50 مليون مستهلك بحلول عام 2025. في الواقع ، إنه قطاع دافع للاقتصاد بأكمله في الجزائر ، مع قاعدة زراعية كبيرة ، ودعم لا يتزعزع من الهيئات العامة ومساهمة في الناتج المحلي الإجمالي الصناعي بنسبة 40%. أدى ربط الإقليم والاستثمار الأجنبي المباشر ، في حالتنا ، إلى إقليم أورانيا والاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الصناعات الزراعية إلى مسح ميداني أبرز كل الاهتمام بقطاع صناعة الأغذية الزراعية من قبل المستثمرين الأجانب ، وعلى العكس من ذلك ، فإن جميع الآثار الرادعة المترتبة على ذلك. قانون 51-49% بالإضافة إلى الإمكانيات غير المستغلة في هذا المجال.

كلمات مفتاحية : صناعة الأغذية الزراعية، الاستثمار الأجنبي المباشر، الإقليم، جاذبية، استقصاء، وهرلني.