

## **COOPERATION ET CONFIANCE DANS LES NUCLEI D'ENTREPRISES EN ALGÉRIE**

**Cécile Perret\***

***Résumé** - Les autorités algériennes, qui souhaitent relancer l'artisanat, s'orientent actuellement vers la création de Nuclei d'entreprises, regroupements d'entreprises qui se réunissent périodiquement autour d'un conseiller afin d'identifier leurs problèmes communs et pour ensemble trouver des solutions.*

*Les questions que soulève cet article sont: pourquoi observe t'on des relations de nature coopérative entre les entreprises appartenant à un Nucleus ? Est ce que la confiance entre artisans au sein d'un Nucleus, est réductible à un simple calcul d'intérêt ? Est-on face à une confiance qui provient à la fois d'un « climat de confiance » généré par cette organisation en Nucleus et des normes de réciprocité ayant cours dans la société ?*

**Mots-clés : CAPITAL SOCIAL, RESEAUX INTER-FIRMES, APPROCHE NUCLEUS, COOPERATION, CONFIANCE, ALGERIE.**

**Classification JEL : L22, L53**

---

\* IREGÉ, Université de Savoie, mail : cecile.perret@univ-savoie.fr.

## INTRODUCTION

Les autorités algériennes, qui souhaitent relancer l'artisanat, s'orientent actuellement vers la création de *Nuclei* d'entreprises, groupes d'entreprises qui se réunissent périodiquement autour d'un conseiller relevant d'une Chambre de l'Artisanat et des Métiers (CAM) ou d'une Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) afin d'identifier leurs problèmes communs et pour, ensemble, trouver des solutions. L'approche *Nucleus*<sup>1</sup>, développée dans le monde depuis 1991, vise d'une part à mobiliser les entreprises individuelles (particulièrement les TPE/PME), d'autre part à initier des processus de développement structurel au sein des chambres et associations de commerce. Cette approche tend à créer une véritable plateforme organisationnelle où les entrepreneurs peuvent commencer à échanger, à mieux identifier leurs problèmes, à se comparer à d'autres, à définir leur propre demande de services et à « développer une confiance en eux afin d'améliorer leurs entreprises »<sup>2</sup>.

Les questions que soulève cet article sont les suivantes : pourquoi observe t'on des relations de nature coopérative entre les entreprises appartenant à un *Nucleus* ? Est ce que la confiance entre artisans au sein d'un *Nucleus*, est réductible à un simple calcul d'intérêt ? Ou bien, on est face à une confiance au sens fort qui provient à la fois d'un « climat de confiance » généré par cette organisation et des normes de réciprocité ayant cours dans la société (du capital social civil cognitif) ?

Dans la première partie de cet article nous présenterons l'approche *Nucleus* et ses premiers résultats grâce à une enquête auprès de 12 artisans appartenant à des *Nuclei* gérés par la Chambre de l'Artisanat et des Métiers de Tizi-Ouzou. La deuxième partie amorce une discussion sur le rôle de la confiance dans la coopération inter-firmes au sein des *Nuclei*. Dans le cas des *Nuclei* nous assimilons la confiance inter-organisationnelle à une confiance entre individus du fait de la taille des entreprises artisanales étudiées.

Si la coopération est un enjeu important dans la plupart des relations économiques, politiques ou sociales, les intérêts privés peuvent parfois lui faire obstacle. La théorie des jeux répétés offre un cadre d'analyse intéressant des phénomènes de coopération en dehors de tout contrat (Pénard, 1998). Nous reviendrons successivement dans la troisième partie de notre article sur plusieurs approches : celle de Kreps, qui vise à penser la production de confiance en des termes strictement économiques ; celle d'Orléan, qui montre que le mécanisme « réputationnel » repose sur la mobilisation de ressources non économiques telle que l'appartenance à certains réseaux sociaux, et enfin celle de Granovetter qui vise à démontrer que l'activité économique est largement encadrée (*embedded*) dans les relations sociales, ce que ne prend pas en considération le courant néo-institutionnaliste.

### 1. LES NUCLEI D'ENTREPRISES

Qu'est qu'un *Nucleus* ? C'est un ensemble d'entreprises qui se réunissent périodiquement autour d'un conseiller de *Nucleus* rattaché à une Chambre de l'Artisanat et des Métiers (CAM)<sup>3</sup> ou une Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) pour identifier leurs problèmes communs et pour ensemble trouver des solutions : achats groupés, marketing commun, échanges d'informations sur les clients, sur les techniques, etc. Les CAM<sup>4</sup> ou les CCI<sup>5</sup> participantes au programme *Nucleus* ont signé

---

<sup>1</sup> Elle a été développée à l'origine dans le cadre d'un partenariat entre la Chambre des Métiers et les petites industries de Munich, en Haute Bavière en Allemagne et plusieurs autres Chambres de Commerce et d'industrie Brésiliennes de l'Etat Fédéral de Santa Catarina.

<sup>2</sup> <http://www.nucleus-international.net>

<sup>3</sup> La CAM assure la gestion des cartes d'artisans, forme, organise des foires, assure des services de commercialisation et de conseils individuels, effectue des achats groupés de matières premières, dispose d'un Fond de promotion rural et de conventions avec des organismes d'assurance. Elle organise aussi les élections des représentants des artisans.

<sup>4</sup> Les CAM d'Alger, Bejaia, Blida, Jijel, Mostaganem, Oran, Sétif, Tipaza, Tizi Ouzou et Tlemcen sont concernées.

<sup>5</sup> Les CCI de Dahra, Seybousse et Tafna sont concernées.

préalablement une convention de partenariat proposée par GTZ<sup>6</sup>- AAPOP<sup>7</sup> (coopération algréo-allemande).

### 1.1. Le *Nucleus* : un réseau inter-entreprises localisé

Deux catégories de *Nuclei* sont identifiés : les *Nuclei* verticaux (de secteur) et les *Nuclei* horizontaux (les participants sont du même secteur et offrent des produits et services identiques). Le *Nucleus* est un réseau multilatéral monofonctionnel (*Nucleus* horizontal) ou multifonctionnel (*Nucleus* vertical) coordonné par un tiers, du conseiller. Ce conseiller est le cœur du dispositif *Nucleus*. C'est l'AAPOP qui le forme et l'accompagne dans ses activités au profit des membres du (ou des) *Nucleus(i)*. Il est considéré que toutes les fois que des entrepreneurs ou cadres d'entreprise ont quelque chose en commun il est possible de créer un *Nucleus*. L'essentiel est que les individus concernés puissent s'apporter quelque chose. Selon le Directeur de la CAM de Béjaïa-Bouira, le réseau *Nucleus* se constitue à partir de sept à huit entrepreneurs et artisans d'un même secteur ou ayant des préoccupations communes et proches géographiquement. D'autres entrepreneurs peuvent ensuite y adhérer jusqu'à atteindre une vingtaine de membres, nombre jugé maximum pour que le conseiller puisse organiser des réunions fructueuses.

Selon Loudiyi et alii (2004), trois catégories d'acteurs simplifiés existent : (i) la première (G) est une simple formation d'individus ayant une action collective intentionnelle ou non (par exemple les habitants d'un village réunis au sein d'une association), (ii) la deuxième (GP) est un groupe dit productif, un collectif d'acteurs ayant un but commun finalisé qui se dotent de règles communes (par exemple les participants à un *Nucleus*) et (iii) le troisième (I) est représenté par les acteurs institutionnels. À ces trois types d'acteurs, les auteurs associent des qualités reconnaissables, la forme prédominante de capital social. Au groupe G, elles associent la recherche du « vivre ensemble » (*Bonding*)<sup>8</sup> ; au groupe GP elles associent la recherche du « produire ensemble » (*Linking*)<sup>9</sup> et aux acteurs institutionnels un rôle d'organisation et d'encadrement, « organiser ensemble » (*Bridging*)<sup>10</sup>. Le passage d'un type d'acteur à un autre correspond à un changement de rôle et la présence d'un lien prédominant. En s'organisant en *Nucleus*, les entrepreneurs deviennent un groupe productif et sont partie prenante d'un acteur institutionnel (la CAM). Ils acquièrent une légitimité différente du fait de l'élargissement de leurs liens avec des acteurs reconnus à une échelle supérieure (Ministère des PME et de l'Artisanat par exemple). Les acteurs peuvent évidemment jouer plusieurs rôles dans la réalité.

Le *Nucleus* est lui même générateur de capital social entre les PME du fait des échanges possibles entre tous les participants. Un *Nucleus* horizontal constitue un réseau localisé, c'est un système de relations à partir d'une activité commune spécialisée sur un territoire (*linking territorial*). La figure du *linking* correspond à un groupe productif (GP), les acteurs sont rassemblés dans un objectif de production. Plusieurs *Nuclei* pouvant dépendre de la même CAM et des mêmes conseillers, cela crée également du capital social de type *bonding*. Le programme *Nucleus* reliant également des acteurs institutionnels de statuts différents (le *Nucleus* et la CAM par exemple) : il crée du capital social de type *bridging*. Le Directeur de la CAM de Bejaia-Bouira rencontre ainsi ses 3 conseillers de *Nuclei* chaque semaine et participe aussi personnellement à des réunions de *Nucleus*.<sup>11</sup> Il y a en fait création de nouveaux réseaux d'acteurs.

---

<sup>6</sup> La Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) est l'agence de coopération technique allemande pour le développement.

<sup>7</sup> AAPOP = Appui aux Associations Professionnelles et aux Organisations Patronales.

<sup>8</sup> Les liens de type *Bonding* unissent des individus de statut identique (liens horizontaux) au sein d'une même communauté. S'ils caractérisent des relations de type communautaire c'est-à-dire de personnes adhérents à un même système de représentation ils tendent vers une « fermeture relationnelle » (Coleman, 1988), voire de la discrimination.

<sup>9</sup> Les liens de type *Linking* caractérisent des interactions entre des agents aux statuts différents.

<sup>10</sup> Les liens de type *Bridging* lient des agents distants (cette distance peut être géographique ou le lien n'est pas activé en permanence). Le *Bridging social capital* désigne un réseau virtuel.

<sup>11</sup> Enquête personnelle en mars 2009.

La figure de type *bridging* articule des acteurs de plusieurs statuts et échelles différentes. Certains acteurs ont des statuts institutionnels à des niveaux d'organisation englobant (Ministère par exemple). Les objets spatiaux qu'il créent sont de deux types : de nouvelles organisations d'acteurs (les *Nuclei* qui engendrent de la coopération) et de nouveaux aménagements (un pôle d'économie du patrimoine par exemple). Il arrive également que les entrepreneurs des *Nuclei* rencontrent les pouvoirs publics (*via* la participation à des rencontres des responsables de l'Administration Centrale et des directions de *wilayate*), des institutions d'appui et des instituts de formation dans un objectif de développement de leur capital social. Une CAM adhérente au programme *Nucleus* gère en définitive un réseau de réseaux.

## 1.2. Les premiers résultats

Que peut-on à se jour retirer de cette expérience ? Pour avoir une idée de sa réussite ou de son échec il faudrait étudier sur le long terme l'évolution du nombre et de la nature des entreprises créées ainsi que de leurs liens depuis la mise en place de ce programme. Afin d'analyser les apports de cette approche en terme de création de capital social, nous avons, grâce à l'appui du Directeur de la CAM de Tizi-Ouzou, administré un questionnaire à des participants aux *Nuclei* que gère cette Chambre. Cinq bijoutiers et sept potiers ont ainsi été questionnés en mai 2009. Trois des bijoutiers travaillent seuls ; les 2 autres emploient « 2 personnes ou plus ». Concernant les potiers : 2 travaillent seuls, 2 emploient une personne et 3 emploient « 2 personnes ou plus ». Aucun des artisans que nous avons interrogé ne déclare avoir eu recours à un emprunt bancaire pour financer son activité. Pour les bijoutiers, le financement du démarrage de leur activité est essentiellement effectué grâce à des emprunts familiaux tandis que pour les potiers il l'est sur fonds propres et auprès d'amis. Le développement de la micro finance en Algérie devrait sur ce point faire évoluer les choses. Tous ces artisans reconnaissent avoir fait de nouvelles connaissances grâce à leur participation au programme. Nous avons synthétisé dans le tableau suivant le nombre de citations à la question : « Quels sont les conseils ou aides dont vous avez bénéficié grâce à votre participation au programme *Nucleus* ? ».

<b>Aides et conseils</b>	5 Bijoutiers	7 <i>Potiers</i>
<b>Conseils lors de la création de l'entreprise</b>	1	
<b>Conseils dans la gestion de l'entreprise</b>	3	3
<b>Partage de connaissances techniques avec les autres membres du <i>Nucleus</i></b>	2	3
<b>Conseils financiers</b>	3	1
<b>Aides dans la recherche de fournisseurs plus avantageux</b>		1
<b>Aide dans la recherche de clients ou nouveaux clients</b>	1	
<b>Aide dans la distribution de vos produits (participation à des foires, des salons, ...)</b>	2	3
<b><i>Aide à la publicité de vos produits</i></b>	2	3

Malgré les résultats encourageants présentés ci-dessus, de nombreuses questions subsistent : comment motiver à terme les artisans des *Nuclei* à partager/échanger en particulier leurs connaissances techniques dans un objectif d'amélioration ou d'innovation ? Comment éviter les comportements de passagers clandestins et comment peuvent-ils être sanctionnés ? Ou, comment des normes de réciprocité peuvent se mettre en place ? Pour apporter un début de réponse à ces questionnements nous abordons dans les développements suivants les notions de confiance et de coopération.

## 2. VERS UNE NOUVELLE DYNAMIQUE CONCURRENTIELLE

La structuration des relations inter-firmes vise une reconfiguration des modes d'interaction concurrentielle. Le jeu concurrentiel s'élargit à de nouvelles zones de rivalité hors-marché (Hamdouch et Depret, 2000 : 37). Quatre niveaux de jeux concurrentiels et coopératifs découlent alors de la logique réticulaire :

- la formation de coalitions et de réseaux (dans notre cas, la formation d'un *Nucleus* dépend d'une volonté politique et du dynamisme du Directeur de la Chambre de l'Artisanat et des Métiers) ;
- la consolidation des relations avec les partenaires (par exemple un fournisseur de matières premières) ;
- la rivalité au sein des coalitions et réseaux (par exemple concurrence entre deux artisans bijoutiers appartenant au même *Nucleus*) ;
- la compétition entre coalitions et réseaux : par exemple entre deux *Nuclei* de bijoutiers dépendant de la même Chambre de l'Artisanat et des Métiers.

Cinq artisans sur les douze interrogés ont déclaré avoir partagé des connaissances techniques avec les autres membres du *Nucleus*. Quel intérêt un membre du *Nucleus* a-t-il à partager ses connaissances avec les autres ? On peut penser que divers éléments peuvent conditionner le niveau de coopération de l'artisan : (i) la spécificité de son savoir-faire, (ii) le degré de confiance entre les membres du *Nucleus* (il attend des autres un même comportement vertueux que lui c'est-à-dire qu'en retour les autres lui transmettent aussi « quelque chose »), (iii) la réputation des membres (qui est une information véhiculée par Autrui, des convictions que nourrissent les autres à propos de la stratégie qu'un membre va adopter), (iv) le degré d'interdépendance entre les partenaires (est-ce un *Nucleus* vertical ou horizontal ?), (v) la taille du réseau et (vi) la proximité des membres du *Nucleus*.

La notion de proximité mérite que l'on s'y attarde. Deux grandes catégories de proximité (Torre & Rallet, 2005 in Torre et Zuindeau, 2006) peuvent être définies : une proximité géographique qui traduit une distance entre deux entités (les artisans d'un même *Nucleus* résident dans la même Wilaya) et une proximité organisée qui est d'essence relationnelle et concerne la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres.

L'organisation en *Nucleus* facilite les interactions entre les membres (une réunion par semaine autour du conseiller dans le cas des *Nuclei* de la Wilaya de Tizi-Ouzou) et les rend à priori plus faciles qu'avec les entreprises extérieures au *Nucleus*. Il s'agit d'une proximité organisée : deux membres sont proches l'un de l'autre car ils interagissent et que leurs interactions sont facilitées par des règles et des routines de comportement par exemple (une réunion hebdomadaire de chaque *Nucleus* animée par le conseiller).

D'autre part, les membres du *Nucleus*, notamment d'un *Nucleus* horizontal (les bijoutiers de Tizi-Ouzou, les potiers de Maâtkas, etc.), peuvent partager un même système de représentations, un ensemble de croyances, ou les mêmes savoirs (voir Donsimoni et Perret (2009)). Ce lien social est principalement de nature tacite. Il s'agit d'une logique de similitude de la proximité organisée. « Deux individus sont dits proches parce qu'ils « se ressemblent », i.e. partagent un même système de représentations, ce qui facilite leur capacité à interagir » (Torre et Zuindeau, 2006).

Le *Nucleus* permet une coopération *via* des réseaux d'interaction entre acteurs locaux (TPE de la même Wilaya) et *via* la médiation d'un tiers (le conseiller). Si la coopération est un enjeu important dans la plupart des relations économiques, politiques ou sociales, les intérêts privés peuvent parfois lui faire obstacle. La théorie des jeux répétés offre un cadre d'analyse intéressant des phénomènes de coopération en dehors de tout contrat (Pénard, 1998).

### 3. CONFIANCE ET COOPERATION

Le dilemme du prisonnier, qui illustre le conflit entre bénéfice individuel et bien collectif, a d'abord été utilisé pour étudier la notion de choix rationnel et pour tester les comportements humains. Cependant, la rationalité supposée dans le « dilemme du prisonnier » ne permet pas de décrire tous les comportements car tout le monde ne réfléchit pas de manière purement égoïste. Une solution possible pour résoudre ce type de dilemme est de mettre au point des processus de socialisation permettant de rendre stable la stratégie coopérative, qui est optimale. Comment ? Une première possibilité est la mise en place d'une mémorisation du comportement des protagonistes dans un jeu répété et la seconde solution est d'établir un code de bonne conduite au sein de la société, ou dans notre cas du *Nucleus*. À ce code, peuvent éventuellement être associées des sanctions pour les contrevenants. Ainsi, la trahison,

si elle est plus lourdement sanctionnée que ce qu'elle rapporte, devient moins avantageuse que la coopération.

### 3.1. La notion de confiance

La confiance a été reconnue comme un élément fondamental de la vie économique, aussi bien au niveau le plus général que dans l'analyse précise de formes organisationnelles variées (Brousseau et *alii*, 1997). Pour certains (Durkheim et Simmel notamment), il n'y a pas de coopération et de coordination possible « si les comportements des parties ne sont orientés que vers l'intérêt personnel et son corollaire, l'incapacité du marché à assurer à lui seul la cohésion des rapports économiques et l'harmonie sociale » (Brousseau et *alii*, 1997). Cette « incomplétude de la logique marchande pure » (Orléan, 1994 in Brousseau et *alii*, 1997) pose un problème fondamental à l'analyse économique. La confiance peut alors être proposée comme une des solutions possibles à ce problème.

Pourtant, la notion de confiance était au départ totalement extérieure au discours économique standard ; alors comment appréhender cette notion ? La plupart des chercheurs sont d'accord sur trois prérequis à l'établissement d'une relation de confiance : (i) le risque (en l'absence de risque il n'y a pas besoin de faire confiance) ; (ii) l'interdépendance (si celui qui fait confiance, le « *trustor* », a normalement l'initiative de la relation de confiance, celui à qui il fait confiance, le « *trustee* », a le pouvoir d'honorer la confiance donnée ou non) et (iii) la vulnérabilité (le « *trustor* » espère que le « *trustee* » honore sa confiance). Néanmoins, selon Schuller<sup>12</sup>, les chercheurs divergent sur beaucoup d'aspects particuliers de la notion de confiance ainsi que des aspects plus fondamentaux des relations humaines : « la question de la confiance se pose différemment si l'on part de l'hypothèse que l'homme est plutôt égoïste, rationnel ou de l'hypothèse admettant qu'il est un être guidé par des considérations morales dans un système de normes et de conventions ».

Brousseau et *alii* (1997) soulignent que la confiance peut être définie de deux façons : comme la possibilité de prévoir le comportement de l'autre et comme la « possibilité d'anticiper raisonnablement que, parmi l'ensemble des actes possibles de l'autre, il en est certains - considérés comme « inacceptables » - auquel il ne se livrera pas, alors même que cela est (ou *semble être*) de son intérêt. En allant plus loin, la confiance signifie la croyance dans un certain degré de bonne volonté du partenaire, la conviction qu'il tiendra compte dans ses actes, des intérêts de l'autre partie ». La confiance peut alors se substituer à des formes contractuelles et institutionnelles (approches néo-institutionnelles) comme un facteur d'efficacité organisationnelle.

La difficulté à bien cerner le terme de confiance est peut être qu'il recouvre différentes acceptions (cf. Shuller) :

- la confiance de base (*familiarity*) qui est un état plus ou moins inconscient (cela à toujours été ainsi, c'est une habitude, une tradition, *etc.*) ;
- la confiance au sens large (*confidence*) : qui se manifeste sur un arrière-fond de confiance de base (on n'est pas sûr de l'issue mais on s'attend à un résultat positif) ;
- la confiance au sens vrai du terme (*goodwill trust*) : elle commence où la calculabilité et le contrôle s'arrêtent.

Hormis dans le cas de « *goodwill trust* », un rapport peut être établi entre confiance et intérêt. Si la confiance est réductible à un calcul d'intérêts réciproques alors elle paraît pouvoir être traitée par une approche microéconomique. Et si elle ne l'est pas ? Si un lien peut être fait « entre confiance et relations personnelles, entre confiance et appartenance à un « groupe » ou à un réseaux de relations » (Brousseau et *alii*, 1997) ? La confiance pourrait alors émerger de manière endogène dans certains rapports économiques. Mais ne la ramène t'on alors pas à nouveau « dans le monde de l'intérêt et du calcul économique rationnel » (Brousseau et *alii* (1997)) ? Pour choisir la « stratégie coopérer », il faut faire confiance à l'autre. Pour que la confiance ait un fondement rationnel, il faut faire intervenir les jeux répétés. Que devient la confiance dans un contexte de jeux répétés ?

---

<sup>12</sup> Voir son article sur : <http://www.portstnicolas.org/economie-et-confiance.html>.

### 3.2. La production de confiance en situation de jeux répétés

Les modèles dits à réputation sont des jeux répétés avec asymétrie de l'information entre les joueurs et dans lesquels la construction d'une réputation peut inciter à la coopération. La confiance accordée à un joueur est d'autant plus grande que le joueur n'a pas failli dans le passé. B. Baudry assimile même la bonne réputation à un véritable capital : elle « représente un stock important de valeur qui peut être détruit par des comportements opportunistes. La réputation est donc une incitation forte à un comportement loyal qui doit produire la confiance » (Baudry 1995 : 92).

Considérons la situation formalisée par la matrice qui suit dans laquelle Yahia et Ali sont deux artisans participant au même *Nucleus* et l'analyse qu'en a proposée Kreps (*in* Orléan (2000)).

	ALI	Triche	Honore
YAHIA			
Fait confiance		(-5 millions ; 20 millions)	(5 millions ; 5 millions)
Ne fait pas confiance		(0 million ; 0 million)	(0 million ; 0 million)

Yahia joue en premier. Il a le choix entre « Ne pas faire confiance à Ali », ce qui signifie qu'il se refuse à entrer en relation avec Ali et à partager des connaissances avec lui ; ou bien « Faire confiance à Ali » et entrer en relation avec lui et partager. Si Yahia fait confiance à Ali (en partageant par exemple avec lui des savoir-faire particuliers), il donne unilatéralement « quelque chose » à Ali et lui fait confiance pour qu'il en fasse bon usage ; c'est-à-dire qu'en retour Yahia attend d'Ali qu'il partage avec lui quelques savoirs qui leur permettent ensemble de progresser.

Si Yahia et Ali n'interagissent pas, leur situation est caractérisée par les gains (0 , 0) ; situation de référence qui correspond à « l'état de nature » (état qui prévaut avant que les hommes « inventent » la coopération). C'est maintenant au tour d'Ali de jouer : il peut soit « Tricher » (*i.e.* ne pas partager à son tour son savoir), soit « Honorer » la confiance que lui a faite Yahia. S'il honore la confiance que Yahia a placée en lui ; la satisfaction que tous les deux en retirent est supérieure à celle de « l'état de nature ». Mais Ali peut aussi choisir de s'accaparer ce que Yahia lui a apporté unilatéralement pour que la relation se noue. On obtient alors un état caractérisé par une utilité moindre pour Yahia que celle qu'il obtient dans l'état de nature. Au contraire, Ali, qui a spolié Yahia sans fournir aucun effort en contrepartie, obtient une satisfaction supérieure à celle que lui aurait procurée une coopération équitable. La trahison d'Ali met Yahia dans une situation pire que celle qu'il connaissait dans l'état de nature. Cependant, si la confiance fait défaut, aucune relation ne peut être nouée et la société demeure dans « l'état de nature ». Si Yahia ne fonde son action que sur la stricte rationalité, il ne fera pas confiance à Ali et n'entrera pas en relation avec lui, car il sait que la rationalité va conduire Ali à trahir. Aucune coopération ne serait donc possible ? Comment sortir de cette situation ? Par des promesses de la part d'Ali d'honorer la confiance de Yahia ? La théorie des jeux montre malheureusement, en répétant le raisonnement précédent, que cette promesse n'est pas crédible (Orléan, 2000). Et si Ali était sincère, comment peut-il le montrer à Yahia ? La rationalité englué Ali et Yahia dans un climat de « suspicion généralisée dont ils ne peuvent sortir, même si tous deux la jugent néfaste » (Orléan, 2000). Cette situation, où les individus en présence ne partagent rien si ce n'est leur désir de maximiser leur utilité personnelle, les conduit à une impasse. Ce blocage correspond à l'« incomplétude de la logique marchande pure » d'Orléan (1994). Kreps (*in* Orléan (2000)) lui a poursuivi sa recherche afin de mettre en évidence un arrangement dont la logique serait construite sur la seule base de la maximisation rationnelle de l'intérêt individuel. L'équilibre de réputation lui semble remplir cette exigence. Tout se ramènerait donc pour lui à un calcul bien compris d'intérêt.

### 3.3. Comment rendre la coopération possible ?

Afin de sortir de cette impasse, les économistes envisagent trois solutions possibles (cf. Orléan, 2000) : (i) le contrat, (ii) le serment et (iii) la réputation.

(i) Ali et Yahia peuvent passer *ex ante* un contrat puisque chacun préfère *ex ante* la situation (5, 5) à « l'état de nature ». Pour rendre crédible son engagement, sa parole, Ali peut proposer à Yahia un gage  $G$  qu'il perdra s'il le trahit (avec  $G > 15$ ). Un tiers peut éventuellement contrôler l'application du contrat et sanctionner les contrevenants.

Dans le cas du contrat, le gage découle du non respect du contrat lui-même ; le gage est le coût d'une action en justice ou d'une saisie pour non respect du contrat mais qui peut être lui-même sujet à un calcul. Orléan (2000 : 9) distingue le gage proprement dit du mécanisme qui opère la saisie de  $G$ . Dans le cas du contrat, en cas de trahison, Yahia peut déclencher une action de la justice. Deux types de sanctions en justice sont alors envisageables :

- soit la peine est purement financière ( $G$  est une somme d'argent) et en cas de trahison, Ali ne gagnera que  $[20 - \text{les dommages et intérêts}]$ . Cependant, dans ce cas, il y a mobilisation d'un mécanisme extérieur aux rapports marchands, l'appareil judiciaire. Selon Orléan (2000 : 9), le fait que ce mécanisme n'appartienne pas à l'espace marchand est central dans la production de la confiance. Et si l'action des magistrats n'était plus guidée par la recherche du juste mais était renvoyée à un vulgaire calcul de maximisation des intérêts individuels ? Yahia devrait alors à nouveau procéder au même type de calculs que ceux effectués avec Ali.

- soit la peine encourue n'est plus financière mais elle consiste, par exemple, en une obligation de travaux d'intérêt général, en une privation des droits civiques, *etc.* La valeur de  $G$  dépend alors de l'implication passée d'Ali dans le domaine du politique. Si Ali est crédible, c'est parce que la perte de ses droits civiques par exemple « apparaît comme une véritable mutilation de son être social » (Orléan, 2000). Nous sommes loin de l'économie !

(ii) Le cas du serment procède d'une logique similaire et non économique. Ali, pour prouver sa bonne foi, jure sur un texte sacré de respecter sa parole. Le rôle du tiers est ici tenu par la divinité. C'est elle qui sanctionne le contrevenant. Ces solutions ne relèvent pas de l'économiste dans la mesure où elles font reposer la production de la confiance sur des logiques extérieures à l'ordre économique. Dans le cas du serment, le gage est constitué par « l'être religieux » d'Ali : « [Ali] est crédible pour autant que le parjure apparaît comme une conduite affectant profondément [Ali] en tant qu'être pour lequel les valeurs religieuses sont importantes » (Orléan, 2000).

(iii) Kreps considère que l'interaction précédente entre les deux protagonistes peut se répéter au cours du temps. Dans un jeu répété, si Yahia est trahi, il peut se venger d'Ali au tour suivant. Yahia peut retirer définitivement sa confiance en Ali et ne plus jamais interagir avec lui. Si le jeu est répété un nombre de fois suffisant (cf. tableau 1), il est de l'intérêt bien compris d'Ali de ne pas trahir et cela donne du même fait intérêt à Yahia de lui faire confiance.

Si Ali ne décide pas de trahir au premier tour mais que le jeu s'arrête à la première trahison, le tableau 1 ci-dessous montre qu'il n'est pas dans l'intérêt d'Ali de tricher au premier tour dès que la longueur du jeu ( $L$ ) peut être de plus de 3 tours.

Tableau 1

	JEU 1 Yahia fait confiance mais Ali trahit		JEU 2 Yahia fait confiance et Ali honore la confiance		Total gains	Total gains	<i>Coût d'opportunité de l'honnêteté pour Ali</i>  (M)
	GAINS cumulés d'ALI	GAINS cumulés de YAHIA	GAINS cumulés d'ALI	GAINS cumulés de YAHIA	JEU 1	JEU 2	
1 <sup>er</sup> tour	20	0-5	5	5	15	10	15
2 <sup>ème</sup> tour	20+5 = 25	5-5	10	10	25	20	15
3 <sup>ème</sup> tour	20+10 = 30	10-5	15	15	35	30	15
4 <sup>ème</sup> tour	20+15 = 35	15-5	20	20	45	40	15
5 <sup>ème</sup> tour	20+20 = 40	20-5	25	25	55	50	15
6 <sup>ème</sup> tour	20+25 = 45	25-5	30	30	65	60	15
7 <sup>ème</sup> tour	20+30 = 50	30-5	35	35	75	70	15
8 <sup>ème</sup> tour	20+35 = 55	35-5	40	40	85	80	15
9 <sup>ème</sup> tour	20+40 = 60	40-5	45	45	95	90	15
10 <sup>ème</sup> tour	20+45 = 65	45-5	50	50	105	100	15

Avec p, la probabilité que Yahia et Ali interagissent au tour suivant, le manque à gagner d'Ali en cas de tricherie est égal à M avec :

$$M = 5 * L = 5p + 5p^2 + \dots = 5 * [(p)/(1-p)] = 15$$

Et p = 0,75

Si Ali n'a jamais triché, sa réputation prend la valeur « *Bonne* » sinon elle prend la valeur « *Mauvaise* » et cela à jamais. Imaginons que cette fois-ci Ali interagisse avec plusieurs autres artisans (notés ART<sub>i</sub>). Si on note p, la probabilité qu'Ali interagisse au coup suivant avec un des Artisans ART<sub>i</sub>, il peut être démontré que si Ali sait qu'à l'avenir les ART<sub>i</sub> refuseront de lui accorder leur confiance si sa réputation est « *Mauvaise* », il est alors de son intérêt de ne pas trahir dès lors que p est supérieur à 0,75 (Orléan, 2000). Dans ce cas, la production de la confiance repose encore une fois sur une médiation, à savoir la réputation d'Ali. Ce qui est ici mis en gage, c'est la réputation d'Ali.

Imaginons maintenant le jeu suivant :

	ALI	Triche	Honore
YAHIA			
Fait confiance		(-x% X millions ; X millions)	(x% X millions ; x% X millions)
Ne fait pas confiance		(0 million ; 0 million)	(0 million ; 0 million)

Si Ali honore la confiance de Yahia, les gains des deux joueurs sont une proportion du gain d'Ali s'il avait triché et la perte de Yahia est aussi proportionnelle en négatif au gain d'Ali s'il triche. Si  $x\% = 0,25$ , nous sommes dans le cas du jeu précédent et il n'est pas dans l'intérêt d'Ali de tricher dès que la longueur du jeu est de plus de 3 tours. Si  $x\% = 0,1$  il n'est pas dans l'intérêt d'Ali de tricher dès que la longueur du jeu est de plus de 9 tours.

	JEU 1 Yahia fait confiance mais Ali trahit		JEU 2 Yahia fait confiance et Ali honore la confiance		Total gains JEU 1	Coût d'opportunité de l'honnêteté pour Ali
	GAINS cumulés d'ALI	GAINS cumulés de YAHIA	GAINS cumulés d'ALI	GAINS cumulés de YAHIA		
1 <sup>er</sup> tour	X	0-0,1X	0,1X	0,1X	0,9X	0,9X
2 <sup>ème</sup> tour	X + 0,1X	0,1X - 0,1X	0,2X	0,2X	1,1X	0,9X
3 <sup>ème</sup> tour	X + 0,2 X	0,2X - 0,1X	0,3X	0,3X	1,3X	0,9X
4 <sup>ème</sup> tour	X + 0 3X	0,3X - 0,1X	0,4X	0,4X	1,5X	0,9X
5 <sup>ème</sup> tour	X + 0,4X	0,4X - 0,1X	0,5X	0,5X	1,7X	0,9X
6 <sup>ème</sup> tour	X + 0,5X	0,5X - 0,1X	0,6X	0,6X	1,9X	0,9X
7 <sup>ème</sup> tour	X + 0,6X	0,6X - 0,1X	0,7X	0,7X	2,1X	0,9X
8 <sup>ème</sup> tour	X + 0,7X	0,7X - 0,1X	0,8X	0,8X	2,3X	0,9X
9 <sup>ème</sup> tour	X + 0,8X	0,8X - 0,1X	0,9X	0,9X	2,5X	0,9X
10 <sup>ème</sup> tour	X + 0,9X	0,9X - 0,1X	X	X	2,7X	0,9X

Plus la proportion (x%) est faible, moins il est de l'intérêt d'Ali de tricher rapidement. Si le pourcentage est faible cela signifie aussi que la valeur du « secret » donné par Yahia n'est pas très importante. Il serait donc dans l'intérêt des artisans de ne confier des « secrets » que de faible valeur.

### 3.4. Le critique du mécanisme de réputation ou le rôle des réseaux

Partons du cas où les artisans (ART<sub>i</sub>) sont amenés à faire confiance à Ali, du fait que le choix d'Ali est entre un gain de 5 et un gain de (20-M) s'il trahit (le gage étant ici la réputation d'Ali). La valeur du gage, M, correspond à la somme actualisée des gains futurs que percevra Ali si sa réputation reste « Bonne ». Nous sommes encore dans une logique marchande. Perdre sa « Bonne » réputation c'est perdre la possibilité de transactions ultérieures. Nous sommes à nouveau dans un calcul d'intérêts permis par un « capital réputation ». Pour Williamson, il ne s'agit finalement dans ce jeu que d'une analyse de la prise de décision en environnement risqué (Orléan, 2000 :11). Le choix de Yahia est le suivant : il reste à 0 avec certitude, ou bien il opte pour une loterie qui peut lui donner (-5) ou 10 (si le jeu s'arrête au deuxième tour). Son choix dépendra à la fois de son aversion au risque et de la probabilité qu'il affecte à Ali de le trahir (q).

Si Yahia est neutre par rapport au risque, la valeur de la loterie « Faire confiance » =  $-5q + 10(1-q) = 10-15q$

Yahia fera confiance à Ali si :  $10-15q > 0$  ; c'est-à-dire  $q < 2/3$ .

Si la solution est simple, c'est que Williamson décrit le comportement d'Ali en termes probabilistes mais oblitère la dimension stratégique de l'interaction entre Yahia et Ali (cf. Orléan, 2000). Les individus ne sont vus que comme des mécanismes. La notion d'engagement, également absente la

représentation probabiliste, ne laisse aucune place à l'intersubjectivité, aux valeurs de communauté, celles qui procèdent du « nous ». Pour Williamson, toute coopération économique est finalement guidée soit par l'intérêt propre (calculé), soit par une obligation (par rapport à une disposition institutionnelle).

Orléan (2000 : 12) cherche à montrer que l'équilibre de réputation a recours au postulat d'objectivité des penchants individuels lorsqu'il considère la valeur  $p$  comme exogène. Si  $p$  est la probabilité qu'Ali rencontre dans le futur les autres artisans (ART<sub>i</sub>) ; on peut considérer qu'elle mesure également le degré d'appartenance au groupe, ici au *Nucleus*. Si ce degré est élevé, la menace de sanction est efficace car Ali fréquente assidûment le *Nucleus*, son appartenance au groupe lui importe et sa réputation au sein du groupe compte beaucoup pour lui. Dans le cas contraire où  $p$  est faible, sa réputation au sein du groupe ne l'affecte pas tant que cela et les sanctions des autres artisans ne sont que peu crédibles. Si  $p$  est endogène, le mécanisme de réputation ne fonctionne plus car l'engagement d'Ali est crédible que pour autant que  $M$  est élevé. Or  $M$  n'est important que si  $p$  est élevé. Si  $p$  est une variable de choix, par exemple Ali peut choisir de changer d'environnement social (quitter le *Nucleus*) à la suite de sa transaction avec Yahia,  $M$  peut baisser jusqu'à rendre la trahison profitable (les sanctions deviennent faibles).

À la base du succès du mécanisme réputationnel se trouve l'hypothèse implicite selon laquelle l'appartenance d'Ali au groupe des artisans est une valeur dégagée de tous liens stratégiques. Pour Orléan (2000), les travaux de Kreps « illustrent une stratégie intellectuelle qui vise à penser la production de la confiance en des termes strictement économiques ». La notion de réputation que propose Kreps, « devrait permettre de résoudre la question de la confiance sur la seule base du calcul des intérêts privés, sans qu'il soit fait appel à des formes sociales extérieures ». Orléan (2000) va plus loin en montrant que le mécanisme réputationnel repose implicitement sur la mobilisation de ressources non économiques telle que l'appartenance à certains réseaux sociaux. Selon lui, la capacité d'un individu à promouvoir une action collective « en convoquant la confiance d'autrui, ne trouve pas dans l'ordre économique des ressources suffisantes ». Ce qui est mis en gage cette fois-ci par Ali, c'est son « être social ». La confiance dérive de l'appartenance à un certain réseau social. Ceci peut au final mener à l'argument selon lequel la notion de confiance devrait être réservée aux cas où Yahia perçoit qu'Ali ne profitera pas de la situation en faisant cavalier seul, soit parce que Yahia est un ami, soit parce que son comportement est déterminé par certaines normes, par exemple une norme intériorisée de réciprocité (Lorentz, 2001).

### 3.5. Le rôle du capital social

Pour Orléan, c'est la notion d'être social qui permet de justifier rigoureusement la construction de Kreps. Ce qui est en gage ici c'est l'ensemble des liens sociaux qu'a accumulés Ali, son capital social. Revenons alors sur la définition de ce concept.

Woolcok et Narayan (en 2000 *in* Loudiyi *et alii* 2006) définissent le capital social comme l'ensemble des normes et des réseaux qui facilitent l'action collective. De cette première définition ressortent deux dimensions du capital social : la première est liée aux normes et valeurs (règles informelles) qui régissent les interactions entre agents et la seconde le détermine par ses caractéristiques structurelles. Le capital social désigne alors dans cette seconde acception le cadre formel au sein duquel s'établissent les relations entre les agents économiques. Le capital social est alors constitué des institutions formelles et informelles qui facilitent l'action collective.

Putnam (1995) définit lui le capital social comme les réseaux et normes de réciprocité qui lui sont associées. Le capital social a une valeur donnée pour les individus qui font partie du réseau. Le capital social d'un individu est donc de façon claire un ensemble de relations formelles ou informelles qui résultent d'une stratégie. L'ordre du marché et de l'organisation bureaucratique sont alors « balayés » au profit des rapports entre les individus basés sur la confiance et la réciprocité (Boutillier et Uzunidis, 2006, 15-16). Lin (*in* Angeon et Callois, 2004) définit le capital social comme une richesse potentielle incorporée dans la structure sociale et qui peut être (mais pas nécessairement) mobilisée en cas de besoin. Cette conception rejoint celle adoptée par Bourdieu (1980) qui définit le capital social comme

« l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'interreconnaissance ». Enfin, Coleman (1988) décrit le capital social comme une ressource incorporée dans les relations interindividuelles, une forme particulière de capital qui rend possible l'action sociale, il est à l'origine des relations développées entre les agents (capacité à faire circuler l'information, existence de règles et de sanctions qui s'imposent dans une communauté particulière, *etc.*). Le capital social est caractérisé par ses effets : il facilite l'action entre les individus. Coleman met également en évidence l'existence de liens entre le micro et le macro puisque les ressources (privées) qu'un individu retire de la valorisation de son capital social ont des répercussions au plan macroéconomique.

Collier (1998) distingue deux formes de capital social interdépendantes : le capital social gouvernemental (institutions ou organisations mises en place par l'Etat ou le secteur public) et le capital social civil (organisations émanant de la société civile). Uphoff (2000) différencie le capital social structurel (structures dans lesquelles agissent les agents c'est à dire les organisations) et le capital social cognitif (processus mentaux des individus, valeurs, normes, croyances *etc.* qui prédisposent les agents à la coopération.). Le capital social cognitif peut avoir un impact sur le capital social structurel dans la mesure où les croyances en certaines valeurs (valeurs démocratiques par exemple) peuvent pousser les agents à se regrouper de façon formelle (par exemple en associations, en ONG ou en *Nucleus*). Les règles partagées correspondent à un ensemble d'« institutions invisibles » (capital social civil cognitif de la typologie de Sirven (2000)) qui facilitent la compréhension entre les agents (Angeon et *alii*, 2006). Les travaux de Mark Granovetter ont également souligné le fait qu'une organisation n'est pas qu'économique mais résulte aussi d'interactions entre acteurs issus d'un environnement sociopolitique donné (Huault, 1998). On peut supposer que dans les sociétés de tradition orale<sup>13</sup>, où dans le cas d'entrepreneurs qui sont habitués à agir dans le cadre d'une économie largement informelle (cf. Chakour et Perret, 2007 ou Perret, 2009), le capital social cognitif prend une importance toute particulière dans la conduite des affaires. Si le capital social cognitif a un impact sur le capital social structurel ; alors p n'est plus exogène. La coopération traduit alors le fait de valoriser l'appartenance au *Nucleus*.

Enfin, comme le souligne Schuller<sup>14</sup> il faut admettre que l'émotion (l'affectivité) joue un certain rôle dans les relations interpersonnelles et qu'en tant que phénomène social, la confiance présuppose que les personnes concernées vivent dans une réalité commune, au sein de laquelle elles peuvent s'attendre à des comportements réciproques. Selon lui, l'Homme n'est capable de faire confiance que s'il a une expérience minimale en matière de confiance. Cette capacité peut être acquise au cours de la socialisation : les expériences antérieures conditionnent les êtres humains et influencent leur capacité de faire confiance et d'entrer en relation de confiance.

## Conclusion

Le *Nucleus* est un réseau inter-firmes coordonné par un conseiller. Il crée une proximité organisée d'essence relationnelle entre entrepreneurs proches géographiquement et qui ont « quelque chose » à partager. La Chambre de l'artisanat et des métiers gère un réseau de réseaux en étant responsable de plusieurs *Nuclei*. L'un des résultats attendus de la mise en place de la démarche *Nucleus* est que les entrepreneurs « commencent à discuter et à échanger plus d'idées et de connaissances [...] qu'il commencent à se considérer comme des collègues et non comme de purs et durs concurrents »<sup>15</sup>. En ce sens, les résultats de notre enquête auprès des 12 artisans sont encourageants.

Les conseillers de *Nucleus* jouent sans doute un rôle central dans l'émergence de ces pratiques d'échange car ils ont la responsabilité du développement des relations de coopération et d'échange entre entrepreneurs, de l'établissement d'un « climat de confiance ». La confiance

---

<sup>13</sup> Selon Monod-Becquelin, «Au sens le plus large, la tradition orale est l'ensemble des expressions orales d'une culture, s'appliquant aux interactions sociales fondamentales, normées par la société dans leur forme et leur usage [...]» ([http://www.scienceshumaines.com/index.php?id\\_article=4804&lg=fr#3](http://www.scienceshumaines.com/index.php?id_article=4804&lg=fr#3)).

<sup>14</sup> Voir son article sur : <http://www.portstnicolas.org/economie-et-confiance.html>.

<sup>15</sup> Voir à ce sujet : <http://www.nucleus-international.net>.

interorganisationnelle est ici fondée sur la confiance interpersonnelle puisque son émergence dépend des relations de confiance que les entrepreneurs établissent entre eux lors des réunions.

Si la confiance calculatrice est fragile, « en ce sens qu'elle n'est pas spécialement robuste face à des changements dans les circonstances externes qui conditionnent le calcul des pertes et des gains économiques » (Lorentz, 2001 : 71) ; la confiance basée sur le capital social cognitif (sur des normes de réciprocité intériorisées par exemple) est plus robuste, car elle s'adapte aux circonstances changeantes. « On présume que les valeurs ne disparaissent pas au gré de la conjoncture du marché, ce qui ne revient pas à dire que l'amitié est inconditionnelle ou sans limite » (Lorentz, 2001 : 71).

S'il est bien trop tôt pour conclure sur la réussite de ce programme *Nucleus* en terme de dynamisme à terme des territoires, son impact dans la formation de capital social paraît indéniable. Notre étude, sans prétendre à l'exhaustivité montre que cette approche *Nucleus* est créatrice de lien social et améliore la circulation de l'information (transmission de connaissances, etc.). D'autre part, et cela est sans doute fondamental dans le cas de l'Algérie, elle permet aux pouvoirs publics de se « réapproprier » un terrain économique largement abandonné au bénéfice du terrain sécuritaire depuis la décennie noire.

Si les caractéristiques sociologiques (culture en général) ont un impact sur le capital structurel gouvernemental (dynamisme des élus locaux, etc.) et s'il existe une analogie possible des comportements institutionnels avec celui des habitants (là où l'on observe un tissu associatif dense, on constate un dynamisme des élus locaux (Angeon *et alii* (2006)) alors une étude similaire à celle que nous avons conduite sur les *Nuclei* de la Wilaya de CAM de Tizi-Ouzou mais étendue à toute l'Algérie devrait pouvoir nous apporter des informations intéressantes. Enfin, l'expérience *Nucleus* ayant été aujourd'hui tentée dans de nombre pays - Brésil en 1991, Argentine et Uruguay en en 1999, Sri Lanka en 2002, Mozambique en 2006, Colombie, Salvador, Guatemala, Honduras, Pakistan, Afrique du Sud en 2008 - des études comparatives au niveau international devraient pouvoir nous éclairer sur l'impact éventuel de l'encastrement.

## RÉFÉRENCES

- Angeon V, Callois J-M., 2004 (a), De l'importance des facteurs sociaux dans le développement, 1ères journées du développement du GRES, Le concept de développement en débat, Université Montesquieu – Bordeaux IV, 16 et 17 septembre.
- Angeon V., Callois J-M., 2004 (b), « Fondements théoriques du développement local : quels apports de la théorie du capital social et de l'économie des proximités ? », Quatrièmes journées de la proximité, Marseille.
- Angeon V, Callois J-M., 2005, Rôle des coordinations locales dans le développement durable des territoires, Rapport de recherche co-financé par le MEDD et le PUCA.
- Angeon V, Callois J-M., 2006, « Capital social et dynamiques de développement territorial : l'exemple de deux territoires ruraux Français », Espace et Société, n° 124-125 M06/2-3.
- Angeon V., Caron P, et Lardon S., 2006, « Des liens sociaux à la construction d'un développement territorial durable : quel rôle de la proximité dans ce processus ? », Développement durable et territoire, Dossier 7 Proximité et environnement (<http://developpementdurable.revues.org/>).
- Baudry B., 1995, L'économie des relations interentreprises, Paris, édition La Découverte, 125 pages.
- Boutillier S, Uzunidis D., 2006, Travailler au XXIème siècle. Nouveaux modes d'organisation du travail, Economie, Société, Région, Collection de l'institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS), De Boeck, 324 p.
- Brousseau E., F. P. Geoffront F P. et Weinstein O., 1997, « Confiance, connaissances et relations inter-firmes », in Guilhon.
- Chakour S. C., Perret C., 2007, « Le commerce informel en Algérie », Critique Économique, n°17, Été-Automne, Rabat, Maroc, p.15-36.
- Coleman James S., 1988, "Social Capital in the Creation of Human Capital", American Journal of Sociology, vol. 94, supplement, pp. 95-1M.

- Donsimoni M, Perret C., 2008, Capital social et développement territorial. Le cas de deux ensembles de *Wilayate* de Kabylie, colloque international, Développement local et gouvernance des territoires, Université de Jijel (Algérie), 3 au 5 novembre M08.
- Gaschet F. et Lacour C., 2008, « Les territoires de la relation ville-industrie : les clusties », Problèmes économiques, 7 mai n°2914, pp. 17-21.
- Hamdouch A., Depret M-H, 2000, « Coalitions industrielles, réseaux de firmes et dynamiques de concurrence-coopération dans les secteurs en cours de globalisation : le cas de l'industrie pharmaceutique », Cahiers de la MSE, mars.
- Huault I., 1998, « Embeddedness et théorie de l'entreprise. Autour des travaux de Mark Granovetter », Annales des Mines, Série Gérer et comprendre, juin, p. 73-86.
- Johansson B. et Quigley J., 2004, "Agglomeration and networks in spatial economies", papers in *Regional Science*, n°83, pp. 165-176, in Gaschet F. et Lacour C., M08, Les territoires de la relation ville-industrie : les clusties, Problèmes économiques, 7 mai n°2914, pp. 17-21.
- Lorenz, E., 2001, « Confiance interorganisationnelle, intermédiaires et communautés de pratique », in *Les réseaux*, n° 108 M01/4, p 63-85.
- Loudiyi S, Angeon V, Lardon S., 2004, Capital social et développement territorial. Quel impact spatial des relations sociales ? », mimeo.
- Nowak M. A., Sigmund K., « Expérience : chez les virus, les premiers signes d'un calcul stratégique. Aux racines de la coopération », Article paru sur [www.larecherche.fr](http://www.larecherche.fr).
- Orlean A., 2000, « La théorie économique de la confiance et ses limites », article paru dans les *Cahiers de Socio-Économie*, intitulés « La confiance en question », sous la direction de R. Laufer et M. Orillard, coll. « Logiques Sociales », Paris, L'Harmattan, M00, 59-77.
- Penard T., 1998, « La théorie des jeux répétés : application a la concurrence oligopolistique », ICI, ENST Bretagne, avril 1998.
- Perret C., 2007, Marché automobile algérien et contrefaçon de pièces de rechange : un manque à gagner pour les constructeurs français , XXIII<sup>èmes</sup> Journées du Développement de l'Association Tiers Monde, Facultés Universitaires Catholiques de Mons, 14-16 Mai, Mons, Belgique.
- Perret C., 2009, « Capital social et *Nuclei* d'entreprises en Algérie», », colloque organisé par l'Université Abou Bekr Belkaïd (Faculté des Sciences économiques et de gestion) en collaboration avec La Fondation Hanns Seidel (Munich – Germany), Tlemcen les 27 et 28 mai M09, Algérie.
- Perret C, gharbi N., 2008, « La contrefaçon en Algérie. Risque et prise en compte par les entreprises. Une application aux produits cosmétiques », Cahiers du CREAD, n°85-86/M08, Alger.
- Schuller G., « Économie et confiance. La confiance : un facteur indispensable, mais complexe », (<http://www.portstnicolas.org/economie-et-confiance.html>).
- Sirven N., 2000, Capital social et développement : quelques éléments d'analyse, Centre d'Économie du Développement, Document de travail n°57, Bordeaux, 26p.
- Torre A., Zuindeau B., 2006, « Editorial Dossier 7 : Proximité et environnement », Développement Durable et Territoires, mai.
- Woolcok M., Narayan D., 2000, "Social capitals: implication for development theory", research and policy, The World Bank Research Observer, vol. 15, n°2.

### COOPERATION AND TRUST IN NUCLEI OF SMALL-SIZED FIRMS IN ALGERIA

**Abstract** - *The algerian authorities which wish to boost the crafts turn at present to the creation of Nuclei, a small-sized enterprises group which meet periodically to identify their common problems and to find together solutions. The questions which lifts this article are the following ones: how to motivate the craftsmen of on Nucleus to share in particular their technical knowledge? How to avoid the free-rider behavior within a Nucleus and it can be sanctioned? Or how standards of reciprocity can be set up?*