

L'effet de la proximité géographique sur les interactions des acteurs économiques dans les zones d'activités économiques

The effect of geographic proximity on the interactions of economic actors in The Economic Activity Zones

Auteur 1 : SAMADI Asmaa

Auteur 2 : ACHELHI Hicham

SAMADI Asmaa (Doctorant)

Laboratoire de gestion, droit interculturelle et mutation sociale de la faculté polydisciplinaire à Larache -
Centre des études doctorales de la faculté des sciences juridiques, économiques et sociales de Tanger
Université Abdelmalek Essaâdi
Asmaa.samadi@etu.uae.ac.ma

ACHELHI Hicham (Enseignant-Chercheur)

2 Département des sciences économiques et de gestion
Faculté polydisciplinaire de Larache
Université Abdelmalek Essaâdi
hicham.achelhi@uae.ac.ma

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : SAMADI .A & ACHELHI .H .(2021) « L'effet de la proximité géographique sur les interactions des acteurs économiques dans les zones d'activités économiques », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 9 » pp: 237-256.

Date de soumission : Novembre 2021

Date de publication : Décembre 2021

DOI : 10.5281/zenodo.5807443

Copyright © 2021 – ASJ



Résumé :

L'espace est un facilitateur de la proximité et notamment quand la proximité à caractère institutionnelle est faiblement partagée entre les acteurs économiques. Les entreprises situées dans la même zone géographique se trouvent confrontées entre deux choix : coopérer ou rester indifférent. L'objectif de cet article est d'analyser l'effet de la proximité géographique sur les différentes relations entretenues entre les différentes firmes situées au sein d'une même zone géographique et les avantages tirés de cette situation, ainsi que les inconvénients. La question principale de recherche consiste à démontrer le rôle de l'espace sur les interactions entre les entreprises. Nous commençons par mettre en exergue les différents types de proximité existants ensuite démontrer à travers d'une grille de lecture les différents avantages et inconvénients de la proximité sur les interactions entre les entreprises.

La méthodologie quantitative-qualitative a été privilégiée, et s'appuie sur l'étude de 50 cas d'entreprises situées sur les différentes zones d'activités économiques de Tanger. Les résultats de notre étude relèvent que 54% des entreprises questionnées ont des interactions avec des entreprises situées dans la même zone contre 46% ils sont en interactions avec des entreprises situées dans des zones différentes.

D'après notre étude, l'effet de la proximité géographique sur les interactions entre les entreprises se résume dans le pouvoir de celles-ci à mieux comprendre les besoins de clients et d'assurer une fluidité des opérations ainsi que la minimisation des coûts.

Mots clés : Proximité, interactions, coopérations, proximité géographique, proximité organisée, zone d'activités économiques

Abstract :

The space is a facilitator of proximity, especially when institutional proximity is poorly shared between economic actors. Firms located in the same geographical area are confronted with two choices: cooperate or remain indifferent. The objective of this article is to analyze the effect of geographical proximity on the different relationships maintained between the different firms located within the same geographical area and the advantages drawn from this situation, as well as the disadvantages. The main research question is to demonstrate the role of space on the interactions between firms. We start by highlighting the different types of proximity that exist and then demonstrate through a reading grid the different advantages and disadvantages of proximity on the interactions between firms.

The quantitative-qualitative methodology was privileged, and is based on the study of 50 cases of companies located on the various zones of economic activities of Tangier. The results of our study show that 54% of the companies questioned have interactions with companies located in the same area against 46% they are in interactions with companies located in different areas. According to our study, the effect of geographical proximity on the interactions between companies is summarized in the power of these companies to better understand the needs of customers and to ensure a fluidity of operations as well as the minimization of costs.

Keywords: Proximity, interactions, cooperations, geographical proximity, organized proximity, economic activity zone

Introduction :

La proximité est exprimée par la distance entre deux entités ou plus, généralement le fait d'être proche de quelque chose ou de quelqu'un signifie qu'ils sont à côté l'un de l'autre. Economiquement parlant nous pouvons trouver plusieurs entreprises situées dans la même zone mais elles sont totalement distinctes, ou même ils sont en concurrence.

En effet, la distance géographique n'est pas la seule dimension de la proximité, ils existent d'autres facteurs qui peuvent l'influencer, être à proximité ce n'est pas seulement être proche géographiquement, mais une entreprise peut choisir d'être en relation avec une autre même si elle est sur un autre continent qu'avec celle qui est sur la même zone géographique.

Dans la littérature, l'école de la proximité vise à expliquer l'effet de la proximité géographique sur les interactions entre les entreprises (BELLET *et al.*, 1993 ; TORRE *et al.*, 2000 ; BOSCHMA, 2005 ; TORRE *et al.*, 2005 ; TALBOT *et al.*, 2005 ; RYCHEN *et al.*, 2008 ; TORRE, 2010 ; BALLAND *et al.*, 2015 ; TORRE *et al.*, 2014 ; AGUILERA *et al.*, 2015). Certains auteurs considèrent la proximité comme un facteur engendrant des effets positifs et que le groupement des agents économiques dans une zone géographique pourrait suffire à améliorer l'efficacité d'ensemble. et facilite la gouvernance des relations inter-entreprises. (ADAM-LEDUNOIS *et al.*, 2010), pour d'autres auteurs, la proximité géographique n'est pas suffisante, d'autres recherches ont démontré que d'autres facteurs entrent en jeu (BELLET *et al.*, 1998).

La richesse de la littérature sur la proximité laisse, à notre connaissance, peu de domaines de recherche non traités sur ce sujet. Cependant, l'intégration de la proximité à l'étude de cas des entreprises situées sur des réseaux de proximité n'apparaît pas être un thème ayant fait l'objet de recherches approfondies.

L'objectif de cet article est de proposer une analyse de l'effet de la proximité sur les interactions entre les entreprises. Autrement dit, faire le lien entre d'une part, certains travaux sur la proximité et, d'autre part, la façon dont ils ont été exploités par des dirigeants des différentes entreprises situées dans les zones d'activité économique de Tanger. Pour atteindre cet objectif, l'article s'organise de la façon suivante : la partie théorique composée de deux parties : la première présente l'approche de la proximité à travers une revue de la littérature, une seconde expose ses différentes typologies : organisationnelle et géographique, etc. ensuite

nous avons présenté notre méthodologie de recherche utilisé, qui s'inscrit dans un cadre épistémologique interprétativiste basé sur une démarche descriptive exploratoire, l'aspect empirique s'intéresse à l'étude de l'effet de la proximité sur l'interaction des entreprises installées dans les zones économiques de Tanger au Maroc sur la base de l'utilisation des données d'une enquête représentant 23 entreprises, nous avons présenté dans la partie résultats la nature des interactions entretenues entre les différentes entreprises, et les avantages et les inconvénients que la proximité peut apporter à ces entreprises. Ces résultats ont été discutés dans la dernière partie de cet article.

Nous positionnons nos travaux dans le champ de l'exploitation des zones d'activité économique en vue d'analyser les interactions de celles-ci.

1. Proximité : Définition et typologie.

1.1. Définition

La proximité est définie dans le dictionnaire LAROUSSE comme la situation de quelqu'un, de quelque chose qui se trouve à peu de distance de quelqu'un, de quelque chose d'autre, d'un lieu. Revenons à l'historique pour mieux comprendre le mot « proximité », il est apparu pour la première fois en 1479 d'origine latin « proximus » son sens était " parenté, Ressemblance " entre 15^{ème} et le 16^{ème} siècle, il a été utilisé dans le cadre juridique pour désigner les liens de parenté lors des actes de l'héritage.

A partir du 16^{ème} siècle le mot proximité a pris une autre dimension dans la mesure où il désigne également la localisation d'objets dans l'espace et ensuite avec l'évolution de ses usages, la proximité a progressivement enrichi ses dimensions, elle devient rattachée à trois domaines à savoir : du Droit, à l'Espace, puis au Temps. (LE BOULCH, 2007).

Plus récemment, un groupe des chercheurs d'horizons disciplinaires différents (à savoir la sociologie, la géographie, etc.) ont réalisé une publication collective d'un numéro spécial de la *Revue Economique et Régionale Urbaine* paru en 1993 est considéré comme l'élément fondateur du courant de la proximité. (ADAM-LEDUNOIS *et al.*, 2010; TORRE, 2019)

Plusieurs définitions ont été donné pour le terme « proximité » par la littérature à savoir l'espace, le voisinage, les institutions, les relations inter-individuelles, les communautés Épistémiques, la parentèle, les représentations, etc. (BELLET *et al.*, 1993).

Afin de comprendre la notion de la proximité, nous présentons dans le tableau ci-après les ses différentes à partir d'une revue de littérature,

Tableau 1 : les différentes définitions de la proximité et ses caractéristiques

Type de définition de la proximité	Caractéristiques
Définition ontologique : La proximité est subjective et contingente (LE BOULCH, 2001)	Cette définition marque la distinction entre « distance » et « proximité » : détachement du caractère de la distance métrique ; Le temps est devenu la variable relative de la distance, et la distinction entre « proximité » et « promiscuité » : nie la notion de la distance, la déclaration de la proximité est toujours l'expression de la libre volonté du sujet qui l'énonce.
Définition fonctionnelle : Perspective sociale : « loi » proxémique (LE BOULCH, 2001 ; CANETTI, 1966 ; HALL, 1971 ; BAILLY, 1998) Concept de territoire : (RABAUD, 1937 ; PICARD, 1933 ; GRASSE, 1946)	La proximité est présente dans tous les actes de la vie quotidienne. La perception de la réalité sociale au travers du triptyque de la proximité (le droit, l'espace et le temps) délimite le champ des actions possibles pour un individu. L'Homme marque son territoire en déclarant sa proximité en se basant sur ses propres critères qui en résultent plusieurs types de proximité dans ce sens : les proximités positives et proximités négatives, d'autres auteurs considèrent que La distance est au cœur des équilibres entre territoires individuels et territoires collectifs.
Définition génétique : Passage de la distance métrique à la distance perçue (GADREY, 1996 ; LE BOULCH, 2001)	Les Technologies d'Information et de Communication ont changé la perception de la distance chez les Hommes on est passé d'un système fondé sur la distance absolue (métrique) ou l'Homme cherche les moyens pour réduire la distance et créer la proximité à un système fondé sur la distance perçue (relative), L'homme s'interroge sur les raisons qui amènent un sujet à se prononcer en faveur de l'existence ou l'absence d'une proximité c'est-à-dire il est désormais possible de « créer des proximités » en mettant la réalité en adéquation avec la perception souhaité du sujet.

Source : Auteurs

1.2 Types des proximités :

La littérature développe deux courants analytiques de la proximité, le premier courant fait une distinction entre cinq types de proximité respectivement intitulées : géographique, organisationnelle, cognitive, sociale et institutionnelle, ce courant se nomme L'Ecole

hollandaise. Le deuxième, c'est l'école française en fait deux : proximité géographique et organisationnelle.

Dans le tableau ci-dessous nous présenterons le résumé des principales caractéristiques de chaque type de proximité selon les différentes écoles. Sur cet article nous allons mettre la lumière sur les apports de la deuxième école.

Tableau 2 : Les types de la proximité selon la revue de la littérature

Les courants de la proximité	Les différents types de la proximité
L'école hollandaise de proximité (BOSCHMA, 2005 ; BOSCHMA <i>et al.</i>, 2010 ; BALLAND <i>et al.</i>, 2015 ; MAMAVI, 2015)	- Proximité géographique : concerne les agents économiques qui entretiennent et développent des relations inter-organisationnelles dans un espace géographiquement limité, par exemple la présence d'un équipementier sur une zone d'activité économique, à quelques centaines de mètres de l'unité d'assemblage (du constructeur). - Proximité organisationnelle : stipule dans la capacité à échanger, coordonner de connaissances tacites entre différents agents, à l'intérieur d'une même organisation et entre différentes organisations. Il s'agit donc des relations inter-organisationnelles fondées sur une gouvernance collective des activités de conception. - Proximité cognitive : est définie comme le partage d'une connaissance commune entre les agents, ce qui leur facilite la communication et avoir une forte capacité d'apprentissage des nouvelles informations. Par exemple le recrutement d'un cadre avec un profil similaire que ceux qui sont déjà en poste au sein d'un même pôle local pour faciliter l'intégration et l'appropriation des techniques grâce à la présence des mêmes savoir-faire. - Proximité sociale : est manifestée par la relation sociale entre les agences (d'amitié ou de parenté), elle facilite ainsi les échanges de connaissances tacites, plus difficiles par nature à transmettre et à communiquer. Elle diminue par ailleurs les risques d'opportunisme sans les éliminer totalement. - Proximité institutionnelle : est formée en se basant sur des règles et des normes partagées par des agents économique qu'elles soient formelles (tels que les règlements, les lois, etc.) ou informelles (tels que les valeurs, les cultures, les habitudes, etc.).
L'école Française de proximité (CARRINCAZEUX <i>et al.</i>, 2008 ; BOUBA-OLGA <i>et al.</i>, 2008 ; PECQUEUR <i>et al.</i>,	- Proximité géographique : Elle est déterminée par la distance métrique ou kilométrique entre deux entités, pondérée par les coûts financiers et temporaires de sa traversée. La proximité géographique est de type binaire, d'une part la distance géographique qui distingue la proximité de l'éloignement est relative aux moyens de transport et de la topologie des lieux et cela est pondéré par des coûts ce qui donne des informations

2004 ; TORRE 2010, 2019).	objectives sur la proximité. Et d'autres part la proximité est relative de la perception de chaque donc nous trouvons « près de » ou « loin de » varient selon plusieurs variables à savoir : l'âge, la culture managériale, etc. La proximité peut être permanente, ici nous parlons de la colocalisation c'est-à-dire deux entités sont situées sur la même zone géographique ou elles sont à proximité, comme elle peut être temporaire : dans ce cas nous parlons de la mobilisation des acteurs pour une rencontre temporaire. - Proximité organisée : a un caractère relationnel, la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres, ces interactions seront plus faciles qu'avec des unités situées à l'extérieur de l'organisation et ceci ne nécessite pas d'être sur la même zone géographique, il peut être fait à distance grâce aux nouvelles technologies d'informations et de communication. Deux raisonnements peuvent expliquer ces interactions : la première est la logique l'appartenance, il s'agit des personnes ou entités appartenant au même groupe, la même organisation donc les interactions et les échanges entre eux sont plus actives. La deuxième est la logique de similitude, lorsque les membres d'une organisation partagent les mêmes idées, les mêmes croyances, les mêmes savoirs, etc.
----------------------------------	---

Source : Auteurs

2. les effets de la proximité sur les interactions entre les entreprises.

Dans cette seconde section de la partie théorique nous analyserons les effets de la proximité géographique sur les interactions entre les entreprises.

2.1 les effets favorables de la proximité sur les interactions entre les entreprises

Les travaux de Porter portent sur l'analyse du comportement des entreprises au sein des zones de proximité géographique. Il a ainsi formé le concept de « diamant de la compétitivité » qui stipule que la compétitivité de ces zones se fait par la combinaison de plusieurs facteurs à savoir (stratégie, structure et rivalité des firmes, facteurs de production, caractéristiques de la demande, industries liées et de soutien) Porter suppose que les interactions entre les entreprises sont de plus en plus fortes lorsque ces dernières partagent la même zone géographique. Plus précisément, Porter postule que la coexistence de plusieurs entreprises dans une zone géographique conduit à des comportements qui combinent coopération, compétition ce qui augmente la performance de chacune d'elle. (PORTER, 1990 ; PORTER 1998).

La littérature sur les interactions entre entreprises au sein des zones industrielles met en exergue le rôle que jouent les dimensions humaines, historiques et culturelles. La performance et le développement des zone d'activité économique réside dans la présence d'un contexte institutionnel approprié combiné à une relation historique et sociale ce qui facilite et favorise l'échange des connaissances tacites entre les firmes, ici nous parlons de la proximité organisée (BECATTINI, 1991 ; UZZI, 1997 ; VERTOVA, 1998; GERTLER, 2003). Ces échanges se font à travers plusieurs canaux tels que les relations inter-personnelles, des associations professionnelles, partenariats et projets, etc. (BENNER, 2003 ; FAULCONBRIDGE, 2007) et par conséquent les entreprises mènent des relations durables ce qui donne lieu à des projets de coopérations suite au développent entre les acteurs des relations d'interdépendance informelles et finalement la confiance (NOOTEBOOM, 1996 ; SAMAGANOVA, 2008)

La proximité géographique est recherchée et activée par les entreprises quand elle est une opportunité et présente une valeur positive par rapport à leurs finalités, de mettre au point les modalités de coordination et de s'accorder sur le partage des gains. Les entreprises peuvent se situer à proximité l'une de l'autre pour minimiser leurs coûts de coordination (TORRE, 2010). En effet la proximité est très intéressante pour les entreprises ayant des activités complémentaires, cela permet une réduction des coûts et de la pression concurrentielle locale, cette synthèse a été validé par plusieurs études tels que l'étude du BADEN WURTEMBERG, (STABER, 2001 ; VICENTE, 2005)

Une proximité géographique favorise également le renforcement des interactions car elle facilite les rencontres en face à face et donc les échange et cela grâce à la logistique qui permet la bonne circulation des informations, des biens physiques, des individus (TORRE, 2010) et limite l'incertitude et les risques d'opportunisme (BOSCHMA, 2005).

La proximité géographique peut être permanente ou temporaire. Cette dernière est une option pour les entreprises géographiquement éloignées et elles décident de tenir des réunions périodiques en face à face tout au long du processus de production par exemple, et cela peut se faire par le déplacement de représentants. (TORRE, 2010)

2.1 les effets défavorables de la proximité sur les interactions entre les entreprises.

Après avoir traité les points forts de la proximité géographique, dans cette partie nous mettrons la lumière sur ses limites. Souvent la proximité géographique est une décision stratégique de l'entreprises pour en tirer des avantages mais elle peut provoquer quelques

problèmes qui met en conflit les aspirations professionnelles et personnelles, c'est-à-dire le personnel des entreprises situées dans des zones de proximité ils peuvent souffrir de bruit causé par autrui, pollution, coûts de location très élevés, etc. Ainsi, la frontière entre proximité recherchée et proximité subie se dessine autour des représentations de l'individu. (TABLOT, 2012). Ici on parle de la proximité subie (PIOLLE, 1991 ; BAUDELLÉ, 2000,), un phénomène issu de la concentration des activités économiques et de personnel dans un espace donné, qui engendre une certaine dégradation des conditions de vie.

En effet, les entreprises dans les zones d'activité économiques peuvent tomber dans le piège d'enfermement du système sur lui-même. Et cela par peur de fuite d'informations et pour réduire les incertitudes et l'opportunisme, nous trouvons ces situations surtout dans le cas des entreprises innovatrices. La proximité organisée permet de réduire ces coûts, mais au prix du risque de fermeture, en drainant de nouvelles sources nécessaires à la créativité (Boschma, 2005).

3. Méthodologie de recherche

3.1. Modèle de recherche

Ce travail s'inscrit dans un mode de raisonnement Test, nous cherchons à répondre à la question suivante : Quel est l'effet de la proximité géographique sur les interactions entre les entreprises situées dans les zones d'activités économiques de Tanger, donc il s'agit de tester si la proximité géographique favorise les interactions entre les entreprises. Nous avons posé l'hypothèse suivante : les entreprises implantées dans les mêmes zones d'activités économiques entretiennent des interactions entre-elles. Pour répondre à notre problématique et vérifier la validité de notre hypothèse, notre travail de recherche s'inscrit dans un cadre épistémologique positivisme aménagé. Après avoir effectué des études qualitatives, nous avons effectué 50 visites de terrain dans un premier temps nous avons présenté notre questionnaire.

Notre expérience professionnelle dans la zone franche nous a motivé à opter pour le choix de ce sujet exactement, notre objectif est de tester l'effet de la proximité géographique sur les interactions entre entreprises.

3.2. Terrain de l'étude et analyse

Nous avons fait 50 visites des différentes entreprises installées dans les zones d'activité économique de Tanger tels que la zone franche, la zone industrielle, etc. Nous avons présenté

le questionnaire aux responsables des entreprises, l'objectif de ce dernier est de collecter des données auprès des entreprises situées dans la région de Tanger. Il se compose de deux axes : Le premier, contenant des informations générales sur l'entreprise : la raison sociale de l'entreprise, son adresse, sa taille (très petite, petite, moyenne, grande) et son secteur d'activité.

Dans le deuxième axe, la méthode utilisée a consisté, au départ, dans la formulation de propositions, lesquels ont ensuite regroupées par des questions et ce après une revue de la littérature. La question principale est : la proximité géographique a-t-elle un effet sur vos transactions avec les autres entreprises ? Les réponses se situent sur une échelle à cinq positions traduisant le degré d'accord ou l'importance attribuée à la proposition c'est à dire Le répondant devait marquer son degré d'accord ou de désaccord avec la proposition par un choix de cinq réponses allant d'une manière croissante : **1** : Pas du tout d'accord, **2** : Pas d'accord, **3** : Ni en désaccord ni d'accord, **4** : Plutôt d'accord, **5** : Tout à fait d'accord.

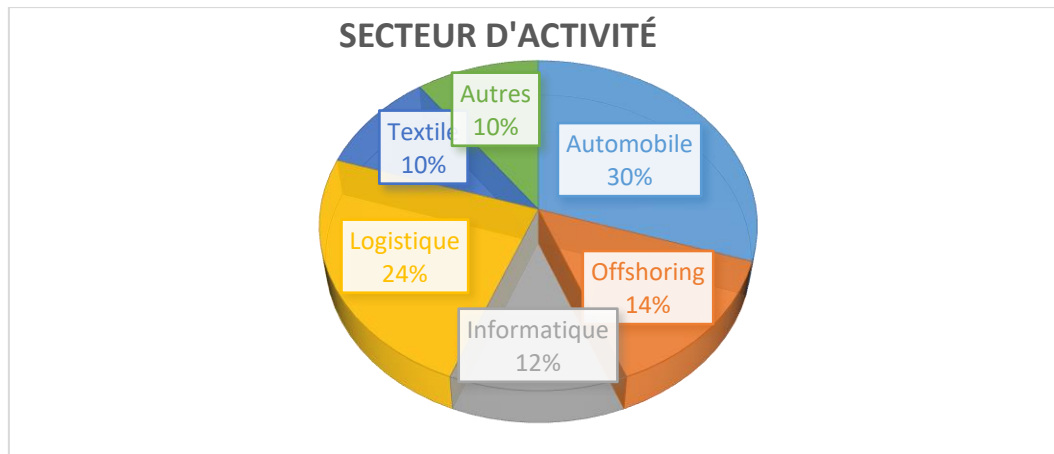
De la même façon pour chaque question, des choix de réponses ont été assignés et pour chaque réponse, une variable (code) a été affectée. Ensuite les réponses des questionnaires ont été discutées avec les répondants sous forme des entretiens semi-directif dans la mesure de comprendre les motivations et les contraintes de de leurs choix.

L'approche statistique utilisée s'inscrit dans le cadre de la théorie des sondages et les techniques d'enquête

4. Résultats

Notre étude consiste à analyser les données recueillies à partir du questionnaire que nous avons réalisé avec des entreprises qui sont installées dans les zones d'activité économique, ensuite les résultats du questionnaire ont été discutés avec les répondants pour analyser la pertinence de leur choix. Cette recherche a tourné autour de 6 questions adressées à un panel de 50 entreprises et ce pour recueillir leurs perceptions vis-à-vis de la proximité.

Figure 1 : Le secteur d'activité des entreprises questionnées

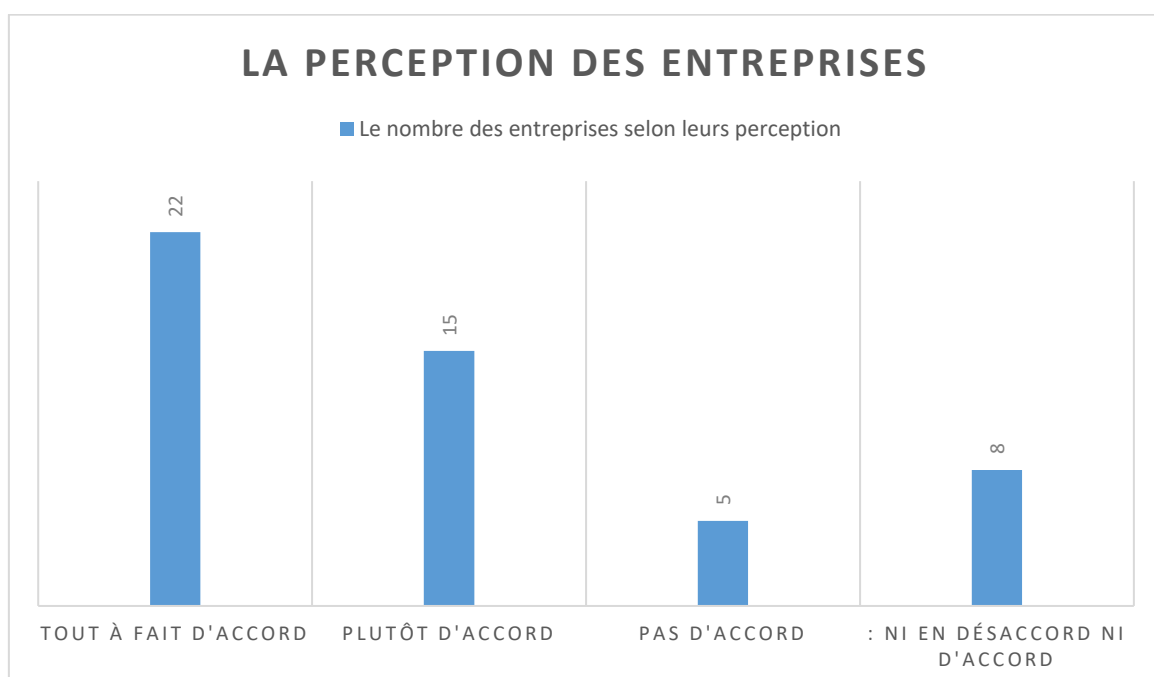


Source : auteurs

Les résultats de notre travail de recherche ont révélé que 54% des entreprises questionnées ont des interactions avec des entreprises situées dans la même zone contre 46% ils sont en interactions avec des entreprises situées dans des zones différentes.

En réponse à la question, « **Pensez-vous que la proximité géographique est un atout pour la réussite des transactions ?** » 44 % ont répondu tout à fait d'accord, 30% plutôt D'accord, 10% Pas D'accord et 16% neutre ;

Figure 2 : La perception des entreprises par rapport à la proximité comme facteur de réussite des interactions inter-organisationnelles.



Sources : Auteurs.

D'après nos résultats, il relève que 90,8% des transactions sont sous forme de Vente/ Achat c'est-à-dire une relation Client-Fournisseur, le reste des opérations de partenariat.

Les 22 entreprises qui sont tout à fait d'accord, c'est-à-dire la proximité géographique est un facteur clé de réussite de leurs transactions sont principalement des entreprises du secteur automobile et textile, une grande partie de leur chaîne d'approvisionnement, est faite d'une façon locale, leur équipementier sont sur la même zone géographique. Ces entreprises privilégient que les fournisseurs soient proches pour une livraison rapide, et en cas de problème ils peuvent se déplacer pour le régler et la proximité géographique permet une meilleure compréhension des besoins de clients.

Les 15 entreprises qui sont plutôt d'accord sont de différents secteurs d'activité, ils ont choisi de s'implanter dans les zones d'activités économiques pour leurs différents avantages que nous allons présenter dans la deuxième partie des résultats, alors que leurs transactions sont mixtes, ils profitent de la proximité géographique pour des métiers supports, par exemple l'équipement interne de l'entreprise en matière de diverses fournitures consommables alors que leurs transactions stratégiques se font en dehors de la zone où ils sont installées, alors que la majorité de leurs transactions se font avec des clients ou des fournisseurs qui sont sur des zones éloignées mais grâce aux nouvelles technologies d'information et de communication, ils peuvent se connecter sans aucun problème de coordination.

Les 5 entreprises qui ne sont pas d'accord sont des prestataires de service dont leurs activités sont la logistique, l'informatique leurs transactions se font principalement avec les entreprises étrangères, elles sont installées sur des zones franches pour leurs avantages, donc ils ne sont pas intéressés par les interactions locales, tout est fait par internet.

Finalement, 8 entreprises sont neutres, ces entreprises déclarent que la proximité géographique a aussi des avantages que des limites. Donc ils ne sont pas en mesure de juger si c'est la proximité géographique a un effet ou non sur leurs transactions car ils sont en relation avec leurs clients en ligne.

La deuxième partie de cette section consiste à présenter nos résultats concernant les avantages qui encouragent les entreprises à choisir les zones de proximité géographique d'une part, et les limites inhérentes.

La proximité géographique présente plusieurs avantages pour les entreprises situées dans les zones d'activités économiques, le plus répandu, est les avantages fiscaux, 80% des entreprises

ont précisé que cet avantage est le plus intéressant pour le cas des entreprises installées dans les zones franches (à savoir : Tanger Free zone, Tanger Automotive city, etc.). Les entreprises ayant des transactions à l'international préfèrent s'installer dans ces zones pour profiter des avantages fiscaux tels que l'exonération de la taxe sur valeur ajoutée (TVA), l'exonération de l'Impôt sur les sociétés pendant les 5 premières années ensuite la soumission avec un taux réduit à 8% au lieu de 31%, etc.

D'après nos résultats d'autres avantages sont tirés par les entreprises qui sont installées dans les zones d'activité économiques comme : être proche des clients potentiels, faciliter les transactions avec les clients et fournisseurs en Europe grâce à la position géographique stratégique des zones de Tanger en assurant le bon déroulement des échanges minimiser les coûts et les délais, avoir des opportunités pour faire des partenariats, proximité des prestataires et finalement facilité des échanges en devises.

Quant aux limites de l'implantation au sein des zones d'activité économiques, d'après nos résultats nous pouvons citer que les entreprises questionnées font face à plusieurs inconvénients. Par exemple quelques entreprises ont souligné le fait qu'être proche d'une région géographique signifie être loin des autres ce qui cause une duplication des frais et des coûts. Être en concurrence directe est parmi les inconvénients les plus remarquables par les entreprises questionnées. La fuite des informations et des techniques des entreprises représente un obstacle pour les entreprises et ce à travers les mouvements des salariés c'est-à-dire ce dernier peut quitter et partir travailler pour un concurrent. Certaines entreprises situées à proximité des usines industrielles, souffrent des déchets, Bruits gênants, pollutions causées par des entreprises voisines. Finalement certaines entreprises ont mis la lumière sur la difficulté d'accès des marchandises ou des matières dans les zones franches ce qui engendre des retards de production car toute entrée ou sortie de la zone doit passer par la douane.

Il reste à préciser que 66% des entreprises questionnées sont localisées avec des concurrents sur la même zone géographique, cette situation peut stimuler des rivalités entre les entreprises.

4. Discussion

L'objectif de cette partie consiste à analyser la pertinence du choix des entreprises questionnées. Notre étude démontre que 44% des entreprises ont confirmé l'effet positif de la proximité géographique sur leurs interactions avec les autres entreprises, ils ont précisé qu'ils font une grande partie de leurs achats sur la même zone géographique (leurs équipementiers),

cela facilite les échanges et assure une meilleure interaction, ce qui valide les travaux de PORTER qui conclut par ces études que les interactions entre les entreprises sont de plus en plus fortes lorsque ces dernières partagent la même zone géographique.

30% des entreprises questionnées ont précisé que leurs transactions sont mixtes, c'est-à-dire ils ont besoin de la proximité géographique pour profiter des avantages qu'elle présente, comme la facilité de transactions avec des devises, avantages fiscaux, fluidité des opérations mais une grande partie de leurs activités est avec des entreprises hors zone. Leurs Input (matière première, fournitures, etc.) Sont issus de leur zone d'activité économique mais par contre leur output (Produits finis) sont destinés au marché national et international, donc la proximité géographique n'est pas suffisante pour réussir leurs interactions mais elle joue un rôle très important. En effet, le succès des interactions de ces entreprises est complété par la présence de la proximité organisée qui est assurée par les différentes technologies d'information et de communication, ils n'ont pas besoin d'être à côté de leur client final pour finaliser les achats, cela peut être à distance avec la mobilisation du service logistique ou encore dans le cas de coopération il n'est pas nécessaire de se trouver dans la même zone géographique, les appels vidéo suffisent pour discuter les projets en commun, et des rencontres face-à-face de temps en temps peuvent faire l'affaire (proximité géographique temporaires), donc nos résultats valident les constats traités par TORRE et TALBOT dans leurs travaux.

10% des entreprises ont dit que leurs présences dans les zones d'activité économique sont surtout pour bénéficier des avantages fiscaux et de la simplification des démarches administratives, et bien d'autres avantages proposés par les zones franches et que la totalité de leurs transactions se font avec des clients internationaux, et qu'ils n'ont pas besoin des entreprises voisines ils sont totalement indépendantes sauf pour l'acquisition des mobiliers et fournitures de bureau, les services de télécommunications, peu d'auteurs traitant ce cas de figure, donc ce sujet sera notre prochain projet de recherche.

Finalement 16% des entreprises questionnées ont une position neutre, précisant que la proximité géographique a aussi bien des effets positifs sur leurs interactions que des effets négatifs, donc nous avons analysé avec l'ensemble des entreprises questionnées leurs perceptions quant aux avantages et les inconvénients de la proximité géographique par rapport à leurs propres expériences

Pour les avantages tirés de l'installation au sein d'une zone de proximité géographique nous constatons que certaines entreprises à part les avantages fiscaux préfèrent être proche de leurs

clients potentiels, car par la proximité géographique les transactions sont plus faciles et fluides et par conséquent cela permet de réduire les coûts de transactions et optimiser la qualité et les délais ce point est traité par ADAM-LEDUNOIS.

Quant aux effets négatifs de l'appartenance à un réseau de proximité géographique, nous pouvons citer les coûts, il ne faut pas les confondre avec la réduction des coûts évoquée dans ci-dessous, ici nous parlons des coûts externes c'est-à-dire lorsque que notre partie prenante ne fait pas partie de la même zone géographique. Dans une zone d'activité économique il faut être prêt pour se différencier par rapport aux concurrents car il en existe plusieurs, ce constat a été analysé également par PORTER.

La fuite des informations et des technologies est une menace pour chaque entreprise située dans un réseau de proximité géographique, ce qui pousse les entreprises à opter pour des stratégies protectrices et en fin de compte elle se trouve renfermée sur elle-même. Cependant le renfermement d'un système sur lui-même fait partie des inconvénients des agglomérations, notre constat a été validé par les travaux de BOSCHMA.

Nous avons analysé les effets indésirables de la colocalisation sur les entreprises en général, il ne faut pas oublier que même les individus sont influencés par cette proximité, comme la pollution, les bruits, etc. Ce point a été analysé par TABLOT, 2012

5. Conclusion :

Les diverses études de terrain sur les proximités ont conduit à deux constats, d'une part, l'existence de la proximité géographique seule n'est pas suffisante pour garantir le succès des activités dans les zones d'activité économique. D'autre part le travail à distance, ne peut se réaliser en l'absence d'interactions géographiques (TORRE, 2019.)

Dans notre article nous avons essayé de répondre à notre question principale qui est « Quel effet de la proximité géographique sur les interactions entre les entreprises situées dans les zones d'activités économiques de Tanger » vu l'importance de la proximité géographique, nous avons posé en l'hypothèse que les entreprises implantées dans les mêmes zones d'activités économiques entretiennent des interactions entre-elles.

Nous avons mis en place un questionnaire qui a été présenté à des différents responsables des entreprises situées dans les zones suscitées, et qui est ensuite été traité avec eux sur place pour analyser la pertinence de leurs choix et d'avoir des explications.

D'après notre article, il reste à préciser que les zones d'activités économiques situées à Tanger représentent plusieurs opportunités pour les entreprises, comme les avantages fiscaux, qui explique que le Maroc encourage l'émergence de ce type des zones pour augmenter l'économie du pays à cet effet nous remarquons que seul 74% des entreprises interrogées sont satisfaits de leurs situations avec quelques limites qu'on a traitées ci-dessous.

Pour conclure, il convient de dire qu'il y a le résultat espéré correspond à celui obtenu donc notre hypothèse principale est validée : une grande partie des entreprises implantées sur les zones économiques de Tanger entretiennent des relations inter-organisationnelles.

Références :

- ADAM-LEDUNOIS, S. (2010), « Proximité et capital social : le cas des parcs industriels fournisseurs », *Management & Avenir*, n° 33, p. 14-34.
- AGUILERA, A., LETHIAIS, V. & Rallet, A. (2015), Spatial proximity and intercompany communication: myths and realities. *European Planning Studies* 23(4): 798-810.
- BAILLY, A. S. (1998), « Maîtriser les proximités », p. 342, in Bellet M., Kirat T., Largeron C., *Approches multiformes de la proximité*, Paris, Edition Hermès.
- BALLAND, P. A., Boschma, R. & Frenken, K. (2015) Proximity and innovation: from statics to dynamics. *Regional Studies* 49(6): 907-920.
- BAUDELLE, G. (2000), « Proximité subie, proximité choisie : sur la contradiction entre impératifs économiques et aspirations personnelles », *ESO, Travaux et Documents*, 14, pp13-17.
- BECATTINI, G. (1991), "The industrial district as creative milieu", in Benko G., Dunford M., (eds), *Industrial change and regional development*, Behaven Press, London, pp. 102-114.
- BELLET, M., COLLETIS, G. & LUNG, Y. (1993), "Economie de proximités", Numéro spécial de la *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3.
- BELLET, M., KIRAT, T. & LARGERON, C. (1998), *Approches multiformes de la proximité*, Hermès.
- BENNER, C. (2003), "Learning communities in a learning region : The soft infrastructure of cross-firm learning networks in Silicon Valley", *Environment and Planning A*, Vol. 35, n°10, pp. 1809-1830.
- BOSCHMA, R. (2005), Proximity and innovation. A critical assessment. *Regional Studies* 39(1): 61-74.
- BOSCHMA, R. & FRENKEN, K. (2010), The spatial evolution of innovation networks: a proximity perspective. In: BOSCHMA R, MARTIN R (eds) *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*. Edward Elgar: Cheltenham, Northampton.
- BOSCHMA, R. & Ron, A. (2005), « Proximity and innovation: a critical assessment », *Regional Studies*, 39, pp. 61-74.

- BOUBA-OLGA, O. & GROSSETTI, M. (2008) Socio-économie de proximité. Revue d'Économie Régionale et Urbaine 2008-3 : 311-328.
- CANETTI, E. (1966), Masse et Puissance, Paris, Edition Gallimard, 1960, pp. 325-326.
- CARRINCAZEUX, C., LUNG, Y. & VICENTE, J. (2008), The scientific trajectory of the French school of proximity: interaction- and institution- based approaches to Regional System of Innovation. European Planning Studies 16(5): 617-628.
- FAULCONBRIDGE, JR. (2007), "Exploring the role of professional associations in collective learning in London and New York's advertising and law professional-service-firm clusters" Environment and Planning A vol.39 pp.965 – 984
- GADREY, J. (1996), L'économie des services, Paris, Collection Repères, Edition La Découverte, n° 113, p. 19.
- LE BOULCH, G. (2001), Approche systémique de la proximité : définitions et discussion. Dec 2001. ffhals00140280f
- GERTLER, M. (2003), "Tacit knowledge and the economic geography of context, or the indefinable tacitness of being (there)" Journal of Economic Geography vol.3, n°1, pp. 75 – 99
- GRASSE, P.P. (1946), « Sociétés animales et effet de groupe », Experientia, n° 2, pp. 1-16.
- HALL, E.T. (1971), La dimension cachée, Paris, Edition Le Seuil, Collection Points Essais, 1966.
- HALL, E. T. (1971). Proxemics and design. Design and environment.
- MAMAVI, O., NAGATI, H., WEHRLE, F. T., & PACHE, G. (2015). Achat public et proximité géographique : une étude économétrique dans le contexte français. Recherches en Sciences de Gestion, (4), 165-186.
- NOOTEBOOM, B. (1996), "Trust, opportunism and governance : A process and control model", Organization Studies, vol. 17, n°6, pp. 985-1010.
- PECQUEUR, B. & ZIMMERMANN, J-B. (2004), Economie de proximités. Hermès - Lavoisier, Paris.
- PICARD, F. (1933), Les phénomènes sociaux chez les animaux, Paris, A. Colin.
- PIOLLE, X. (1991), « Proximité géographique et lien social, de nouvelles formes de territorialité ? », L'Espace géographique, vol. 20, pp. 349-358.

- PORTER, M. (1998), "Clusters and the new economics of competition", Harvard Business Review, vol. 76, n°6, p. 77-90.
- PORTER, M. (1990), The Competitive advantage of nations, The Free Press, New York.
- RABAUD, E. (1929), « Phénomène social et sociétés animales », Bulletin Biologique Français et Belges, n° 63, pp. 377-398. Et Rabaud (1937), Phénomène social et sociétés animales, Paris, Alcan.
- RYCHEN, F. & ZIMMERMANN J.B. (eds), 2008, Clusters in the Global Knowledge-based Economy: Knowledge Gatekeepers and Temporary Proximity, Special Issue of Regional Studies, vol. 42, n°6, 767-776.
- SAMAGANOVA, A. (2008), "L'effcience collective du cluster du logiciel de St-Petersbourg", Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°2, pp. 225-235.
- STABER, U. (2001) "Spatial proximity and firm survival in a declining industrial district : the case of knitwear firms in Baden-Württemberg" Regional Studies vol.35, n°4, pp.329 – 341
- TALBOT, D. & KIRAT, T. (2005) Proximité et institutions : nouveaux éclairages. Économie et Institutions 6-7(1-2) : 8-16.
- TORRE, A. (2010) Jalons pour une analyse dynamique des Proximités. Revue d'Économie Régionale et Urbaine 2010-3 : 409-437.
- TORRE, A. & GILLY, J-P. (2000) On the analytical dimension of proximity dynamics. Regional Studies 34(2): 169-180.
- TORRE, A. & RALLET, A. (2005) Proximity and Localization. Regional Studies 39(1): 47-60.
- TORRE, A. & WALLET, F. (2014) Regional development and proximity relations, New Horizons in regional Science. Edward Elgar, London.
- UZZI, B. (1997), "Social structure and competition in interfirm networks : The paradox of embeddedness", Administrative Science Quarterly, vol.42, n°1, pp. 35-67
- VERTOVA, G. (1998), "Technological similarity in national styles of innovation in a historical perspective" Technological Analysis and Strategic Management vol.10, n°4, pp.437 – 449
- VICENTE, J. (2005) , Les Espaces de la Net-économie, Clusters TIC et Aménagement Numérique des Territoires, Collection "NTIC", Economica, Paris.