

La création et le développement des entreprises agroalimentaires : étude dans la wilaya de Bejaia

The creation and development of agri-food firms: A study in the wilaya of Bejaia

Sylia BERBOUCHA¹

Doctorante /Laboratoire De recherche en management et techniques quantitatives

Faculté SECG, département des sciences de gestion université de Bejaia.
Algérie

sylia.berboucha@univ-bejaia.dz

Hocine IFOURAH

Professeur /Laboratoire de recherche en management et techniques quantitatives

Faculté SECG, département des sciences de gestion université de Bejaia.
Algérie

E-mail : hocine.ifourah@univ-bejaia.dz

Souad BOUDACHE

Maitre de conférences classe B /Laboratoire de recherche en management et techniques quantitatives

Faculté SECG, département des sciences de gestion université de Bejaia.
Algérie

souad.boudache@univ-bejaia.dz

Date de soumission : 28.09.2022, Date d'acceptation :26.10.2022, Date de publication : 15.12.2022

Résumé :

L'objet de cet article consiste principalement à étudier l'entrepreneuriat et la création d'emploi dans le secteur agroalimentaire. La présence des entreprises agricoles sur un territoire revêt une importance particulière pour la vitalité des milieux. Cependant le contexte économique actuel fait une sorte que le développement de l'entrepreneuriat représente un nouveau défi pour assurer la relève des entreprises agricoles existantes ou pour la création de nouvelles entreprises. Pour ce faire, nous avons entamé notre travail, par une recherche théorique qui nous a permis de bien cerner les notions de base relatives à notre recherche, puis nous avons mené une enquête du terrain auprès des entrepreneurs,

¹ Auteur Correspondant

dans le but de détecter les facteurs influençant sur l'entrepreneuriat et la création d'emploi dans le secteur agroalimentaire.

Mots clés : Entrepreneuriat, Entreprise agroalimentaire, Création d'entreprises, Bejaia.

Code de JEL : L 26, O13

Abstract

The purpose of this article is mainly to study entrepreneurship and job creation in the agro-food sector. The presence of agricultural enterprises in a territory is of particular importance for the vitality of the area. However, the current economic context means that the development of entrepreneurship represents a new challenge to ensure the succession of existing agricultural businesses or the creation of new businesses. To do this, we began our work with theoretical research that allowed us to clearly define the basic notions related to our research, then we conducted a field survey with entrepreneurs, with the aim of trying to detect the factors influencing entrepreneurship and the creation of entrepreneurship and job creation in the agro-food sector.

Key words: Entrepreneurship, agro-food company, business creation, Bejaia.

Jel Classification Codes : L26, O13

INTRODUCTION :

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un moteur majeur de développement économique et social. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique, de compétitivité et de la richesse, l'entrepreneuriat présente une formidable machine de valorisation des connaissances et de transfert de technologie d'un pays.

Les attentes liées à ce phénomène sont multiples, car il est appelé à redynamiser les entreprises, les individus et les institutions. Filion dans sa définition le considère comme étant « le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales »²

Dès lors, en Algérie comme dans tous les pays du monde, la création des entreprises est un phénomène vital par sa contribution au développement et à la valorisation du tissu économique, bien que, l'importance qui lui est accordée diffère d'un pays à un autre voire même d'un contexte à un autre.

C'est dans cet ordre d'idée que l'objectif que nous poursuivons est d'identifier et d'analyser les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises agroalimentaires au niveau de la wilaya de Bejaia le sujet est vaste c'est pour cette raison nous intéresserons à un champ d'études maîtrisable et un secteur important. La wilaya de Bejaia fait partie du premier lot en matière de création de PME, elle connaît une dynamique entrepreneuriale dans l'agroalimentaire à l'instar des autres wilayas du pays, la problématique de notre intervention s'articule autour

² Filion., L, J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique évolution, tendance ». Revue internationale PME, vol.10, n°2.p 129

de la question principale suivante : quels sont les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia ?

Afin de répondre à cette question, nous avons émis l'hypothèse suivante : les entrepreneurs possèdent différentes ressources collectives qui sont indispensables à la satisfaction de leurs besoins aux différents niveaux.

1-Contexte et dynamique de l'entrepreneuriat en Algérie :

Depuis l'indépendance, l'économie algérienne a été caractérisée par la prédominance du secteur des hydrocarbures, et par un système économique arriéré et faible sur le plan industriel, incapable d'établir l'offre de biens et services de base et permanents pour répondre à la demande de produits alimentaires locaux. Les importations étaient la solution pour répondre à la demande intérieure qui a entraîné une augmentation des coûts de facturation des denrées alimentaires importées par l'Algérie, et une diminution de la trésorerie de l'État.

Le passage d'une économie dirigée à une économie de marché à partir de 1988 a conduit le pays à établir des relations avec les institutions internationales telles que le fonds monétaire international (FMI) et la banque mondiale pour atténuer la crise de ses dettes et pour pouvoir appliquer un régime de politiques monétaires, financières et commerciales. Cette dépendance a induit un changement important dans l'économie algérienne basée sur la libération des marchés. Ces faits ont orienté le pays vers la privatisation de nombreuses entreprises publiques marquée par la restructuration de type compression des effectifs faisant entraîner le problème du chômage. Cette transition est influencée par la reconnaissance que le secteur public à lui seul ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux grandissants du pays et par conséquent le recours au secteur privé est une nécessité absolue. Chose qui a contribué au lancement et au développement des PME en Algérie.

2- les dispositifs et les structures d'aide et de soutien à la création d'entreprises en Algérie :

Plusieurs acteurs sont impliqués dans la création et le développement des entreprises, on cite certaine de ces dispositifs :

- Ministre de la PME : en combinaison avec les autres ministres et autorités, concerner, dans le but d'apporter et d'assimiler les besoins financiers des PME, et impulser la mise en place d'instrument financière.
- Agence nationale de développement de l'investissement : est une institution gouvernementale sa tâche principale est le développement et le suivi des investissements à travers la facilitation et l'accomplissement des formalités administratives pour la création des entreprises grâce à un guichet unique décentralisé au niveau local.
- Caisse nationale d'assurance chômage : Le dispositif CNAC vise à soutenir les chômeurs porteurs de projets d'investissement d'une tranche d'âge entre 35 à 50 ans.
- Le Conseil national de sous-traitance : crée donc l'objectif d'établir une banque de données industrielles sur la sous-traitance des entreprises.
- La caisse de garantie des crédits des PME : elle facilite l'accès aux financements bancaires, pour soutenir la création et le développement des entreprises
- Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat : anciennement agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes : Il s'agit d'une

institution publique chargée de promouvoir, soutenir et accompagner les jeunes demandeurs d'emploi qui ont l'idée d'un projet de création d'une institution.

- Agence nationale de gestion du micro crédit : a été mise en place le 16 décembre 2003, pour favoriser la création d'entreprises.

- Le fonds de garantie des crédits aux PME : de mettre en place des mécanismes permettant de faciliter le financement lors de la création et de l'extension d'une PME.

- Le Conseil national de l'investissement : sa mission principale est d'établir des décisions stratégiques relatives à l'investissement, il propose aussi la création d'organismes et d'instruments financiers appropriés au financement de l'investissement.

- Agence nationale de développement de la PME : créée en 2005, a notamment pour missions de mettre en œuvre la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME.

- Les centres d'affaires : Leur but est que les entrepreneurs qu'ils accueillent puissent prendre possession du lieu très rapidement. Ils proposent un ensemble de service à leurs utilisateurs.

- Les pépinières d'entreprises : ce sont des structures d'accueil fournissent des services d'accompagnement (conseils, formation...etc.), hébergent de jeunes entreprises, et assurent le suivi effectif des entreprises.

- Incubateurs : les incubateurs ont pour mission, d'accueillir et accompagner les projets de création d'entreprises innovantes.

3- Méthodologie de recherche

Notre première tâche consiste à déterminer la population ciblée par l'enquête. Il s'agit, dans ce cas précis, l'ensemble de la population des entreprises sises dans la région étudiée.

3-1 Présentation, objectifs et échantillonnages de l'enquête de terrain

L'enquête menée a ciblé un ensemble d'entrepreneurs dans la wilaya de Bejaia, l'objectif est de recueillir le maximum d'informations nécessaires qui nous permettront de répondre à notre questionnement. Au dépit de notre incapacité d'étudier l'ensemble des entreprises de la wilaya de Bejaia pour diverses raisons :

- L'absence des entreprises sur le terrain : soit l'entreprise n'existe plus à l'adresse communiquée, soit il s'agit d'un domicile, ou bien l'entrepreneur a cessé son activité.

- La non-disponibilité de certains entrepreneurs, voire le manque de coopération de certains d'entre eux

- Manque de temps.

- Conditions sanitaires liées la pandémie Covid-19 non favorable.

Nous avons procédé en deux étapes : dans un premier temps, nous avons délimité la population des entreprises agroalimentaires de la wilaya de Bejaia via la consultation du fichier alphanumérique de la direction des industries et des mines et de la chambre du commerce afin de pouvoir sélectionner un échantillon représentatif au sein de la région d'étude, dans un second temps, nous avons procédé à la distribution d'un questionnaire adressé aux entrepreneurs de la wilaya de Bejaia.

L'objectif de cet article consiste principalement à étudier l'entrepreneuriat et la création d'emplois dans l'industrie agroalimentaire, cependant le contexte

économique actuel fait une sorte que le développement de l'entrepreneuriat représente un nouveau défi pour assurer la relève des entreprises existantes ou pour la création de nouvelles entreprises, rappelons-le, nous cherchons à trouver des éléments de réponse à notre problématique sur les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises agroalimentaires au niveau de la wilaya de Bejaia. Afin de répondre à cette question, nous posons l'hypothèse suivante : les entrepreneurs possèdent différentes ressources collectives qui sont indispensables à la satisfaction de leurs besoins au différent niveau.

Tableau 1 : Taille et structure de l'échantillon visé et final

Secteur d'activité	Nombre de répondants
Agroalimentaire	23

Source : élaboré par nos soins à partir de l'investigation de terrain. Bejaia. 2021

4- Présentation et interprétation des résultats de l'enquête.

4-1 Identification et caractéristiques de l'entreprise

Dans ce premier axe, il s'agit de recueillir des données générales sur l'entreprise, à savoir, le milieu d'implantation, statut juridique, l'année de création, secteur d'activité. Enfin la taille de l'entreprise et le marché cible. L'objet de ce premier axe est l'identification de notre échantillon.

Tableau 2 : Répartition des entreprises de l'échantillon selon le milieu d'implantation, statut juridique, la date de création secteur d'activité effectif Total et marché cible de l'entreprise

Milieu d'implantation	Fréquences	Pourcentage
Urbain	1	4.34
Zone industrielle	11	47.83
Zone d'activité	9	39.13
Terrain privé	2	8.79
Total	23	100%
Statut juridique	Fréquences	Pourcentage
SNC	3	13.04
SARL	11	47.83
SPA	7	30.43
EURL	2	8.70
Total	23	100%
Date de création	Fréquences	Pourcentage
[1990-2000]	7	30.43
[2000-2010]	14	60.87
[2010-2020]	2	8.70
Total	23	100%
Secteur d'activité	Fréquences	Pourcentage
Secteur laitier	8	32
Secteur oléicole	3	12
Secteur céréaliier	5	20
Secteur aviculture	0	0
Secteur boissons	9	36

Autre	0	0
Taille de l'entreprise	Fréquences	Pourcentage
Micro entrepris [1-9] salarié	3	13.04
Petite entreprise [10-49] salariée	5	21.75
Moyenne entreprise [50-250] salariée	7	30.43
Grande entreprise Plus de 250	8	34.78
Total	23	100
Le marché cible	Fréquences	Pourcentage
Local	15	65.21
Export	00	00
Mixte (les deux)	08	34.79
Total	23	100

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

Les résultats du tableau n°2, nous permettent de dénoter que (47.83%) des entreprises sont implantées dans des zones industrielles. Suivis par un taux de 39.13% d'entreprises localisées dans des zones d'activité, 8.79% cas ont implanté leur unité sur un terrain privé. Une seule entreprise soit un taux de 4.34% est localisée dans une zone urbaine.

Nous constatons que les SARL constituent la part majoritaire soit pour 47.83% suivie par 30.43% des SPA.

Le statut SNC est représenté par un taux de 13.04%, quant au statut EURL nous retrouvons deux entreprises.

Les résultats obtenus montrent aussi que la production de boissons rafraîchissantes avec un taux de 36%, et la production laitière soit un taux de 32%, prennent tête, quant au secteur céréalier et oléicole s'articulent avec un taux 20%, 12%.

Les premières entreprises créées remontent au début des années 1999, soit près de 30.43%, 60.87% entreprises sont créées entre 2000-2010 ce qui dénote de l'important investissement de l'État pour favoriser et faire épanouir l'acte entrepreneurial par les différents dispositifs d'aide engagés en la faveur de cet investissement.

Seulement 2 entreprises dans notre échantillon sont créées 10 ans après ce qui peut se justifier selon nous par la situation économique que vit le pays depuis une dizaine d'années.

La taille de l'entreprise est mesurée par le nombre des salariés, dans notre échantillon la PME avec ses différents types domine nous retrouvons la micro entreprise avec un taux de 13.04% de cas, la petite entreprise avec un taux de 21.75% et la moyenne entreprise avec un taux de 30.43%. La grande entreprise est représentée par un taux de 34,78%.

En ce qui concerne le marché cible, nous soulignons que 65.21% des entreprises n'ont pas pour objectif de s'internationaliser, alors que 34.79 % opèrent dans le marché local et le marché international à travers l'exportation.

4-2 Profil et trajectoire socioéconomique de l'entrepreneur

Le deuxième axe est une sorte de suite à son précédent, il va un peu dans les détails des antécédents de la personne enquêter. Il comporte des questions relatives à son

niveau d'étude, sa situation avant d'entreprendre son affaire, la situation professionnelle antérieure pour les entrepreneurs ayant fait un passage par la vie salariale. L'objectif à travers cet axe, comme d'ailleurs son nom l'indique, est de dégager un profil des personnes enquêtées et de tenter de faire un lien entre leurs antécédents (étudiant, commerçant, chef d'entreprise...) et leur nouvelle activité entrepreneuriale.

Tableau 3 : Répartition des entrepreneurs enquêtés selon l'âge, niveau d'instruction et années d'expérience

Âge	Fréq (%)	Niveau d'instruction	Freq	Année d'expérience	Freq
Moins de 35 ans	--	Niveau primaire Niveau moyen	-- 01 (4.34)	Moins de 5 ans	--
Entre 36 et 50 ans	16 (69.56)	Niveau secondaire	02 (8.69)	De 6 à 10 ans	10 (43.47)
Plus de 51 ans	07 30.44	Formation professionnelle Niveau universitaire	13 (56.54) 10 (43.47)	Plus de 11 ans	13 (56.53)
Total	23 (100%)	Total	23 (100%)	Total	23 (100%)

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

Les entrepreneurs de notre échantillon sont majoritairement âgés entre 36 et 50 ans cette tranche d'âge représente 69.56%, et 30.44% ont plus de 51 ans. Ceci dénote que ce sont des entrepreneurs dotés d'une certaine maturité.

Relativement au niveau d'instructions des entrepreneurs de notre échantillon, nous constatons que 56.54% ont suivi une formation professionnelle, 43.47% sont des diplômés universitaires. Ces résultats témoignent de l'existence d'une corrélation positive entre le niveau d'instruction et la dynamique entrepreneuriale.

La question de la capitalisation de l'expérience est un des faits appuyant sur l'intention entrepreneuriale, dans notre échantillon nous dénotons que 56.53% des entrepreneurs remplissent leurs fonctions depuis plus de 11 ans. Ce qui peut s'expliquer tout d'abord par une satisfaction dans leur travail, mais aussi par leur capacité de gestion.

Tableau 4 : répartition des enquêtes selon leur fonction principale avant et après la création

Fonction au sein de l'entreprise	Freq	%	Fonction avant de créer l'entreprise	Freq	%
PDG	01	4.34	Agriculteur	--	--

GÉRANT	07	30.44	Artisan	01	4.34
DG	--	--	Commerçant	02	8.71
DRH	13	56.54	Chef d'entreprise	04	17.40
AUTRE :	01	4.34	Profession libérale	03	13.04
directeur		4.34	Employé	03	13.04
d'unité	01		Ouvrier	--	--
Chef de			Retraité	01	4.34
département			Étudiant	09	39.13
			Chômeur	--	--
			Autre	--	--
Total	23	100	Total	23	100

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

Dans notre échantillon nous constatons que 39.13% des entrepreneurs de notre échantillon étaient des étudiants avant la création de leur propre entreprise, 17.40% étaient des chefs d'entreprise, 13.04% étaient respectivement des fonctionnaires libéraux et des salariés. 8.71% étaient des commerçants. Cette diversité de statut a motivé les entrepreneurs de notre échantillon à entreprendre leur propre activité et occuper des fonctions de gérant dans 30.44% de cas, des DRH dans 56.54% de cas et respectivement avec un taux de 4.34% des PDG, Directeur d'unités et Chef de Département.

4-3 Le comportement de l'entrepreneur et son environnement social et culturel

Pour ce troisième axe, il s'agit pour nous d'étudier le comportement de l'entrepreneur et son environnement social et culturel, d'abord son choix quant à l'initiation de son projet ainsi qu'à ses motivations et les contraintes rencontrées au moment de lancement de son projet.

Tableau 5 : Facteurs ayant motivé le créateur

Motifs de création	Fréquence	Pourcentage
Continuité familiale	10	43.47%
Suite à un licenciement	02	8.70%
Envie de changement	10	43.47%
Besoin d'autonomie et d'indépendance	13	56.52%
Ambition, désir de relever un challenge	05	21.73%
Meilleurs revenus	06	26.08%
Souplesse, flexibilité des horaires	--	--
Pouvoir de décision, d'initiative	04	17.39%
Gestion d'équipe, esprit d'animation	01	4.34%
Motivation de groupe	03	13.04%
Vivre de sa passion	06	26.08%
Opportunité	13	56.52%
Sans avis, pas de raisons principales	--	--
Autres motifs	03	13.04%

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

Les facteurs de motivations sont diversifiés nous retrouvons :

- En première position, le motif de l'existence d'une opportunité d'affaire avec 56.52% de cas ayant répondu que la présence d'une opportunité d'affaires est à

l'origine de la création d'entreprises, il s'agit dans ce cas de saisir l'occasion d'une conjoncture favorable à l'investissement, d'un marché vierge ou encore d'un secteur à forte demande.

- 56.52% des répondants ont cherché le besoin d'autonomie et d'indépendance ce qui reflète le désir d'être le patron de soi-même, mais aussi la capacité de prendre des décisions liées à leurs propres motivations intérêt. Ce motif est d'autant plus présent chez les entrepreneurs issus de la formation professionnelle ou encore les entrepreneurs diplômés d'universités, mais qui estiment que leurs spécialités ne sont pas demandées sur le marché du travail.
- La continuité familiale est un des facteurs qui a motivé 43.47% des entrepreneurs à entreprendre ce qui s'explique qu'ils ont grandi dans un milieu d'entrepreneurs. En effet, la perpétuité de l'activité devient ainsi un facteur de motivation très important dans l'entrepreneuriat.
- Avoir un meilleur revenu est l'affaire de 26.08% des entrepreneurs qui déclarent que la vie salariale est synonyme de soumission où les efforts ne sont pas récompensés et que seule la tutelle en tire profit.
- Enfin, vivre de sa passion est un des facteurs qui a motivé 26.08% des entrepreneurs, a valorisé leurs acquis théoriques accumulés au cours de leur vie.

Tableau 6 : Les contraintes rencontrées au moment de lancement de l'entreprise

Contraintes rencontrées	Fréquence	Pourcentage
Manque d'expérience	06	26.08
Manque de confiance en soi	--	--
Manque de ressources financières	16	69.56
Recrutement du personnel	03	13.04
Débouchés clientèle	03	13.04
Charges administratives et réglementations	10	43.47
Le manque de qualification	04	17.39
Manque de flexibilité du personnel	01	4.34
Manque de polyvalence du personnel	02	8.69
La formation du personnel	02	8.69
Infrastructures	--	--

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

La majorité des entrepreneurs soit 100% ont rencontré des contraintes au moment de lancement de leur affaire.

Ces contraintes sont liées dans 69.56% de cas au manque de ressources financières pour monter leur affaire, ce qui témoigne du critère d'indépendance financière de ces derniers qui préfèrent plutôt le recours à l'épargne personnelle et celles des amis et de la famille que le crédit bancaire. Suivi par les charges administratives avec un taux de réponse de près de 43.47%, car les entrepreneurs enquêtés réclament la lenteur de procédures administratives et la bureaucratie administrative.

4-4 L'entreprise et le territoire local

À partir de quatrième axe, on commencera à s'intéresser à l'entreprise et son territoire local. D'abord par les facteurs qui sont à l'origine de l'implantation de

l'entreprise et le type de rapports existants entre l'entreprise et les autres entreprises de même secteur. L'objectif de cet axe est de vérifier l'hypothèse de recherche.

Tableau 7 : répartition des répondants enquêtés selon leur origine d'implantation

Facteurs d'implantation	Fréq	%
La proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur	10	43.47
Disponibilité de la main-d'œuvre	03	13.04
Accès facile à l'information	02	8.70
Qualification de la main-d'œuvre	02	8.70
L'accessibilité à la matière première	13	56.52
Souplesse de l'administration	01	4.34
Avantage fiscal	--	--
Proximité du marché	07	30.34
Présence d'infrastructures de base	12	52.17
Disponibilités du foncier et des locaux	12	52.17
Réputation commerciale de la wilaya de Bejaia	05	21.73

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

L'analyse des données du tableau N°7 nous renseigne sur le poids de chaque facteur dans le choix de l'implantation de l'entreprise.

Les résultats obtenus nous permettent de constater que près de la moitié des répondants soit 56.52% affirment que l'accessibilité à la matière première est un facteur important du choix de la localisation, vient en deuxième position la présence d'infrastructures de base et la disponibilité du foncier et des locaux pour 52.17% d'entrepreneurs. En effet, la wilaya est bien dotée d'infrastructure de base : aéroport, réseau routier, gaz, eau..., d'une infrastructure ferroviaire et d'un port pétrolier et commercial classés troisièmes en termes d'importance du trafic derrière celui de la capitale Alger et de la wilaya d'Oran. En outre la wilaya de Bejaia compte par ailleurs, trois zones industrielles dans les communes de Bejaia, d'El - Kseur et d'Akbou.

En troisième position la proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur représente le taux de réponse de 43.47% des entrepreneurs, ceci explique la dynamique entrepreneuriale qui y règne dans la région de Bejaia.

La proximité du marché vient en quatrième position avec un taux de 30.34%. Ce constat permet d'avancer l'existence d'une corrélation positive entre la proximité géographique et le choix de la localisation des entreprises.

Tableau 8 : Les relations existantes entre les entreprises

Votre entreprise entretient-elle des relations avec des autres entreprises	Oui	Non
	19	04
Type de relation	Fréquence	Pourcentage
De concurrence	06	26.08
D'échange de travail qualifié	03	13.04
Dépannage en matière première	10	43.47
Être complémentaire	03	13.04

Aide financière	--	--
Échange d'expérience	--	--
Accord sur les salaires	--	--
De relation de coopérations (entre-aide, d'échange)	08	34.78
De sous-traitance	03	13.04
De transferts technologiques	03	13.04

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

L'analyse des résultats de ce tableau nous permet de tirer des conclusions sur un élément clé pour les entreprises : les relations. Le lien entre les entreprises de notre échantillon et les autres entreprises locales est limité à des relations de dépannage en matière première avec 43.47%. Ce recours trouve lieu aussi bien auprès d'entreprises de la wilaya, voire même d'autre wilaya.

De plus, les relations ne se limitent pas à des relations de voisinage, mais aussi à des relations de coopérations et d'entraide pour 34.78% de cas. Des relations de concurrence caractérisent un taux de 26.08% de cas, qui est accentué par l'existence d'une dynamique entrepreneuriale qui favorise la création et le développement des entreprises au niveau de la région.

4-5 L'Accès aux financements

Dans ce dernier axe, nous verrons quels sont les différents modes d'accès aux ressources financières, les sources principales de capital investi. L'objectif recherché est de déterminer le degré de recours aux aides attribuées par les banques.

Tableau 09 : Répartition des répondants enquêtés selon la source principale de capital investi.

Source principale du capital investi	Fréq	%	Raisons de non-recours au prêt	Fréq	%
-Épargne personnelle	09	39.13	-L'entreprise ne peut pas offrir de garanties suffisantes	02	8.69
-Emprunt chez les amies ou des proches (familles).	04	17.39	-L'entreprise ne désire pas être endettée	03	13.04
-Emprunt bancaire	12	52.17	-Lenteur et complexité de la procédure d'obtention de prêt.	06	26.08
-Autre (fond propre de l'État)	01	4.34	-L'entreprise n'a pas besoin de s'endetter	02	8.69
			-Ce serait une perte de temps, l'entreprise ne recevrait pas de prêt	01	4.34
			-Le taux d'intérêt est trop élevé.	02	8.69

Source : enquête de terrain, Béjaia.2021

Relativement à la nature des investissements engagés pour entreprendre leur activité, nous constatons que 56.52% des entrepreneurs ont engagé leur propre épargne, l'emprunt chez la famille et les amis. Ces faits témoignent de plusieurs faits, nous dénotons parmi que :

- Certains entrepreneurs soient près de 8.69% déclarent qu'ils ne peuvent pas répondre aux exigences des banques en termes de garanties.
- 13.04% des entrepreneurs ne désirent pas être endettés et préfèrent investir leur propre capital, pour ne pas sentir condamner par le versement des intérêts et le remboursement de la dette, dans la crainte de voir ses biens confisqués par la banque en cas d'échec.
- La procédure d'obtention de prêt est trop difficile pour 26.08% des entrepreneurs n'ayant pas fait de demande de prêt, juge que la procédure d'obtention d'un prêt est lente et nécessite beaucoup de relations personnelles et informelles.
- Enfin, 4.34% estiment d'avance qu'il n'y aura pas de suite à leur demande d'obtention de prêt. Selon eux, le système bancaire algérien est infecté par la bureaucratie.

CONCLUSION :

L'industrie agroalimentaire apparait depuis peu comme un secteur porteur pour les petites et moyennes entreprises pour plusieurs raisons, notamment l'augmentation de la population et l'émergence de problèmes alimentaires, le développement rapide et l'évolution de la technologie moderne dans divers aspects de la vie. Cette industrie est la pierre angulaire de l'économie du pays après l'hydrocarbure, elle joue un rôle vital dans la réalisation des objectifs de croissance économique et dans la garantie de la sécurité alimentaire de pays.

Les résultats de cette enquête qui porte sur la création et le développement des entreprises agroalimentaire dans la wilaya de Bejaia. Nous permettons de souligner que la création des richesses dans une société est la conséquence du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel. Cette création se base sur plusieurs éléments importants : d'abord, l'entrepreneur est un personnage central, qui réunit et combine des moyens de production, comme nous l'avons vu. Son acte d'entreprendre est motivé principalement par la recherche d'autonomie, le gain d'argent et la volonté de créer de l'emploi et le soutien familial, en enfin par les opportunités environnementales. En ce qui concerne l'implantation géographique des entreprises, l'échantillon révèle une forte concentration des entreprises enquêtes au niveau des zones industrielles et des zones d'activités, où les infrastructures de base sont développées et à proximité des autres activités. Nous avons constaté à travers notre enquête que les entrepreneurs sont soumis à plusieurs contraintes telles que complexité et lenteur des procédures administratives ou financières et la rigidité des banques. Enfin les données de notre enquête sur le terrain, nous poussent à confirmer notre hypothèse qui stipule que les entrepreneurs possèdent différentes ressources collectives qui sont indispensables à la satisfaction de leurs besoins au différent niveau tel la disponibilité de la matière première, proximité de marché et la présence d'infrastructures de base (port, aéroport) et disponibilités du foncier et des locaux.

Références bibliographiques :

- Agemfa.** (2009), « Industrie agro-alimentaire, secteur des industries agroalimentaires ».
- Aknine,S., Ferfera,M.** (2014). « Entrepreneuriat et création d'entreprises en Algérie : une lecture à partir des dispositifs ». Revue des Sciences économiques et de Gestion, vol.14, p66-72
- Audroing,J.F.**(1995). « Les industries agroalimentaires ». Édition economic.paris. , P49.
- Ayad, N., Djenane,A.** (2015), «Création d'entreprise et choix des facteurs de localisation: étude empirique auprès d'un échantillon de PME de la wilaya de Bejaia». P 28-31
- Berrah, K., Boukrif,M.** (2013) « La problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes». L'économie et gestion des réseaux, Université Ibn Zohr, novembre 21-23, 2013. Maroc.
- Filion., L, J.** (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique évolution, tendance ». Revue internationale PME, vol.10, n°2.p 129
- Firlas., M.** (2012), « Impact des politiques d'aide de l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes ». tizi-ouzou, université Mouloud mammeri.algérie.P100
- Horri, K., khelifa, D. Maatoug., M.** (2015), « Problématique de développement des industries agroalimentaires en Algérie ». European Scientific Journal, vol.11, n°3.P 218-220
- Ifourah., H.** (2014) « La décision de création d'entreprises et entrepreneuriat en Algérie ». Université de Bejaia. Algérie.
- Kasri., B., S.** (2021) « Problématique de l'intégration du territoire dans le management des entreprises de la région de Bejaia : état des lieux et perspectives ». Université de Bejaia. Algérie.
- Kahal., S.** (2011). « Les stratégies de développement des entreprises agroalimentaires algériennes ». Al-harrache_alger: École supérieure agronomique. Algérie.