

Quel rôle du réseautage des acteurs dans la formation de l'attractivité territoriale ? Enjeux et défis pour l'action publique

What is the role of networking of actors in the formation of the territorial attractiveness? Stakes and challenges for public action

Ahmed Lahlou, (Doctorant)

*Laboratoire de L'Économie et Management des Organisations – LEMO
Faculté d'Economie et de Gestion
Université Ibn Tofail, Kenitra, Maroc*

Azouaoui Hassan, (Enseignant-chercheur)

*Laboratoire de L'Économie et Management des Organisations – LEMO
Faculté d'Economie et de Gestion
Université Ibn Tofail, Kenitra, Maroc*

Adresse de correspondance :	Faculté d'Economie et de Gestion Campus universitaire Maamora Maroc (Kenitra) BP : 2010- 14 000 Téléphone : 05-37-32-92-18. Lahlou.hmd@gmail.com
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	Lahlou, A., & Hassan, A. (2021). Quel rôle du réseautage des acteurs dans la formation de l'attractivité territoriale ? Enjeux et défis pour l'action publique. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 2(5), 394-414. https://doi.org/10.5281/zenodo.5519423 .
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

DOI: 10.5281/zenodo.5519423

Received: August 25, 2021

Published online: September 22, 2021

Quel rôle du réseautage des acteurs dans la formation de l'attractivité territoriale ? Enjeux et défis pour l'action publique

Résumé

Ce texte propose une analyse de la relation entre le « réseautage » de ces acteurs, comme forme de gouvernance et la formation de l'attractivité territoriale des entreprises. L'objectif est de montrer qu'au-delà des facteurs d'ordres financiers et économiques, la mise en réseaux d'acteurs par le biais de la proximité, constitue un enjeu managérial des plus importants pour l'action publique. D'où notre question principale de recherche : « Comment la mise en réseau d'acteurs influence-t-elle la construction de l'attractivité territoriale des entreprises ? ».

Pour répondre à cette problématique, nous avons mobilisé la théorie de « la proximité », qui constitue une voie d'enrichissement de l'approche en termes d'attractivité territoriale. Ainsi, nous confrontons cinq propositions de recherche selon un double volet: le premier concerne l'influence des différentes formes de la proximité sur la mise en réseaux d'acteurs impliqués dans la formation de l'attractivité et le second vise l'influence de ces réseaux sur la formation de l'attractivité territoriale des entreprises.

Les principaux résultats de cette recherche font ressortir que la mise en réseau des acteurs de l'attractivité peut rendre le territoire attractif, à travers l'émergence des différentes relations entre ces acteurs situés sur un territoire. Ces relations peuvent être conçues par la proximité géographique permanente et temporaire, par la proximité organisationnelle et par la proximité institutionnelle. Nous avons montré également que le réseau est à même d'expliquer l'attractivité territoriale, par les dispositifs de coordination qu'il permet et les formes relationnelles qu'il mobilise pour attirer et faciliter l'implantation de nouvelles activités.

Notre recherche a donc tenté de s'inscrire dans une démarche novatrice au sens où nous avons cherché à comprendre comment la mise en réseau d'acteurs influence-t-elle la construction de l'attractivité territoriale des entreprises, et ce, en mobilisant la théorie de la proximité. En effet, la relation entre les mécanismes de proximité dans une démarche de mise en réseau d'acteurs et l'attractivité territoriale reste encore un champ pas encore exploré dans la littérature, notamment dans le contexte marocain. L'inscription dans ce courant nous a permis de dépasser l'explication de l'attractivité par de simples dotations génériques. En effet, nous considérons que dans une logique de développement territorial, une telle explication peut conduire à une situation néfaste pour les territoires en raison d'une concentration sur la compétitivité prix conduisant à des situations de surenchères.

Mots clés : Réseau d'acteurs, Proximité, Attractivité Territoriale, Action Publique, Gouvernance.

Classification JEL : R00

Type de l'article : Recherche appliquée

Abstract

This article proposes an analysis of the relationship between the "networking" of these actors, as a form of governance, and the formation of the territorial attractiveness of companies. The objective is to show that beyond the financial and economic factors, the networking of actors through proximity constitutes one of the most important managerial issues for public action. Hence our main research question: "How does the networking of actors influence the construction of the territorial attractiveness of companies?"

To answer this question, we have mobilized the theory of "proximity", which constitutes a way of enriching the approach in terms of territorial attractiveness. Thus, we confront five research proposals according to a double aspect: the first one concerns the influence of the different forms of proximity to the networking of actors involved in the formation of attractiveness and the second one aim at the influence of these networks in the formation of the territorial attractiveness of companies.

The main results of this research show that the networking of attractiveness actors can make a territory attractive, through the emergence of different relationships between these actors located in a territory. These relationships can be conceived through permanent and temporary geographic proximity, organizational proximity and institutional proximity. We have also shown that the network is able to explain territorial attractiveness, through the coordination mechanisms that it allows and the relational forms that it mobilizes to attract and facilitate the establishment of new activities.

Our research has therefore attempted to take an innovative approach in the sense that we have sought to understand how the networking of actors influences the construction of the territorial attractiveness of companies, by mobilizing the theory of proximity. Indeed, the relationship between the mechanisms of proximity in a process of networking actors and territorial attractiveness remains a field not yet explored in the literature, particularly in the Moroccan context. The inclusion in this current has allowed us to go beyond the explanation of attractiveness by simple generic endowments. Indeed, we consider that in a logic of territorial development, such an explanation can lead to a harmful situation for the territories because of a concentration on price competitiveness leading to situations of one-upmanship.

Keywords : Actors Network, Proximity, Territorial Attractiveness, Public Action, Governance.

JEL Classification : R00

Paper type : Empirical research

1. Introduction

L'attractivité territoriale des entreprises joue un rôle important dans la restructuration du tissu économique local. En effet, l'installation des entreprises au niveau d'un territoire constitue le moteur de son développement à travers le rôle qu'elles jouent dans la création d'emplois et l'absorption du chômage.

Selon Gomez (2014), cette attractivité se forme suivant un processus de coévolution entre des acteurs économiques, sociaux et institutionnels. Toutefois, on trouve souvent des territoires qui se dotent de plusieurs acteurs : instituts, universités, laboratoires de recherche ..., mais ne parviennent pas à combler le manque en matière d'implantation des investissements. D'où le rôle prépondérant des acteurs de l'action publique, comme les élus locaux à mettre en œuvre des mesures adéquates prenant en compte la mise en réseaux des différents acteurs, pour attirer les entreprises à s'y implanter.

Nous mettons l'accent dans cet article sur les réseaux d'acteurs, ces derniers méritent à notre point de vue d'être analysés profondément davantage pour dégager le rôle que représente dans le développement de l'attractivité territoriale, et ce, en mettant en exergue la place de l'action publique dans la formation et la simulation de ces réseaux. En effet, plusieurs chercheurs : Bazin (1998); Guesnier (2006), etc., ont tenté d'appréhender la notion d'attractivité en dépassant la simple dichotomie offre territoriale /demande d'entreprises. Ces auteurs soulignent de manière implicite l'existence d'une relation dynamique entre la relation entre les différents acteurs et la formation de l'attractivité territoriale, sans spécifier quelle est la nature de cette relation.

Prolongeons ces travaux, nous nous attachons dans le cadre de cet article, d'appréhender la relation entre la mise en réseaux d'acteurs, comme forme de gouvernance, et la formation de l'attractivité territoriale dans le contexte marocain. Pour ce faire, nous mobilisons la théorie de la proximité. Cette notion plurielle de « proximité » constitue une voie d'enrichissement de l'approche en termes d'attractivité territoriale.

La perspective retenue nous a menés à opter pour une posture interprétativiste. En effet, notre recherche s'inscrit dans une optique de compréhension de notre objet d'étude avec précisément pour vocation de comprendre l'impact du contexte : le réseautage d'acteurs sur l'attractivité territoriale des entreprises, et ce, selon un double volet. Le premier concerne l'influence de la proximité (au sens pluriel) sur la mise en réseaux d'acteurs impliqués dans l'attractivité et le second vise l'influence de ces réseaux sur la création de l'attractivité territoriale. Nous souhaitons appréhender ce phénomène complexe, en nous plaçant dans la perspective des acteurs, de leur pratique et en cherchant à comprendre les interprétations qu'ils en donnent. L'objectif étant d'étudier ce phénomène dans son cadre « naturel ».

Nous avons choisi comme champs d'investigation la région de Rabat Salé Kenitra au Maroc. Le choix de ce niveau infranational régional permet d'appréhender les dynamiques territoriales et les synergies existantes. Autrement, si on raisonne en termes de proximité, le niveau régional peut être vu comme le niveau territorial le mieux placé qui permet d'appréhender la proximité.

Au début, nous nous intéressons à présenter notre conception du réseau d'acteurs comme forme de gouvernance en soi, pour ensuite nous intéresser à la notion de la proximité, ses différentes formes et leur relation avec la mise en réseaux d'acteurs. Dans un deuxième temps, nous présentons les principaux résultats de notre étude empirique dans le contexte marocain. A la fin, et sur la base de ces résultats, nous traitons le rôle de l'action publique dans la création de l'attractivité territoriale, et ce, en favorisant les différentes formes de proximité pour stimuler le réseautage des acteurs.

2. Revue de littérature et formulation des propositions de recherche

2.1. Concevoir le réseau d'acteurs comme forme de gouvernance en soi

Les premiers travaux de recherche sur les réseaux d'acteurs des entreprises sont ceux d'A. Marshall (1890), portant sur le fonctionnement des districts industriels. Ces premiers travaux considèrent que la régulation de ces réseaux repose sur une structure organisationnelle hybride qui se rapproche de la hiérarchie ou du marché. Partant de ces travaux, plusieurs chercheurs : Miles et Snow, (1992) ; Julien, (1994) ; etc., ont essayé d'approcher la notion du réseau en dépassant les deux dimensions hiérarchie et marché. Ces auteurs considèrent le réseau comme une forme de gouvernance différente de la gouvernance marchande et de la gouvernance hiérarchique. Selon Dyer et Singh (1998), ils existent deux dimensions de la gouvernance. Une gouvernance informelle basée sur les systèmes sociaux, l'encastrement, la réputation et la confiance, et une autre formelle bureaucratique basée sur les relations contractuelles et institutionnelles. Cependant, sur quel type de gouvernance repose le réseau ?

Selon T. Zerdani (2010), la régulation du réseau repose sur des relations sociales informelles, qui diffèrent des mécanismes formels reposant sur les relations contractuelles économiques et bureaucratiques. En effet, la coordination est assurée par un système social permettant de maintenir un bon fonctionnement des réseaux d'organisations, et ce, en comblant les insuffisances institutionnelles et réglementaires. Kale, Singh et Perlumetter (2000), considèrent que cette forme de gouvernance en réseau se développe à travers les multiples échanges implicites et spontanés entre acteurs, ce qui permet de nouer des relations de confiance, de respect et d'encastrement. Cette dimension informelle constitue un avantage comparatif en comparaison avec la gouvernance formelle, basée sur la dichotomie marché et hiérarchie (Granovetter, 1985).

Nous considérons au niveau de cette recherche que le réseau comme forme de gouvernance dépasse la simple dichotomie marché et hiérarchie. En effet, cette approche nous semble très limitée pour approcher le réseau avec tous ses aspects. Aussi, nous jugeons que les approches intégrant la dimension informelle se canalisent uniquement sur les relations informelles sans tenir compte des autres aspects contractuels. Par ailleurs, nous voyons à l'instar de Mendez (2005) que cette perception centrée exclusivement sur la dimension informelle peut entraîner l'échec de la coopération au niveau du réseau. En effet, pour les réseaux spontanés (ex : districts industriels), cette approche peut convenir au bon fonctionnement du réseau, cependant, pour les réseaux labellisés initiés par des politiques publiques (ex : pôles de compétitivités), la mobilisation unique de cette approche a montré ses limites, notamment pour la création des conditions favorables à l'émergence de la coopération au sein du réseau territorial provoqué.

2.2. Les différentes formes de proximités et réseautage d'acteurs

Le courant de la proximité rassemble diverses formes de rapprochement qui peuvent être à l'origine de liens entre les acteurs économiques et partant le développement de l'attractivité territoriale. Les origines de l'école de la proximité (Courlet, Colletis, Gilly, Pecqueur, Rallet, Torre et Zimmermann) se trouvent dans les travaux relatifs aux Systèmes productifs locaux (SPL), se tournant ainsi vers les travaux des économistes italiens tels que Marshall, Bagnasco, Becattini et Brusco. Les auteurs s'inscrivant dans ce courant refusent d'expliquer l'attractivité territoriale par des simples dotations génériques (Colletis et al., 1999), ils considèrent que dans une logique de développement territorial, une telle explication conduit à une situation néfaste pour les territoires en raison d'une concentration sur la compétitivité prix conduisant à des situations de surenchères (Benko, 1999).

La théorie de la proximité distingue plusieurs dimensions de la proximité. Les fondateurs de ce courant s'accordent à retenir deux dimensions : une proximité géographique d'essence spatiale et une proximité organisée d'essence non spatiale (Rallet et Torre, 2004). Pecqueur et

Zimmermann (2004) ont mis en exergue une autre répartition de la proximité organisée en différenciant la proximité institutionnelle de la proximité organisationnelle.

2.2.1. La proximité géographique

La proximité géographique traduit la distance entre acteurs (organisations et individus), mesurée en termes de coût et temps (Gilly et Torre, 2000). Elle constitue une condition de localisation souvent abordée par les acteurs (Pecqueur et Zimmermann, 2004). La proximité géographique peut avoir une dimension positive ou négative selon la représentation des acteurs, c'est ce caractère de relativité qui donne sens à cette proximité. Selon Torre (2009), il y a une grande différence entre la proximité géographique et le potentiel de la proximité géographique, en cas d'absence de mobilisation intentionnelle par les acteurs nous ne sommes pas dans un cas de proximité, mais dans un cas de potentialité de proximité. En effet, être proche ne signifie pas forcément une mise en relation, on peut avoir deux acteurs juxtaposés sans avoir aucune relation qui se forme. Par contre, si on a une mobilisation intentionnelle par les acteurs, la proximité géographique peut être source de mise en réseau et de coordination.

Selon A. Torre (2009), cette forme de proximité peut prendre une forme permanente ou temporaire. La proximité géographique permanente est matérialisée par une localisation ou par un changement de localisation dans un territoire jugé favorable à la réalisation des activités de l'acteur. Alors que la proximité temporaire est matérialisée par l'intermédiaire de déplacements ponctuels ou des mobilités (foires, salons, déplacements de travail ...). L'importance de ces deux formes de proximité géographique et le réseautage des acteurs a été défendue depuis les années quatre-vingt avec les travaux de recherche sur les différentes formes d'agglomération. Dans ce sens, les spécialistes de l'économie spatiale, y compris les modèles développés par Krugman (1991), se sont intéressés à l'explication de l'agglomération et de la concentration des activités en se basant sur les forces économiques impliquées et les externalités pécuniaires produites par une localisation. Cependant, ces analyses sont loin d'être complètes parce qu'elles ne prennent pas en considération les relations informelles, notamment dans le cadre d'une proximité géographique temporaire, hors marchés. Ainsi, plusieurs chercheurs, dont des économistes, des sociologues et des géographes (Planque, Perrin, Torre ; ...) ont mis en exergue le rôle de cette forme de proximité, dans les relations informelles à l'origine de la formation des réseaux d'acteurs. Selon A. Torre (2009), la proximité géographique temporaire facilite l'échange des connaissances, particulièrement non tacites, nécessitant un contact de face à face. Compte tenu de ces conclusions, nous soutenons les propositions suivantes :

P1.1 : Le développement d'une proximité géographique temporaire favoriserait la formation des relations entre acteurs.

P1.2 : Le développement d'une proximité géographique permanente favoriserait la formation des relations entre acteurs.

2.2.2. La proximité organisée

La proximité organisée peut être définie comme « *la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres. L'organisation facilite les interactions en son sein, en tout cas, les rend à priori plus faciles qu'avec des unités situées à l'extérieur de l'organisation* » (Rallet et Torre, 2004). Le sens de l'organisation dans cette forme de proximité signifie tous les types de relations indépendamment structurés de nature formelle et informelle. Cette signification est assimilable au sens du lien social. Ce type de proximité est source de mise en relation entre acteurs et de coordination vu qu'il permet d'avoir des moyens d'interaction. Selon Rallet et Torre (2004), ces moyens peuvent découler de deux logiques : une logique de similitude basée sur le partage des mêmes représentations et une logique d'appartenance basée sur le partage des règles, des normes et des routines. Pecqueur et Zimmermann (2004) désignent deux types de

proximités organisées : la proximité organisationnelle et la proximité institutionnelle. La différence entre ces deux formes de proximités réside dans la nature des interactions.

2.2.2.1. La proximité organisationnelle

La proximité organisationnelle renvoie à la proximité des acteurs sur le plan organisationnel. Cette notion est généralement traitée dans la littérature d'une manière assez large. Selon Gilly et Torre (2000), la proximité organisationnelle concerne des interactions effectives entre acteurs au sein d'un même espace de relations. Elle se réfère aux différentes relations qui existent à l'intérieur des organisations (relations d'appartenance) et entre les organisations (relations de similitude).

Les travaux s'intéressant aux concepts du district marshallien (Becattini, 1992), du cluster (Porter, 1998) et d'autres théories portant sur la spécialisation économique des territoires (Krugman, 1991 ; Storper, 1999) ont appréhendé l'avantage comparatif que certains territoires obtenaient lorsqu'ils développent une proximité organisationnelle, notamment en se spécialisant dans un domaine d'activité. En effet, la spécialisation sectorielle du territoire est essentielle à son dynamisme, à la fois parce qu'elle permet le développement des économies d'échelles (évoquées par Krugman), mais aussi parce qu'elle intensifie les possibilités d'échanges informels et de mise en réseau d'acteurs (Daumas, 2004). L'existence d'une activité centrale dominante va favoriser les échanges entre acteurs et leur mise en réseau. Cette spécialisation va constituer l'image et le fondement de l'organisation territoriale en lui conférant sa représentativité en tant que milieu détenteur d'un avantage concurrentiel. Compte tenu de ces conclusions, nous soutenons la proposition de recherche suivante :

P2.1: Le développement d'une proximité organisationnelle favoriserait la formation des relations entre acteurs.

2.2.2.2. La proximité institutionnelle

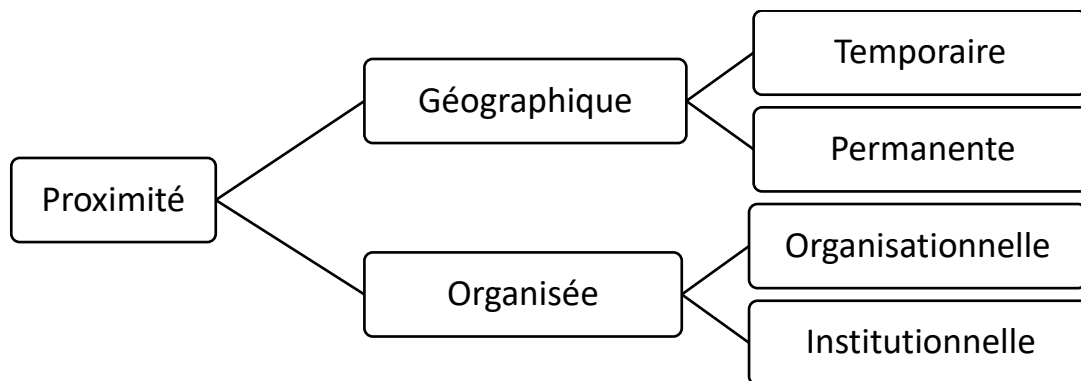
La proximité institutionnelle est un concept large qui se réfère au cadre institutionnel et politique à l'échelle macro (exemples : normes et valeurs) et aux aménagements institutionnels spécifiques à certaines relations au niveau micro (exemples : règles décisionnelles politiques) (North, 1990). Ce concept renvoie à l'idée d'acteurs encadrés dans des valeurs communes (la religion, les principes de l'ethnie, le langage, etc.) et dans un cadre institutionnel (les lois, les règles, les structures, etc.) (Zukin et Di Maggio, 1990).

La proximité institutionnelle est mobilisée par les acteurs dès qu'ils veulent interagir. En effet, pour avoir des interactions, les acteurs doivent avoir des représentations partagées (coutumes, règles, etc.). Cette proximité permet de structurer les relations entre acteurs dans le cadre d'un processus de libération et de contrainte permet par cette proximité (Talbot, 2005).

D'un autre côté, bien que les institutions ne soient pas toutes d'origine territoriale, le territoire peut parfois intervenir dans leur formation et développer certaines proximités institutionnelles. Le territoire en tant que référent partagé facilite la création de relations. En effet, les acteurs peuvent partager des références culturelles locales et identitaires par le fait d'être originaires d'un même territoire. Selon E. Soldo et al. (2012), l'attachement symbolique au territoire s'inscrit dans le cadre de la proximité institutionnelle. La relation d'attachement de l'entrepreneur au territoire est basée sur des liens émotionnels très solides qui ressemblent à celles de mères-enfants (Moulins J.L. et Roux E., 2008). Dans cette forme d'appartenance le territoire entraîne un effet magnétique (attractivité territoriale) sur les entreprises qui s'y réfèrent (Sencébé, 2004). En effet, le caractère interrelié des aspects cognitifs et affectifs oriente l'idée que la décision de localisation des entreprises est liée à l'attachement symbolique au territoire (H. Azouaoui et A. Ismaili, 2015). Compte tenu de ces conclusions, nous soutenons la proposition de recherche suivante :

P2.2 : Le développement d'une proximité institutionnelle favoriserait la formation des relations entre acteurs.

Figure N°1 : Les différentes formes de proximité



Source : auteurs.

2.3. Réseautage des acteurs et attractivité territoriale des entreprises

Sous l'impulsion de Krugman (1991), la nouvelle économie géographique a développé plusieurs approches théoriques pour tenter d'expliquer les différences d'attractivité entre les territoires. Ces études s'inspirent notamment des développements théoriques réalisés par Marshall à la fin du dix-neuvième siècle (Marshall, 1890) et traitant des externalités positives induites par la proximité des acteurs. D'autres recherches ont donné naissance à plusieurs concepts tentant d'expliquer les spécificités et les mécanismes des développements observés. Les districts industriels (Becattini, 1992 ; Garofoli, 1992), les clusters (Porter, 1998 ; Feser et Bergman, 2000) ou les milieux innovateurs (Aydalot, 1986 ; Camagni et Maillat, 2006), apportent chacune des constructions théoriques différenciées, mais tous mettent en évidence l'existence de spécificités locales liées aux effets des relations entre individus et entre organisations qui expliquent le choix de localisation des entreprises et la construction de l'attractivité territoriale. En conséquence, nous avons tout intérêt, dans le cadre de cette recherche, à concentrer notre analyse sur le réseautage des acteurs.

Le réseau, dont la formation est influencée par les milieux socioéconomiques dans lesquels s'inscrivent les acteurs (Bakis, 1993), il rassemble l'ensemble des relations que développent les acteurs économiques et sociaux. En somme, il est la représentation réticulaire dans laquelle les individus ou les organisations sont rattachés entre eux pour leurs activités sociales et économiques (Planque, 1991). La notion du « réseau » est cristallisateur de réflexions dans le monde des chercheurs. Selon Le Boterf (2004), l'émergence des réseaux tient « *dans une nécessaire mobilisation de l'intelligence collective face à des situations complexes à gérer ; dans la recherche de la cohérence et de la convergence des contributions des acteurs dans des structures décentralisées ; dans l'émergence d'une culture de l'interactivité ; dans le fait-tout simplement qu'il devient de plus en plus impossible d'agir avec compétence en restant isolé et sans coopérer avec les autres* ».

Pour les entreprises, le concept du réseau induit des adaptations extrêmement variées dans leur organisation. Ainsi, le réseau en tant qu'outil de recherche d'efficacité par les entreprises, répond d'abord à une quête d'organisation optimisée pour leur rôle économique. Il s'agit d'un moyen de gestion de la concurrence mêlant compétition et coopération d'acteurs. Par ailleurs, la cause la plus généralement évoquée est celle de la coopération par la recherche de complémentarité. Cette notion de complémentarité constitue un point clé de la notion de réseau (Antonelli, 2003), et ce sont les stratégies de « coopération », c'est-à-dire de recherche de compétitivité dans un rapport de coopération qui va guider les positions des entreprises en leur sein et au sein des réseaux (Carluier, 2006). Selon Offnet et Pumain (1996), les deux principaux

courants influençant l'organisation des réseaux sont la complexité technique et l'appui sur les rapports sociaux. Dans le premier cas, les entreprises vont rechercher des partenariats pour compenser leurs capacités limitées à faire face à la complexification technique de la production. Les rapports sociaux constituent le second courant d'influence des réseaux. En effet, les acteurs économiques s'inscrivent dans un environnement « milieu », où ils côtoient quotidiennement de nombreux acteurs qui vont constituer leur réseau social (Granovetter, 2000). Les relations sociales vont déclencher la création des liens répondant aux besoins de l'entreprise. Selon certains économistes, géographes et sociologues (Bazin, Guesnier, ...), ces liens constituent des facteurs explicatifs majeurs au développement des réseaux et partant à la création de l'attractivité des territoires en agissant sur le choix d'implantation de nouvelles entreprises.

L'acteur économique isolé et totalement indépendant sur ses choix de localisation n'existe pas, ou de manière très temporaire (Storper, 1999). Les relations aux autres guident les stratégies compétitives des entreprises et leurs choix de localisation. Le choix de localisation d'une entreprise est un acte mené par l'investisseur dans un territoire ayant certains facteurs explicatifs de ce choix, en contrepartie, l'entreprise génère de la valeur ajoutée qui affecte positivement le développement économique et social de ce territoire. Cela suppose l'existence d'une relation entre l'entreprise et les acteurs de ce territoire. Ce prétexte prend au premier lieu l'impact du réseautage dans l'attractivité territoriale qui repose sur une réelle complémentarité entre attractivité exogène et attractivité endogène.

Ces éléments supportent notre proposition suivante :

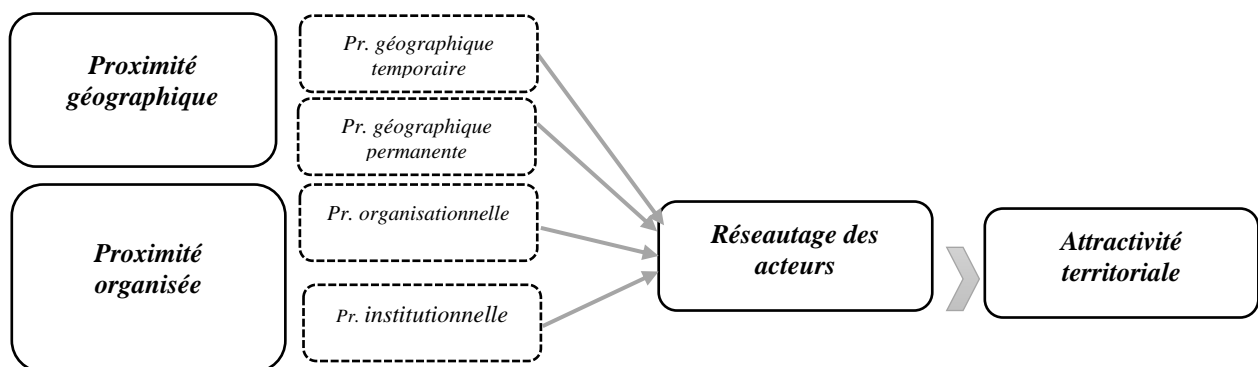
P3 : Le réseautage des acteurs favoriserait la formation de l'attractivité territoriale.

Tableau N°1 : Propositions de la recherche.

Propositions	Références fondatrices
P1 : Le développement d'une proximité géographique favoriserait le réseautage des acteurs de l'attractivité territoriale.	
<i>P1.1 : Le développement d'une proximité géographique temporaire favoriserait la formation des relations entre acteurs.</i>	<i>Planque (1991) ; Perrin (1991) ; Porter (1998) ; Audretsch et Feldman, (1996) et Estades et al. (1995).</i>
<i>P1.2 : Le développement d'une proximité géographique permanente favoriserait la formation des relations entre acteurs.</i>	<i>Ter Wal et Boschma (2007).</i>
P2 : Le développement d'une proximité organisée favoriserait le réseautage des acteurs de l'attractivité territoriale.	
<i>P2.1 : Le développement d'une proximité organisationnelle favoriserait la formation des relations entre acteurs.</i>	<i>Daumas (2004) et Krugman (1990) .</i>
<i>P2.2 : Le développement d'une proximité institutionnelle favoriserait la formation des relations entre acteurs.</i>	<i>Coleman (1988).</i>
P3 : Le réseautage des acteurs favoriserait la formation de l'attractivité territoriale.	<i>Chevalier (2003) ; Gomez (2009) et Storper (1999).</i>

Source : auteurs.

Figure N°2 : Synthèse des propositions.



Source : auteurs.

3. Méthodologie et contexte de la recherche

3.1. Choix méthodologique de la recherche

Notre recherche s'inscrit dans une optique de compréhension de notre objet d'étude avec précision pour vocation de comprendre l'impact du contexte : le réseautage des acteurs, comme forme de gouvernance, sur l'attractivité territoriale des entreprises. Nous souhaitons appréhender ce phénomène complexe, en nous plaçant dans la perspective des acteurs, de leur pratique et en cherchant à comprendre les interprétations qu'ils en donnent. Pour ce faire, nous avons adopté une méthode qualitative. Cette méthode permet un ancrage de proximité avec les interviewés, une richesse et un caractère englobant de nombreuses données, une forte puissance explicative des processus, et une meilleure stratégie de découverte et d'exploration (Miles et Huberman, 2005). Au niveau de la collecte de données, nous avons recueilli des données primaires à l'issue de 16 entretiens semi-directifs (voir Tableau 2). Nous avons ciblé les acteurs impliqués dans la formation de l'attractivité territoriale des entreprises. Le choix des acteurs a été fait en se basant sur une règle généralisable de détermination des frontières des réseaux, proposée par Doreian et Woodard (1994). Cette démarche basée sur l'effet boule de neige est fondée sur deux phases principales : la première phase porte sur la détermination du noyau du réseau à travers une approche nominaliste. La deuxième phase d'inclusion des nœuds se base sur une approche réaliste, basée sur les déclarations des acteurs constituant le noyau du réseau, ayant été inclus dans la première phase nominaliste. Cette deuxième phase consiste à déterminer la périphérie du réseau lors de nos entretiens semi-directifs en se basant sur les déclarations des acteurs.

Afin de traiter les données recueillies, nous avons retenu la méthode d'analyse thématique du contenu. Ainsi, nous avons procédé par une transcription et retranscription de l'ensemble des entretiens, puis au codage des verbatims à l'aide du logiciel NVIVO. Cette technique nous a permis d'avoir une interprétation systématique des discours et de recueillir en profondeur les représentations des acteurs interviewés.

Tableau N°2 : Panel des répondants.

Organisation	Fonction	Num de l'entretien	Durée
Ministère de l'Industrie, de l'Investissement, du Commerce et de l'Économie Numérique	Directeur	E1	1h50min
Centre Régional d'Investissement (CRI)	Responsable du Guichet unique	E2	2h10min
Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services	Chef de division	E3	1h30min
Agence Marocaine de Développement d'Investissement et des Exportations AMDIE	Directeur	E4	1h20min
Confédération Générale des Entreprises du Maroc CGEM Rabat- Salé- Kenitra	Directrice générale	E5	1h50min
Région de Rabat-Sale-Kenitra	Chef de division	E6	2h05min
	Élu	E7	1h20min
Provinces et Préfectures	Chef de division	E8	2h/10min
Communes relevant de la région de Rabat-Sale-Kenitra	2 Présidents	E9 et E10	50min
MEDZ, Aménageur et gestionnaire de parcs d'activités dans l'industrie, l'offshoring et le tourisme	Directeur Marketing territorial	E11	2h20min
Atlantic Free Zone de Kenitra	Directeur du parc	E12	1h30min
Centre Technique des Industries des Équipements pour Véhicules (CETIEV)	Responsable de la formation	E13	1h05
Banque d'affaires	Chargé de mission des investissements	E14	50min
Association marocaine pour l'industrie et la commerce automobile AMICA	Secrétaire général	E15	1h45 min

Entreprise	Directeur	E16	1h20mim
------------	-----------	-----	---------

Source : auteurs.

3.2. Terrain de l'étude

Nous avons choisi comme champs d'investigation la région de Rabat Salé Kenitra au Maroc. Le choix de ce niveau infranational régional est guidé par deux raisons. En premier, le niveau régional permet d'étudier l'attractivité selon l'approche « meso » de F. Hatem, (2004), en appréhendant les dynamiques territoriales et les synergies existantes. En seconde, dans le contexte marocain ce niveau régional regroupe toutes les catégories d'acteurs impliqués dans la formation de l'attractivité territoriale des investissements (acteurs institutionnels, acteurs économiques, acteurs de la recherche ...). Autrement, si on raisonne en termes de proximité, la région peut être vue comme le niveau territorial le mieux placé qui permet d'appréhender la proximité. En effet, le rôle de la région comme organisation territoriale vient généralement compléter les dispositions prises au niveau central et national en faveur de développement l'attractivité des investissements au Maroc.

La région de Rabat-Salé-Kenitra s'étend sur une superficie de 18.194 km², soit une superficie de 2,56% du territoire marocain. Elle compte trois préfectures : Rabat, Salé et Skhirate-Témara et quatre provinces : Kénitra, Khémisset, Sidi Kacem et Sidi Slimane. Le nombre de communes est de 114 dont 23 urbaines et 91 rurales, soit à peu près 7,6 % de l'ensemble des communes du Maroc. Elle est classée en 2ème place après la région de Casablanca-Settat, avec une part de 13,53% de la population totale du Maroc et une densité de 251,8 habitants au km².

La région de Rabat-Salé-Kénitra est la région marocaine où la part du secteur tertiaire est la plus élevée avec 64% de la valeur ajoutée régionale. Le poids de ce secteur s'explique par le statut de ville capitale de Rabat et la prépondérance des services en particulier non marchands qui représentent 36% de la valeur ajoutée des activités tertiaires. En outre, les services non marchands ne contribuent pas à la compétitivité, aux exportations et à l'attractivité de la région. A noter que la contribution régionale à l'effort d'export national reste limitée (3,4%) et est portée par les secteurs industriels et agricoles.

Concernant le secteur industriel, la région de Rabat-Salé-Kénitra est la troisième région industrielle marocaine. Toutefois, le taux d'investissement de l'industrie reste faible avec seulement 5% de l'échelle marocain, et ce, malgré l'implantation d'entreprises internationales au sein de la région, notamment celles spécialisées dans le secteur automobile, avec une spécialisation autour du câblage qui constitue 50% du tissu automobile marocain.

Le bassin d'emploi de cette région est doté d'infrastructures majeures capables d'accueillir des entreprises leaders dans leurs secteurs. Les plus importantes sont l'écosystème « Technopolis » situé à la ville de Salé et la zone franche « Atlantic Free Zone » située à la ville de Kenitra.

4. Résultats et discussions

4.1. Influence de la proximité géographique sur le réseautage des acteurs

L'importance de la proximité géographique a été défendue depuis les années quatre-vingt avec les travaux de recherche sur les Réseaux Territorialisés d'Organisations (RTO). Aujourd'hui, avec la mondialisation qui constitue un facteur accélérateur de la relocalisation des activités, nous remarquons toujours un intérêt porté pour cette forme de proximité. L'appréciation de l'influence de cette forme de proximité sur le réseautage des acteurs a été effectuée en distinguant entre proximité géographique temporaire, qui correspond à des acteurs qui interagissent de manière fréquente, sans être co-localisés, et proximité géographique permanente, qui se traduit par une co-localisation des acteurs.

Selon la majorité des interviewés (70%), la proximité géographique temporaire constitue un facteur de cohésion influençant le réseautage des acteurs. On identifie clairement l'émergence au niveau de notre terrain d'étude, d'un esprit réseau qui s'appuie sur cette forme de proximité. En effet, cette proximité temporaire favorise un climat de confiance nécessaire pour le développement des relations non marchandes. Cette confiance entre acteurs permet de valider les informations sans avoir à valider préalablement les informateurs, ce qui constitue un gain de temps extrêmement précieux, facteur de compétitivité. Cette forme de proximité permet un échange de connaissances plus facile, surtout celles requérant des rencontres de face à face, notamment les informations non tacites.

« Notre confédération a pu développer son réseau au niveau régional grâce aux différents rencontres et événements qu'on organise. En effet, lorsqu'on multiplie les possibilités des rencontres directes, des interactions surgissent et des projets d'attractivités peuvent facilement voir le jour » (E5).

« La proximité physique pour notre institution est très importante... on essaie de provoquer des rencontres de face à face avec les différents acteurs qui se trouvent au niveau de notre territoire, soit en se déplaçant chez eux, où en les convoquant à des réunions au niveau de la région » (E6).

« Le contact de face à face est très important, c'est pour cela qu'on cherche toujours à être à proximité des investisseurs, notamment en organisant des rencontres et en assistant aux divers événements » (E11).

« Le Ministère du Commerce et de l'Industrie et le Centre Régional d'Investissement travaillent sur l'amélioration du climat des affaires au niveau de la région. Pour cela ils ont mis en place le Comité Régional de l'Environnement des Affaires de la région Rabat-Salé-Kenitra (CREA RSK). ... Les rencontres d'échanges organisées par ce comité, visent de nouer des relations entre les différents acteurs pour surmonter les obstacles, améliorer le climat des affaires et partant développer l'attractivité régionale » (E6).

Ce résultat vient en cohérence avec les travaux de Ter Wal et Boschma, (2007), sur la coévolution des entreprises, des industries et des réseaux dans l'espace, qui considèrent que la proximité spatiale facilite l'échange des connaissances, particulièrement non tacites, notamment à travers les rencontres de face à face. **En conséquence, nous validons la proposition de recherche relative à la proximité géographique temporaire (P1.1).**

Concernant la proximité géographique permanente, les résultats empiriques de notre recherche ont mis en lumière que cette forme de proximité qui se matérialise par une localisation plus durable constitue également un facteur de réseautage des acteurs. En effet, 60% des répondants jugent que le développement d'une proximité permanente des acteurs constitue un facteur influençant la mise en réseau d'acteurs impliqués dans le processus d'attractivité territoriale des entreprises, comme le révèlent les citations suivantes :

« La dimension institutionnelle de la région de Rabat Salé Kenitra est spécifique vu la proximité du niveau régional du niveau central. Cela facilite davantage la coordination entre ces deux niveaux, notamment dans la mise en place des projets relatifs à l'attractivité territoriale » (E7).

« Les entreprises cherchent une localisation proche des acteurs économiques appartenant à la même filière : les sous-traitants, les opérateurs logistiques, etc. Cette proximité permet un gain en termes de temps et de coût et surtout d'incruster facilement l'écosystème en nouant des relations avec les autres entreprises présentes au niveau du même territoire » (E2).

« Aujourd'hui la proximité aux instituts et structures de la recherche devient une priorité. Au moment de la négociation avec un grand constructeur automobile français l'opportunité de s'installer à la zone franche de Kenitra, les représentants de ce groupe ont insisté sur la nécessité d'avoir des instituts de formation présents sur place. Pour cela, il fallait leur

expliquer qu'un centre de formation professionnelle dans les métiers de l'automobile va voir le jour prochainement au niveau du parc » (E11).

« La particularité du parc « Technopolis » au niveau du territoire marocain, c'est qu'il abrite une université de renommée, installée à proximité des entreprises. Cela permet la création d'une synergie favorable à l'attractivité de ce territoire » (E11).

Ce résultat vient en cohérence avec les travaux de recherche de A.Torre (2009), qui considère que la proximité géographique permanente peut jouer un important rôle dans la dynamique d'échanges entre acteurs. En effet, cette forme de proximité permet de rendre plus faciles les contacts de face à face, ainsi que la répétition des connexions et des interactions. Selon les citations précitées, on identifie clairement l'émergence d'un esprit réseau qui s'appuie sur cette forme de proximité, notamment entre les acteurs économiques et les acteurs de la recherche. Cela vient en concordance avec les travaux de recherche d'E. Persais (2020), qui montrent l'intérêt de constituer des lieux mixtes, rassemblant les acteurs de l'économie et les établissements d'enseignement supérieur et de recherche. **En conséquence, nous validons la proposition de recherche relative à la proximité géographique permanente (P1.2).**

Pailleurs, une grande partie de ces répondants jugent que la proximité géographique permanente ou temporaire n'est toujours suffisante à l'interaction des acteurs en faveur de l'attractivité territoriale. Ces interviewés considèrent que le réseautage serait favorisé par la proximité géographique, mais aussi par d'autres facteurs organisationnels et institutionnels, comme le révèlent les citations suivantes :

« L'idée initiale derrière l'aménagement de Technopolis de Rabat, est de regrouper physiquement les acteurs dans un objectif d'émergence de relations en faveur de l'innovation. Cependant, aujourd'hui ce site est devenu un simple réceptacle d'entreprises » (E11).

En effet, l'émergence d'interaction repose sur l'existence d'une autre forme de proximité, dite organisée. Ce résultat est en concordance avec les conclusions des travaux conduits par L. Bourdeau-Lepage et al. (2009). Selon ces auteurs « *les proximités géographiques, permanentes ou temporaires, ne permettent pas seules de faire émerger des interactions, vu qu'elles n'offrent que des possibilités d'interaction* ». Aussi, les résultats des travaux conduits par Saxenian (2006), sur les relations à l'origine de la réussite du modèle de la Silicon Valley aux États-Unis et par Grossetti (2001) sur Toulouse, convergent pour montrer que les réseaux d'acteurs (organisationnels et individuels), ne mobilisent pas que la proximité spatiale pour se constituer. Pour se développer, ces réseaux s'appuient également sur d'autres formes de proximités organisées. Selon Veltz (1996), il n'y a aucune raison de considérer la formation des réseaux et des externalités qui en découlent comme naturellement liée à la concentration spatiale.

4.2. Influence des proximités organisées sur le réseautage des acteurs

4.2.1. Proximité organisationnelle et réseautage des acteurs

Selon Boschma (2004), la proximité organisationnelle est considérée comme étant « la mesure dans laquelle les relations sont partagées au sein d'un agencement organisationnel (à l'intérieur d'une organisation ou entre des organisations) ». Les résultats empiriques de notre recherche ont montré que ce type de proximité intervient dans l'émergence et le développement des réseaux. En effet, tous les répondants jugent que la proximité des acteurs sur le plan organisationnel constitue un facteur influençant le réseautage d'acteurs impliqués dans le processus d'attractivité territoriale des entreprises, comme le révèlent les citations suivantes :

« Au niveau de cette région, nous remarquons que les entreprises cherchent généralement à s'implanter à proximité des entreprises qui appartiennent à la même filière pour s'incruster dans l'écosystème et pour nouer des relations économiques avec les autres entreprises présentes au niveau de ce territoire » (E6).

« L'acteur avec lequel on collabore le plus est Maroc PME parce ce qu'on a une certaine complémentarité dans nos actions en faveur de l'attractivité territoriale » (E3).

« La spécialisation de notre parc industriel a été faite d'une façon spontanée. En effet, l'installation d'une grande entreprise locomotive spécialisée dans le domaine de l'automobile a attiré naturellement d'autres industries spécialistes dans ce domaine. Cette dynamique a fait émerger un réseau d'acteurs spécialisé au niveau de ce territoire » (E12).

Pour ces interviewés, la présence d'acteurs du même domaine d'activité n'est pas vue comme une source concurrentielle, mais au contraire comme une opportunité leur permettant de développer des réseaux avec d'autres acteurs du territoire (associations défendant les intérêts de la filiale, des services institutionnels, etc.), et aussi de bénéficier de l'image de ce territoire dans ce domaine d'activité. Ces résultats viennent en concordance avec les travaux de recherche de Daumas (2004), et de Comet (2006) sur le secteur de bâtiment en France, où la forte spécialisation influence positivement le réseautage des acteurs. Ces résultats peuvent être expliqués par le fait que l'appartenance au même sous-ensemble économique et la complémentarité rendent la coopération plus aisée et partant la formation des réseaux. Les acteurs appartenant au même type d'activité ont plus d'aisance à développer des liens formels marchands et économiques basés sur les contrats, les filières, etc., et aussi à développer des externalités marshalliennes et technologiques, favorables à l'attractivité territoriale des entreprises. **En conséquence, nous validons la proposition de recherche relative à la proximité organisationnelle (P2.1).**

4.2.2. Proximité institutionnelle et réseautage des acteurs

La proximité institutionnelle se base sur un cadre institutionnel reposant sur les règles et les lois, et sur un cadre culturel reposant sur les valeurs, les habitudes et les coutumes. Les résultats empiriques de notre recherche ont bien montré que le partage de ces cadres constitue un facteur de cohésion permettant la mise en réseau d'acteurs. En effet, 93% des répondants considèrent que le partage d'un capital social institutionnel constitue un facteur de cohésion permettant la mise en réseau d'acteurs, comme le révèlent les citations suivantes :

« La relation entre acteurs est influencée par la divergence des visions concernant l'attractivité territoriale. À titre d'exemple, la vision de certaines associations professionnelles qui sont des acteurs proches du terrain n'est pas la même que celle des collectivités locales. Les associations qui représentent les entreprises cherchent moins de concurrence, alors que les collectivités cherchent à attirer les investissements sans tenir compte de ce facteur. Cette divergence au niveau des visions peut influencer négativement les relations entre acteurs » (E9).

« Certains décideurs pensent que l'attractivité se fait seulement par des composantes tangibles : la disponibilité de l'infrastructure, les plateformes d'accueils des entreprises, la disponibilité de la main-d'œuvre, etc. On a toujours tendance à négliger les composantes intellectuelles et culturelles. Mais, aujourd'hui, on commence à observer un changement dans les mentalités, surtout avec une nouvelle génération d'élus plus instruite » (E7).

« Il y a une grande discordance entre les perceptions des différents acteurs de l'attractivité concernant leur rôle dans la formation de l'attractivité et les textes des lois, cela influence négativement les relations entre ces acteurs » (E4).

« Nous partageons les mêmes objectifs avec les acteurs de la région, mais le problème chacun à son propre discours qui diffère de l'autre, ce qui bloque le réseautage au niveau de la région. Je pense qu'il faut un coaching des acteurs dans ce sens. Il y a des personnes qui possèdent une capacité à développer des relations et il y a d'autres qui doivent être formés dans ce sens » (E5).

Les résultats empiriques de notre recherche ont bien montré que cette forme de proximité est susceptible de favoriser la formation des relations interacteurs, basées sur la confiance. Ces

relations sont très recherchées par les acteurs, surtout lorsqu'on a un manque juridique des lois et des règles qui régissent les transactions. En effet, lorsqu'on a un partage de tels cadres entre acteurs individuels et organisationnels, ces derniers deviennent plus en mesure d'interagir et de coordonner leurs actions, à travers des habitudes partagées, un système juridique, etc. Aussi, les institutions permettent d'organiser et de structurer les relations entre acteurs en précisant leurs rôles, leurs limites et leurs statuts. Talbot (2005), parle d'un processus de libération et de contrainte permet par la proximité institutionnelle. Ce résultat vient en concordance avec les résultats de la recherche d'Adam-Ledunois et al. (2010), dans le contexte des parcs industriels fournisseurs en France.

4.3. Influence du réseautage des acteurs sur l'attractivité territoriale des entreprises

Notre conception du « réseautage » comme variable médiatrice, signifie le développement des liens socioéconomiques entre acteurs (réseaux d'acteurs), personnes physiques ou morales. Le « réseau », dont la formation est influencée par les milieux socioéconomiques dans lesquels s'inscrivent les acteurs (Bakis, 1993), rassemble l'ensemble des relations que développent les acteurs économiques et sociaux. Nous considérons que le réseautage, comme variable médiatrice, est à même d'expliquer l'attractivité territoriale par les dispositifs de coordination qu'il permet et les formes relationnelles qu'il mobilise pour attirer et faciliter l'implantation de nouvelles activités. Les données récoltées au niveau de notre enquête empirique ont montré que la mise en réseau de l'ensemble de ces acteurs est très importante, car elle permet le jaillissement des performances sociales et économiques et partant maintenir et améliorer l'attractivité des territoires du réseau. En effet, la totalité des répondants jugent que le réseautage des acteurs favorise l'attractivité territoriale des entreprises, comme le révèlent les citations suivantes :

« Après la réforme de la régionalisation avancée, la région n'a plus un problème de disponibilité de ressources financières comment avant, c'est plutôt le manque de relations entre les différents acteurs qui fait retarder l'avancement des projets d'attractivité territoriale » (E7).

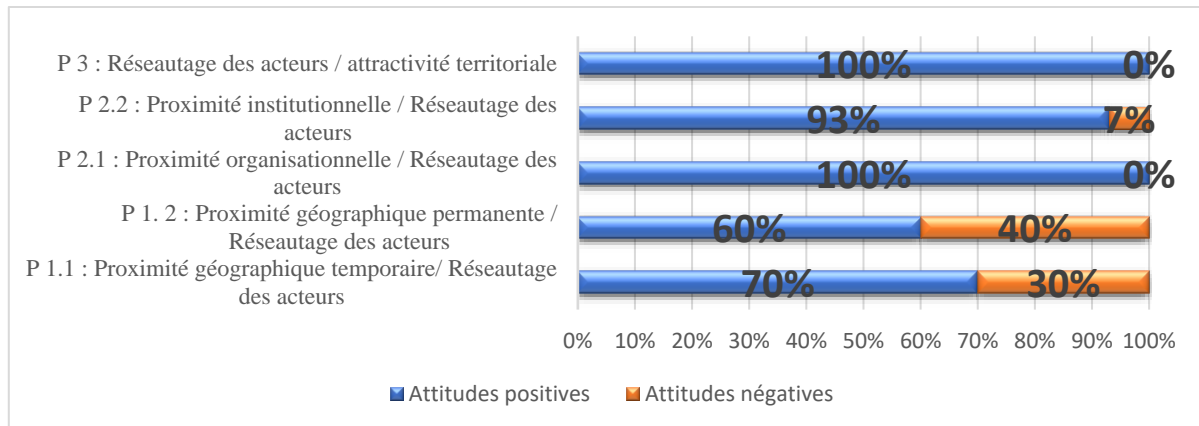
« On travaille avec plusieurs acteurs pour améliorer l'attractivité de nos territoires cibles. Nous avons des relations avec : la région de Rabat Salé Kénitra, la Préfecture de Rabat, l'AMDIE, le CRI, ... » (E5).

La cause la plus évoquée par les acteurs rencontrés, pour expliquer la place du réseau relationnel territorial dans la formation de l'attractivité territoriale des entreprises, est celle de la coopération pour la recherche de complémentarité. En effet, les acteurs impliqués dans le processus de l'attractivité vont chercher des partenariats pour compenser leurs capacités limitées à faire face à la complexification du processus de la formation de l'attractivité territoriale. Ces résultats viennent en concordance avec les travaux de recherche, de Gomez (2009), d'Antonelli (2003) et de Grenier J-N. et Malo F-B. (2008). En effet, pour construire l'attractivité des entreprises d'un territoire, ce dernier ne doit pas être considéré comme un simple réceptacle d'activités, mais comme un élément dynamique où les acteurs concernés ayant une diversité en termes de compétences doivent travailler collectivement en dépassant les frontières politiques, culturelles et géographiques. Dans ce sens, le réseau comme forme de gouvernance influence l'attractivité territoriale des entreprises, en mobilisant des formes relationnelles et de coordination pour attirer et faciliter l'implantation de nouvelles activités. **En conséquence, nous validons la proposition de recherche relative à l'influence du réseautage sur l'attractivité territoriale des entreprises (P3).**

Par ailleurs, selon les différents acteurs rencontrés, ce sont surtout les liens faibles qui influencent le plus les choix de localisation des investisseurs. Ces liens permettent plus de diffusion d'informations entre un acteur ancré sur le territoire et les investisseurs en quête d'un

territoire d'accueil, vu qu'ils permettent de pénétrer de nouveaux cercles. En effet, les individus avec lesquels les créateurs d'entreprises ont des liens forts (proches, amis et famille) tendent à être généralement dans les mêmes cercles qu'eux. De ce fait, les informations qu'ils ont correspondent souvent à des informations qu'ils connaissent déjà. Généralement, les réseaux sociaux des investisseurs possèdent des liens majoritairement faibles, cela permet la circulation d'informations importantes et diversifiées. Ces réseaux permettent un enrichissement informationnel sur les différents territoires possibles d'implantation et partant influencer leur décision de choix de localisation. Ces résultats sont en concordance avec les travaux pionniers de recherche de Granovetter (1973) sur la force des liens.

Graph N°1 : Pourcentage des attitudes positives et négatives.



Source : auteurs.

4.4. Intégration des résultats empiriques dans l'action publique en faveur de l'attractivité territoriale

Le territoire comme support de l'action publique joue un rôle capital dans la genèse de son attractivité avec comme but d'attirer plus de capitaux et d'investissements. Julien, P. A. (1996), a mis en exergue un certain nombre de facteurs qui assurent un environnement favorable à la création des entreprises et à l'attractivité des investissements, à savoir: l'existence d'un marché local important, les facteurs liés à l'agglomération, les services publics et la disponibilité des infrastructures. Ces facteurs s'inscrivant dans le cadre des modes d'intervention publics traditionnels, basés sur la simple dichotomie offre territoriale /demande d'entreprises, ont montré une efficacité très limitée. En effet, ces derniers développent des attitudes clientélistes des entreprises sans garantir un ancrage durable, on assiste généralement à la mobilité des entreprises dès l'extinction de l'aide. Aussi, le déploiement de certaines de ces mesures (subventions, baisse du prix du foncier...) risque d'impacter négativement les finances des collectivités les plus pauvres.

« Malgré qu'on a baissé le prix du foncier des terrains communaux en faveur de l'attractivité des investisseurs, on n'arrive pas à atteindre des résultats satisfaisants... notre sérieux problème est qu'on n'arrive pas à maintenir les entreprises sur place pour une longue durée» (E10).

« Le principal patrimoine communal est le foncier. On ne peut pas appauvrir notre commune en cédant ce foncier à des prix symboliques » (E11).

Par ailleurs, ces facteurs ne sont pas les seuls qui influencent la décision du choix de localisation des entreprises. L'investisseur cherche également d'autres critères, moins tangibles, mais qui affectent tout aussi certainement la décision du choix d'implantation et sa durabilité. Ces critères se rapportent à l'organisation des acteurs au niveau d'un territoire, à leur aptitude à produire collectivement et à développer des coopérations et des partenariats (Bazin, 1998). Ces ressources spécifiques s'inscrivant dans le cadre de la dynamique de mise en réseau

d'acteurs, permettent l'attractivité des entreprises, leur ancrage au niveau du territoire et une meilleure durabilité de son implantation (Carayon, P. et Coujard, J. et 1999).

« Le réseautage des acteurs constitue la base de l'attractivité de notre territoire. Pour vous illustrer l'importance du réseautage, le territoire peut être assimilé à un corps humain où les différents organes sont les acteurs. Pour rendre ce corps fonctionnel et attractif, il faut des veines qui vont faire circuler le sang entre les différents organes, sinon ce corps n'est plus fonctionnel » (E8).

Le territoire ne doit pas être considéré comme simplement un support de localisation, il s'agit en effet, d'un lieu pourvu d'acteurs et de ressources spécifiques (Jamal Y. et all, 2016). Il se construit suivant un processus de coévolution entre des acteurs économiques, sociaux et institutionnels (Gomez, 2014). Cependant, on trouve souvent des territoires qui jouissent de nombreux acteurs (instituts, universités, laboratoires de recherche ...), mais n'arrivent pas à satisfaire le besoin en matière d'attractivité des investissements et d'implantation des projets. D'où le rôle prépondérant des acteurs de l'action publique, comme les élus locaux à mettre en œuvre des dispositions adéquates prenant en considération la mise en réseau des différents acteurs, pour attirer les entrepreneurs à s'y implanter.

F. Hatem (2004), distingue trois niveaux d'intervention « concentriques » pour approcher l'attractivité, à savoir : le niveau « macro » qui porte sur les critères de localisation globaux recherchés par les entreprises, le niveau « méso » qui se focalise sur l'analyse des dynamiques locales permettant la formation d'un système productif localisé, notamment les relations existantes entre des acteurs présents sur un même lieu, telle que : les entreprises, les universités, les acteurs publics, les laboratoires de recherches et de développement..., et le niveau « micro » qui considère l'attractivité comme la capacité à offrir aux créateurs d'entreprises une offre sous forme d'un package territorial (foncier, infrastructure, main d'œuvre, etc.). Ces trois niveaux complémentaires d'attractivité posent généralement des difficultés en raison de la multiplicité des échelles d'intervention publique nécessaires pour le développement de l'attractivité territoriale. Si on raisonne en termes de proximité, la collectivité territoriale peut être vue comme l'organisation territoriale le mieux placée qui assure la proximité. Son rôle vient généralement compléter les dispositions prises au niveau central et national en faveur de développement l'attractivité territoriale.

Dans ce cadre, Peyroux C. et all, (2016), ont mis le focus sur le rôle important des collectivités territoriales dans le développement des bonnes pratiques de management territorial en faveur de l'encouragement de l'implantation et la création d'entreprises (Jamal Y. et all, 2016). Les collectivités territoriales doivent être capables de se brancher aux réseaux de mise en proximité et de mieux afficher leurs ressources spécifiques et leur capital social, relationnel et institutionnel. Pour cela, il faut d'abord favoriser la création des réseaux territorialisés d'organisation animant les filières économiques tels que les pôles de compétitivité. En effet, certains acteurs peuvent être proches géographiquement et s'ignorer par méconnaissance l'un de l'autre. Ensuite, développer les liens entre ces réseaux peu ou pas ancrés au territoire, et les différents acteurs du territoire (institutions d'encadrement, organismes de financement, collectivités territoriales ...) et non seulement aux acteurs de la même filière, sinon elles ne préservent que la seule proximité organisationnelle. Pour cela, il faut créer des entités constructrices de gouvernance collaborative au niveau de ces réseaux. En effet ces deniers apparaissent parfois hors-sol et requerraient un processus de territorialisation à travers leur connexion aux différentes institutions locales présentes au niveau du territoire.

« Depuis notre installation au niveau de ce parc industriel, nous n'avons jamais rencontré d'autres entreprises ou acteurs de ce parc. Le seul contact qu'on a est avec la société gestionnaire du parc, et ce, uniquement pour le paiement de notre cotisation » (E16).

« Les plateformes d'accueil présentes au niveau de la région permettent de favoriser la proximité physique entre certains acteurs. Cependant, nous remarquons que ces acteurs ne forment pas forcément des relations entre eux » (E4).

Par ailleurs, dans un objectif de développement de la proximité en faveur de l'attraction des investissements, il faut favoriser la création d'organisations professionnelles locales telles que les clubs et les associations. Ces organisations permettent aux individus de se rencontrer en dehors de l'entreprise, ce qui permet de développer des relations individuelles et in fine la formation des réseaux de l'entreprise. Aussi, il faut favoriser les rencontres telles que les forums, permettant de multiplier les contacts de face à face à travers une proximité géographique temporaire, ce qui permet la mise en relation des porteurs de projets avec les différents partenaires qui apporteront les moyens nécessaires à l'aboutissement du projet d'entreprise (institutions de financement, offreurs de foncier et de locaux, etc.). Le développement des liens entre les différents acteurs doit également permettre d'accroître l'innovation, en favorisant les collaborations entre les entreprises, les laboratoires de recherche et les institutions d'enseignement.

5. Conclusion

Dans ce texte, nous avons clarifié notre cadrage théorique du réseau comme forme de gouvernance. Il s'agit par ailleurs d'analyser les réseaux en se focalisant sur la relation entre les différents acteurs, notamment ceux non directement économiques tels que les institutions, qui forment les nœuds des réseaux impliqués dans l'attractivité des entreprises. Cette forme de gouvernance en réseau se développe à travers les multiples échanges implicites et spontanés entre acteurs, ce qui permet de nouer des relations de confiance, de respect et d'encastrement. Notre revue de littérature a porté également sur une présentation des jalons théoriques du courant de la proximité et ses différentes formes. A l'issue de cette revue, nous avons déterminé les attributs des différents types des proximités. Cela nous a permis de dégager nos propositions de recherche et partant construire notre modèle conceptuel de recherche, ayant fait l'objet d'une enquête qualitative. La perspective retenue nous a menés à opter pour une posture interprétativiste.

La présentation des résultats a été effectuée selon un double volet. Le premier a porté sur l'influence de la proximité (au sens pluriel) sur la mise en réseaux d'acteurs impliqués dans l'attractivité et le second sur l'influence de ces réseaux sur la création de l'attractivité territoriale. L'analyse des données collectées a été faite à l'aide d'un logiciel informatique « NVIVO », et ce, afin d'analyser le discours des différents acteurs interviewés et mesurer leur degré d'acceptation des propositions initialement formulées.

L'ensemble de ces résultats nous ont menés à analyser le rôle du réseau relationnel territorial dans la construction de l'attractivité du territoire étudié. Nous avons démontré comment, l'organisation des acteurs locaux autour d'un système de gouvernance territoriale peut rendre le territoire attractif en construisant de la proximité, basée sur les différentes interactions entre acteurs situés sur un territoire. Ces interactions peuvent être conçues par des relations de proximité spatiale (proximité géographique), par l'émergence d'une action collective à travers des relations d'appartenance et de similitude (proximité organisationnelle), par le partage de normes, de valeurs, de règles et de représentations collectives entre les acteurs (proximité institutionnelle). Nous avons également montré l'importance de l'intégration au niveau de l'action publique des mesures favorisant les proximités stimulant le développement des réseaux d'acteurs pour favoriser la création de nouvelles entreprises et rendre le territoire plus attractif, et ce, à travers la construction d'une proximité institutionnelle essentielle à la réalisation d'une proximité organisationnelle entre des acteurs proches géographiquement. Finalement, on peut dire que l'attractivité territoriale des entreprises se construit selon un enchevêtrement composé de proximités géographiques, organisationnelle et institutionnelle.

La principale limite de cette recherche est la non-focalisation sur un secteur particulier. Ceci ne nous permet pas de généraliser nos résultats sur certains secteurs de la Région de Rabat Salé Kénitra, notamment ceux dont la proximité géographique n'est pas aussi importante que d'autres, tels que le secteur des TIC. Les perspectives envisagées sont liées à cette limite. En effet, nous pourrions, dans une étape future, explorer l'influence de la mise en réseau d'acteurs sur l'attractivité d'un secteur bien déterminé. En effet, nous avons l'intention d'investiguer d'autres secteurs en pleine émergence au Maroc comme l'automobile, l'aéronautique, l'électronique, le textile, etc.

Références :

- (1) Adam-Ledunois, S., Baudasse, T., & Renault, S. (2010). Proximité et capital social: le cas des Parcs Industriels Fournisseurs. *Management Avenir*, (3), 14-34.
- (2) Antonelli, C. (2003). The digital divide: understanding the economics of new information and communication technology in the global economy. *Information Economics and Policy*, 15(2), 173-199.
- (3) Audretsch, D. B., & Feldman, M. P. (1996). R&D spillovers and the geography of innovation and production. *The American economic review*, 86(3), 630-640.
- (4) Aydalot, P. (1986). Présentation de Milieux innovateurs en Europe, Ph. Aydalot (éd), *GREMI*.
- (5) Azouaoui, H. (2018). *Marketing et management des territoires : fondements et pratiques*. Dar Nachr Maarifa.
- (6) Azouaoui, H., & Ismaili, A. (2015). L'identité de la marque de territoire et décision de localisation des entreprises: approche par la littérature. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, (11).
- (7) Bagnasco, A., & Triglia, C. (1993). La construction sociale du marché, le défi de la troisième Italie, Les éditions de l'Ecole Normale Supérieure de Cachan, coll. *Sciences Sociales*, Paris. BAKIS H. (1993), *Les réseaux et leurs enjeux sociaux*, Presses Universitaires de France, Paris.
- (8) Bakis, H. (1993). *Les réseaux et leurs enjeux sociaux*. Presses universitaires de France.
- (9) Bazin, S. (1998), « Passage d'une logique concurrentielle à une logique organisationnelle des politiques d'attraction d'entreprises : le rôle de la gouvernance locale », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°4.
- (10) Becattini, G. (1992). Le district industriel: milieu créatif. *Espaces et sociétés*, (1), 147-164.
- (11) Benko, G. (1999). Marketing et territoire. *Entre la métropolisation et le village global*, 334.
- (12) Boschma, R. (2004). Proximité et innovation. *Économie rurale*, 280(1), 8-24.
- (13) Bourdeau-Lepage, L., & Huriot, J. M. (2009). Proximités et interactions: une reformulation. *Géographie, économie, société*, 11(3), 233-249.
- (14) Brusco, S. (1994). La leçon des districts et la nouvelle politique industrielle des régions. *PME et développement économique en Europe*, 69-76. CAMAGNI R., MAILLAT D. (2006), « Du district industriel au milieu innovateur », in Camagni R., Maillat D. (dir.), *Milieus innovateurs, théorie et pratique*, Economica.
- (15) Camagni, R., & Maillat, D. (2006). *Milieus innovateurs: théorie et politiques* (pp. 1-502). Economica.
- (16) Carayon, P., & Coujard, J. (1999). Constitution de réseaux d'entreprises et ancrage territorial: la valorisation d'un potentiel relationnel. In *La métamorphose des organisations*
- (17) Carlier, F. (2006). Réseaux d'entreprises et dynamiques territoriales: une analyse stratégique. *Géographie, économie, société*, 8(2), 193-214
- (18) Chevalier M. (2003). « Méthodologie de l'indice de volume en chaîne Fisher », *Statistique Canada*, n° 13-604-MIF au catalogue n° 42, 13, p. 1-2

- (19) Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120
- (20) Colletis, G., Gilly, J. P., & Pecqueur, B. (2001). Inscription spatiale des firmes, gouvernance des territoires et régulation d'ensemble. *Journées de la proximité*, 13.
- (21) Colletis, G., Gilly, J. P., Leroux, I., Perrat, J., Rychen, F., Zimmermann, J. B., & Pecqueur, B. (1999). *Construction territoriale et dynamiques productives*. Universités d'Aix-Marseille II et III.
- (22) Comet, C. (2006). Comment trouver un professionnel de confiance pour faire des travaux chez soi? Dispositifs personnels vs. Dispositifs impersonnels.
- (23) Courlet, C. (1994). Les systèmes productifs localisés, de quoi parle-t-on?. *Industrie, territoires et politiques publiques*, 13-32.
- (24) Daumas, J. C. (2004). *Les territoires de la laine: histoire de l'industrie lainière en France au XIXe siècle* (Vol. 858). Presses Univ. Septentrion.
- (25) Doreian, P., Woodard, K. L. (1994). Defining and locating cores and boundaries of social networks. *Social networks*, 16(4), 267-293.
- (26) Dupuy, G. (1997). Offner J.-M. et Pumain D.(dir.), Réseaux et territoires, significations croisées. In *Annales de géographie* (Vol. 106, No. 597, pp. 549-551). Société de géographie.
- (27) Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of management review*, 23(4), 660-679.
- (28) Estades, J., Joly, P. B., Lemarié, S., de Looze, M. A., & Mangematin, V. (1995). Recherche publique et recherche industrielle: une analyse des relations industrielles de deux départements de l'INRA.
- (29) Feser, E. J., & Bergman, E. M. (2000). National industry cluster templates: A framework for applied regional cluster analysis. *Regional studies*, 34(1), 1-19.
- (30) Fort, F., Bories-Azeau, I., Noguera, F., & Peyroux, C. (2016). Accompagnement entrepreneurial: quelle maille territoriale d'intervention?. *Gestion 2000*, 33(2), 161-180.
- (31) Garofoli, G. (1992). New firm formation and local development: the Italian experience. *Entrepreneurship & Regional Development*, 4(2), 101-126.
- (32) Gilly, J. P., & Torre, A. (2000). *Dynamiques de proximité* (p. np). L'Harmattan.
- (33) Gomez Y. (2014). «Une approche historique de l'émergence d'un territoire par la coévolution d'un site nucléaire et de son environnement ». Actes du colloque : Territoire(s), Entrepreneuriat et Management, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, ARIMHE - Association pour la Recherche Interdisciplinaire sur le Management des Entreprises.
- (34) Gomez, P. Y. (2009). La gouvernance des pôles de compétitivité: Impasses théoriques et reformulation de la spécificité des pôles. *Revue française de gestion*, 35(190), 197.
- (35) Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 78(6), 1360-1380.
- (36) Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American journal of sociology*, 91(3), 481-510. GRANOVETTER M. (2000), « La force des liens faibles » dans M. Granovetter, *Le marché autrement*, Paris, Desclée de Brouwer.
- (37) Granovetter, M. (2000). The economic sociology of firms and entrepreneurs. *Entrepreneurship: The social science view*, 244-275.
- (38) Grenier, J. N., & MALO, F. B. (2008). La restructuration des services publics et les relations de travail dans l'administration publique québécoise. *Management International (Montréal)*, 12, 31-38. GROSSETTI M. (2004), *Sociologie de l'imprévisible. Dynamiques de l'activité et des formes sociales*, Presses Universitaires de France, Paris.

- (39) Grossetti, M. (2001). Genèse de deux systèmes urbains d'innovation en France: Grenoble et Toulouse.
- (40) Guesnier, B. (2006). « Gouvernance et performance des territoires », Paris, Hors série, Économies et sociétés, cahiers de l'ISMEA.
- (41) Hatem F., (2004b). Attractivité : de quoi parlons-nous ?, *Revue Pouvoirs locaux*, N°61.
- (42) JAMAL Y., LAKHYAR Z., BARAKATE H. (2016), « Commune et dynamique territorial », *Revue Organisation et Territoire*, n°2.
- (43) Julien, P. A. (1996). Entrepreneuriat, développement du territoire et appropriation de l'information. *Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 9(3-4), 149-178.
- (44) Kale, P., Singh, H., & Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic management journal*, 21(3), 217-237.
- (45) KESSOUS A., ROUX E. (2008), « A semiotic analysis of nostalgia as a connection to the past», *Qualitative Market Research, An International Journal*. Vol.11, n°2, p. 192-212.
- (46) KRUGMAN P. (1990). *Rethinking International Trade*, The M.I.T. Press, Cambridge Mass.
- (47) Krugman, P. (1991). Increasing returns and economic geography. *Journal of political economy*, 99(3), 483-499.
- (48) LE BOTERF G. (2004). *Travailler en réseau*, Editions d'Organisation.
- (49) Marshall A. (1890). *Principes d'économie politique*, traduit par F. Sauvaire Jourdan, Édition Gordon et Breach, Publications Gramma, réédition en 1971, tome I.
- (50) Mendez, A (2005). « Effets de la mondialisation sur l'organisation et la compétitivité des districts industriels», *Revue Internationale sur le Travail et la Société*, volume 3, n°2, octobre, pp.756-786.
- (51) MILES, M. B., & HUBERMAN, A. M. (2005). *Analyse des données qualitatives* (M. H. Rispal, Trans.) (deuxième ed.): De Boeck.
- (52) Miles, R. E., & Snow, C. C. (1992). Causes of failure in network organizations. *California management review*, 34(4), 53-72.
- (53) Moulins, J. L., & Roux, E. (2008). Un Modèle Tridimensionnel des Relations à la Marque: de l'Image de Marque à la Fidélité et aux Communications de Bouche à Oreille. *Communication au Congrès Marketing Trends, Venise*, 17-19.
- (54) North Douglass, C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. *Journal of Women s Health*.
- (55) Pecqueur, B., ZIMMERMANN, J.B. (2004). *Économie de proximités*, Paris, Lavoisier/Hermès.
- (56) Perrin, J. C. (1991). Réseaux d'innovation-milieus innovateurs. Développement territorial. *Revue d'économie régionale et urbaine*, (3-4), 343-374.
- (57) Perroux F. (1964). *L'économie du XXe siècle*, Presses Universitaires de France, Paris.
- (58) Persais, É. (2020). Vers une approche inclusive des écosystèmes entrepreneuriaux. *Revue française de gestion*, (1), 107-132.
- (59) Planque, B. (1991). Note sur la notion de réseau d'innovation. Réseaux contractuels et «réseaux conventionnels». *Revue d'economie regionale et urbaine*, (3-4), 295-320.
- (60) Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard business review*, 68(2), 73-93.
- (61) Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.
- (62) Rallet, A., & Torre, A. (2004). Proximité et localisation. *Économie rurale*, 280(1), 25-41.
- (63) Saxenian, A. (2007). *The new argonauts: Regional advantage in a global economy*. Harvard University Press.

- (64) Sencébé, Y. (2004). Être ici, être d'ici. *Ethnologie française*, 34(1), 23-29.
- (65) Soldo, E., Keramidis, O., & Arnaud, C. (2012). Les impacts de la mise en œuvre d'un événement culturel pour le territoire et ses parties prenantes: Le cas de la saison culturelle «Picasso-Aix 2009» sur le territoire de la communauté du Pays d'Aix. *Collection Espace et développement durable*, 149-165.
- (66) Storper, M. (1999). Technologie, stratégie des firmes et ordre territorial. *Sciences de la société*, (48), 9-21.
- (67) Talbot, D. (2005). Les proximités, entre contrainte et libération de l'action: le cas d'EADS. *Économie et institutions*, (6-7), 153-180.
- (68) Ter Wal, A. L., & Boschma, R. A. (2007). Co-evolution of firms, industries and networks in space. *Papers in Evolutionary Economic Geography*, 7, 1-19.
- (69) Torre, A. (2009). Retour sur la notion de proximité géographique. *Géographie, économie, société*, 11(1), 63-75. VELTZ, P. (1996), *Mondialisation, villes et territoire*, Paris, Puf.
- (70) Zerdani, T. (2010). *Gouvernance de réseaux interorganisationnels: revue de littérature et proposition d'un cadre d'analyse*. Chaire de recherche du Canada en économie sociale, Université du Québec à Montréal.
- (71) Zukin, S., DiMaggio, P., & DiMaggio, P. (Eds.). (1990). *Structures of capital: The social organization of the economy*. CUP Archive.