

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

ZOUAD RAJAA

Enseignant chercheur à la Faculté des Sciences économiques et commerciales et gestion
Université Moulay Taher
Saida, Algérie

zouad.rajaa2@gmail.com

REMMAS MOHAMED AMINE

Enseignant chercheur à la Faculté des Sciences économiques et commerciales et gestion
Université Moulay Taher
Saida, Algérie

remmas.ma@yahoo.com

HAMIDI ZEGGAI

Enseignant chercheur à la Faculté des Sciences économiques et commerciales et gestion
Université Moulay Taher Saida, Algérie

Zegai20@gmail.com

RESUME

Le territoire apparaît comme une condition incontournable du développement. Dans ce contexte, Les professionnels du développement ont aujourd'hui besoin de nouvelles clés pour comprendre et gérer leur territoire. Le diagnostic marketing territorial est une technique destinée à mesurer, évaluer et modéliser les divers enjeux du développement. Il permet de déboucher sur la promotion et la valorisation des territoires. La présente recherche a fixé pour objectif de développer un diagnostic marketing territorial de la wilaya d'Oran –Algérie- avec ses 26 communes. Nous avons appuyé l'analyse descriptive des indicateurs de développement par une analyse en composantes principales (ACP). Ceci nous a permis de définir les caractéristiques de la wilaya et d'évaluer les changements qui ont marqué et qui marqueront l'évolution de son développement économique et social. Ce diagnostic a abouti enfin à révéler les enjeux majeurs de développement local de cette wilaya.

MOTS CLES :

Territoire, Espace, Diagnostic territorial, Développement local, Analyse en composantes principales, Oran, Perspective, Politiques de développement, Collectivités locales.

ABSTRACT

TERRITORIAL MARKETING DIAGNOSTIC OF THE WILAYA D'ORAN - ALGERIA-, ANALYSIS AND PERSPECTIVE

The Territory appears as an essential condition for development. In this context, development professionals today need new keys to understand and manage their territory. Territorial marketing diagnosis is a technique designed to measure, evaluate and model the various development issues. It allows to lead to the promotion and development of territories. The present research aims to develop a territorial marketing diagnosis of the wilaya of Oran with-Algeria- its 26 communes. We supported the descriptive analysis of development indicators by principal component analysis (PCA). This enabled us to define the characteristics of the wilaya and to evaluate the changes that marked and will mark the evolution of its economic

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

and social development. This diagnosis led finally to reveal the major issues of local development of this wilaya.

KEY WORDS :

Territory, Space, Territorial diagnosis, Local development, Principal Component Analysis, Oran, Perspective, Development policies, Local communities.

INTRODUCTION

Pour comprendre et gérer un territoire, il convient de le saisir dans ses aspects spatiaux, démographiques, sociaux et économiques. Devant la complexité des processus, les professionnels du développement ont aujourd'hui besoin de nouvelles clés pour comprendre et accompagner les acteurs de terrain et les décideurs dans la conception et la mise en œuvre d'actions favorisant les dynamiques de développement sur un territoire.

La mise en place d'une telle démarche, appelle une nouvelle manière de penser : la définition d'un projet de développement local du territoire. Ce projet ne peut se faire sans l'élaboration, en amont, d'un diagnostic territorial mettant en exergue ses caractéristiques, ses enjeux et ses opportunités. Le diagnostic territorial est devenu une méthode, un outil, destiné pour mesurer, évaluer et modéliser les divers enjeux économiques et sociaux.

L'objectif est de déboucher sur la promotion et la valorisation des territoires en partant d'une vision prospective. Dans sa phase d'étude, ce diagnostic inclut les dimensions géographiques, démographiques, sociales, culturelles, économiques, institutionnelles, et prend en considération les facteurs externes qui ont une incidence sur ces dimensions.

Partant de cette hypothèse, notre problématique est centrée sur le diagnostic économique de la wilaya d'Oran dans une perspective de développement local.

1. LE DIAGNOSTIC : UN INSTRUMENT D'OBSERVATION ET D'ANALYSE DU TERRITOIRE.

Dans un monde où la nécessité du développement ne peut plus être ignorée et où les collectivités locales sont amenées à jouer un rôle prépondérant dans l'application du développement, il convient de se doter d'outils performants, simples, pertinents et cohérents afin de le favoriser.

Le diagnostic est l'outil qui permet d'établir cette représentation juste de la collectivité de façon à ce que les engagements et les actions soient pertinents avec la réalité locale.

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

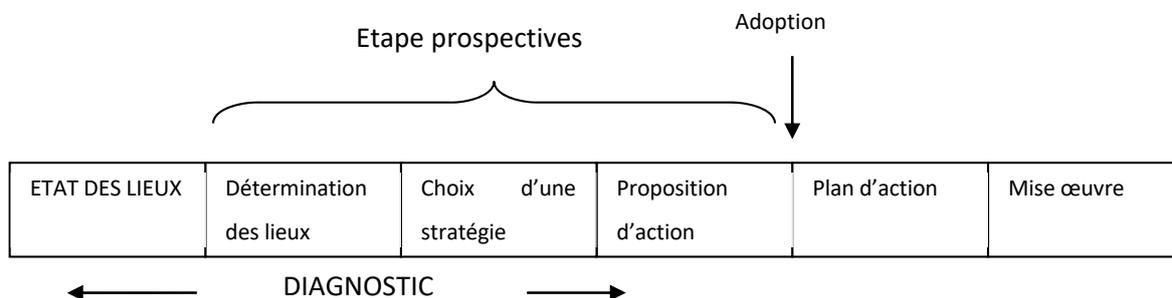
Le diagnostic économique : De quoi s'agit-il ?

Le diagnostic de territoire est constitutif d'une démarche de développement territorial, "conçu comme l'augmentation de la capacité des acteurs d'un territoire à maîtriser les processus qui les concernent" (Deffontaines *et al.*, 2001).c'est un dispositif d'analyse qui permet de mettre en avant les problématiques et les spécificités économiques d'un territoire, et d'évaluer les potentialités et les contraintes, les forces et les faiblesses, en identifier les acteurs avec leurs enjeux, stratégies et pratiques. L'objectif est de déboucher sur la promotion et la valorisation des territoires en partant d'une vision prospective.

Comment réaliser un diagnostic ?

Les méthodes proposées pour réaliser un diagnostic sont souvent peu précises et se résument à « ça dépend du milieu ». Mais De manière générale les étapes illustrées dans le schéma sont indispensables pour chaque diagnostic à savoir.

Figure N°1 : les étapes du diagnostic



Source : Géocarrefour vol 80/2/2005

Pourquoi un diagnostic ?

Le diagnostic de territoire s'applique à différentes échelles et pour différents objectifs L'objectif d'un diagnostic est de permettre l'appropriation par les acteurs de terrain d'une même vision de leur territoire et de son avenir. Donc, il doit être participatif et se présenter de manière intégrée et prospective : la recherche de synergies entre ces acteurs avec la volonté de transformer le territoire. Elles appellent à la construction de projets, dans une perspective de développement durable (Minot, 2001).

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

La population de la wilaya d'Oran est passée de 924160 habitants en 1987 à 1 453 152 habitants en 2008, soit une augmentation en valeur absolue de 528 992 habitants sur une période de 21ans. Cet important volume additionnel de la population s'est traduit par un Taux d'accroissement annuel moyen de 2,17% qui demeure identique à la moyenne nationale. Ce rythme de croissance démographique a permis de multiplier la population initiale résidente par 1,5 soit une augmentation annuelle moyenne de plus de 25 190 personnes/an.

Au plan démographique, la ville d'Oran est la seule ville importante du pays ayant dépassé le million d'habitants (avec Bir El Djir) ; après Alger et de ce fait, son rôle dans l'équilibre de l'armature urbaine nationale devient crucial.

Cependant l'observation des taux d'accroissement enregistrés lors des différents RGPH fait apparaître une baisse de la tendance du rythme de la croissance démographique. En effet, l'indice de l'évolution de la population est passé de 2,45% entre 1987 -1998 à 1,9 % en 2008 et à 2.53% en 2014 (RGPH, 2008).

Cette baisse est due généralement à la politique nationale de maîtrise de la croissance démographique menée depuis les années 1980 ; Celle-ci a engendré une baisse de l'indice synoptique de la fécondité et par conséquent le taux de natalité, accentué par d'autres facteurs exogènes à savoir l'évolution du niveau d'éducation et les conditions socioéconomiques (la crise du logement et le chômage) qui ont influencé le phénomène de la nuptialité.

Durant la période intercensitaire 1998 /2008

Durant cette période, le rythme de la croissance démographique a connu une légère baisse en enregistrant un taux de 1,9 %. Cette baisse est due au retour des populations aux lieux d'origines suite à l'amélioration des conditions socioéconomiques et des wilayas limitrophes.

Durant la période 2008/2014

L'évolution de la répartition de l'additionnel de la population fait ressortir clairement que le groupement d'Oran a concentré en moyenne plus de la moitié sur les trois décennies. Cette répartition s'explique, par l'histoire du peuplement et surtout par la présence des ressources,

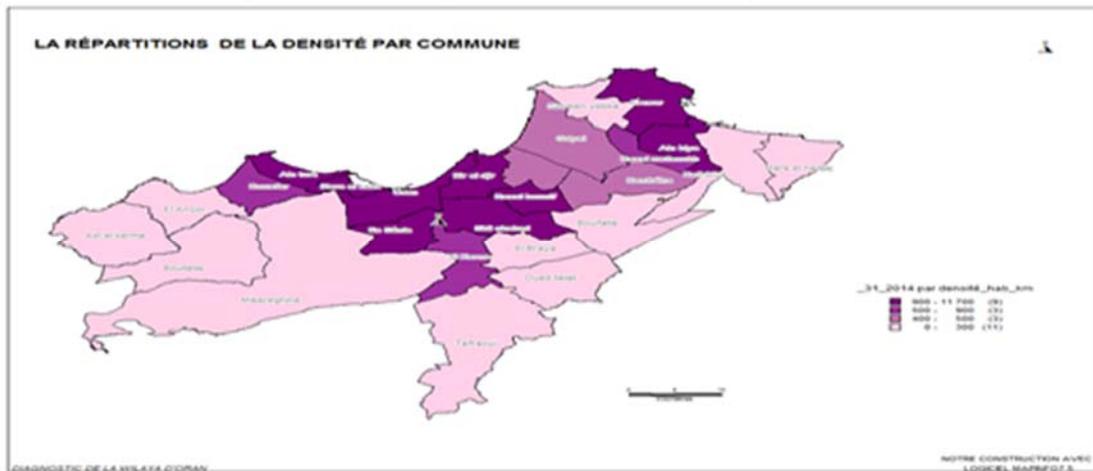
DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

et l'importance des investissements publics dans ce groupement en particulier dans la commune de Bir El Djir. Elle concentre plus de 50% de l'écart enregistré dans en 2013.

Le desserrement du groupement au profit des autres communes se confirme davantage, ces dernières années. En effet, elles enregistrent des concentrations dans les écarts plus importants. Ce sont donc, les communes autour d'Arzew qui gagnent 10 points pour atteindre 16,07% dans la part des écarts, suivis de celle des Hassi avec un taux de 17,17%.

Une répartition spatiale déséquilibrée, la carte suivante présente la répartition de la densité par commune.

Figure N°5 : La répartition de la densité par commune



Source : notre construction à partir des données de DPSB

La répartition de la densité par commune selon les données des différents recensements fait ressortir des différences notables. Ce sont les communes du centre de la wilaya autour d'Oran qui ont connu la plus forte évolution, totalisant une densité globale de 33065 habts/km², soit presque 4 fois la densité moyenne de la wilaya. Viennent ensuite les communes des Hassi bounif et Arzew avec une densité brute de 2305 habits /km² et 2047habits/km², alors qu'elle était de 487,5 habits /km² en 1998. Avec le déploiement des populations, ce sont les communes des Hassi et celles de la corniche oranaise (Ain-Turk 1047habits/km² et Mers el-Kébir 1078habits/km²) qui subissent la forte pression démographique.

Pour l'urbanisation, la wilaya d'Oran se présente comme l'un des territoires les plus urbanisés du pays avec un taux d'urbanisation qui dépasse les 90%. la population urbaine

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

totale qui s'élevait à 807 422 habitants en 1987 a atteint un volume de 1 064 441 habitants selon le RGPH de 1998 soit un additionnel de 257 019 habitants en l'espace de 11 ans.

L'observation de la structure par âge des populations résidente à l'intérieur du territoire de wilaya en 2014 permet de mettre en évidence

La wilaya d'Oran se démarque par la proportion importante de jeunes habitants qu'elle héberge. 45.56% de la population a moins de 24 ans. Une importante proportion de personnes en âge d'être active (46.35%), La proportion des personnes âgées est toujours faible 8.08%.

3.2. L'EDUCATION :

La politique de l'État algérien en matière de formation et de scolarisation consiste à donner la chance à tout algérien âgé de 6 ans de commencer à bénéficier d'un enseignement gratuit. (DPAT,2015).

3.2.1. L'ENSEIGNEMENT FONDAMENTALE 1ER ET 2EM CYCLE :

En matière d'enseignement primaire et moyen, la population scolarisée en 2014 s'élève à 159650 élèves avec un taux de scolarisation 94.21%. Par ailleurs, la wilaya compte 1 434 classes. La charge d'élèves par classe est estimée à 30 élèves/classe comme moyenne au niveau de la wilaya.

3.2.2. L'EDUCATION DANS LE CYCLE SECONDAIRE :

La wilaya d'Oran compte actuellement 70 lycées et technicums, pour une population scolarisée de 55 226 élèves avec un taux de scolarisation de 47.34%.

Au niveau de l'enseignement secondaire et technique, la wilaya a connu une amélioration claire au niveau des établissements et de nombre de classes, ainsi au niveau de scolarisation qui est estimé à 47.34% en 2014, la charge d'élèves moyenne par classe a connu aussi une faible amélioration pour passer à 34élèves/classe en 2014.

3.2.3. L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR :

La wilaya d'Oran dispose de trois universités qui forment dans les domaines des Sciences et de la Technologie, de la Biologie, des Sciences Sociales, et des Lettres et Sciences Humaines. Dotées de plusieurs instituts et écoles spécialisées, En 2013/2014 les établissements universitaires d'Oran ont assuré la formation de près de 45 000 étudiants en graduation et 6 612 en post graduation dont 5 201 inscrits en doctorat dans les différents domaines

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

scientifiques, techniques et artistiques. Pour la seule rentrée 2013-2014, ce sont 10 600 nouveaux bacheliers qui ont été inscrits.

3.2.4. FORMATION PROFESSIONNELLE :

Le secteur de la formation professionnelle a connu une diversification dans les spécialités et les modes de formation tels que la formation résidentielle, la formation par apprentissage, à distance et cours du soir, ainsi que la formation des catégories particulières pour prendre en charge la demande exprimée (ANAT,2016). Actuellement, le secteur compte 21 établissements, dont 17 CFPA offrant une capacité globale de 6515 postes et accueillant.

3.3. LES INFRASTRUCTURES SOCIO ECONOMIQUES

Dans un troisième stade de notre diagnostic socio démographique, nous dressons un état des lieux des infrastructures socioéconomiques dites de base, et qui concernent les infrastructures sanitaires (tels que les hôpitaux, les centres de santé...); les infrastructures de liaison (routes nationales, chemins de wilaya ...); ainsi est inclut dans ce diagnostic l'habitat et les logements.

3.3.1. LES INFRASTRUCTURES SANITAIRES

La couverture de la wilaya en matière d'unités légères est très suffisante pour les polycliniques avec un taux d'une unité pour 36229 habitants. Cependant, on enregistre un déficit pour les salles de soins avec un taux d'une unité pour 15954 habitants, inférieur à la norme nationale qui est d'une salle de soin pour 5000 habitants.

Un léger déficit est enregistré en matière de couverture sanitaire notamment un médecin généraliste pour 1328 habitants (national, 1 médecin pour 1000 habitants).

Elle dispose la wilaya également 655 officines de pharmacie, soit 1 pharmacie pour 2655 habitants, ce qui traduit une situation dans les normes. En réalité, même si on note un déséquilibre au profit des centres urbains notamment la ville d'Oran, l'ensemble des agglomérations disposent d'au moins d'une unité sanitaire selon l'importance de la population.

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

3.3.2. INFRASTRUCTURES DE LIAISONS

La wilaya d'Oran est une wilaya de convergence, où l'ensemble des routes d'importance Nationale mènent à la ville d'Oran. Occupant une position stratégique dans l'espace de programmation Nord-Ouest, elle demeure un important nœud de connexion.

La wilaya d'Oran dispose d'un réseau d'infrastructures de liaison assez dense (routières, ferroviaire) lui donnant un avantage indéniable dans son attractivité.

3.3.3. LE RESEAU ROUTIER

Au 31/12/2014 le réseau routier de la wilaya totalisait 1052.309 km (soit moins de 1% du réseau total national pour une wilaya qui abrite environ 4.7% de la population globale du pays sur une superficie représentant moins de 0.1% de la surface totale du pays) dont 1/4 en Chemins Communaux, 1/5 en Routes Nationales et le reste (55.4%) en Chemins de Wilaya (ce qui correspond à une densité moyenne de 0,49 Km de route au Km² ou 0.605 km pour 1000 habitants). Le réseau, dont 98% est revêtu, compte 40,8 Km à caractère autoroutier et 133,809 Km de route à double chaussées (Direction de transport, 2014). Il y a lieu de noter que le réseau de la wilaya, essentiellement la RN2, la RN4 et la RN11, est utilisé par de nombreux usagers hors wilaya et il serait, donc, illusoire de vouloir exprimer des indicateurs de densité par rapport à la population, à la superficie et/ou parc automobile qui surestimeraient les ratios en ne tenant pas compte du trafic de transit qui pourrait largement dépasser les mouvements propres à la wilaya elle-même compte tenu du rôle régional des villes d'Oran et Arzew et de l'aéroport d'Es Sénia ainsi que le caractère balnéaire de la corniche oranaise pour le nord-ouest, les Hauts Plateaux et le Sud-Ouest. La carte suivante présente la couverture du réseau routier dans la wilaya d'Oran.

Figure N°6 : Carte présente le réseau routier à Oran



Source : ANAT

1.1. SOUS TITRE 1 EN MAJUSCULE

3.3.4. RESEAU FERROVIAIRE ;

Le réseau ferroviaire comporte des liaisons entre les principaux centres de la zone d'influence de la ville d'Oran. Le réseau consiste en :

Une longueur de 109.7 km non électrifié dont 107 km en double voie, reliant les villes d'Alger, Saida et Bechar, Sidi Bel Abbés, Tlemcen, Temouchent. Une ligne de 37 km reliant Oran à Mohgan qui sera prolongée sur 3.6 Km pour desservir la ville d'Arzew. Ligne en projet sur 7 Km entre la zone industrielle d'Arzew et Arzew ville,

3.3.5. Les infrastructures Maritimes ;

Oran occupe une position stratégique dans le pourtour méditerranéen et rayonne sur tout l'ouest algérien. L'infrastructure principale qui a contribué à son influence, est le port d'Oran qui est aujourd'hui l'un des composantes stratégiques de l'économie de toute la région ouest avec des perspectives d'une réelle concurrence avec les autres ports du bassin méditerranéen. En termes de mouvements, il occupe la deuxième place à l'échelle nationale derrière le port d'Alger (ANAT, 2016).

Le développement des capacités de conteneurisation du port d'Oran à travers l'extension du terminal à conteneurs en cours de réalisation. Deux extensions sont programmées pour atteindre une capacité d'entreposage de 1,5 millions de conteneurs par an et permettre l'accostage des navires de 3^e et 4^e générations :

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

La première de 23.4 ha avec un quai de 500 mètres linéaires et un tirant d'eau de 14 mètres. La deuxième de 30.2 ha avec un quai de 900 mètres linéaires et un tirant d'eau de 17 mètres. A côté du port d'Oran il y'a le Port d'Arzew-Bethioua, qui est un port à vocation principale d'exportation de pétrole et de gaz et dispose d'une certaine capacité pour le traitement de marchandises diverses dans sa partie nord du vieux port. Etant spécialisé, Il fait partie de la zone industrielle (pétrochimique) d'Arzew, ne peut être considéré dans la problématique général des transports mais présente d'importants atouts pour le développement de la wilaya d'Oran. Et le troisième port c'est le Port de pêche de Kristel, où ces abris de pêche valorisent une activité de pêche très ancienne dans cette zone et en dépit de sa modestie, il est d'une utilité certaine.

3.3.6. INFRASTRUCTURE AEROPORTUAIRE

La wilaya d'Oran compte un aéroport international de première catégorie, occupant une position privilégiée dans l'espace de programmation Nord-Ouest, à moins de 100 km de ses limites avec des liaisons routières performantes.

3.3.7. HABITAT ET LOGEMENT :

La wilaya d'Oran compte actuellement, un parc logement de 353192. Il a connu une progression très importante durant ces dernières années (2008-2014) de l'ordre de 13 % puisqu'il était de 310157 logements en 2008, soit une moyenne de réalisation de plus 7100 logements par an. Ceci est dû à l'importance des programmes et une cadence de réalisation soutenue (DPAT,2014). En réalité, il faut souligner que les réformes introduites dans le secteur de l'habitat ont donné un coup d'accélérateur à la production du cadre bâti, ce qui laisse envisager une large possibilité d'intervention et une diversité de promoteurs qui se reflétera sans aucun doute sur les performances qualitatives et quantitatives.

Néanmoins, ceci ne peut faire oublier l'effort qui reste à fournir pour rattraper les retards et résorber le déficit enregistré à cause en partie de la précarité de certains quartiers. Le taux d'occupation par logement (TOL) moyen de 4,9 personnes n'est pas significatif. Certaines communes affichent encore des TOL supérieurs à 6 (Es Sénia, Hassi Bounif, Tafraoui, Ben Freha Arzew, Mers el Kébir et Bousfer).

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

Il ressort du bilan de l'année 2013 que sur un programme inscrit de 171917 logements tous programmes confondus, 53136logements urbains et 585 ruraux sont en cours de réalisation ; et 32376 logements urbains et 1950logements ruraux restent à lancer.

4. ÉLÉMENTS DE DIAGNOSTIC ECONOMIQUE : APPROCHE SECTORIELLE.

4.1. L'AGROPASTORALISME

4.1.1. ACTIVITE AGRICOLE :

Bien que la Wilaya d'Oran soit essentiellement un bassin urbain, on peut estimer que l'activité agricole à travers ses segments est bien présente. La problématique de l'agriculture, avec les fortes tendances à l'agglomération de la population devient une problématique centrale qui relève des rapports de l'agriculture à l'aménagement du territoire et à l'urbanisation.

La part de la SAU en irrigué, avec 7884,95 ha, représente 8,9 % de la superficie agricole totale : Les communes de Hassi Ben Okba, Es-, Misserghin, Mers El Kébir, H. Bounif, Bir El Djir enregistrent des parts importantes, trois fois supérieures à la moyenne de la Wilaya.

Les communes intermédiaires où la part est comprise entre 2 et 3% sont les plus nombreuses généralement situées dans les mêmes bassins.

Les communes où l'irrigation est inférieure à la moyenne de la Wilaya sont situées essentiellement dans des zones à topographie chahutée ou éloignées des nappes d'eau.

La wilaya d'Oran développe une stratégie agricole à travers l'organisation et le développement des périmètres irrigués. L'aménagement et l'équipement est en cours d'une superficie de l'ordre de 7000 ha soit : 6000 ha pour le projet du périmètre en cours de réalisation entre Oued Tlélat et Tafraoui. Et 1000 ha pour le périmètre d'El Ançor (ANAT,2016).

4.1.2. ACTIVITE HALIEUTIQUE :

La wilaya d'Oran compte trois de ports de pêche (Oran, Arzew, Kristel) dont la production, en 2014, a atteint 6315.39 tonnes de poissons en diminution par rapport aux années précédentes 2010, 2012 et 2013

4.2. L'INDUSTRIE :

La wilaya d'Oran est classée par le schéma directeur des ZI (Zones industrielles) et ZA (Zones d'activités), en deuxième position après l'algérois (selon l'indice d'attractivité), elle reste donc bien dotée au niveau du tissu industriel.

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

Le tissu industriel de la Wilaya est constitué de 98 unités industrielles de taille (dépassant 50 emplois), couvrant principalement trois branches d'activités : l'industrie pétrochimique BTPH, l'industrie manufacturière, Il offre actuellement 25833 emplois (DPAT, 2014).

Les très grandes unités (plus de 250 emplois) constituent 45,9 % du tissu industriel et génèrent 77,3 % de emplois industriels, activant principalement dans les branches pétrochimique BTPH.

La répartition spatiale de cette industrie est très inégale à travers le territoire de la Wilaya. Elle est concentrée essentiellement en deux pôles : le pôle pétrochimique d'Arzew et le pôle d'Es Sénia. Cette industrie semble dépendante de l'extérieur, elle ne valorise que très peu les ressources et les potentialités locales.

4.3. TISSUE ECONOMIQUE (PME/TPE) :

Les petites et moyennes entreprises ont connu un essor considérable dans la wilaya d'Oran grâce aux aides de l'Etat et notamment aux opportunités du territoire. Encadrées par les dispositions de la loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise n° 0118 du 12 décembre 2001. Ce sont des unités au service de l'économie locale qui peuvent s'avérer d'un intérêt particulier pour les grandes unités industrielles, actuelles ou projetées.

Les différentes sources d'information montrent la présence de 22748 unités (selon l'annuaire statistique de la wilaya dont 70% constituées de Très Petites Entreprises (TPE). Ces entreprises génèrent un volume d'emplois estimé à 220.000. Au plan de la localisation, elles se concentrent à hauteur de 29% dans le tissu urbain existant, 48% en zones industrielles et 23% en zones d'activité.

Ces unités opèrent dans diverses branches :

Les services et le commerce vient en tête avec 61,8%

La filière BTPH occupe le second rang avec 25,6 %

L'industrie n'affiche de 11,2%

Et enfin l'agriculture et pêche occupent le dernier rang avec 1,4 %

Par ailleurs, il est à noter que la majorité de ces unités se concentrent dans l'unité centre avec un léger déploiement dans des zones situées aux portes des agglomérations importantes le long des grands axes (El Kerma, Oued Tlélat).

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

4.4. L'EMPLOI

La wilaya d'Oran totalise de 722 404 occupés en 2013b soit une augmentation de 226998 postes d'emplois par rapport aux données du RGPH 2008, donnant un taux d'accroissement annuel moyen de 9 % qui demeure nettement supérieur à celui de la population. Cette croissance a permis de réduire considérablement le taux de chômage soit 10,89%

Si le taux de chômage moyen de la wilaya qui est de 10,89%, semble satisfaisant, il reste nuancé au niveau des communes : seules les communes d'Es Seina, Oran, Bir El Djir affichent un score inférieur à celui de la wilaya.

Les autres communes affichent des taux supérieurs à la moyenne de la wilaya allant jusqu'à 5 points de différences ; et c'est les communes du Sud de la wilaya où le chômage demeure important.

Contrairement à ce qui est présenté par les pouvoirs publics, les solutions apportées restent de simples solutions d'attente et le traitement du chômage n'est pas économique mais fondamentalement social.

5. QUE REVELE L'ANALYSE EN COMPOSANTE PRINCIPALE (ACP) COMME METHODE DE DIAGNOSTIC MARKETING ?

Pour affiner notre étude, nous envisageons maintenant de recourir aux méthodes d'analyse des données et plus précisément à l'analyse en composante principale pour mieux caractériser le territoire objet d'étude à savoir la wilaya d'Oran.

5.1. TRAITEMENT ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ACP :

Tout d'abord, on doit centrer et réduire les variables initiales afin de se débarrasser des unités de mesure qui sont très hétérogènes. Et après on va exploiter ce stock de données par le logiciel : SPSS version 20.0.

5.2. L IDENTIFICATIONS DES COMPOSANTES PRINCIPALES :

Lorsque l'on réalise une ACP, plusieurs éléments (tableaux, graphiques) sont créés pour nous aider dans l'interprétation des résultats, Parmi eux, nous retiendrons le tableau des valeurs propres.

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

5.2.1. LES VALEURS PROPRES

Les données concernant les wilayas de l'Algérie ont été traitées à l'aide d'une ACP centrée-normée. Le tableau des valeurs propres (variance totale expliquée) montre que la structure sur le premier axe contient beaucoup d'informations et qu'il faut également s'intéresser aux deux axes suivants

Tableau N°1 : Variance totale expliquée

	Composante	Valeurs propres initiales ^a		
		Total	% de la variance	% cumulés
Non normée	1	8181653,858	53,738	53,738
	2	3712313,711	24,383	78,121
	3	3066340,294	20,140	98,261
	4	196045,639	1,288	99,549
	5	44239,411	,291	99,839
	6	20767,175	,136	99,976

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

a. Lors de l'analyse d'une matrice de covariance, les valeurs propres initiales des solutions directe et centrée sont les mêmes.

Source : Résultat de l'ACP

D'après, le critère de kaiser, nous pouvons retenir tous les axes qui ont une valeur propre supérieure à 1 (Dray.S, 2003), dans notre cas, nous avons mis en évidence 4 axes dont la valeur propre est supérieure à 1. Ces axes reproduisent 99.54% de l'information initiale. Cependant, seuls 2 axes factoriels semblent significatifs, si nous tenons compte de leurs compositions en fonction des variables initiales, cette signification s'interprète par l'importance des coefficients de la variable initiale dans l'axe.

Les trois axes retenus expliquent 78,121 % de la variance totale (*tableau 1*). Ce choix se justifie par l'agencement des saturations (contribution des variables dans la constitution du facteur) et par leur sens thématique. Les axes ont été retenus lorsqu'ils relèvent de processus identifiables et explicables. On peut donc procéder de façon pertinente à une réduction de la matrice d'information dans la dimension des variables (passage de dix-huit variables à deux axes).

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

5.2.2. INTERPRETATION ECONOMIQUE DES RESULTATS.

Après avoir retenu deux axes factoriels, il s'agit maintenant d'interpréter ces axes et leur donner une signification économique qui rendrait compte du contenu informationnel qu'ils véhiculent.

L'interprétation économique des composantes principales repose sur l'étude des corrélations qui apparaissent entre les variables qui composent chaque axe factoriel.

5.2.2.1. L'AXE FACTORIEL N° 1 : l'axe traduisant le dynamisme industriel et commercial

En effet, cet axe reflète le potentiel industriel et commercial de la wilaya en termes de d'activités et d'infrastructures. Et C'est l'axe le plus important car il explique à lui seul 53.738 % de la variance totale.

Les variables qui lui sont fortement corrélées et qui par là même déterminent sa signification sont :

- ✓ Les variables industrielles : indice de secteurs activités industrie ; secteurs activités construction ; taux de raccordement **ces variables reflètent le dynamisme industriel.**
- ✓ Les variables commerciales : indice de secteurs activités de services et indice de secteurs activités du commerce sont très corrélés avec la partie positive de l'axe ; **ces indicateurs définissent le niveau de l'activité commerciales**
- ✓ On peut interpréter donc le premier axe, comme une composante qui reflète le caractère industriel et commerciales de la wilaya.

5.2.2.2. L'AXE FACTORIEL N° 2 : l'axe qui traduit le caractère agro-pastoral

Il représente le potentiel agro-pastoral des communes. Ce deuxième axe explique encore 24.383 % de l'inertie totale. Cet axe reflète le caractère rural, où on enregistre une présence des superficies irriguées, les forés et le réseau routier qui sont corrélés positivement avec l'axe. Qui fait ressortir **le modeste caractère agro-pastoral de la wilaya.**

Pour mieux visualiser l'interprétation des différents axes, nous les représentons la matrice des composantes en fonction des variables initiales déterminantes.

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

Tableau N°1 : Matrice des coefficients des coordonnées des composantes^a

	Composante	
	1	2
Superficie	,000	,001
secteur_activité_construction	,280	,000
secteur_activité_commerce	,408	,000
secteur_activité_industrie	,128	,049
secteur_activité_service	,111	,003
taux_urbanisation	,000	,000
TOL	,000	,000
taux_raccordement_AEP	,000	,000
taux_scolarisation	,014	,894
SAU	,000	,391
SAU_irrigué	-,521	,686
Forêt	-,002	,007
Parcour	-,283	,315
terre_improductive	-,003	,004
réseau_AEP	,000	,000
C.C	,000	,000
C.W	,000	,000
R.N	,000	,000

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Scores composante.

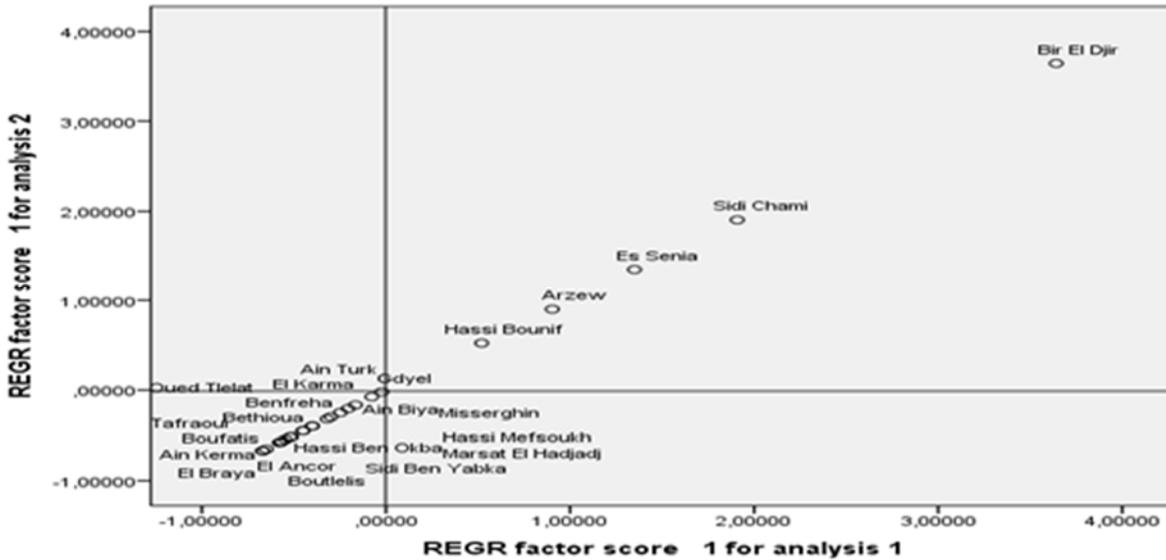
a. Les coefficients sont standardisés

Source : Résultat de l'ACP

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

5.3. INTERPRETATION DE LA DISTRIBUTION DES INDIVIDUS (WILAYAS) PAR AXE FACTORIEL :

Tableau N°1 : représentation des communes par axes factoriel (F1 et F2)



Source : Résultat de l'ACP

5.3.1. AXE FACTORIEL N°1 :

Les figures 1 de la dispersion des individus montrent clairement les communes qui présente un caractère commerciale et industriel ou on trouve Oran et bir el djir avec une activité commerciale très importante arzew et es senia avec une activité industrielle. Ceci reflète son aspect purement actif.

5.3.2. AXE FACTORIEL N° 2 :

Le deuxième axe qui porte des caractéristiques agro pastorales, regroupe avec des corrélations positives relativement très faible avec ceux des communes tel que Gdyl, el karma mai la plupart des communes ont une corrélation négative avec cet axe du aux caractère urbain de la wilaya.

Ce traitement statistique a donc permis de réduire la dimension horizontale de notre matrice de départ qui compte désormais quatre « nouvelles variables », mais seulement deux facteurs sont significatifs au lieu de dix-huit variables d'origine.

La distribution par communes ensuite à rechercher les « proximités » des observations dans un espace multidimensionnel ; les communes les plus proches, c'est-à-dire obtenant des

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

valeurs comparables pour les différents facteurs (et donc caractérisées par un même environnement économique). Ce second traitement statistique contribue donc à réduire la dimension verticale de notre matrice de départ.

CONCLUSION

Les analyses factorielles (ACP), menées pour les communes de la wilaya d'Oran à partir des mêmes informations de départ, présentent un certain nombre de similitudes mais aussi des spécificités propres, et fait ressortir que ces territoires présentent une marquerie d'espace avec Un développement très inégal. Et non coordonné.

Cette analyse marketing rendue nécessaire puisqu'elle représente une base importante d'autant plus qu'elle a fait ressortir les points forts et les faiblesses ainsi que les caractéristiques économiques de chaque territoire. Cela facilitera à l'avenir pour les acteurs une meilleure prise en charge de leurs territoires pour aboutir à une pragmatique gouvernance en fonction de chaque type de territoire. Ainsi, au terme de cet article, notre étude montre le rôle que joue le diagnostic dans l'orientation, la gestion et la gouvernance d'un territoire.

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

BIBLIOGRAPHIE

ANAT (2008), « Plan D'Aménagement de territoire de la Wilaya d'Oran », Phase I Evaluation Territorial.

ANAT (2016), « Plan D'Aménagement de territoire de la Wilaya de Saida », Phase II Schémas prospectifs d'aménagement et de développement durable.

CHETELAT.J (2005), « ELEMENTS METHODOLOGIQUES DE DIAGNOSTIC PAYSAGER UTILISANT LES SYSTEMES D'INFORMATION GEOGRAPHIQUE », Thèse EPFL n°2961, Lausanne.

CREUSAT.J (2005), « Du diagnostic à la prospective » INSEE Lorraine.

DAT-CERAU-IRATE- DIACT (2007), « Diagnostic Stratégique Du Territoire » MAROC.

DEFFONTAINES J.-P., MARCELPOIL E., MOQUAY P., (2001), « Le développement territorial : une diversité d'interprétations », in Lardon S., Maurel P., Piveteau V. (dir.), « *Représentations spatiales et développement territorial* », Editions Hermès, Paris, chap. 2, p. 39-56.

DPAT, (2016), « *Annuaire statistique* ».

DRAY.S (2003), « Cartographie et analyse de données multivariées », les articles de l'Institut d'Analyse Géographique.

DURANCE.P, GODET.M, MIRENOWICZ.P ET PACINI.V (2007), « La Prospective Territoriale Pour quoi faire ? Comment faire » Cahiers du LIPSOR, Série Recherche n°7.

FERGUENE.A (2003), « *Gouvernance locale et développement territorial. Le cas des pays méditerranéens* », Colloque international à Constantine (Algérie) sur le thème « Gouvernance locale et développement territorial. Le cas des pays méditerranéens » tenu les 26 et 27 avril, P5.

Godet.M (1997), « Manuel De Prospective Stratégique » DUNOD Paris.

HUTEAU.S (2006), « *Management Public Territoriale Elément De Stratégie* » POPYRUS, P126.

JOERIN.F (1998), « *Décider sur le territoire ; proposition d'une approche par utilisation de SIG et de méthodes d'analyse multicritère* », Thèse no 1755, Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne, Lausanne.

JOERIN.F, M. C.REY, A. NEMBRINI ET G. DESTHIEUX (2001), « *Information et participation pour l'aménagement du territoire* », Revue Internationale de Géomatique, 11(3-4),p 309-332.

DIAGNOSTIC MARKETING TERRITORIAL DE LA WILAYA D'ORAN EN ALGERIE : ANALYSE ET PERSPECTIVE

JOUVENEL.F (2009), « *La Prospective Des Territoires Urbains Sensibles* », La Construction De Scenarios, Et Quelques Autres Méthodes, Groupe futurible.

LARDON.S ET PIVETEAU.V (2005), « *Méthodologie de diagnostic pour le projet de territoire* », « Une Approche Pour Les Modèles Spatiaux », Géocarrefour vol.80/2, p2-10.

LE RHUN P.Y (2003), "*Le respect des territoires, principe de base d'une organisation régionale démocratique* », Colloque Territoires institutionnels Territoires fonctionnels, Institut De Recherche du VAL de SAONE-MACONNAIS 25 et 26 septembre, P23.

Loilier.T (2016), « *Innovation et Territoire* », Revue Française De Gestion N°200, LAVOISIE PARIS, p26.

Minot D. (2001), « *Le projet de territoire. Elaboration et conduite partagées d'un projet de territoire* », Ecole des territoires, Rambouillet, p 177.

OFFICE NATIONALE DES STATISTIQUES, ANNUAIRE STATISTIQUE DE L'ALGERIE, EDITION (2014), volume 30.

PERROUX.F (1965), « *L'économie du XXe siècle* ». Paris, PUF.

ROCHE.S ET HODEL.T (2004), « *Information géographies peut-elle améliorer l'efficacité des diagnostics de territoires ?* », *Revue Internationale de Géomatique*, 14(1), p 9-34.