

Relations interentreprises et formation de réseau inter-organisationnel: Quelle réalité pour les entreprises algériennes ? Cas des entreprises de la Zone d'Activité de Taharacht-Akbou- Bejaia

Inter-companies relations and inter-organizational networking: What is the reality for the Algerian companies? Case of the enterprises of the Taharacht-Akbou- Bejaia Activity Zone

Rafik AZZI

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion. Université de Bejaia
azzi_raf20@yahoo.fr

Abderrahmane ABEDOU

Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD), Algérie
abedou@yahoo.fr

Received: 28 oct 2017

Accepted: 25 Nov 2017

Published: 31 Dec 2017

Résumé :

Dans une conjoncture économique difficile marquée par une réduction drastique des ressources, une accélération des innovations, l'arrivée massive sur le marché local de produits de bas gamme et à bas prix, etc., les entreprises algériennes ont besoin de revoir leur stratégie, à travailler ensemble et à mutualiser localement leurs moyens en vue de renforcer leur compétitivité. Dans ce contexte, les pouvoirs publics ont initié des politiques d'accompagnement des entreprises en vue de les aider à surmonter ces contraintes. Dans ce cadre, les dispositifs innovants qui ont été mis en places, ambitionnent d'offrir aux entreprises des plates-formes leur permettant de s'inscrire dans des logiques de réseautage, à travers soit des pôles de compétitivité, des groupements interentreprises et/ou de clusters. S'appuyant sur des données empiriques, tirées d'une enquête conduite en 2016 dans la zone d'activité de Bejaia «Taharacht», ce travail cherche à évaluer le degré de disposition et d'implication des entreprises algériennes activant dans une même zone à créer un réseau inter-organisationnel qui améliore leurs performances et facilite l'accès aux ressources stratégiques, et ce à travers l'analyse de la nature de leurs relations.

Mots-clés: relations interentreprises, coordination, contrat, confiance, formation de réseau, capital social, partage de ressources.

Codes Jel : L14, M 21, Z13.

Abstract:

In a difficult economic conditions marked by a drastic reduction of resources, an acceleration of innovations, the massive arrival on the local market of low-end products and low prices, etc. Algerian companies need to review their strategy, work together and pool their resources locally in order to strengthen their competitiveness. In this context, the public authorities have initiated policies to support companies in order to help them overcome these constraints. In this context, the innovative devices, which have been set up, aim to provide companies with platforms enabling them to subscribe to networking strategies through competitiveness poles, business-to-business groups and / or clusters. Based on empirical data, drawn from a survey conducted in 2016 in the Bejaia «Taharacht» business park, this working paper aims to evaluate the degree of disposition and involvement of Algerian companies activating in the same zone, to create an inter-organizational network, which improves their performance and facilitates access to strategic resources, through the analysis of the nature of their relationships.

Keywords: inter-companies relations, coordination, contract, trust, networking, social capital, resource sharing.

Jel codes: L14, M 21, Z13.

Introduction :

Dans un contexte marqué par une forte concurrence, de nouvelles exigences de productivité sont apparues dans l'ensemble du système productif liées à la multinationalisation des échanges, à l'accélération des changements technologiques et au raccourcissement des cycles de vie des marchés. Pour Peillon(2001) ces nouvelles exigences de compétitivité, couplées à un environnement économique de plus en plus incertain et turbulent, ont poussé les entreprises à modifier leur façon de produire et à réorganiser leurs activités, notamment dans un objectif de flexibilité¹.

Après avoir privilégié durant de longues périodes des politiques d'intégration verticale et du contrôle hiérarchique des ressources, les firmes se sont orientées ces dernières années vers la mise en œuvre de nouvelles stratégies focalisées sur l'externalisation. Ces stratégies ont conduit à l'émergence de nouveaux modes de fonctionnement inter-organisationnels et au renouvellement de la nature de leurs relations avec les autres firmes, coopérant sur certains aspects et restant indépendantes sur d'autres. C'est ainsi qu'ont émergé des réseaux d'entreprises sous différentes formes. C'est à partir de cette nouvelle perception organisationnelle que les relations interentreprises ont reçu une attention particulière (Grandori et Soda, 1995)², comme l'un des outils privilégiés par les grandes entreprises et les PME pour obtenir de nouvelles parts de marché et accéder aux ressources stratégiques. Par conséquent, la coordination est devenue une préoccupation centrale aussi bien en science des organisations qu'en sciences économiques.

A ce titre, ces dernières années ont été marquées par un développement remarquable des accords de coopération interentreprises de différentes formes. Ces accords sont établis tantôt à l'intérieur des pays et/ou tantôt au niveau international. Le succès grandissant de l'industrie Japonaise et les success-story industriels des pays émergents du Sud asiatique ont joué un rôle primordial dans la promotion des relations interentreprises(Grandori, 1997)³, et les impacts ont été exceptionnels notamment sur l'efficacité de leurs organisations. Selon Voisin et al,(2004), les réseaux émergent lorsque les relations, que tissent les entreprises entre elles, sont intensifiées⁴. Ces auteurs considèrent le réseau comme un système coordonné d'acteurs hétérogènes, développant des transactions fondées sur des relations de coopération, afin de poursuivre collectivement un objectif partagé.Pour Brousseau et al, (1997) l'analyse des relations interentreprises tente d'élucider le mode de coordination⁵.

Cependant, dans un contexte de persistance de la baisse des prix du pétrole, les entreprises algériennes ont besoin de travailler ensemble, afin de créer des pôles de compétitivité spécialisés, et réussir l'accompagnement de la transition du pays vers un modèle économique productif, diversifié et compétitif. Dans ce cadre, les pouvoirs publics ont intensifié leurs efforts en vue de redynamiser le secteur industriel et de réduire l'importation à travers la création de nouvelles unités de production, l'encouragement du partenariat et la formation des groupements interentreprises, comme les pôles de compétitivité et les clusters.

Dans ce papier, nous avons tenté de présenter les différentes formes de coordination interentreprises, les facteurs qui influencent l'émergence des réseaux ainsi que les avantages offerts par ces derniers pour les entreprises. Un travail empirique a été conduit auprès des entreprises de la zone d'activité de Taharacht dans la wilaya de Bejaia en vue de déceler les pratiques de coordination mises en place, et évaluer le degré d'implication des entreprises activant dans cette région à tisser des relations de coopération entre elles, à formuler leurs démarches, à créer un réseau structuré qui améliore leur efficacité et facilite l'accès aux ressources stratégiques et aux informations.

L'article est structuré en trois parties. Dans une première section nous allons présenter les relations interentreprises à travers l'étude des modes de coordination qui sont principalement le « marché » et le « hors marché ». Ensuite, dans la deuxième section nous présenterons les formes de réseaux inter-organisationnels et les facteurs d'influence dans la formation de réseaux inter-organisationnels, en mobilisant principalement les travaux sur la proximité, le capital social et les ressources. Finalement, dans la troisième et dernière section

nous présenterons et nous discuterons les résultats de l'enquête menée auprès des entreprises de la zone d'activité de Taharacht.

1-Les modes de coordination interentreprises :

La coordination est une question fondamentale dans les sciences économiques, et attire l'attention ascendante des praticiens et des chercheurs sur les organisations (Peillon, 2001)¹.

La littérature économique distingue essentiellement deux modes de coordination : la coordination par le marché et la coordination hors marché.

1.1- La coordination par le marché (approche sous-socialisée) :

Cette approche est présentée essentiellement par la théorie néoclassique et la théorie des contrats. Pour les néoclassiques la firme est une boîte noire avec un seul -objectif -*la maximisation des profits* et où les individus poursuivent d'une manière utilitariste leurs intérêts personnels. En fait, pour cette école les organisations « sont des groupements humains qui coordonnent leurs activités pour atteindre les buts de nature économique qu'ils se donnent » (Le Duff, 1999)⁶.

En outre, pour cette approche, les échanges économiques se régularisent sur le marché par le biais des prix, la concurrence et la loi de l'offre et de la demande, ainsi que par l'établissement des contrats individuels.

Dans la même optique, Hayek (1978) considère le prix et la concurrence comme étant des principaux mécanismes de coordination entre les agents économiques⁷.

1.1.1- Le système de prix comme mécanisme de coordination :

Hayek (1978) se réfère à des mécanismes de coordination Walrasiens, en particulier l'existence d'un système de prix relatif et de la concurrence qui déterminent les conditions de résolution du problème de coordination. Les prix sont considérés comme étant des indices au sein desquels l'information convenable est concentrée.

Selon Zouache (2003), les prix permettent ainsi aux agents de se procurer des ressources et d'utiliser des connaissances dont ils sont ignorants. Le système de prix coordonne les actions des différents agents économiques dans un environnement caractérisé par la connaissance fragmentée. En fait, les prix permettent la convergence de l'information dispersée vers une information unique. Cette convergence des prix forme le processus du marché⁸.

1.1.2- La concurrence comme procédure de coordination :

La société dans sa nature est caractérisée par la complexité et évolue dans un environnement incertain et turbulent. Par conséquent, les agents ne peuvent pas prévoir tous les événements et de projeter de manière exacte sur l'avenir. Pour cela, les agents ont besoin d'un mécanisme d'équilibration sur le marché, ce dernier représente le système de communication par lequel les données des agents sont ajustées. Ainsi, le système de communication constitué par le prix sur un marché libre qui, en transmettant continuellement des informations sur les changements survenus, conduit les acteurs à changer leurs plans (Zouache, 2003). Par ailleurs, le fonctionnement de ce système nécessite que les individus puissent, à tout moment, modifier leurs comportements. En effet, seule la concurrence permet, donc, la rencontre des connaissances dispersées. Selon Hayek (1978) « la concurrence est une procédure de découverte des faits nouveaux, c'est-à-dire qui ne faisaient pas partie des données initiales du plan ».

Par conséquent, chez Hayek (1978) si les signaux de prix sont fiables et contiennent toute l'information disponible, le problème de coordination ne subsistera pas.

Par ailleurs, ce système de coordination était considéré comme le seul mode approprié d'allocation des ressources à l'époque, où l'environnement de l'entreprise était caractérisé par la stabilité et l'information parfaite. Mais avec l'évolution économique, l'environnement de l'organisation devient incertain et la concurrence s'est intensifiée, ce qui a engendré une asymétrie d'information. En effet, dans ces conditions la recherche d'information sur les prix et l'établissement d'un consensus mutuel génèrent des coûts élevés. L'approche contractuelle

est apparue comme une autre forme de coordination alternative afin de minimiser ces coûts générés par le marché.

1.1.3- La coordination par le contrat :

La coordination par le contrat se substitue à celle que nous avons déjà évoquée auparavant, c'est-à-dire la coordination par le marché. Pour Brousseau (1995), à travers le concept de contrat, résultent les mécanismes de coordination des actions décentralisées et rationnelles des agents⁹. La théorie classique des contrats définit les contrats formels "as agreements in writing between two or more parties, which are perceived, or intended, as legally binding" (Lyons and Mehta, 1997, p. 241)¹⁰. Ainsi, Brousseau (1996) estime que le contrat est l'ensemble des engagements et des obligations mutuelles qui permet d'assurer la coordination entre les agents¹¹.

Cet instrument est établi pour mieux gérer les échanges des contractants en assurant un rapprochement solide, loin des comportements opportunistes et des informations imparfaites, car le non-respect des clauses de contrat peut être traité par une autorité de régulation ou par la justice qui ordonnera le sort de chaque contractant.

Le contrat est un moyen qui incite les individus à réguler leurs comportements, en adoptant une coopération fructueuse et bénéfique pour toutes les parties. Sevet (2004, p. 235) note fort justement que le contrat marchand « permet d'établir une convention d'égalité entre les deux partenaires de la relation, singularise la transaction et fait comme s'il n'y avait de dette ni avant ni après celle-ci »¹².

Les parties contractantes définissent les termes d'échanges et les clauses qui régissent leurs relations. Dans ce cas, les échangistes sont tenus de respecter les obligations inscrites dans le contrat, durant la période convenue qui est généralement courte. En effet, le contrat substitue la coordination économique par le marché et éloigne la logique d'échange fondée sur les prix. Le contrat permet la fluidité des transactions, en évitant la fixation des prix d'échanges d'une manière récurrente entre les différentes parties. Pour cela, le contrat est perçu comme instrument de coordination économique qui permet la réduction des coûts, et c'est donc à partir de ce constat, que la théorie des coûts de transaction a été développée. Williamson (1985) développe la théorie des coûts de transaction, afin d'identifier les mécanismes pouvant réduire les coûts contractuels. Pour Williamson (1985), il existe deux types de coûts contractuels : les coûts ex-ante et les coûts ex-post. Les coûts ex-ante sont générés par la négociation, la rédaction et la garantie d'un accord, tandis que les coûts ex-post concernent les coûts additionnels issus de la correction des divergences et des lacunes du contrat, et des coûts d'organisation associés aux structures de gouvernance pour résoudre les conflits. Ainsi, ces deux coûts compliquent les accords entre les partenaires. A partir des coûts ex-ante, Williamson (1985) identifie deux principes qui influencent sur la conclusion des accords : la rationalité limitée et l'opportunisme des agents. En effet, ces deux éléments couplés avec un environnement incertain et des transactions complexes engendrent l'incomplétude des contrats, ce qui va affecter négativement le déroulement des échanges entre les partenaires. Pour l'efficacité des contrats, Williamson identifie deux éléments qui permettent la réduction des coûts : la spécificité des actifs et la fréquence des transactions¹³. Tandis que pour Chen (2000), l'incomplétude des accords est due essentiellement à la non-ouverture de plusieurs aspects spécifiques de la relation par les différentes clauses du contrat, c'est-à-dire les clauses du contrat sont générales, non-observables et soumises à de multiples interprétations¹⁴.

1.2- La coordination hors marché (approche socialisée) :

Dans la coordination économique des échanges, quand les coûts de transaction sont élevés le marché devient incapable d'assurer l'allocation des ressources d'une manière adéquate, pour cela l'internalisation des activités par l'entreprise semble la meilleure solution pour accéder aux différents actifs. Vu les limites qui caractérisent cette approche de coordination fondée sur le marché et la hiérarchie, une autre forme d'organisation située entre

ces deux pôles a été analysée et étudiée par différents auteurs. Cette perspective de coordination se base sur le rôle des institutions sociales et le « face à face » au sens d'Alfred Marshall (1898)¹⁵. En fait, en donnant une importance cruciale aux conditionnements sociaux, cette nouvelle conception de l'économie considère que l'action économique n'est pas basée nécessairement sur l'allocation rationnelle de ressources rares, et avance l'existence des motivations non utilitaires dans l'échange. Nous allons traiter cette perspective de coordination hors marché à travers la présentation de la confiance, la réputation et l'encastrement social.

1.2.1- Le rôle de la confiance dans la coordination des échanges :

Les chercheurs affirment que la confiance peut amener à l'instauration d'un comportement coopératif entre les individus, les groupes ou les organisations (Jones et George, 1998)¹⁶. Ainsi, un niveau élevé de confiance est considéré comme étant un élément nécessaire, afin de faciliter la circulation de la communication demandée pour générer l'apprentissage et l'innovation dans un réseau inter-organisationnel (Dodgson, 1993)¹⁷. Cependant, Grandori et Soda (1995, p.21), notent que la confiance est l'un des concepts les plus mentionnés en rapport avec les relations de coopération interentreprises, « trust is one of the most frequently mentioned concepts in connection with interfirm cooperative relations »². Ces auteurs affirment que la confiance est une issue, un caractère des relations émergées entre les différentes parties. En outre, ils affirment que les relations qui émergent dépendent de mécanismes qui sont utilisés pour faciliter l'intégration. Cela, suggère que la confiance apparaîtra à travers l'importance de mécanismes de coordination qui sont mis en exergue, afin d'encourager la coordination entre les parties impliquées.

Pour Williamson (1993), les parties mobilisent une confiance calculée pour s'engager dans un échange seulement s'ils anticiperaient des gains futurs, et en conséquence le choix du partenaire dépend de l'importance du bénéfice potentiel que nous tirerons avec lui¹⁸. Contrairement à cette approche, la confiance apparaît comme un principe organisateur essentiel. Les organisations post-tayloristes construites par la flexibilité, la créativité et la résolution des problèmes nécessiteraient des relations de confiance élevées entre les différents agents (Walton et McKersie, 1991)¹⁹. Ainsi, selon Brousseau (1996), la confiance peut apparaître comme un facteur d'efficacité organisationnelle et un substitut à des dispositifs complexes et coûteux¹¹.

1.2.2- Le rôle des structures sociales dans la coordination économique :

L'action économique est considérée comme une action sociale dans l'approche socio-économique, du fait qu'elle est influencée par les attentes relatives au comportement des autres. Ainsi, la démarche la plus répandue chez les sociologues est de considérer le marché comme une structure sociale. Swedberg (1994) précise que le marché est un type spécifique de la structure sociale, qui est un ensemble d'interactions récurrentes entre les agents, motivées par des règles précises et ces liaisons sont maintenues et protégées à travers les sanctions²⁰.

Les individus doivent répondre aux attentes sociales lesquelles deviennent coutumes, normes juridiques, tradition et règles morales. En effet, les pressions sociales, à travers les règles de conduites émises, influencent négativement ou positivement sur les individus et cela par rapport à leur degré de conformité à ces règles.

A cet effet, la coordination des échanges entre les individus ou les organisations est assurée et régulée par la collectivité, ou par d'autres structures non économiques appartenant à la communauté.

1.2.3- Le rôle de la réputation dans la coordination économique :

La réputation constitue un mécanisme de coordination efficace, vu sa capacité d'atténuation des effets pervers de l'opportunisme (Kreps, 1990)²¹. En effet, chaque agent cherche à se doter d'une bonne réputation, pour faire avancer son business et atteindre ses

Relations interentreprises et formation de réseau inter-organisationnel : Quelle réalité pour les entreprises algériennes ?

ambitions, d'où la crainte d'avoir mauvaise réputation réduit les comportements malhonnêtes et les hold-up opportunistes, et pousse les acteurs à tenir leurs engagements. Pour Peillon (2001, p.89) « La réputation d'un partenaire devient la preuve que celui-ci est digne de confiance, et ne trahira pas ses engagements. Le mécanisme de la réputation offre également l'avantage d'être beaucoup moins coûteux que les mécanismes contractuels de lutte contre l'opportunisme »¹.

La réputation facilite la coopération interentreprises ; elle s'avère ainsi un facteur très important de limitation des comportements opportunistes, vu l'incomplétude des contrats. Les agents économiques construisent leurs réputations en fonction du temps et des transactions passées. Pour cela, un agent qui détient une bonne réputation à l'égard des autres partenaires, est digne de confiance de la part de ces derniers. Ainsi, parmi d'autres avantages de la réputation, on trouve, principalement, sa substitution aux contrats formels qui sont coûteux.

1.2.4- Le rôle de l'encastrement social dans la coordination des échanges :

Le concept d'encastrement social, fondé par Karl Polanyi, situe l'économie dans l'ensemble des relations sociales. Pour cet auteur, les activités économiques n'obéissent pas à une logique de coût minimal/satisfaction maximale à cause de l'absence d'une stratégie purement économique. Par contre, la coopération obéit à des finalités de type social qui sont liées à l'appartenance à une communauté²².

2- Les réseaux inter-organisationnels :

Dans cette partie, nous présentons le cadre conceptuel du réseau inter-organisationnel et nous mobilisons les théories qui expliquent sa constitution.

2.1 -Les formes de réseaux inter-organisationnels :

Les réseaux inter-organisationnels apparaissent sous différentes formes, dans différents contextes et à partir d'expressions culturelles diverses (Castells, 1999)²³.

La délimitation des différents types de réseaux est une tâche difficile à effectuer vu l'ambiguïté qui entoure le concept et la diversité de la littérature qui abordait le sujet. Cependant, selon les travaux de Marcon et Moinet (2000), les réseaux inter-organisationnels peuvent être classifiés de la manière suivante²⁴ :

- **Les réseaux verticaux** : ils représentent la dimension hiérarchique et sont adoptés par les grands réseaux de distribution pour être proches des clients potentiels.
- **Les réseaux horizontaux** : cette configuration représente la dimension de coopération où les entreprises préservent leur indépendance, mais optent conjointement à travailler sur certaines activités spécifiques, comme le cas des consortiums d'achat et des associations professionnelles.
- **Les réseaux formels** : ils représentent la dimension contractuelle où les relations entre les entreprises sont formalisées et assurées par des clauses et des règles de conduite, comme le cas des alliances stratégiques et des consortiums d'exportation.
- **Les réseaux informels** : ces réseaux sont basés sur la confiance, et regroupent des acteurs économiques qui s'intègrent d'une manière volontaire sans aucune forme de contrat.

Ainsi, le concept vaste de « network » se présente dans différents contextes ou groupements productifs, tels que : dans les technopoles, dans les pôles technologiques, dans les districts industriels et dans les clusters. Cependant, les deux premiers types sont des réseaux planifiés, initiés par les pouvoirs publics, le secteur privé et les centres de recherches, afin de produire des connaissances et de proposer des solutions innovantes pour booster le développement régional et national. Tandis que le district industriel et le cluster sont basés sur la proximité et l'interdépendance des acteurs. En fait, le district industriel est un réseau informel de petites entreprises, défini comme étant « une entité socio-territoriale caractérisée par la présence d'une communauté de personnes et d'une population de firmes à l'intérieur

d'une zone naturellement et historiquement définie » (Becattini, 1990, p.38)²⁵. S'agissant du cluster, c'est une « concentration géographique de groupes d'entreprises interconnectées, d'universités et d'institutions associées, qui résulte des couplages ou des externalités entre industries » (Porter, 1990, p.21)²⁶.

2.2- Facteurs d'influences dans la formation des réseaux inter-organisationnels :

Oliver (1990) a mis en exergue les facteurs d'influences dans la formation des réseaux inter-organisationnels, dans son approche contingente basée sur l'intégration de la littérature sur les réseaux inter-organisationnels à partir de 1960. L'auteur propose certains facteurs comme étant à l'origine d'une démarche volontaire des managers lors de la formation des réseaux inter-organisationnels. Ces facteurs sont les suivants : la nécessité ; l'asymétrie ; la réciprocité ; la stabilité ; l'efficacité et la réputation des partenaires ou la légitimité²⁷.

Ces facteurs contingents sont considérés comme étant des éléments clés, qui motivent les entreprises pour constituer un réseau inter-organisationnel. Ils expliquent pourquoi les organisations entrent en contact avec d'autres, sous une perspective organisationnelle par l'intentionnalité de leurs dirigeants. En réalité, chaque déterminant est un élément dissocié et suffisant pour la formation des liens entre les différents acteurs. Ainsi, Oliver (1990) soutient qu'une démarche intentionnelle de la part des dirigeants lors de la formation des réseaux sociaux a une influence importante dans la constitution des réseaux inter-organisationnels²⁷.

2.3- Les avantages des réseaux inter-organisationnels :

Si sa fonction principale réside dans la coordination des activités des entreprises juridiquement indépendantes, le réseau inter-organisationnel permet également aux entreprises de tirer profit de diverses connaissances et de compétences complémentaires. Le réseau inter-organisationnel poursuit, souvent, la désintégration technique ou l'évitement de l'intégration verticale dans le contexte où l'intégration informationnelle s'avère possible et nécessaire (Guillon, 1992)²⁸. La coopération au sein d'un réseau permet de partager des coûts réduits, notamment dans la recherche et développement. Le réseau favorise la mutualisation des risques entre les entreprises, qui ont écourté le processus d'apprentissage par la focalisation de leurs activités dans le centre de compétences. Le regroupement d'entreprises accélère l'évolution du processus de production et lance d'une manière accrue la démarche d'innovation, surtout pour les petites et moyennes entreprises qui ne peuvent pas se procurer toutes seules les compétences nécessaires pour produire des biens et services de qualité. Le réseau inter-organisationnel fournit ainsi à l'entreprise un large accès aux connaissances externes et aux compétences indispensables, pour maintenir sa position dans un environnement concurrentiel. En outre, le suivi relationnel entre les différentes compétences au sein d'un réseau, favorise un engouement mutuel qui génère de nouvelles compétences. (Antonelli, 1995)²⁹.

Par ailleurs, un nombre important de chercheurs sur la formation des réseaux, comme Stuart et al (1997)³⁰, affirment que chaque acteur dans un réseau inter-organisationnel bénéficie d'une légitimité considérable, où chaque membre tire sa légitimité ou son statut à partir de l'affiliation à un groupe d'entreprises, et à partir des relations tissées avec les organisations qui sont en position de force et celles qui ont un antécédent organisationnel important.

2.4- Le rôle des ressources dans la formation des réseaux inter-organisationnels :

A la différence de la logique des coûts de transaction, qui met l'accent sur la minimisation des coûts, la théorie des ressources se focalise sur la maximisation de la valeur de l'entreprise, à travers la mise en commun et l'utilisation des ressources rares. La théorie des ressources, en se focalisant sur l'intégration des ressources, suppose que la coopération interentreprises et l'établissement des liens relationnels entre les entreprises, n'est pas forcément conditionné par l'appartenance au même secteur industriel. L'argument donné par la théorie basée sur les ressources relève que l'intégration des ressources peut être accomplie

sans regarder l'affiliation industrielle (Hennart et Reddy, 1997)³¹. Selon Barney (1991), « a firm is said to have a competitive advantage when it is implementing a value creating strategy not simultaneously implemented by any current or potential competitors »³². Ainsi, les échanges et l'accumulation des ressources deviennent une nécessité stratégique. Toutefois, il s'avère que le marché est un mode de coordination limité ; les transactions efficaces sont souvent non réalisables sur le marché. En fait, certaines ressources sont imparfaitement mélangées avec d'autres ressources ou bien elles sont encadrées dans les organisations. (Chi, 1994)³³. C'est pourquoi, les entreprises recourent aux regroupements et aux réseaux inter-organisationnels pour enrichir leurs ressources. En outre, le recours à ces formes de coordination est motivé, essentiellement, par le besoin d'agréger, de partager ou d'échanger des ressources rares et précieuses avec d'autres firmes, lorsque ces ressources ne peuvent pas être obtenues d'une manière efficace à travers le marché des transactions ou des fusions acquisitions.

2.5- La proximité et la formation des réseaux inter-organisationnels : quel lien ?

La proximité joue un rôle essentiel dans la coordination et la formation des réseaux inter-organisationnels en offrant aux acteurs locaux différents avantages techniques et économiques liés notamment à la réduction des coûts de transport et l'accès facile au bassin de consommation. En outre, la proximité engendre la multiplication des relations de face-à-face, ce qui encourage l'échange des ressources et le développement des transactions inter-firmes. En fait, la littérature relative aux milieux innovateurs ou districts industriels fait particulièrement écho à ce postulat. Cependant, pour Torre et Rallet (2005), il existe deux types de proximités : la proximité géographique et la proximité organisationnelle. A partir de l'interaction de ces deux proximités, les deux auteurs proposent un modèle qui offre une grille d'analyse importante pour étudier la compétitivité des zones industrielles ou des zones d'activités sous l'angle de la proximité³⁴.

2.6- Le rôle du capital social dans la formation des réseaux inter-organisationnels :

La présentation du capital social, dans notre travail, est cruciale dans la mesure où ce dernier reconnaît l'importance d'une dimension relationnelle dans la valorisation et la pérennité des relations inter-organisationnelles. En fait, le capital social est défini par Fukuyama (1995, p. 10) « comme l'habileté des personnes à collaborer en groupes et organisations lors de la poursuite d'objectifs communs³⁵ ». L'intérêt du capital social réside aussi dans l'analyse des effets positifs de la socialisation et la prise en considération des phénomènes non économiques, comme d'importantes sources d'influence interindividuelles. A ce titre, Stone (2001, p.7) distingue deux dimensions du capital social : la dimension structurelle et la dimension relationnelle³⁶. La dimension structurelle considère le système social comme étant une seule unité et analyse la configuration impersonnelle des liens, ainsi, cette dimension facilite l'échange des connaissances et des informations, tandis que la dimension relationnelle s'intéresse au type de lien personnel fondé entre les individus dans la durée à travers leurs interactions (Gronovetter, 1992)³⁷. La dimension relationnelle est composée de normes, d'obligations et de confiances interpersonnelles, et elle est de type comportementale. Donc, le capital social à travers ses différentes dimensions est un élément indispensable et important dans le processus de création de réseau inter-organisationnel.

3- Méthodologie et résultats de la recherche :

Dans cette partie, on commencera d'abord par une présentation de la méthodologie de recherche et des principaux résultats issus de cette étude, avant de terminer par une discussion de ces derniers.

3.1- Présentation de la zone d'activité et méthodologie de l'enquête :

La zone d'activité de Taharacht-Akbou- dans la wilaya de Bejaia est l'une des zones les plus dynamiques en Algérie. Cette Zone a été créée en 1993 et s'étale sur une superficie de

473416 mètres carrés, selon l'agence foncière d'Akbou. Ainsi, cette zone abrite plusieurs entreprises agroalimentaires, comme la multinationale Danone, et d'autres qui sont très connues en Algérie et commencent à avoir une notoriété à l'étranger telles que Soummam, Ifri, almag et General emballage. Cette concentration d'entreprises et leurs dynamiques est une aubaine pour la région, avec les ressources financières importantes générées à travers la fiscalité, notamment la TAP (la taxe sur l'activité professionnelle), qui s'élèvent à 10 milliards de Dinars par an, selon la Commune d'Akbou.

En fait, à travers ce travail, nous cherchons à savoir le mode de coordination des échanges le plus privilégié par les entreprises de la région, et à comprendre si ces entreprises entretiennent des relations entre elles en formant un réseau inter-organisationnel structuré qui mutualise leurs actions. C'est pourquoi, l'enquête de terrain nous est apparue comme la technique la mieux adéquate pour trouver des réponses à notre problématique.

Avant de passer à l'analyse des données recueillis, on commencera par donner quelques précisions sur la façon dont a été déterminée la population de l'étude et le mode d'administration du questionnaire. La population étudiée se compose des propriétaires et des dirigeants des entreprises de la zone d'activité de Taharacht. Néanmoins, pour que notre questionnaire reste en relation avec la problématique de recherche, il est indispensable de choisir parmi toutes les entreprises implantées dans la zone de Taharacht, celles qui peuvent fournir, de la manière la plus objective, les informations nécessaires à notre recherche. Nous avons opté pour des entreprises de différentes tailles. Afin de constituer notre échantillon, nous avons contacté la direction de l'industrie et des mines de la wilaya de Bejaia et l'agence foncière de Bejaia (antenne d'Akbou) qui nous ont fourni la liste (actualisée au mois de mars 2016) des entreprises activant dans la zone de Taharacht. Par la suite, nous avons pu joindre les dirigeants de ces entreprises, en nous déplaçant en personne au niveau de leurs sièges sociaux. Précisons enfin que sur les 19 entreprises qui ont été jugé éligibles à notre enquête, seules 15 d'entre-elles ont accepté finalement de répondre à notre questionnaire. Les entreprises enquêtées activent dans l'agroalimentaire et dans la production des matières premières.

3.2- Résultats de la recherche :

3.2.1- Le statut juridique des entreprises enquêtées :

Concernant le statut juridique des entreprises de notre étude, nous avons remarqué qu'elles sont en totalité du secteur privé. La forme juridique « SARL » est celle de la plus grande partie des entreprises enquêtées (73%) et ce statut reflète la forme de la gestion de ces entreprises, et nous avons constaté que seulement deux entreprises qui ont le statut en SPA, ce qui leur facilite l'ouverture du capital à des tiers extérieurs.

3.2.2- Le pouvoir décisionnel dans les entreprises enquêtées :

Le pouvoir peut être défini comme étant la capacité d'un individu à influencer le comportement des autres afin que ces derniers agissent dans le sens qu'il souhaite. Dans notre étude, nous remarquons que le pouvoir décisionnel est tenu en majorité par le fondateur et les associés de l'entreprise, à l'exception seulement de deux cas où la décision est assurée sous l'égide du conseil de l'entreprise. Par ailleurs, concernant les principales décisions prises par les dirigeants des entreprises de notre échantillon, nous constatons que les chefs d'entreprises accordent une importance cruciale aux décisions d'investissements avec un taux de 50%, suivie des décisions de financement qui occupent 40% du total des choix et cette situation exprime la première préoccupation majeure des chefs d'entreprises.

3.2.3- Les modes de coordination : quelle place pour les modes de marché et hors marché ?

Par le mode de coordination, nous cherchons à connaître l'intérêt et l'importance des facteurs économiques et, plus particulièrement, sociaux dans le système de coordination des échanges par les entreprises de la région.

3.2.3.1- La place du marché dans les échanges :

Notre étude a révélé que la majorité des entreprises enquêtées, avec un taux de 70%, accorde une importance considérable au prix dans le processus de choix du partenaire, tel qu'il est décrit par la théorie néoclassique, ainsi qu'à la qualité des produits. Les entreprises trouvent dans le prix d'entente un élément essentiel dans le choix des partenaires, et dans l'adoption des échanges. Ce résultat suggère que l'enjeu économique reste important pour ces entreprises dans leurs transactions, notamment dans la conjoncture économique actuelle. Pour les dirigeants de ces entreprises le rapport prix-qualité constitue le noyau de leurs affaires, ce qui explique que les entreprises enquêtées se soucient beaucoup du prix. A ce titre, le dirigeant d'une entreprise nous a déclaré que : *« aujourd'hui, les entrepreneurs se renseignent un peu partout avant de prendre une décision, ils consultent beaucoup et accordent une importance surtout au prix et à la qualité du produit dans leurs échanges »*.

3.2.3.2- La place des facteurs hors marché dans la coordination des échanges :

D'après notre enquête, nous avons remarqué que la plupart des entreprises veulent tisser des liens relationnels avec les fournisseurs et les clients. Notons que pour la majorité de ces entreprises, même si leurs échanges sont encadrés par des contrats, l'aspect social comme la confiance a une place prépondérante dans l'accomplissement des transactions économiques. Pour elles, la confiance est un élément indispensable vu l'incomplétude des contrats et les coûts qu'engendrent ces derniers.

En effet, ces entreprises déclarent que leurs transactions, qui ont au début certes une finalité économique, évoluent progressivement à travers la confiance vers des transactions socialisées. Par conséquent, ces entreprises, particulièrement les grandes firmes comme Soummam, Danone, Ifri, General Emballage et Ramdy affirment que la fréquentation régulière des clients et la réussite des échanges antérieurs permettent de conserver des relations dans le temps avec ces derniers. En définitive, cela offre à ces entités un fonds de commerce important, dans la mesure où la pérennité des relations transactionnelles est plus bénéfique que les transactions ponctuelles.

Les entreprises commencent leurs relations d'une manière informelle afin de les faire mûrir, avant d'arriver à l'ancrage de la confiance. Ainsi, la présence de la confiance dans les transactions économiques reste très intéressante pour les responsables de ces entités. Cela est remarquable dans les relations clients-fournisseurs où la confiance permettra la réalisation des transactions futures, et dans les coopérations informelles où la confiance stimule la répétition des complémentarités. Aussi, les entreprises trouvent dans la réputation du partenaire un élément primordial pour tisser des relations avec lui et veiller à la pérennité de ces dernières.

De plus, les responsables de ces entreprises reconnaissent l'importance des échanges socialisés dans le développement de leurs activités, en bénéficiant plus particulièrement de l'entraide et du soutien. Par ailleurs, environs la moitié des entreprises enquêtées déclarent que leur développement s'appuie sur le cercle professionnel et familial en même temps, tandis que 40% de ces dernières affirment que le cercle professionnel est leur unique refuge pour envisager le développement de l'entreprise. Nous trouvons ce dernier cas chez les grandes et les moyennes entreprises : Ifri, Danone, Soummam, SSG, Ramdy et General Emballage. Pour ces entreprises, l'influence du cercle familial reste ainsi très marginale, mais par contre elles sont influencées par leur cercle familial professionnel.

3.2.4- L'horizon temporel des échanges :

Concernant l'horizon temporel des échanges, nous observons que les firmes optent essentiellement pour les échanges à moyen terme. Dans ce sens, nous avons constaté que 10 entreprises tissent des liens avec d'autres partenaires pour une période moyenne allant d'une année jusqu'à 3 ans. Par ailleurs, deux entreprises déclarent avoir surtout des relations à court terme (moins d'une année) avec leurs différents partenaires. Relevant enfin que seules deux entreprises de notre échantillon déclarent entretenir des relations à long terme avec leurs partenaires. Par ailleurs, nous avons pu relever que les entreprises optent pour les échanges à moyen terme, dans l'objectif de réaliser une certaine stabilité transactionnelle avec leurs partenaires, surtout dans l'approvisionnement, et également afin d'assurer l'écoulement de leurs produits en tissant des relations avec des clients potentiels. Ensuite, par les échanges à moyen terme, ces entreprises veulent instaurer une veille économique, tout d'abord pour s'assurer de la fiabilité du partenaire et chercher d'autres pistes de transaction, comme nouvelles ou bien comme remplacements en cas d'échec dans les échanges initiaux.

3.2.5- Le pilotage des échanges :

A partir de cette enquête, nous avons identifié que la majorité des entreprises pilote leur échange aussi bien par le contrat que par la confiance. En effet, sur les 15 entreprises de l'échantillon, nous avons 09 entreprises qui déclarent que leurs échanges sont basés simultanément sur le contrat et la confiance. En effet, les entreprises voient le contrat comme étant un élément indispensable et nécessaire dans la réalisation de leurs transactions. Cependant, elles déclarent, également, que la confiance complète les contrats. Par ailleurs, signalons que, par l'instauration de contrat avec les partenaires, ces entreprises veulent surtout assurer la pérennité des échanges et pallier l'avènement d'un comportement opportuniste. En outre, à partir du contrat les parties échangistes tiennent à honorer leurs engagements et obligations.

3.2.6- La proximité et le développement de réseaux :

D'après les propos des responsables de ces entreprises, la proximité géographique a un certain effet sur l'établissement des échanges entre les entreprises de la région, mais cette proximité n'engendre pas un vrai épanouissement de ces relations qui mènent progressivement vers la création d'un réseau structuré et formalisé. En fait, dans cette zone d'activité de Taharacht, nous avons remarqué que les entreprises se lient entre elles par une logique de proximité géographique et non par une logique de proximité organisationnelle. A cet effet, cette proximité géographique n'engendre pas une vraie coordination des acteurs locaux, et la compétitivité de cette zone est essentiellement le résultat des capacités intrinsèque des acteurs et des avantages offerts par le territoire de localisation.

3.2.7- Le capital social et le développement du réseau inter-organisationnel :

Suivant les résultats de l'enquête, nous constatons que les entreprises tissent des relations spontanées entre elles, et ces liens sont motivés par l'appartenance à la même famille et par la proximité. Ainsi, dans cette zone, nous nous trouvons dans une situation de réseau informel, et il n'existe pas un vrai engagement collectif de la part de ces entreprises pour échanger des ressources et partager des informations précieuses afin de réaliser des buts communs. Cependant, cette absence d'un engagement global des différentes entreprises, par exemple dans le cadre d'une association qui veille au bon fonctionnement de la zone, a une influence négative sur le développement de cette dernière. Ainsi, nous avons, par exemple, constaté au niveau de la zone plusieurs artères qui sont pratiquement impraticables ; l'aménagement et la restauration se font d'une manière individuelle surtout par les grandes entreprises sans en faire bénéficier les PME.

3.2.8- Analyse des opportunités d'interaction entre les dirigeants :

Les interactions entre les dirigeants sont nécessaires dans la consolidation des liens interentreprises et la mise en place d'une action collective. Ces interactions sont scindées en deux catégories : formelles et informelles.

3.2.8.1- Les interactions formelles :

Par rapport aux réponses des chefs d'entreprises enquêtées, nous avons identifié que les réunions restent le moyen formel d'interaction le plus utilisé par ces derniers. Ainsi, nous avons constaté que la majorité des propriétaires-dirigeants participent aux réunions de travail initiées par les associations dont ils font partie. D'après notre analyse, nous avons trouvé que ces associations sont principalement le Forum des Chefs d'Entreprises (FCE), la Confédération Algérienne du Patronat (CAP), le Consortium Agroalimentaire Algérien, l'Union Nationale des Industriels de l'Agroalimentaire et l'Association des Producteurs Algériens de Boissons (APAB). Notons qu'il y a des entreprises qui adhèrent simultanément à 04 associations, comme par exemple l'entreprise General emballage. Par ailleurs, d'autres entreprises intègrent des associations professionnelles à caractère local, comme l'association des meuniers de Bejaia. En outre, ces entreprises participent également aux réunions initiées par la chambre du commerce et de l'industrie, ainsi que par les autorités locales de la Wilaya de Bejaia.

En fait, ces réunions permettent aux dirigeants d'échanger des idées, des informations et de se connaître. Cependant, nous remarquons que la majorité des dirigeants interrogés, de l'ordre de 60% ne participent pas régulièrement aux réunions professionnelles, ce qui réduit leurs accès aux avantages socio-économiques. Ces dirigeants déclarent que la non-participation récurrente aux réunions est due essentiellement au manque de temps, dans la mesure où les réunions sont en majorité externes à la zone.

En plus des réunions, les dirigeants des entreprises enquêtées participent aux journées de travail et aux séminaires de formation qui portent généralement sur l'amélioration de la qualité de produits, l'organisation de l'entreprise, le respect de l'environnement et sur le management financier de l'entreprise. Concernant les visites d'entreprises, qui restent un espace idéal pour booster le partenariat entre les dirigeants, nous remarquons qu'elles sont presque inexistantes, sauf pour quelques entreprises issues de la même famille. Ainsi, cette situation est le résultat de la non-coopération dans le domaine de la recherche et développement, et de la spécificité familiale qui caractérise l'entreprise privée algérienne.

3.2.8.2- Les interactions informelles :

Les interactions informelles consolident les liens entre les entreprises et ouvrent à ces dernières des opportunités de coopération et d'échange.

Les salons professionnels :

Nous avons remarqué que plusieurs entreprises de la région, plus particulièrement les grandes et moyennes entités participent à des salons professionnels au niveau national, comme celui de Djazagro et international, comme celui de Paris. Par contre, nous constatons que la participation se fait d'une manière singulière et non d'une manière collective comme étant un groupe. En fait, les entreprises cherchent à tisser des relations avec d'autres partenaires, à conquérir d'autres marchés et à trouver des clients potentiels. Comme Général Emballage qui a ouvert un bureau à l'étranger, en Tunisie, comme étant un comptoir à l'export, et compte à réaliser 25% de son chiffre d'affaires à l'export à l'horizon 2020. Retenons que cette étape, importante pour une entreprise algérienne, n'est pas une action menée en groupe par les entreprises de la zone d'activité de Taharacht. Cela, démontre un manque de coopération réelle entre ces entreprises et l'absence d'une démarche collective de développement.

3.2.9- Le partage des ressources et le développement de réseau inter-organisationnel :

Le regroupement interentreprises facilite l'allocation de ressources et la construction d'avantages concurrentiels. Dans notre cas, nous avons constaté que (70%) des entreprises échangent des ressources informationnelles entre elles ; mais ces dernières restent d'ordre technique et commercial et ne concernent pas la recherche et développement. Nous avons aussi remarqué également l'existence d'échanges des ressources tangibles entre ces entreprises, par exemple la laiterie Soumman qui domine le marché Algérien en produits laitiers, se heurte périodiquement à un problème d'approvisionnement en poudre de lait, et à plusieurs reprises demande à Danone, de lui prêter des matières premières pour répondre à la demande croissante des clients. Par contre, la majorité des entreprises enquêtées n'échange par leur capital humain.

3.3- Discussion des résultats:

L'examen des résultats de l'enquête montre que les entreprises se soucient en priorité des prix, afin de tisser des transactions et des échanges avec leurs partenaires. Ainsi, les considérations économiques restent au sommet de la hiérarchie des préoccupations des entreprises. Ces entités regardent avec beaucoup de vigilance l'évolution en amont de leur approvisionnement, et, en aval, la demande sur le marché et leur place dans le secteur agroalimentaire algérien qui connaît une évolution notable et est caractérisé par une concurrence assez rude. Le maintien et le pilotage des relations se font par le contrat et la confiance. Nous remarquons que les entreprises profitent de leurs proximités pour faire des transactions entre elles, ceci est valable dans la fourniture des matières premières, comme les boîtes en plastique pour le yaourt, le concentré des fruits, le carton etc. Ces firmes trouvent dans la proximité un élément primordial dans l'établissement de leurs échanges, car ces entreprises ont pu réduire les coûts de transaction vu l'implantation de plusieurs fournisseurs dans la même Zone.

Alors que, les relations personnelles augmentent l'intensité des échanges économiques et favorisent l'accès aux informations, conseils et entraides. Dans notre cas ces relations s'accroissent, particulièrement, entre les entreprises de la même famille comme General Emballage, Ramdy, all Plast, Prima viande, el fruits, TMF et GMF, ainsi qu'entre SSG, Pasta world et Soumman mineral water. En dépit de l'importance des échanges, ces relations ne permettent pas d'ériger un vrai réseau. D'une manière générale, on peut dire que les relations entre les entreprises de la région se sont des relations à caractère secondaire professionnel, c'est-à-dire des relations de type entreprise- fournisseurs/clients avec une intensité moyenne. Ces dernières peuvent certes exister chez les entreprises de la même famille, comme les différentes entités de la famille « Batouche », mais sont presque complètement absentes sur l'ensemble des entreprises de la région. Toutefois, l'existence de ces relations chez une catégorie d'entreprises ne permet pas pour autant d'ériger un vrai réseau formel. En fait, l'informalité des liens entre ces entités est due au capital social traditionnel existant.

L'inexistence d'un réseau formel structuré est due aussi au caractère familial de ces entreprises, comme nous l'avons déjà vu, puisque la quasi-totalité de ces entités sont des SARL, ceci freine l'échange de ressources et des informations précieuses. Même si il ya des transactions, elles sont rares et se font en majorité au sein du cercle familial professionnel. Ainsi, les entreprises ont hérité d'un capital social traditionnel cognitif, et se sont habituées de réseaux informels pour régler leurs affaires. Le manque d'adaptabilité au changement et l'absence d'une culture d'entreprise ouverte à l'extérieur expliquent aussi cette situation.

Par ailleurs, en analysant la propriété des entreprises, nous remarquons que plusieurs entreprises, créées lors de l'attribution des lots en 1993 par l'Agence Foncière de Bejaia, ont arrêté leurs activités et ont cédé leurs actifs à d'autres entreprises. Cela nous enseigne que, hormis les grandes entreprises, plusieurs petites entités se heurtent à de nombreux obstacles ce qui affecte négativement leurs performances. En effet, l'arrêt de l'activité et la cession des

Relations interentreprises et formation de réseau inter-organisationnel : Quelle réalité pour les entreprises algériennes ?

actifs à d'autres entreprises crée une instabilité organisationnelle engendrant un faible ancrage relationnel. A cet effet, ce faible tissage des liens entre les dirigeants n'aboutira pas à la création d'un réseau formel et structuré.

Finalement, à partir des résultats issus de l'enquête de terrain, nous pouvons dire que les échanges entre les entreprises algériennes sont motivés par des considérations économiques et pérennisés par la confiance et la réputation. Par contre, ces relations ne servent pas à la création de réseau inter-organisationnel structuré et formel, vu leurs intensités faibles, le manque d'engagement de la part des entreprises enquêtées et l'absence d'un partage réel des ressources.

Conclusion :

L'objectif de ce travail était d'analyser la disposition et l'implication des entreprises algériennes à créer un réseau structuré et formel, à travers l'étude d'une zone d'activité parmi les zones les plus dynamiques en Algérie. En fait, nous avons constaté l'existence des relations entre les entreprises de la région de Taharacht, et que les considérations économiques restent déterminantes pour le choix du partenaire. Par ailleurs, le contrat reste un instrument de coordination privilégié par les entreprises afin d'atténuer les comportements opportunistes et assurer une certaine stabilité transactionnelle. En outre, la pérennité des échanges est stimulée par la confiance et la réputation qui se créent avec le temps. En analysant la qualité de ces relations, nous remarquons qu'elles sont d'une intensité faible et ne permettent pas la création d'un réseau inter-organisationnel structuré, car les relations tissées entre les entreprises de la région sont des relations de type secondaire professionnel et ne correspondent pas aux relations de type primaire professionnel, sauf pour quelques entités issues de la même famille. Autrement dit, les relations personnelles des dirigeants de la zone ne constituent pas une base facilitant leurs échanges économiques et la création d'un réseau formel. Ainsi, nous remarquons l'existence d'un capital social traditionnel caractérisé par le tissage des relations sociales informelles et l'absence d'un vrai capital social relationnel fondé sur des normes, des obligations et d'un engagement collectif pour réaliser des buts communs. A cet effet, nous constatons une proximité géographique et non organisationnelle entre les entreprises de la région.

Références bibliographiques :

- 1-Peillon S, Le pilotage des coopérations interentreprises : le cas des groupements de PME, Thèse de doctorat en sciences économiques, université Jean Monnet. France. octobre 2001.
- 2- Grandori, A., Soda, G. Inter-firm networks: Antecedents, mechanisms and forms. *Organisation Studies*, 1995, V16, p183-214.
- 3-Grandori A, An organizational assessment of interfirm coordination modes, *Organization studies*. 18/6, p897-925,1997.
- 4-Voisin C, Ben Mahmoud Jouini S et Edouard S. Les réseaux : dimensions stratégiques et organisationnelles, *Economica*, Paris,2004.
- 5-Brousseau E, Geoffron P, Weinstein O. Confiance, connaissances et relations interfirmes, in Guilthon B, Hvard P, Orillard M, Zimmerman J B, (eds), *Economie de la connaissance et organisation, entreprises, territoires, réseaux*, L'harmattan, Paris. 1997.p402-433.
- 6- Le Duff R, (sous la direction de), *Encyclopédie de la Gestion et du Management*, EGM, Dalloz, Paris 1999. p1644.
- 7- Hayek, F. A. Competition as a discovery procedure, 1978, cité in Zouache A, Le problème de la coordination dans la controverse Hayek-Keynes, *Louvain Economic Review*, Vol 69 ; No, 4. 2003.
- 8-Zouache A, Le problème de la coordination dans la controverse Hayek-Keynes, *Louvain Economic Review*, Vol 69 ; N°4, 2003.
- 9- Brousseau E. De la science du marché à l'analyse économique des formes de coordination, *Les Cahiers Français*, vol. 272 ;1995. p54-63.
- 10- Lyons, B, and Mehta J. Contracts, opportunism and trust: Self-interest and social orientation. *Cambridge Journal of Economics* , 1997. V21: p241.

- 11- Brousseau E. Contrats et comportement coopératifs: Le cas des relations interentreprises, in Ravix J L (sld) coopération entre les entreprises et organisation industrielle, Editions du CNRS, collection Recherche et Entreprise, Paris, 1996, p 23-51
- 12-Servet J.-M. Karl Polanyi, au-delà d'une démonomanie du marché, in Delamotte E. (sous la direction), Du partage au marché, regards croisés sur la circulation des savoirs, Presse Universitaire du Septentrion, Paris, 2004 p. 315-322.
- 13- Williamson, Oliver E. The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting. New York: Free Press 1985.
- 14-Chen, Y: Promises, trust, and contracts. The Journal of Law, Economics, and Organization, 2000, V16/1: p209–232.
- 15- Marshall A. Principles of economics, Macmillan, London, 1890, cité in SOTO MACIEL A. La constitution et les effets du capital social des dirigeants dans les réseaux inter-organisationnels : le cas du Système Productif Local de Méca Bourg, thèse de doctorat, Université Jean Moulin Lyon 3, mars 2007
- 16- Jones, G et George, J, The experience and evolution of trust: Implications for cooperation and teamwork. Academy of Management Review, 1998, 23(3), p531–46
- 17- Dodgson, M. Learning, trust and technological collaboration. Human Relations, 1993, V 46(1), p77–95.
- 18-Williamson O E, calculativeness, trust an economic organization, Journal of Law and Economics, p 453-486. 1993.
- 19- Walton RE et McKersie, R B . A behavioral theory of labor negotiations: An analysis of socio- interaction system, Ithaca, NY/ ILR Press. 1991.
- 20- Swedberg, R. Markets as Social Structure, dans N.J. Smelser and R. Swedberg (eds.) The Handbook of Economic Sociology, Princeton university Press, 1994. p255-282.
- 21- Kreps D M, Corporate culture and economic theory , in Alt J E et Shepsle K A (Eds), perspectives on positive political Economy, Cambridge university press, Cambridge, 1990.
- 22- Polanyi K., The Great Transformation, Beacon Press : Boston, 1957.
- 23-Castells, M. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999 cité in Balestrin A. La Dynamique de Complémentarité de Connaissances dans un Contexte de Réseaux Inter-organisationnels, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. Université de POITIERS, France, 2005.
- 24- Marcon, M et Moinet, N. La stratégie-réseau. Paris: Éditions Zéro Heure, 2000.
- 25- Becattini G, The Marshallian Industrial District as a Socio-Economique Notion, in Pyke F, Becattini G., Sengenberger W. (eds), Industrial Districts and Inter-Firm Cooperation in Italy, Geneva, International Institute for Labour Studies, 1990, p37-51..
- 26- Porter M .The competitive advantage of nations, Macmilan, London. 1990, p21.
- 27- Oliver C. Determinants of inter-organizational relationships: integration and future directions, Academy of Management Review, vol. 15, 1990.p 241-265.
- 28- Guillon, B. Technologie, organisation et performances-Le cas de la firme-réseau, revue d'économie politique, 1992, V102 (4), p536-592
- 29- Antonelli, C. Economie des Réseaux : Variété et complémentarité, in Rallet A et Torre A (eds), économie industrielle et économie spatiale, Economica, 1995, p253-272.
- 30-Stuart T E, Hoang H, Hybels R: Inter-organizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures, Work paper, University of Chicago, 1997.
- 31- Hennart, J.-F et Reddy, S. The choice between mergers/acquisitions and joint ventures: The case of Japanese investors in the United States. Strategic Management Journal, 1997, V 18: p1–12.
- 32- Barney, J. Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 1991, V 17: p99–120.
- 33- Chi, T. Trading in strategic resources: Necessary conditions, transaction cost problems, and choice of exchange structure. Strategic Management Journal, 1994, V 15: p271–290.
- 34- Torre A et Rallet A, Proximity and localization, regional studies, Vol 39, 2005, pp 47-59
- 35- Fukuyama F. Trust : the social values and the creation of prosperity, The free press, New York, 1995
- 36-Stone W. Measuring social capital, Australian institute of family studies, research paper N°24, 2001, p7
- 37- Granovetter M., (1992), « Problems of explanation in economic sociology ». in - Nohria N., Eccles R. (eds.), Networks and organizations : structure, form and action, Harvard Business School Press, Boston, p. 25-56.