

L'influence de la culture et du territoire sur le développement des PME

Djezila BEKKAL BRIKCI*

Meryem Nabila HACHIM**

Résumé :

Les PME occupent une place particulière dans l'économie mondiale. D'une part, elles génèrent un volume important de production et d'emplois et d'autre part, elles ont une grande capacité d'innovation et de création. Pour pouvoir se développer, elles doivent intégrer une culture adhocracie dont ses leaders sont des innovateurs qui n'ont pas peur du risque. L'expérimentation est encouragée afin de produire des produits et des services uniques. Pour qu'à long terme, l'organisation sera tournée vers la croissance et l'acquisition de ressources.

Mots clés : Culture, territoire, PME, Développement.

الملخص:

تمتلك المؤسسات المتوسطة و الصغيرة مكانة معتبرة في اقتصاد العالم. من جهة، تسمح بتوفير حجم معتبر من المنتجات و فرص العمل. و من جهة اخرى، لديها امكانيات هائلة في الابداع و الاختراع. لكي تتمكن من الرقي، يجب عليها دمج ثقافة محيطها في التسيير من خلال المخاطرة و عدم الخوف من المجازفة. وذلك عن طريق التشجيع للحصول على منتجات و خدمات فريدة و مميزة، بهدف التطور على المدى الطويل و امتلاك الموارد.

الكلمات المفتوحة: الثقافة، الاقليم، المؤسسات المتوسطة و الصغيرة، التطور

* Docteur en marketing international, Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion Université de Tlemcen -Algérie-. Mail: b.brikci.dj@hotmail.fr

** Docteur en management des organisations, Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion Université de Tlemcen -Algérie-.Mail : meryem.hachim@yahoo.fr

1. Introduction

Les petites et moyennes entreprises ont connu un développement considérable, qui a permis de leur procurer une notoriété grâce à la création d'emploi, la flexibilité et la possibilité de réagir rapidement face aux variables environnementales qui changent en permanence. Toutes ces caractéristiques permettent aux PME d'être la source de l'innovation dans les économies les plus développées dans le monde. Les approches issues de la géographie économique se sont quant à elles intéressées à la capacité des PME à stimuler le développement économique à l'échelle des territoires[†]. La spécificité des PME c'est qu'elles sont un sujet d'étude qui touche trois disciplines : la sociologie, l'économie et la gestion. Chaque discipline possède un point de vue différent mais la totalité des études reflète le degré d'importance dans les économies nationales.

Le rôle des PME dans le développement de l'économie des pays émergents est très important, entre autre dans les pays asiatiques (Hall, 2003, Tambunan, 2008). Cependant, une spécificité qui touche cette région a été mentionnée par Biggs (2002), celle de la capacité des PME à exporter. Mais il ne faut pas oublier le rôle de l'environnement local dans le succès de ces PME. L'expérience de l'internationalisation des PME en Turquie montre l'importance des ressources immatérielles comme l'intensité des efforts en Recherche et Développement (Karadeniz, Gocer, 2007). Les entrepreneurs des PME turques arrivent à exploiter les opportunités à l'export, ce qui permet de survivre dans un marché intérieur difficile (Erdilek, 2008). Oviatt et McDougall (1994, 2005) estiment que, du fait des TIC, les PME peuvent immédiatement s'internationaliser. L'Asian Development Bank (2002) recommande « une simplification de l'environnement réglementaire des PME pour leur permettre d'être plus compétitives », plutôt que de penser à des programmes étatiques. Un autre point de vue, celui de la nécessité de ces programmes, pour venir à l'aide des PME. Tambunan (2008) estime qu'en Indonésie, les interventions directes de l'État (formation à l'export) et indirectes (amélioration des infrastructures) peuvent être efficaces, notamment pour développer les marchés à l'export des PME. Dans des recherches iraniennes, des économistes ont essayé de comprendre les facteurs qui peuvent mener les PME à l'internationalisation avec succès, certains ont

[†] Bagnasco, Sabel, 1994.

priviliégé les facteurs internes, indiquant que les qualités d'entrepreneurs sont plus importantes que les facteurs liés à l'environnement des entreprises pour expliquer la capacité de ces PME à s'internationaliser (Fakhi, Tadjaladin, Tadjaladin, 2010). D'autres travaux mettent également en avant le fait que ces qualités entrepreneuriales des dirigeants iraniens de PME pourraient leur permettre de saisir les opportunités sur les marchés internationaux (Ghanatabadi, 2005). Sans oublier bien sur la stratégie interne de l'entreprise, comme le choix du produit, le mode de gestion et la relation-client (Ranamahi, Sadekhi, Sarkhiz, 2009).

Les PME ont un rôle socio-économique essentiel. Elles sont une source de dynamisme et de vitalité nécessaire à l'économie dans un environnement fondé sur la concurrence. Les approches issues de la géographie économique se sont quant à elles intéressées à la capacité des PME à stimuler le développement économique à l'échelle des territoires[‡]. La PME constitue un enjeu économique et nécessite un nombre important d'études.

2. Le développement des PME territoriales :

Le développement des PME territoriales peut être défini comme le processus par lequel des institutions et acteurs locaux se mobilisent pour appuyer les actions visant à préserver, renforcer ou créer des activités et des emplois en valorisant au mieux les ressources endogènes. La création de richesses et d'emplois à l'échelle des territoires et des régions est souvent perçue comme objectif final. Le développement des PME dépend de la région dont elles sont implantées. C'est une question centrale en géographie. Certaines régions sont confrontées à des situations difficiles qui conduisent à des pertes d'emplois et une augmentation du taux de chômage. D'autres régions fortement urbanisées s'inspirent de la nouvelle économie dotée d'un système productif local, flexible et spécialisé. La réussite des PME territoriales dépend de leur dotation en ressources ou de leur localisation, elle s'explique aussi par leur capacité à offrir à leur territoire des produits et services, à générer des externalités et des effets de proximité qui sont autant de facteurs décisifs d'innovation et de compétitivité. Outre, un certain nombre de pôles de

[‡] - Bagnasco, Sabel, 1994.

compétitivité (à vocation nationale) s'appuient sur des secteurs industriels à faible ou moyenne intensité technologique, composés de nombreuses PME dont l'activité est, faute de ressources, traditionnellement peu orientée vers la recherche-développement (R&D). Dans ces pôles de compétitivité « à dominante PME », la dynamique collaborative entre les PME n'est pas naturelle. Ces pôles présentent en effet un certain nombre de spécificités qui peuvent constituer des obstacles à la création d'une dynamique collective[§] en l'absence d'une culture adaptée car chaque région possède une culture spécifique qui favorise certaine activité. Donc qu'elle est l'impact de la culture sur le développement des PME ?

3. Culture et PME territoriale :

La culture occupe une place primordiale dans le développement économique territorial, UHRICH (1994) avance que « *le sujet est d'une extrême gravité, persuadé que la culture sera le moteur du développement économique régional de demain* »^{**}. Les Hommes interagissent avec leur territoire, leur vécu, leur patrimoine, leurs croyances, leur histoire...Et par conséquent le territoire va devenir le fruit et le résultat d'un processus de construction, d'une histoire et de traditions. LANDEL et PECQUEUR (2004) mettent en exergue deux effets de la culture : elle peut être un « *élément de structuration du territoire* », mais aussi un « *actif susceptible de favoriser la création d'autres activités* »^{††}. Le territoire s'imprègne de valeurs culturelles qui reflètent pour chacun l'appartenance à un groupe localisé^{‡‡}, donc, la culture crée des valeurs sociales communes qui favorisent un sentiment d'appartenance et contribue à délimiter un territoire. Le partage des valeurs au sein de la communauté territoriale va favoriser la convergence des points de vue et décourage les comportements conflictuels. L'appropriation du territoire va permettre aux habitants de créer une identité territoriale qui se construit grâce à la culture, (KAHN, 2001) mentionne que « *l'identité territoriale est la condition première du développement*

[§] - Rachel Boquet et al., « Pôles de compétitivité constitués de PME : quelle gouvernance pour quelle performance ? », Management & Avenir 2009/5 (n° 25), p. 227-244.

^{**} - UHRICH R., 1994, « Villes et culture », Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°5, pp 869-878.

^{††} - PECQUEUR B., 2004, Vers une géographie économique et culturelle autour de la notion de territoire, Géographie et Cultures, numéro spécial, pp. 22-37.

^{‡‡} - DI MEO G., 2001, Géographie sociale et territoire, collection Fac Géographie, Paris, Nathan Université, cité par PECQUEUR (2007).

territorial »^{§§}. Le patrimoine culturel consiste un facteur important de l'identité de territoire et un vecteur potentiel de développement économique et social. Il nécessite donc une protection, une valorisation et une meilleure prise en charge. Il est considéré comme un facteur puissant pour mettre une stratégie de développement du territoire.

La culture et le territoire forment un binôme indivisible et originaire : un territoire est à la fois un lieu social, un lieu pour la production d'activités économiques et un espace de coopération entre acteurs visant une approche intégrée du développement local et de l'emploi dans lesquelles sont influencées par la culture du territoire^{***}.

On constate que la culture est un levier puissant pour le développement local. La notion culture peut s'appliquer également aux organisations car les acteurs vont s'imprégner certaines valeurs et vont l'appliquer dans l'entreprise. La culture d'entreprise est propre au groupe social que constitue l'entreprise qui va lui permettre d'exister, et selon Louart et Sire la culture d'entreprise est « *l'ensemble des activités, des règles de fonctionnement et des valeurs qui sont communs au groupe social que constitue l'organisation dans son ensemble* »^{†††}. Maurice Thévenet définit la culture d'entreprise comme « *l'ensemble des valeurs partagées, rites, mythes, symboles et histoire de l'organisation* ». Selon aussi Edgar Schein dans (Culture organisationnelle et leadership.1985), « *la culture organisationnelle repose sur les artefacts (symboles, comportements, rites, histoire de l'organisation), les valeurs et les croyances qui s'expriment dans l'organisation* ». C'est donc un ensemble des prémisses, ou croyances, partagées^{†††} qui se traduisent ensuite sous forme de valeurs qui vont par la suite se traduire en mythes et en rites. L'existence de cultures d'entreprise et techniques communes, la forte intégration d'une main d'œuvre qualifiée au système productif, ont conduit à promouvoir une forme de coopération informelle entre partenaires sociaux qui est sans doute un facteur de succès de ce type de développement local.

^{§§} -KAHN R., 2001, « Politiques culturelles des collectivités, démocratie et développement, communication présentée aux 5èmes Rencontres ville - management, Bayonne, 6-7 septembre

^{***} - NOEL, J., LORANCA, S., BARTOLI, J., « L'impact du dialogue social sur le développement territorial » Synthèse des actes du séminaire européen organisé par AMNYOS.

^{†††} - LECRIVAIN, G., « Management des organisations et stratégies » http://www.managmarket.com/_media/dossier8-management-de-lorganisation-et-culture-dentreprise.pdf

^{†††} - VAS A., « Étude du pilotage d'un changement organisationnel majeur »: le cas de Belgacom

4. La place de la PME au Maroc, Algérie et Tunisie :

Les entreprises marocaines demeurent fortement concentrées à Casablanca et dans ses environs. 30% des établissements industriels sont implantés dans la région du Grand Casablanca. Ils y réalisent 48% de la production industrielle, 36% des exportations et 51% du PIB industriel, et ils emploient 43% de l'effectif industriel total^{§§§}.

La PME est présente dans tous les secteurs de l'activité économique marocaine : l'industrie, l'artisanat, le BTP, le commerce et les services qui englobent le tourisme, les transports...

Dans le domaine artisanal en particulier, la PME prédomine plus dans la pêche, la sylviculture, l'élevage, et surtout dans les métiers traditionnels à forte valeur culturelle est sociale (tapis, produits de terre, métaux, cuir, couture traditionnel, etc...) le secteur compte près de 2 millions d'emplois est constitué dans sa plus grande majorité de PME.

La PME marocaine est un acteur majeur de l'économie marocaine. Elle varie selon la taille, le secteur d'activité et le lieu d'implantation. Les PME au Maroc se caractérisent par : prépondérance de l'entrepreneur, faiblesse de l'encadrement, faiblesse de pratique du management, faiblesse technologie, absence d'innovation et une grande souplesse structurelle et le manque d'information claire. Ces caractéristiques ne sont pas exhaustives, d'autres peuvent être relevées telles que la prépondérance d'une culture orale. La division du travail est moins développée. La PME cherche des personnes susceptibles de s'adapter à une plus grande variété de tâche et de situation de travail et enfin l'incapacité à exercer un pouvoir sur le marché, notamment d'influencer le prix des biens.

Les PME au Maroc souffrent de nombreuses difficultés qui handicapent leur mise à niveau. Les unes tiennent à des facteurs extérieurs à l'entreprise et sont d'ordre financier, administratif et juridique. Les autres sont culturelles et propres à la PME.

L'économie tunisienne est très diversifiée ; l'industrie manufacturière représente 21,4% du PIB et emploie 20,5% de la main d'œuvre, alors que l'agriculture et la pêche

^{§§§} - Enjeux de l'intégration maghrébine « Le coût du non Maghreb » ; direction des études et des prévisions financière du Ministère de l'économie et des finances , Royaume du Maroc ; Octobre 2010.

contribuent à 11,9% du PIB soit 22% de la main d'œuvre et le tourisme à 6,6% du PIB****.

Malgré la diversité du tissu industriel tunisien, trois secteurs constituent les locomotives de l'emploi et des exportations industrielles nationales : industries textile, habillement, cuire, chaussures, industries agroalimentaires et industries mécaniques, électriques. Ces trois secteurs piliers, générant plus de 1 milliard de dinars d'exportation chacun, représentent 76% des entreprises industrielles, 87% des exportations, près de 62% des investissements directs étrangers et plus de 83% des emplois.

La PME algérienne a été marginalisée durant trois décennies, au profit de la grande dimension publique, se sont donc des investissements du secteur privé, concentrées dans des niches, créneaux, délaissées par le secteur public étatique et se sont alimentées, d'une part des rentes générées par le monopole et d'autre part par les dysfonctionnements encourus par les entreprises publiques. D'après les données d'une enquête en 1992†††† ; les indépendants constituent plus de 60% de l'ensemble de l'emploi privé industriel et 30% dans le BTP. La taille moyenne des entreprises employant des salariés révèle les limites du secteur privé. Elle est de 20 salariés dans le BTP et 09 dans l'industrie. Le nombre d'entreprises de plus de 20 salariés ne dépasserait pas le millier dans le BTPH et serait de moins de 800 dans l'industrie.

La chute du prix de pétrole en 1988 a fait augmenter les entreprises passant de 13369 à 14081 entreprises, marquant un certain dynamisme et un tournant vers la création des petites entreprises. En 1991 le nombre des entreprises total est de 22554†††† se répartissent de la manière suivante : 247 entreprises locales ; 125 entreprises nationales ; 21.363 entreprises privées de moins de 20 salariés et 819 entreprises privées avec plus de 20 employés, ce qui laisse dire que le secteur PME est encore faible, centré autour des très petites entreprises. Ce dernier est caractérisé par une concentration relative dans la production des biens de consommation, par un faible niveau d'intégration et portant une extraversion considérable en matière d'approvisionnement, par l'absence de l'activité de

**** - Politique pour les entreprises dans la région Méditerranéenne : Tunisie, publié par centre for administrative innovation in the Euro-Mediterranean Region.

†††† -enquête « main d'œuvre et démographie de l'ONS (office nationale de statistique) »in conjoncture, 1998.

†††† -statistiques de l'ONS dans l'année 1993

sous-traitance, par la faiblesse de l'accumulation technologique, par sa concentration dans les centres urbains notamment et par le faible niveau d'encadrement. Les PME sont concentrées essentiellement dans cinq secteurs d'activités : Bâtiments et travaux publics 26,7%, commerce 16,34%, transport et communication 8,7%, services fournis aux ménages 8,59% et 7,29% des industries agro-alimentaires. Ce qui montre une forte concentration des entreprises dans les secteurs moins technologiques, et générant moins de valeur ajoutée.

La Tunisie et le Maroc créent plus de PME que L'Algérie. En Algérie, on estime le nombre de PME entre 430000 et 440000 alors qu'au Maroc, il est de 1,2 million. En termes de création d'entreprise on crée en Algérie 70 entreprises pour 100000 habitants par an alors que les pays de niveau similaire en créent 350 par an. Ceci s'explique que l'économie algérienne reste tributaire des recettes d'hydrocarbures.

5. La répartition des PME en Algérie :

L'analyse a fait apparaître que près de la moitié des PME sont concentrées dans 10 principales Wilaya du nord, en raison de la vision politique économique du pays. Et d'après l'enquête effectuée par L'EDIL en 1996^{§§§§}, les entreprises sont concentrées autour des pôles industriels et exceptionnellement dans les Wilayas de Blida, Sétif et Ghardaya, 177.563 PME dont 40% situées au centre, 35% à l'ouest et 5% au sud du pays. Elles sont de type familial et concentrées notamment dans la fabrication des produits de consommation courante, et possèdent un faible taux de participation dans l'intégration industrielle et la sous-traitance.

Nous sommes en présence d'une concentration géographique originale d'unités artisanales concentrées dans les mains de familles. Les relations entre les fournisseurs et ses artisans restent informelles ; le rôle des institutions d'animations est marginal. Le territoire de certaines Wilayas offre des potentialités et des atouts, notamment sa culture, ses ressources humaines, ses forêts, sa pêche, son tourisme et son artisanat. Certaines Wilayas sont aptes à bien mener des projets bien ambitieux. Grâce à des entrepreneurs qui ont su comment intégrer une culture entrepreneuriale pour pouvoir développer et faire

^{§§§§} -conjoncture,1998

vivre leur entreprise dans un territoire riche de ressources naturelles et culturelles qui favorise son développement ainsi que le développement économique du pays. Prenant l'exemple de la poterie, des bijoux kabyles, des dates... tous ça fait partie de certaine région algérienne et de sa culture. C'est également une vraie identité qui caractérise les pays maghrébins en générale et c'est ce qui va nous faire connaitre mondialement.

Les difficultés inhérentes aux PME sont plus pénalisantes dans une économie émergente et en développement ou l'initiative privée n'a pas été suffisamment valorisée et accompagnée. Donc l'inexistence d'une culture adhocratie qui favorise la créativité, l'innovation et la prise du risque et c'est ce qui caractérise la PME. Cette dernière est une culture entrepreneuriale et un moteur de richesse et de diffusion de développement par création d'entreprise. La culture d'entreprise est un facteur majeur qui contribue à promouvoir la cohésion économique et sociale des régions en voie de développement. C'est aussi l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à prendre des risques pour investir.

Les faiblesses des PME algériennes trouvent certainement leur source de cet état de fait et leur nécessaire mise à niveau selon les standards et les normes internationaux de gestion et de management.

6. Conclusion

L'intégration Maghrébine dont l'Algérie ne peut pas réussir sans l'adhésion des gouvernements, puisque ces derniers doivent assurer qu'il n'existe aucune entrave non seulement pour le bon fonctionnement des marchés mais également aux actions engagées par les différents opérateurs économiques. Pour réussir sa régionalisation, la PME a besoin de structures d'appui et de renforcer sa culture régionales ainsi qu'une fluidité de l'information et d'une meilleure compréhension de l'environnement de la région. L'environnement de la PME algérienne reste morose et défavorable à toute initiative entrepreneuriale d'envergure locale ou régionale. Le développement territorial ne peut pas se réaliser sans la création d'activités économiques et sans rapports entre les activités et l'individu en stimulant l'esprit d'entreprise et en intégrant une culture adhocratie qui se base sur l'innovation, la création et la prise du risque.

References

Livres:

- Faure, Y.A. et Labazee.P.(2005). « Les territoires productifs des agglomérations de PME dans les Sud : modèles et problèmes », le territoire est mort, vive les territoires, IRD Editions Paris.
- Mercure, D., et *al.* (1997).« Culture et gestion en Algérie », Edition ANEP, première édition l'Harmattan.
- Rocher, G., (1992). « Culture civilisation et idéologie, introduction à la sociologie générale » Première partie: L'ACTION SOCIALE, chapitre IV. Éditions Hurtubise HMH, troisième édition. Montréal.

Journal

- Asian Development Bank, 2002, « Report and Recommendation of the President to the Board of Directors on a Proposed Loan and Technical Assistance Grant to the Republic of Indonesia for the Small and Medium Enterprise Export Development Project », Mandaluyong City (Philippines), Asian Development Bank.
- Biggs T., 2002, « Is Small Beautiful and Worthy of Subsidy LiteraryReview», Washington D. C., International Finance Corporation (IFC).
- Erdilek A., 2008, « Internationalization of Turkish MNEs », Journal of Management and Development, vol. 27, n° 7, pp. 744-760.
- Ghanatabadi F.,2005, “Internationalization of Small and Medium- Sized Enterprises in Iran”, Doctoral Thesis, Lulea University of Technology.
- Godelier, E., 2009 « La culture d'entreprise. Source de pérennité ou source d'inertie ? », Revue française de gestion 2 (n° 192), p.p 95-111.

- Hall C., 2003, « The SME Policy Framework in Asean and APEC: Benchmark Comparisons and Analysis », 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New-Zealand.
- Julien, P.A., 2005 « Entrepreneuriat régional et économie de la croissance », Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy.
- Karadeniz E. E., Gocer K., 2007, « Internationalization of Small Firms: A Case Study of Turkish Small- and Medium-Sized Enterprises », European Business Research, vol. 19, n° 5, pp. 387-403.
- Oviatt B. M., McDougall P. P., 1994, « Toward a Theory of International New Ventures », Journal of International Business Studies, vol. 25, n° 1, pp. 45-64.
- Oviatt B. M., McDougall P. P., 2005, « The Internationalization of Entrepreneurship », Journal of International Business Studies, vol. 36, n° 1, pp. 1-8
- Plociviczak, S., 2004, « Création de petites entreprises, réseaux sociaux et capital social local des entrepreneurs : enseignement d'une enquête », Quatrièmes journées de la proximité, Marseille, 17-18 Juin.
- Ranamahi Z, Sadekhi A., Sarkhiz S., 2008, « Avamel Klidi Mohafariat Sanayeh Koutchak va Motevasset Pouchak Iran (Facteurs importants pour le succès des PME du secteur du textile en Iran) », Téhéran, Sevomin Conference Modiriat Strategik.
- Tambunan T. 2008, « SME Development, Economic Growth, and Government Intervention in a Developing Country: The Indonesian Story », Journal of International Entrepreneurship, vol. 6, n° 4, pp. 147-167.