

Modèle de développement et dynamique de redéploiement des entreprises italiennes dans la Tunisie post-Ben Ali

Angela Alaimo, Docteur en géographie | ang.alaimo@gmail.com

Michele Coletto, Doctorant en anthropologie | michele.coletto@ehess.fr

Alessandra Scroccaro, Docteur en géographie | alessandra.scroccaro@gmail.com

Pourquoi la Tunisie est attractive pour les investisseurs italiens ?

La présence italienne en Tunisie date des années 1980. Plusieurs facteurs expliquent l'intérêt des entrepreneurs italiens vers le pays.

Tout d'abord le cadre législatif pour les investissements étrangers est très favorable. C'est la loi 72 qui incite l'ouverture du pays vers l'investissement étranger en établissant un cadre très favorable pour les entreprises *off-shore*. Ce terme désigne les entreprises

totallement exportatrices qui bénéficient d'un régime de zone franche, c'est-à-dire d'une exonération des taxes pendant 10 ans. Il s'agit d'une politique qui a favorisé énormément l'arrivée du capital étranger.

Ce cadre législatif est accompagné par un contexte socioéconomique intéressant. La présence de petites et moyennes entreprises locales du Textile-Habillement de plus de 30 ans fait de la Tunisie un pays attractif avec une main-d'œuvre à faible coût.

Le textile en effet est un secteur à faible développement technologique dont le coût de la main-d'œuvre est un facteur assez important.

La proximité avec l'Italie joue un rôle essentiel dans l'échange commercial avec

l'Europe, plus particulièrement dans le secteur du Textile-Habillement où la livraison doit respecter des délais de plus en plus courts. C'est le système « *just-in-time* ».

De plus, la présence d'infrastructures comme les hangars, l'aéroport et le port de Tunis et d'un réseau routier efficient permet un transport rapide de la marchandise à l'intérieur et à l'extérieur du pays. Cette proximité est un des facteurs qui, malgré les incertitudes politiques d'aujourd'hui, joue toujours un rôle important pour le maintien de l'investissement étranger dans le pays.

Encore aujourd'hui l'Italie demeure le deuxième partenaire commercial dans le textile-habillement.

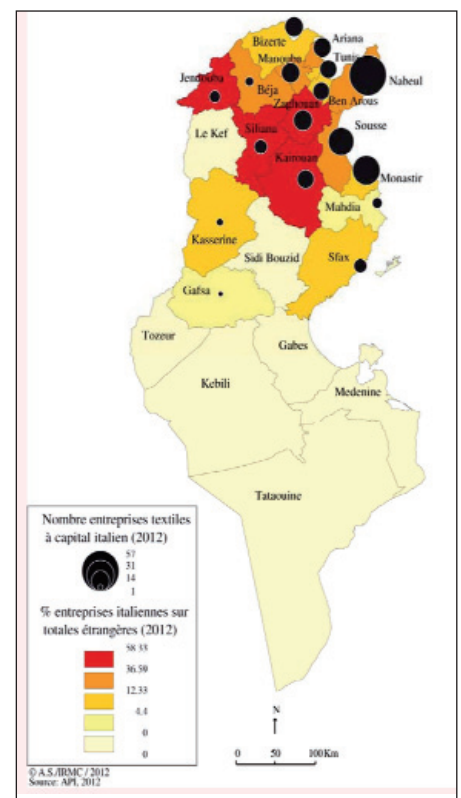
Les entreprises italiennes du textile choisissent leur implantation selon une logique de proximité (logistique – par rapport au port de Tunis et à l'autoroute) et du cadre de vie (c'est-à-dire la possibilité de vivre selon un standing occidental).

Ces usines se localisent sur la côte (du Grand-Tunis à Sfax) en suivant l'implantation de l'industrie tunisienne avec une concentration dans le Gouvernement de Monastir, pour la présence historique de *Benetton* et dans le Cap bon pour la présence d'un riche tissu d'entreprises dans ce secteur (Lainati, 2002).

La plateforme productive est parmi le système d'implantation le plus répandu dans le secteur textile. Il s'agit d'une forme d'organisation productive qui structure la production en réseaux. Les différentes phases de la production sont partagées parmi plusieurs entreprises externes. La plateforme est composée par le nœud de ce réseau qui joue un rôle de centre d'organisation. C'est l'entreprise mère qui choisit les entreprises partenaires et qui contrôle la qualité de la production à travers ses propres techniciens. Les relations commerciales, la recherche de nouveaux clients et parfois aussi la

création de modèles sont tous gérés par l'entreprise au centre de la plateforme (Alaimo, 2012).

Carte 1 : La présence des entreprises à participation italienne Textile-Habillement en 2012



© Angela Alaimo

Ce réseau est dynamique grâce à la présence de sous-traitants flexibles (des petites et moyennes entreprises). Ces sous-traitants sont mobilisés selon : la spécialisation du sous-traitant, le type de commande, la période de production (période de creux et de plein) et la confiance établie dans le temps entre partenaires.

La plupart des entreprises italiennes sont en fait des sous-traitantes.

En quoi la Révolution a influencé les stratégies entrepreneuriales italiennes du textile-Habillement ?

Le 14 janvier 2011 a été un moment de rupture (Piot, 2011 ; Puchot, Mansouri, Nasraoui, 2011). On peut distinguer deux phases de réaction des entreprises face à la Révolution tunisienne.

La première phase est celle des jours qui ont précédé et suivi la Révolution. Le personnel des grandes entreprises a quitté directement le pays avec leurs familles. Les entrepreneurs de petites et moyennes entreprises ont rapatrié leurs familles, tout en restant eux-mêmes sur place pour protéger leurs entreprises et leurs affaires. Les entrepreneurs qui sont restés, affirment que la Révolution n'a pas bouleversé longtemps leur activité et que la fermeture initiale a duré en moyens seulement quelques jours.

La deuxième phase est l'actuelle transition. Selon la perception du risque, il y a eu différents types de stratégie entrepreneuriale.

Les grandes entreprises italiennes restent en Tunisie parce que le pays continue à offrir, pour le moment, des avantages dans la production : la disponibilité et le faible coût de la main-d'œuvre, les avantages fiscaux. Par ailleurs, les grandes marques du textile peuvent compter sur d'autres sites de production, par exemple au Maroc où ils peuvent réorienter les commandes au cas où il y aurait de problèmes dans les entreprises tunisiennes.

La situation des petites et moyennes entreprises est variée. Certaines continuent leur production en Tunisie, tout en restant vigilantes par rapport aux conditions locales et mondiales ; d'autres sont rentrées en Italie pour réorganiser leur activité productive vers d'autres sites comme la Roumanie, la Serbie et la Macédoine. D'autres encore ont fait faillite ou bien ont fermé et rouvert pour bénéficier à nouveau de la défiscalisation sur les 10 ans. Malgré les problèmes initiaux, la situation s'est stabilisée quelques mois après la Révolution.

Les changements les plus importants se sont révélés au niveau des relations de travail à l'intérieur de l'usine, avec une augmentation des revendications de la part des ouvriers qui a mis en crise la position

de pouvoir inconditionné de l'entrepreneur étranger.

Partout des grèves, interdites avant la Révolution, se sont élevées. Ces revendications ont abouti à une augmentation des salaires, des demandes de titularisation et un accroissement de la stabilité du travail dans l'usine. Les revendications se localisaient surtout dans les villes où il y a plus d'usines et de travailleurs immigrés provenant de la partie Sud du Pays. C'est le cas de Grombalia, au Cap Bon, ainsi que de la Banlieue du Grand Tunis.

Le pouvoir des entrepreneurs envers les ouvriers est également diminué par la raréfaction de la main-d'œuvre. Cette pénurie est due à l'émigration des jeunes à l'étranger ou dans les villes principales. Ce fait implique un fort *turn-over* et le « vol » des ouvriers qualifiés par d'autres entrepreneurs.

Au niveau des relations entre les différentes entreprises il y a eu aussi une croissante précarité et des retards de paiements. Ces difficultés ont affaibli les relations de confiance entre les entrepreneurs qui ont réagi en diversifiant leur production, en ouvrant plusieurs chaînes à la fois et en acceptant aussi des petites commandes qu'auparavant ils pouvaient refuser. C'est une stratégie pour diminuer le risque d'insolvabilité. Ces réactions ont permis l'épaississement du réseau local parce que la proximité garantit une meilleure possibilité de contrôle sur le travail des autres.



© Angela Alaimo.

« Made in Italy » ou « Made in Europe ? »

Avec l'entrée de la Roumanie dans l'UE en 2008 et l'augmentation des coûts de production, les flux de la production

textile italienne, développés tout au long de la frontière européenne (Scroccaro, 2012), se dirigent vers la rive Sud de la Méditerranée (Alaimo, Pasquato, 2008). Ces réseaux et flux entre les rives Nord et Sud de la Méditerranée font émerger des espaces économiques circulatoires (Tarrus, 1993 ; Peraldi, 2005).

Ces espaces circulatoires sont alimentés par les réseaux et les flux trans-méditerranéens des matières premières et des produits, des capitaux, des technologies, des compétences et des ressources humaines (circulation et transfert des techniciens).

L'émergence de ces réseaux trans-méditerranéens et donc des espaces circulatoires peut être illustrée par le cas de l'entreprise *Modin* que nous avons rencontré dans le Cap Bon et dont l'histoire est emblématique.

L'entreprise ferme son siège en Italie il y a plus de dix ans pour réouvrir en Roumanie. Les activités vont assez bien, mais après 2008 les propriétaires envisagent de créer un autre établissement en Tunisie. La famille *Modin* rachète alors l'établissement d'un *buyer* italien, tout en maintenant l'établissement roumain. L'activité en Tunisie commence en mars 2010. La production haut de gamme reste en Roumanie, tandis que la production bas de gamme est réorientée en Tunisie. Quelques mois après, la Révolution a éclaté et la crise économique a bouleversé le déroulement normal de l'activité productive au tout début de la production. Aujourd'hui, malgré le contexte moins favorable, l'entreprise continue son activité en Tunisie, en liaison avec l'usine roumaine.

Cette « triangulation » de la production entre Italie, Roumanie, Tunisie fait désormais apparaître des plateformes productives et logistiques qui lient l'Europe de l'Ouest, les PECO (les Pays de l'Europe Centre Orientale) et le Maghreb. Ces nouveaux réseaux trans-méditerranéens de production répondent aux changements de l'économie mondiale, des modes de production (de la conception du produit jusqu'à sa logistique) et de la consommation (de plus en plus saisonnière et « just in time »).

La production « made in Italy » est alors éclatée et réinventée par la rupture de la liaison directe entre le produit et le lieu de production, car désormais on conçoit et

on produit dans des pays différents. On passerait finalement du « Made in Italy » au « Made in Europe », comme soulignait l'entrepreneur de *Modin* pour indiquer l'importance de produire dans un espace de proximité à l'UE ?

Bibliographie

Alaimo A., Pasquato C., 2008, "Transformation processes to the district form: territorialities compared" in *Worlds of new work? Multi-scalar dynamics of new economy spaces*, Conference Papers, Commission on The Dynamics of Economic Spaces, International Geographical Union, 5th to 8th of August 2008, Department of Geography, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Alaimo A., 2012, *La geografia in campo. Metodologia ed esperienze di ricerca*, Pacini, Pisa.

Alaimo A., 2010, *Il territorio preso nella rete. La delocalizzazione veneta in Tunisia*, Thèse de Doctorat en Sciences Économiques Mention Économie des Transports, Italie, Université de Padoue.

Ben Hammouda H., 2012, *Tunisie, économie politique d'une révolution*, Éditions de Boeck, Paris

Cassarino J-P., 2000, *Tunisian 'New Entrepreneurs' and their past experiences of migration in Europe*, Ashgate, Aldershot.

Cherni, A., 2011, *La révolution tunisienne. S'emparer de l'histoire...*, Albouraq, Liban.

Ferjani M.C., 2011, "Inspiration et perspectives de la révolution tunisienne", *Confluences Méditerranée*, 77, 13-28.

Kilani M., 2011, *La révolution des braves*, Simpact, Tunis.

Lainati C., 2002, *Le imprese straniere in Tunisia. Nascita e sviluppo dei circuiti produttivi: gli italiani nel tessile-abbigliamento*, Rapporto di

ricerca del progetto ECOBAZ DGXUU-CE.

Peraldi M., 2005, « Affranchissement et protection : les petits mondes de la confection en Tunisie », Colloque Sousse, Actes du colloque de Sousse, Paris, Karthala.

Piot O., 2011, *La révolution tunisienne. Dix jours qui ébranlèrent le monde arabe ?*, Les Petits Matins

Puchot P., Mansouri S. et Nasraoui R., 2011, *Tunisie, une révolution arabe*, Éditions Galaade

Scroccaro A., 2012, *Des territoires aux territorialités multi-situées : réseaux de la production du « made in Italy » en Roumanie*, Thèse de Doctorat, Université Paul Valérie Montpellier III et Université de Padoue.

Tarius A., 1993. *Territoires circulatoires et espaces urbains*. Les Annales de la Recherche Urbaine, n° 59-60, 51-60.

Veltz P., 2005, *Mondialisation, villes et territoires*, Ed. PUF, Paris.

Intention entrepreneuriale au Maghreb : Approche comparative auprès des étudiants Algériens, Tunisiens et Marocains

Mahmoudi Mourad

Doctorant en économie gestion à l'Université de Béjaia (Algérie), FSEGC.

mahmoudi.mourad@hotmail.fr

Depuis quelques décades déjà, l'économie mondiale vit au rythme de l'économie de marché et de la libre entreprise. De nombreux pays, à l'instar des pays en développement, perçoivent dans la création d'entreprise un vivier de création de richesses et d'emplois, plaçant ce dernier au cœur des débats politiques. Les enjeux économiques et sociaux liés à la création d'entreprise sont d'une importance capitale et nul ne peut contester la contribution de ce phénomène à la croissance économique d'un pays.

À côté de l'ébullition que provoque l'entrepreneuriat du côté des pouvoirs publics, ce dernier peut représenter un intérêt tout particulier pour l'individu qui peut trouver dans une situation de création d'entreprise une source de satisfaction. Ainsi, le phénomène d'entrepreneuriat est au centre d'intérêt de plusieurs acteurs, des individus, des gouvernements et des chercheurs.



© Tuniivisions.net

Etudier le processus entrepreneurial en amont de la création s'avère être une bonne option pour comprendre et expliquer l'acte en lui-même. Krueger et Carsrud (1993), Kolvleid (1997), Emin et Chaulet (2005), Boissin, Tounes (2003 ; 2006), Kennedy et al. (2003) et Fayolle et Gailly (2009) s'accordent pour dire que la création est souvent précédée par une intention ou une volonté. Pour Bruyat (2003) l'intention d'entreprendre relève d'une volonté. En effet, dans tout acte réfléchi, l'intention précède l'action. Dès

lors, un acte intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné. Cette intention représente le meilleur prédicteur de l'acte entrepreneurial (Benredjem, 2009). C'est ainsi que l'intention d'entreprendre sera d'autant plus significative que la création d'entreprise est perçue comme une action désirable et faisable.

L'objet de notre recherche est d'étudier les intentions entrepreneuriales au Maghreb à travers une approche comparative auprès des étudiants de trois pays : l'Algérie, la Tunisie et le Maroc. L'idée centrale est de comprendre les attitudes et les perceptions des étudiants vis-à-vis de la création d'entreprise à travers l'identification des facteurs individuels et contextuels influençant leurs intentions entrepreneuriales. Cela, en se basant sur deux modèles d'intentions issus de la psychologie sociale : la théorie du Comportement Planifié (TCP) d'Azjen (1991), modèle de la formation de l'évènement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982).