

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Facultés des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des sciences de Gestion

Mémoire

En vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Science de Gestion

Option : Entrepreneuriat

Thème

**Etat des Lieux de l'Innovation au
sein des PME Algériennes
Cas des PME de la wilaya de Bejaia**

Elaborée par :

AYAD Nassima

HAMOUCHE Meriem

Sous la Direction de :

Mme HAMITOUCHE Fairouz

Membres de jury :

Mme TIMRIDJINE M

Mme TALEB

Juin 2019

Remerciement

Nous remercions d'abord DIEU le tout puissant de nous avoir donné le courage et la volonté pour mener à terme ce travail.

Nous sommes redevables envers nos familles qui nous ont soutenues sans cesse durant notre cursus.

Nous remercions notre encadreur M^{elle}. HAMITOUCHE Fairouz, pour sa collaboration directe et ses précieuses orientations pour la réalisation de ce modeste travail et qui était avec nous comme trinôme durant la réalisation de ce mémoire de fin d'études.

Nous remercions particulièrement Mr DAREM Rabah, qui n'a cessé de nous soutenir et secourir tout au long de la réalisation de travail.

Notre gratitude ira à l'ensemble de la communauté universitaire pour nous accompagné tout au long de notre cursus.

L'expression de notre profonde et particulière reconnaissance ira à ces entreprises qui ont ouvert leurs portes pour nous assister et nous répondre afin de réussir à compléter ce travail, particulièrement l'EURL Ge Be Go et tous les membres du personnel.

Nous tenons enfin, à remercier toute personne qui a participé, de près ou de loin, à l'élaboration de ce travail.

Nassima et Meriem

Dédicaces

A la mémoire de ma défunte mère, que dieu l'accueille dans son vaste paradis.

A toute ma famille, exceptionnellement mon père et mon frère Ghiles.

A mes amis (es) : Nourdine, Taous, Meriem.

Meriem

Dédicaces

A la Mémoire de mes
défunts parents, que Dieu
les accueille en son vaste paradis

Nassima



Sommaire

SOMMAIRE

Introduction générale.....	2
CHAPITRE I : Aspect théorique de l'innovation et de la PME.....	4
1. Fondement théorique sur l'innovation.....	6
2. Généralités sur les PME.....	17
CHAPITRE II : Innovation et la PME Algérienne	29
1. L'innovation dans les PME Algériennes.....	29
2. Les organismes de recherche et d'aide à l'innovation en Algérie.....	40
CHAPITRE III : L'innovation des PME dans la wilaya de Bejaia	55
1. Présentation du tissu économique de la wilaya de Bejaia.....	52
2 : Situation de l'innovation au sein des PME de la wilaya de Bejaia	55
Conclusion générale	83
Bibliographie	
Annexe	



Liste des Abréviations

LISTE DES ABREVIATIONS

- AADL** : Agence nationale de Développement et d'Amélioration du Logement
- ADPIPME** : Agence de Développement de la PME et de la Promotion de l'Innovation
- AND-PME** : Agence Nationale de Développement de la PME
- ANDRU** : Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire
- ANVREDET** : Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique
- BTPH** : Bâtiment Travaux Publics et Hydrauliques
- CA** : Chiffre D'affaire
- CDTA** : Centre de Développement des Techniques Avancées
- CDER** : Centre de Développement des Energies Renouvelables
- CERIST** : Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique
- CIPPERS** : Commissions Intersectorielles de Promotion de Programmation et d'Evaluation
- CISTT** : Centre d'Information Scientifique et Technique et de Transfert Technologique
- CNRST** : Conseil National de la Recherche Scientifique et Technique
- CREAD** : Centre de Recherche en Economie pour le Développement
- CREAD** : Centre de Recherche en Economie pour le Développement
- CRST** : Commissariat à la Recherche Scientifique et Technique
- CSRT** : Conseil Supérieur de la Recherche Scientifique et Technique de la Recherche Scientifique et Technique
- DA** : Dinar Algérienne
- DG** : Directeur Général
- GRH** : Gestion des Ressources Humaines
- HCR** : Haut Commissariat à la Recherche
- ME** : Moyenne Entreprise
- NTIC** : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
- OCDE** : Organisation de Coopération et de Développement Economique
- ONRS** : Organisme National de Recherche Scientifique
- PE** : Petite Entreprise
- PIB** : Produit Intérieur Brut
- PME** : Petite et Moyenne Entreprise
- PMI** : Petite et moyenne entreprise Industrielle
- 4P** : Produit, Prix, Distribution, Publicité
- R&D** : Recherche et Développement

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SCS : Société en Commandite Simple

SNC : Société en Noms Collectifs

SPA : Société Par Actions

TIC : Technologie d'Information et de Communication

TPE : Très Petite Entreprise

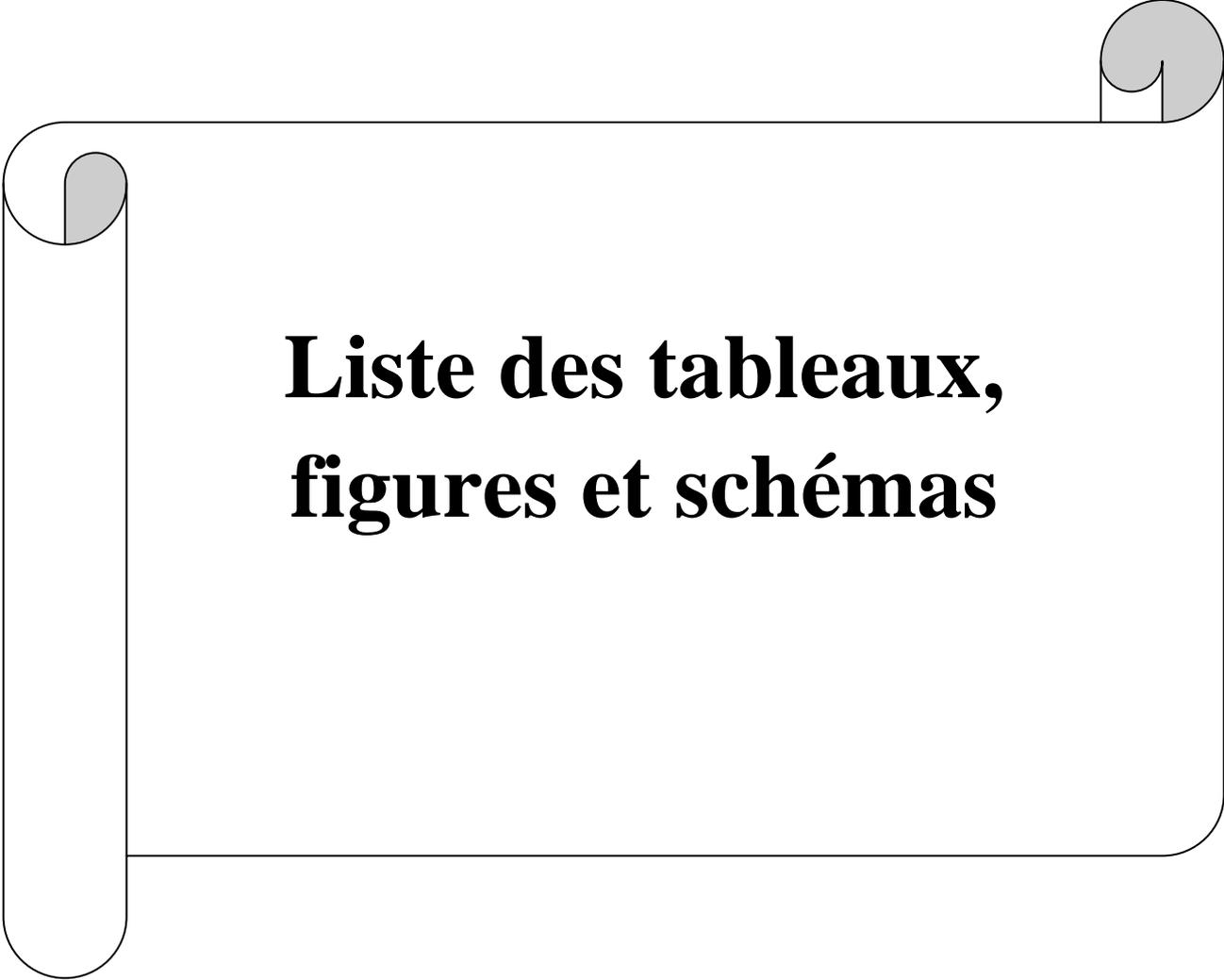
URST : Unités de Recherche Scientifique et Technique

USA : Etats Unis d'Amérique

ZA : Zone d'Activité

ZI : Zone Industrielle





**Liste des tableaux,
figures et schémas**

Liste des tableaux

nombre	Titre	Page
01	Typologies selon le type de propriété	20
02	Typologies selon le type d'objectifs de la direction, la stratégie poursuivie ou le potentiel de la firme	21
03	Typologies selon l'organisation et la croissance ou le développement (la taille)	22
04	Typologies selon les secteurs, les types ou les opportunités de marché	23
05	Les forces et faiblesses des PME en termes de gestion des ressources humaines	25
06	Les forces et faiblesses des PME en termes de capacités d'innovation	25
07	Les forces et faiblesses des PME en termes de la fonction financière	26
08	Les critères de la définition de la PME en Algérie	30
09	Comparatif de l'évolution du nombre des PME par rapport au 1 ^{er} semestre de l'année 2014 à 2018	31
10	Evolution des PME Algérienne par secteur d'activité S1 de l'année 2014 à 2018	31
11	Démographie des PME privées	33
12	La population globale des PME de la wilaya de Bejaia	54
13	La répartition spatiale des PME privées suivant les 6 premières daïras de la wilaya de Bejaia (2018)	55
14	Développement de l'innovation de produit au sein des PME enquêtées	61
15	Les changements et les améliorations au sein des entreprises	62
16	Développement de l'innovation de procédé au sein des PME enquêtées	63
17	Le type de l'innovation organisationnelle utilisé par les PME enquêtées	64
18	L'impact des PME sur l'innovation organisationnelle sur les PME enquêtées	65
19	Les PME enquêtées qui utilisent l'innovation marketing	66
20	Désignation de l'innovation au sein des PME enquêtées	67

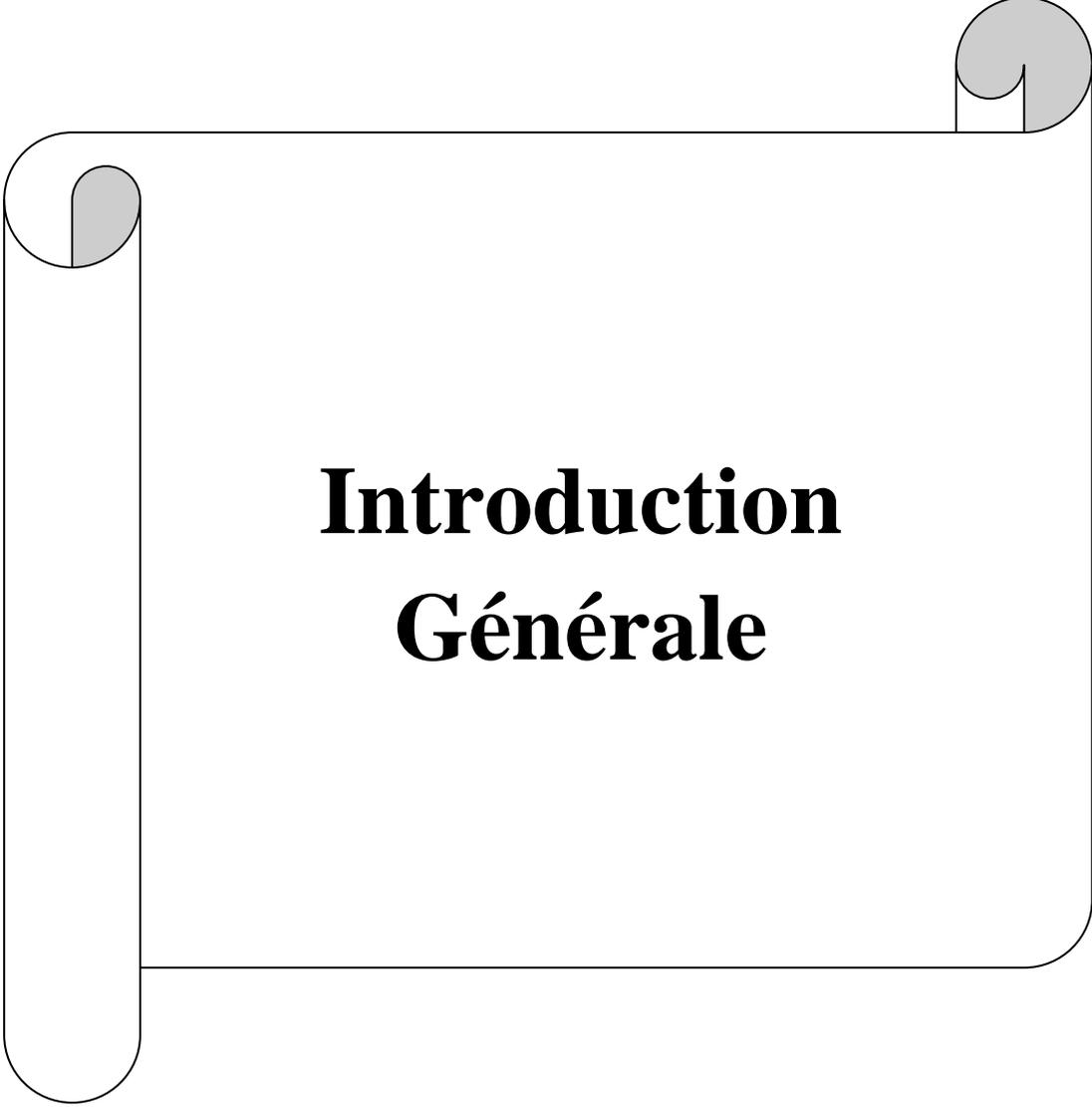
21	La démarche de l'innovation au sein des PME enquêtées	69
22	Le nombre des innovations créées au sein des PME enquêtées	72
23	La connaissance des structures chargées à la promotion de l'innovation auprès des PME enquêtées	74

Liste des figures

N°	Titre	Page
01	Répartition des entreprises privées par le statut juridique (S1 de 2014 à 2018)	31
02	Evaluation de l'emploi par le statut de la PME en Algérie	33
03	La répartition des PME de la wilaya de Bejaia par taille pour l'année 2018	54
04	Répartition des PME enquêtées par la date de création	58
05	La répartition des entreprises selon le secteur d'activité en fonction de leur taille (effectif)	59
06	la représentation des PME selon la forme juridique	59
07	La répartition des PME enquêtées selon leur localisation	60
08	Les marchés visés par les entreprises enquêtées	60
09	L'état de l'innovation produit dans PME enquêtées	61
10	L'impact de l'innovation de produit au sein des PME enquêtées	62
11	Les retombées de l'innovation de procédé sur les PME enquêtées	63
12	L'impact de l'innovation marketing sur des PME enquêtées	66
13	Les raisons de l'innovation pour les PME enquêtées	67
14	Les sources d'innovation pour les PME enquêtées	68
15	La préoccupation de l'innovation au sein des PME enquêtées	68
16	Les freins de l'innovation au sein des PME enquêtées	69
17	Les avantages de l'innovation pour les PME enquêtées	70
18	Emplacement géographique des PME pour la favorisation d'innovation	71
19	La protection de l'innovation au sein des PME enquêtées	71
20	Réalisation d'enquêtes auprès des clients en cas de lancement d'un nouveau produit au sein des PME enquêtées	72
21	Conformité de la technologie détenue par les PME enquêtées aux besoins de leurs activités	73
22	Le financement de l'innovation au sein des PME enquêtées par les aides publiques	73
23	Les efforts des PME enquêtées pour développer l'innovation	74
24	Les avis des partenaires auprès des PME enquêtées	75

Liste des schemas

N°	Titre	Page
01	Les catégories d'innovation	13



Introduction Générale

Dans le nouvel environnement mondial dominé par l'accélération des changements technologiques, les exigences accrues des clients, la réduction de la durée de vie des produits et une offre de biens et services plus étendue, l'innovation est devenue un élément clé du développement et de la compétitivité des entreprises et un facteur essentiel de la dynamique des sociétés.

Aujourd'hui, l'innovation est reconnue comme un des facteurs majeurs de succès qui favorise le développement et la croissance aussi bien des entreprises que des Etats, on la retrouve dans tous les niveaux décisionnels. Freeman & Soete affirment qu'en dépit des risques « *ne pas innover, c'est mourir* »¹.

L'innovation est un atout principal dans l'identification et l'exploitation des opportunités. En effet, pour détecter une opportunité, l'entreprise doit être en mesure de se différencier, voir même de se démarquer par une nouveauté, lui permettant de réaliser un profit ou de l'augmenter.

De nombreux auteurs et chercheurs ont traité le thème d'innovation, formalisée pour la première fois par Schumpeter, qui considérait que innovation est « *l'introduction réussie sur le marché d'un nouveau produit, d'un nouveau processus ou d'un nouveau modèle d'organisation* »². Elle est une arme concurrentielle forte pour toute entreprise cherchant la croissance et la pérennité, particulièrement pour les PME ; qui doivent faire face aux grandes entreprises et aux multinationales. La flexibilité de leur structure, leur réactivité et leur capacité à s'adapter aux pressions multiples de l'environnement notamment économiques, leur aptitude à assurer une intégration économique et le développement local des régions, montrent que leur place dans l'économie gagne en importance et mettent à l'abri de toute négligence, leur rôle dans le processus de développement économique et social. Ces caractéristiques les rendent plus spécifiques à la création et à l'innovation.

De nos jours, Les PME sont des composantes primordiales de l'économie de nombreux pays, que ce soit des pays industriels ou des pays en voie de développement. Elles jouent un rôle très important dans la croissance socio-économique et la dynamique industrielle de ces pays.

Dans la conjoncture économique actuelle de l'Algérie, le passage d'une économie administrée à une économie de marché, les PME jouent un rôle important et décisif dans la croissance économique du pays, dans la dynamique concurrentielle, dans la création d'emploi

¹ Freeman & Soete in MME. BERBAR NEE BERRACHED W., *Analyse des déterminants clés qui stimulent l'innovation dans la PME, Cas des entreprises Algériennes*, Doctorat en Science de Gestion, Abou Bakr Belkaid, Tlemcen, 2014, p. 3.

²SCHUMPETER in BELLON B., *L'Innovation Créatrice*, ECOMONICA., Paris-France, 2002, p. 6.

et la lutte contre le chômage et la pauvreté et aussi dans la diversification des exportations nationales. En face de tels défis, les PME Algériennes se voient obligées d'innover en permanence et d'améliorer leur compétitivité pour assurer leur survie.

Pour soutenir les PME dans leur quête de recherche et d'innovation, l'Etat Algérien a mis en place des politiques et des mesures d'aide à l'innovation. Cela a impliqué l'émergence de plusieurs organismes et la mise en place d'institutions de relais et d'appui à la recherche et d'aide à l'innovation.

L'Algérie présente une répartition géographique inégale des PME et reste marqué depuis un certain nombre d'années par la prédominance d'une douzaine de wilayas sur d'autres³, selon les divers bulletins d'informations statistiques diffusés par le ministère de la PME et de l'artisanat ces dernières années. Selon le dernier bulletin d'information statistique n° 33, du 1^{er} semestre 2018, la wilaya de Bejaia occupe la 3eme place au niveau nationale, après Alger et Tizi Ouzou, avec un nombre de PME créées égal à 31 391 PME.

Dans la mesure où l'innovation constitue un défi majeur pour les entreprises qui doivent en maîtriser tous les aspects pour assurer le succès de leurs activités et leurs croissances, nous avons consacré ce travail de recherche pour tenter de répondre à notre question principale formulée comme suit :

Quelle est la place occupée par l'innovation au sein des PME de la wilaya de Bejaia ?

En suivant cette problématique, nous essayant de répondre aux interrogations suivantes :

- Les PME de la wilaya de Bejaia sont-elles prédisposées à l'adoption ou à la génération d'innovation ?
- Quels sont les types d'innovation adoptés par les PME de la wilaya de Bejaia ?

Pour répondre à notre problématique de départ, nous supposons les hypothèses suivantes :

H1 : Les PME de la wilaya de Bejaia développeraient une culture favorable à l'innovation.

H2 : Les innovations produit et procédés seraient les innovations les plus adoptées par les PME de la wilaya de Bejaia.

³ www.ons.dz

Le choix de notre sujet de recherche est dû essentiellement au fait que l'innovation est un levier crucial de la croissance et du développement socio-économique des pays et au fait de la transition de l'Algérie vers l'économie de marché.

Pour le choix des PME, ces dernières prédominent le tissu économique mondial, particulièrement celui de Bejaia (95.53% des entreprises privées sont de PME)⁴.

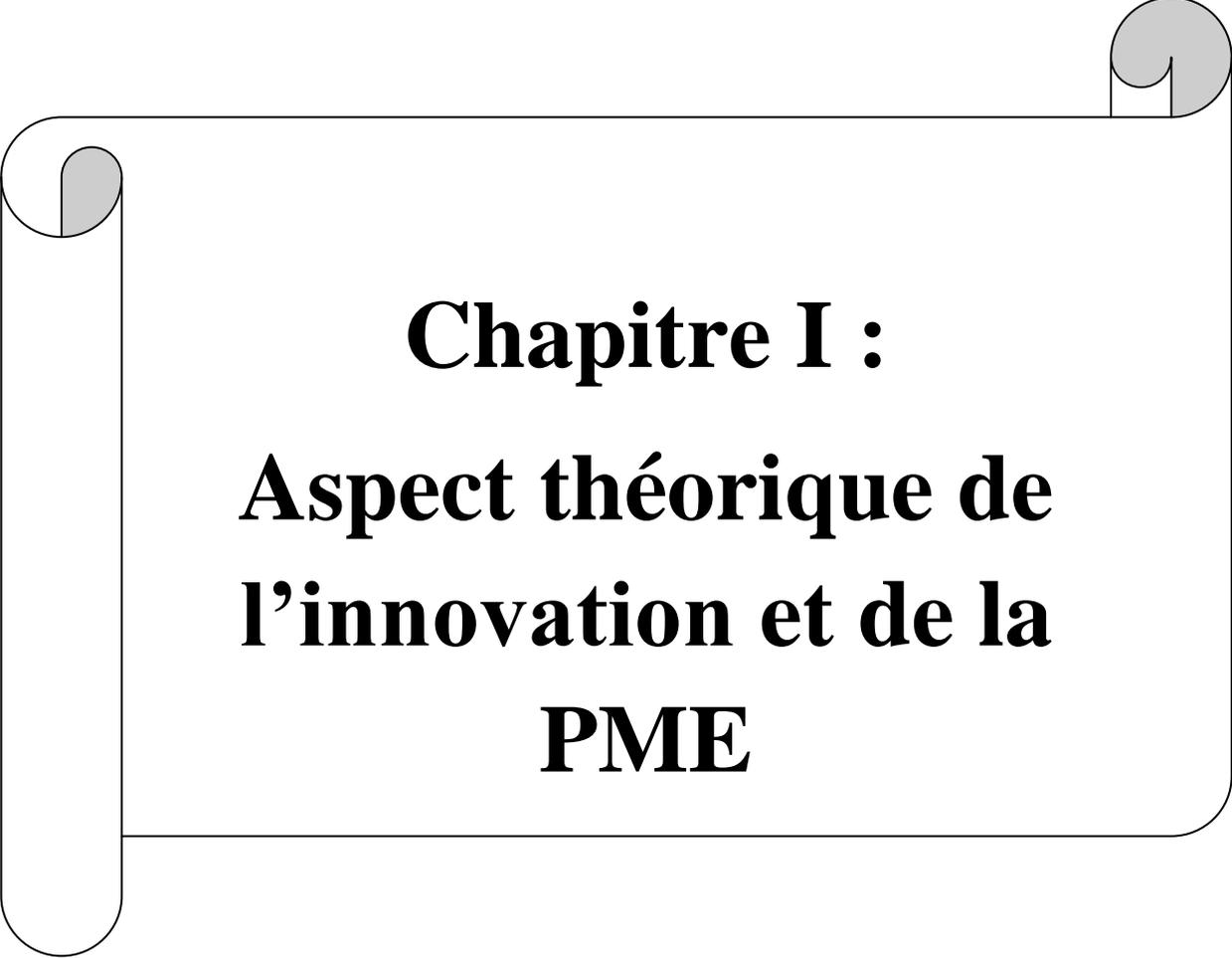
Pour mieux cerner notre question principale, et répondre aux questions secondaires, nous prévoyons de suivre la méthodologie suivante :

Dans un premier temps, nous avons opté pour une démarche exploratoire dans le but de mieux cerner notre sujet de mémoire par le biais des opérations de recherches bibliographiques et documentaires adéquates.

Dans la deuxième étape, nous entamons une démarche empirique à travers une enquête de terrain portant sur un échantillon de 21 PME de la wilaya de Bejaia. Les données et les informations recueillies vont nous permettre de répondre à notre problématique posée au départ et de clarifier les hypothèses émises.

Ce travail de recherche est organisé en trois chapitres. Le premier aborde les aspects théoriques de l'innovation et celui de la petite et moyenne entreprise (PME), définitions, typologies, caractéristiques et objectifs de l'innovation. Le second chapitre traite de la PME algérienne (définition, quelques données sur la PME algérienne et ses caractéristiques). Ensuite un éventail d'organismes de recherche et d'aide à l'innovation, créée par l'Etat Algérien pour soutenir les PME, sera énuméré. Et enfin, le troisième et dernier chapitre abordera l'aspect empirique de notre recherche, les résultats de notre enquête de terrain seront présentés.

⁴ Données de la DPAT, Bejaia, 2018



Chapitre I :
Aspect théorique de
l'innovation et de la
PME

Introduction

Il n'y a plus de doute que l'innovation est au cœur de la croissance des pays et des nations, du développement régionale et territoriale, de la compétitivité et l'effervescence des entreprises, des plus petites aux plus grandes. L'innovation est devenue même le sujet de préoccupation des individus et porte tout leur intérêt (politiciens, chefs d'entreprises, chercheurs, producteurs, consommateurs,.....).

Avec les changements perpétuels de l'environnement économique et mondial, l'innovation s'est vue adaptée et corrélée à ces fluctuations continues, désirs et exigences des clients de plus en plus spécifiques et distinctifs, le phénomène de mondialisation, l'utilisation massive des TIC, obsolescence rapide des produits et le raccourcissement de leurs cycles de vie,.....etc. les classifications et typologies de l'innovation se sont diversifiées selon le contexte économique existant.

Le rôle important des PME dans la croissance socio-économique des pays et la dynamique industrielle des sociétés, est une idée largement admise de nos jours. Elles représentent plus de 90 % des entreprises dans le monde et contribuent à la création de 50 % à 60 % d'emplois¹. Pourtant ce n'est que tardivement que la prise en conscience des PME est apparue, dans les années 70, aux États-Unis suite à la publication de l'ouvrage de Schumacher (1973) « Small is Beautiful », où la PME est présentée comme une cellule socioéconomique de base pour les sociétés et un moteur de croissance et de valorisation des différents secteurs. La population des PME est tellement hétérogène, qu'il n'y a pas de définition unilatérale de ces entités ; chaque auteur l'a définie selon des critères considérés dans un contexte donné. Les entreprises sont incitées à innover afin de garantir leur compétitivité et leur survie. Les PME n'échappent pas à cette règle.

Dans ce chapitre, nous présenterons d'abord des fondements théoriques sur l'innovation, définitions et typologies, raisons, caractéristiques et impacte de celle-ci. Ensuite, nous parlerons de la définition de la PME, ses caractéristiques et ses spécificités, les forces et faiblesses de ces entités et enfin de leurs importances dans l'économie mondiale.

1. Fondements Théoriques de l'innovation

L'innovation est un enjeu majeur de la compétitivité et de la croissance des entreprises, dans un environnement en perpétuelle mutations et de crises. Selon Porter² : « *l'innovation est*

¹ BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL, *Les Petites et Moyennes Entreprises et la création d'emploi décent et productifs*, Genève, Suisse, Bureau International du Travail, coll.« 104eme session », 2015, p. 1.

² F. LEROY et O. TORRES, *La place de l'innovation dans les stratégies concurrentielles des PME internationales*, revue d'innovation, 2000, In : www.oliviertorres.net/travaux/pdf. Consulté le 10/04/2019.

la clé de compétitivité des entreprises parce qu'elle conditionne leurs capacités à maintenir des avantages concurrentiels durables sur des marchés évolutifs ».

1.1. Etymologie et définition de l'innovation

On va d'abord aborder l'étymologie du concept et ensuite présenter quelques définitions de l'innovation selon certains spécialistes.

1.1.1. Etymologie du mot « Innovation »

Avant de définir le mot innovation, il convient tout d'abord de comprendre son étymologie afin d'appréhender au mieux la richesse de sens du mot « INNOVATION ».

Le concept « Innovation » est apparu en 1297 et désigne le fait d'introduire dans une chose établie quelque chose de nouveau. Autrement dit, c'est insérer de l'inconnu dans un connu³.

Innovation vient du mot latin « innovare » qui signifie **revenir à, renouveler**. *Innovare* quand à lui est composé du verbe « Novare » de la racine « novus », qui veut dire **changer, nouveau**, et aussi du préfixe in-, qui indique **un mouvement vers l'intérieur**⁴.

Cette signification permet deux interprétations différentes :

- Rénover : modification et amélioration de l'existant.
- Changer : création et introduction de quelque chose de nouveau, soit un produit, un concept, un service, ...etc.

L'étymologie du mot innovation nous apprend trois choses sur l'innovation⁵ :

- L'innovation est un mouvement que l'on peut qualifier de processus.
- L'innovation génère un changement qui doit être accepté par le système de valeurs des individus concernés.
- L'innovation est créatrice de nouvelles richesses.

1.1.2. Définition de l'innovation

L'innovation est un terme polysémique et polymorphe, ses acceptions varient selon le contexte dans lequel elle est utilisée ainsi que des objectifs particuliers poursuivis par l'entreprise en matière d'analyse ou de mesure. Les auteurs accompagnent souvent leur définition d'une typologie de l'innovation en vue de borner le champ sémantique.

Il y a un nombre important de définitions pour l'innovation qui ont évolué dans le temps pour répondre aux changements et fluctuations de l'environnement interne et externe de l'entreprise, nous présenterons quelques unes d'entre elles.

³ DURIEUX F., *Management de l'innovation*, Paris-France, Velbert, 2000, p. 6.

⁴ GROFF A., *Manager l'innovation 100 questions pour comprendre et agir*, AFNOR., France, 2009, p. 11.

⁵ *Ibid.*

Les travaux de J.A.Schumpeter⁶ sont principalement connus pour la théorie du développement qu'il a conçu. C'est dans ce cadre que l'auteur a présenté une théorie de l'innovation. Il considère que le capitalisme est une dynamique composée de mouvements longs, de cycles de croissance et de crises qui se succèdent. Or c'est précisément l'innovation, définie comme un processus, qui constitue le moteur de cette dynamique.

Dans ses premiers travaux, l'auteur considère l'innovation comme le fruit du travail d'un agent économique en particulier : l'entrepreneur individuel qui rompt le flux circulaire de l'économie en pariant sur la demande future de nouveaux produits ou procédés, sur l'ouverture d'un nouveau marché, sur l'utilisation d'une nouvelle ressource naturelle ou sur l'organisation de tout un secteur de l'économie. Schumpeter considère que les innovations sont conçues au cours des périodes de crise, avant d'alimenter elles-mêmes la croissance.

Dans les seconds travaux de Schumpeter, l'auteur a mis l'accent sur les grandes firmes innovatrices. Elles se substituent à l'entrepreneur individuel et aux petites entreprises innovantes car finalement, elles seules ont les moyens financiers pour soutenir l'innovation. En effet, pour l'auteur, l'innovation est le résultat des travaux de R&D routiniers réalisés dans de grands laboratoires de recherche industrielle. Il considère que ce sont des équipes disposant de compétences très pointues et réalisant une action très routinière qui se trouvent à l'origine de l'innovation⁷.

Schumpeter considère l'innovation comme un processus intégrant et combinant plusieurs aspects technologiques et organisationnels de l'entreprise. Aussi, d'autres auteurs considèrent l'innovation comme processus.

Pour Zaltman, Duncan et Holbeck⁸, le terme innovation se définit comme « *un processus créatif unique par lequel deux ou plusieurs entités ou concepts sont combinés de manière à donner une configuration nouvelle* ».

Le sens du terme "*innovation*" est associé à celui de conception dans cette définition.

Pour Barreyre⁹, l'innovation est la mise en œuvre originale et porteuse de progrès d'une découverte, d'une invention ou simplement d'un concept.

⁶Schumpeter in SANDER A., *Les politiques de soutien à l'innovation, une approche cognitive, le cas d'Alsace*, doctorat en sciences économiques, Université Louis Pasteur, Strasbourg I, 2005, p. 18.

⁷*Ibid.*, p. 18-19.

⁸Zaltman et al. in DELTOUR F., *L'innovation dans l'organisation : dépasser les ambiguïtés du concept*, Les Cahiers de la Recherche CLAREE Centre Lillois d'Analyse et de Recherche sur l'Evolution des Entreprises, 2000, p. 5.

⁹Barreyre in COHEN C., *Veille et Intelligence Economique*, Lavoisier., Paris-France, 2004, p. 26.

Selon Bellon: « *Innovation, c'est mettre sur le marché un nouveau produit ou un produit qui a des propriétés nouvelles ; c'est aussi introduire un nouveau procédé de fabrication ou une nouvelle organisation dans l'entreprise. Mais ces trois formes d'innovation sont liées ; chacune entraîne les deux autres* »¹⁰.

L'innovation est associée à la nouveauté et la mise en œuvre d'une chose.

Aussi, Morin distingue l'innovation vue du marché et l'innovation vue de l'entreprise¹¹.

L'innovation vue du marché : « *Pour un marché donné, l'innovation est tout produit ou service, ou élément de produit ou de service, mis pour la première fois à la disposition de ses utilisateurs ou consommateurs, soit qu'il présente par rapport à des produits et services répondant déjà aux mêmes types de besoins, une caractéristique nouvelle (performance, fonction, design, maintenance, mode d'accès, ...), soit qu'il doit satisfaire un besoin nouveau*».

L'innovation vue de l'entreprise : « *Pour une entreprise donnée..., l'innovation est l'aboutissement d'un processus engagé à des fins économiques, et appelé développement* ».

pour Morin, au cours du processus d'innovation, l'entreprise met en œuvre dans des conditions nouvelles pour elles, au moins une combinaison, de technologies, de méthodes de gestion, nouvelles ou non, qui doivent concourir à la conception d'un produit ou service, à sa réalisation, ou à sa commercialisation, ou à sa facturation, ou à la gestion et l'organisation des fonctions nécessaires à ses activités.

Plusieurs théoriciens de la gestion voient que l'innovation est à la fois un processus et un résultat.

Pour Walch et Roman, « *l'innovation est un processus organisationnel, délibéré, qui conduit à la proposition et à l'adoption, sur un marché ou à l'intérieur d'une entreprise, d'un produit nouveau, d'une organisation nouvelle, d'un outil de gestion nouveau et d'une connaissance nouvelle* »¹². Selon ces auteurs, ce processus permet, à l'entreprise d'améliorer sa position stratégique et/ou de renforcer ses compétences et ses connaissances, technologiques ainsi que celle du marché.

Selon Morant et Manceau, « *l'innovation est le fruit de processus multiples associant de nombreux facteurs fonctionnels et organisationnels* »¹³.

¹⁰ BELLON B., *L'Innovation Créatrice*, ECOMONICA., Paris-France, 2002, p. 3.

¹¹ Morin in COHEN C., *Veille et Intelligence Economique*, op. cit., p. 26.

¹² FERNEZ-WALCH S. et F. ROMON, *Dictionnaire de Management de l'Innovation*, Vuibert., Paris-France, 2008, p. 82.

¹³ Morant & Manceau in BOUZID I., *La dynamique des innovations d'exploration et d'exploitation des PME à travers les alliances stratégiques*, Paris-Dauphine, Paris-France, 2011, p. 37.

Pour les deux auteurs précédemment cités, l'innovation est aussi vue comme l'exploitation de nouvelles idées, de nouveaux produits ou services, de nouveaux modèles économiques ou de nouvelles manières de travailler¹⁴. De même que pour Lehu, qui considère l'innovation comme le résultat de la mise en application d'idées nouvelles et de recherches¹⁵.

L'innovation, quant à elle est le fruit soit d'une politique de développement interne fondée sur les travaux des bureaux d'études, des laboratoires et des services de R&D, soit d'une politique contractuelle faisant appel à des chercheurs indépendants ou à des sociétés spécialisées de développer des innovations¹⁶.

A travers ces différents énoncés, il y a lieu de dire que la définition de l'innovation a évolué à travers le temps pour répondre et s'adapter aux fluctuations et changements du milieu économique, social et sociétal. Mais il y a une coordonnée dans les dires, par le faite que l'innovation est la proposition d'une nouveauté ou un changement, perçue comme tel sur le marché pour répondre à un besoin ou créer ce besoin ; offrant ainsi un avantage à l'entreprise innovante. L'innovation est unique et originale, elle est l'essence de l'économie moderne et constitue une réalité dans la vie et les quotidiens des entreprises, des états et nations, des groupes régionaux, des individus quel qu'ils soient ; consommateurs ; politiciens ; entrepreneurs ; salaries ; chercheurs ;.....etc.

Cependant, pour la réalisation de notre enquête de terrain, nous avons opté pour la définition du manuel d'Oslo qui définit l'innovation comme étant la mise en œuvre d'un produit ou d'un procédé nouveau, d'une nouvelle méthode de communication ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques d'une entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations avec l'extérieur¹⁷, et qui reconnaît quatre types d'innovation : innovation produit, innovation processus, innovation organisationnelle et innovation marketing et qui sont détaillés dans la partie qui suit (typologie selon la nature de l'innovation).

1.2. Les Typologies de l'innovation

Les typologies de l'innovation se classifient selon deux critères. D'après Julien et Marchesnay, il y a lieu de distinguer entre des types d'innovation selon les niveaux

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ LEHU J.-M., *L'Encyclopédie du Marketing, D'Organisation.*, Paris-France, 2004, p. 401.

¹⁶ KOTLER P., K. KELLER, MANCEAU, et B. DUBOIS, *Management Marketing*, 13^{ème} éd Pearson., France, 2009, p. 730.

¹⁷ MANUEL D'OSLO, *Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, 3^e éd., OCDE, 2005, p. 54.

d'application de celle-ci et selon l'ampleur ou l'impact des changements qu'elle entraîne sur l'organisation et la gestion de l'entreprise¹⁸:

1.2.1. Typologie selon la nature de l'innovation

La typologie est établie du point de vue de l'intervention de l'innovation dans les activités de l'entreprise, selon qu'elle concerne les processus de production ou les produits proposés par la firme. Quoique cette typologie soit tirée des travaux de Schumpeter, nous reprendrons la typologie du manuel d'Oslo¹⁹, qui distingue entre quatre niveaux d'intervention des innovations. Chaque type d'innovation répond à des caractéristiques et objectifs distincts.

1.2.1.1. Innovation de produit

Une innovation de produit correspond à l'introduction d'un produit (bien, service, prestation) nouveau ou sensiblement amélioré sur le plan de ses caractéristiques ou de l'usage auquel il est destiné. Elle est perçue comme une modification du contenu technologique du bien ou une amélioration de ses conditions d'utilisation. L'objectif est généralement d'améliorer les prestations offertes aux clients et de répondre à de nouveaux besoins²⁰. et de maintenir la position de l'entreprise sur le marché, mais également de développer de nouveaux marchés pour prendre de l'expansion.

1.2.1.2. Innovation de procédé

Une innovation de procédé concerne essentiellement la mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle, ou sensiblement améliorée. Les méthodes peuvent impliquer des modifications portant sur l'organisation de la production, pour diminuer les coûts unitaires de production ou de distribution et sur l'amélioration de la qualité. Ce type implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel ou le logiciel. Ces changements visent en général à simplifier le processus de production et à réduire les coûts, afin d'augmenter la flexibilité et la capacité de production de l'entreprise, de préserver et de renforcer la compétitivité de celle-ci.

1.2.1.3. Innovation organisationnelle

Une innovation d'organisation est la mise en œuvre d'une nouvelle organisation dans les pratiques, du lieu de travail ou des relations extérieures de l'entreprise. Elle peut avoir pour but d'améliorer les performances d'une entreprise en réduisant les coûts administratifs ou de

¹⁸ JULIEN P. et M. MARCHESNAY, *L'Entrepreneuriat*, Economica., France, 1996, p. 36- 38.

¹⁹ MANUEL D'OSLO, *Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, op. cit., p. 56.

²⁰ RAHMOUNI M. et M. YILDIZOGLU, *Motivations et déterminants de l'innovation technologique : Un survol des théories modernes*, Cahiers du GREThA, n° 2011-10, p. 3. <http://ideas.repec.org/p/grt/wpegrt/2011-10.html>

transaction, en améliorant le niveau de satisfaction au travail, ou en réduisant les coûts des approvisionnements, finalement celles qui concernent la participation des employés aux décisions et au développement de l'organisation. Ce type d'innovation correspond à la création d'une nouvelle organisation de travail.

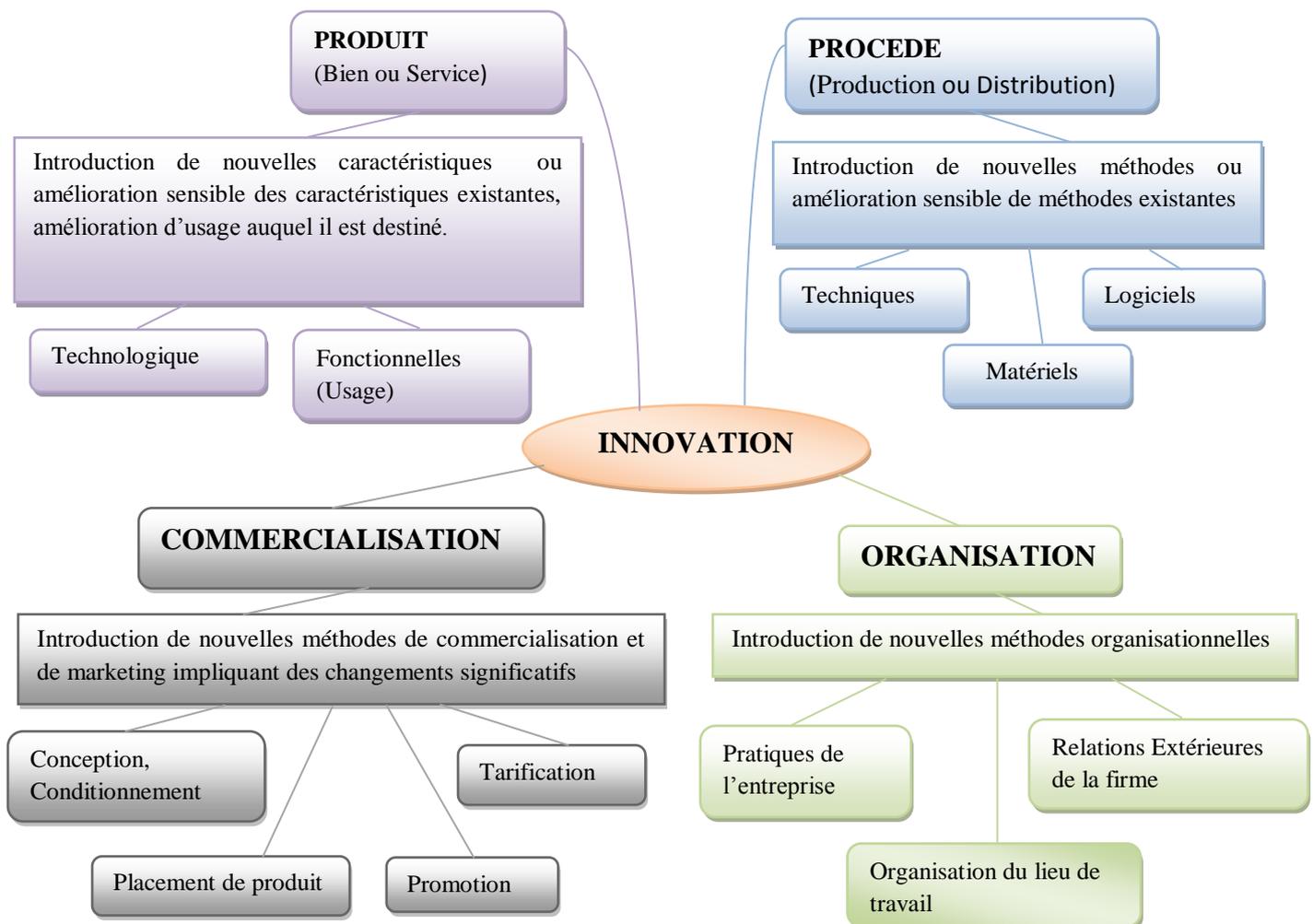
Cette innovation permet l'amélioration et l'efficacité de la production et de la productivité au sein de l'entreprise, et devrait contribuer au maintien d'un climat propice aux différentes formes d'innovation, à la créativité et à la flexibilité de l'entreprise.

1.2.1.4. Innovation de commercialisation (marketing)

Les innovations de commercialisation consistent à la mise en œuvre de nouvelles méthodes de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, de la promotion ou de la tarification d'un produit. Elles correspondent à des innovations de procédé et elles sont souvent nécessaires au succès des innovations de produit. Elles visent à mieux satisfaire les besoins des consommateurs, ouvrir de nouveaux marchés ou positionner d'une manière nouvelle un produit de l'entreprise sur le marché afin d'augmenter les ventes puis touche aussi les 4P du marketing mix : le produit, le prix, le mode de distribution ou à la communication (publicité)²¹.

Les différentes catégories d'innovation contribuent toutes, de façon complémentaire, à l'amélioration des performances de l'entreprise. Cependant l'innovation la plus connue et remarquée, la plus visible par l'environnement extérieur, celle qui participe en général le plus à l'amélioration de l'image de marque de l'entreprise, est l'innovation de produit.

²¹ *Ibid.*, p. 4.

Schéma 1 : Les catégories d'innovation

Source : Réalisée par nos soins, à partir des définitions du Manuel d'Oslo (OCDE, 2005)

1.2.2. Typologie selon le degré de l'innovation

La classification se fait rapport à l'ampleur ou l'étendue de l'innovation, soit le degré de nouveauté ou d'intensité dans le marché, ou alors dans toute l'économie. C. Freeman²² distingue principalement deux types d'innovation : l'innovation radicale et l'innovation incrémentale. Pour March, La première cherche à développer des sources de valeur que les firmes elles-mêmes ne connaissent pas complètement. Par opposition, l'innovation incrémentale s'adresse aux besoins manifestes des procédés de production ou des clients. Ces

²²Freeman in BELLON B., *L'Innovation Créatrice*, op. cit., p. 5.

deux types d'innovation impliquent aussi un équilibre différent entre les activités d'exploration et d'exploitation dans la firme.

1.2.2.1. Innovation radicale (Innovation majeure)

L'innovation radicale ne se manifeste pas fréquemment.

Pour Bellon²³, les innovations radicales dénommées aussi des innovations de rupture, implique une rupture totale et irréversible dans le processus. Elle correspond à l'introduction d'une technologie générique qui affecte l'organisation du travail et la productivité dans un grand nombre d'activités, aussi bien du point de vue de l'entreprise qui l'a introduit que du point de vue du marché qui l'a reçu. Ce type d'innovation constitue une richesse stratégique quant à la croissance à long terme, mais son développement est plus coûteux et risqué. Elle ne s'adresse pas nécessairement à une demande bien identifiée, mais elle crée une demande précédemment non exprimée par le marché. Cette demande implique souvent une nouvelle structure du marché.

Elle est aussi à l'origine de l'orientation de l'industrie au sein d'une nouvelle trajectoire technologique, dans le sens où elle déplace réellement la frontière des connaissances techniques s'il s'agit d'innovation de procédé, et elle élargit radicalement la gamme des produits et services dans le cas d'innovation de produit. Elle nécessite que l'organisation accorde un poids plus important aux activités d'exploration, même si elles sont plus risquées²⁴.

1.2.2.2. Innovation incrémentale (Innovation graduelle)

Selon Bellon²⁵, l'innovation incrémentale (ou mineure) constitue un changement progressif découlant d'une innovation radicale qui permet d'améliorer une technologie afin de l'adapter aux spécificités des secteurs et des marchés qui vont l'adopter. Elle concerne l'introduction par l'entreprise d'améliorations de produits existants par ailleurs sur le marché ou bien l'introduction dans l'entreprise d'équipements et de composants novateurs qu'elle n'aurait pas mis au point elle-même. Pour Cohen et Levinthal, Ces innovations sont souvent réalisées par des entreprises qui font relativement peu de recherche en interne et qui recourent peu aux brevets et aux licences externes. Elles jouent néanmoins un rôle important dans l'augmentation du stock de connaissances d'une entreprise et de ses capacités à développer de nouveaux produits ou procédés.

²³ *Ibid.*, p. 5-6.

²⁴ RAHMOUNI M. et M. YILDIZOGLU, *Motivations et déterminants de l'innovation technologique : Un survol des théories modernes, op. cit.*, p. 5.

²⁵ BELLON B., *L'Innovation Créatrice, op. cit.*, p. 6.

1.2.2.3. Innovation technologique

Appelé aussi innovation technique, elle désigne l'introduction ou l'amélioration utilisée des technologies utilisées dans le produit du projet, projet de nouvelle technologie. Elle peut aussi être liée à la prise en compte d'usages nouveaux pour des produits existants ou à la satisfaction des besoins nouveaux²⁶.

Une innovation technologique peut avoir un impact considérable sur un secteur d'activité. Elle peut contribuer à créer un nouveau marché ou profondément modifier les compétences à mettre en œuvre pour bien se positionner, voire pour survivre sur un marché existant²⁷.

1.3. Les raisons d'innovation

Les entreprises doivent innover de façon régulière pour les raisons suivantes²⁸ :

- **L'innovation permet de stimuler la demande**

Sur les marchés saturés, l'innovation permet à l'entreprise de relancer la demande :

- Elle stimule la demande primaire (équipement) en proposant des offres nouvelles ;
- Elle stimule la demande secondaire (renouvellement) en accélérant l'obsolescence des produits existants.

- **L'innovation permet de stimuler l'offre et de créer de nouvelles sources de revenus**

Lorsque l'entreprise innove, quel qu'elle soit le type d'innovation réalisée, elle crée de la valeur et de nouvelles sources de rente et de valeur qui alimente sa croissance et son développement. L'innovation est une source majeure de développement des activités des entreprises (nouveaux produits, élargissement de l'offre, recouvrement de nouveaux besoins sur le marché, diversification dans de nouvelles activités).

- **L'innovation permet de lutter contre la banalité des produits et de restaurer ses marges**

Tout produit court le risque de la banalisation et de la perte de ses facteurs de différenciation auprès des consommateurs. Cela induit la pression sur le prix et donc sur les marges.

L'innovation, crée de nouvelles sources de différenciation, permet de lutter contre la banalisation des produits. Cela induit la restauration et l'augmentation des marges.

²⁶ FERNEZ-WALCH S. et F. ROMON, *Dictionnaire de Management de l'Innovation*, Vuibert., Paris-France, 2008, p. 82.

²⁷ CORBEL P., *Technologie Innovation Stratégie, De l'innovation technologique à l'innovation stratégique*, Lextenso., France, 2009, p. 27.

²⁸ LENDREVIE J., J. LEVY, et D. LINDON, *MERCATOR*, DALLOZ., Paris-France, 2003, p. 327-329.

- **L'innovation permet de mieux faire face aux concurrents**

Sur les marchés à maturité, l'innovation crée des ruptures qui offrent à l'entreprise des opportunités pour gagner un avantage de différenciation par rapport à ses concurrents. Ainsi, l'entreprise innovante évolue et augmente ses parts de marché.

Sur les nouveaux marchés émergents, l'entreprise s'offre le moyen de développer ses ventes, en manœuvrant sur un marché concurrentiel plus ouvert.

- **L'innovation permet de mieux faire face aux distributeurs :**

Pour faire face à la grande distribution, les entreprises productrices doivent innover et proposer des produits nouveaux ou améliorés. Les distributeurs sont sensibles et favorables pour ce qui est intéressant et nouveau. Ainsi, les termes de négociation sont en faveur des entreprises et pas celui des distributeurs.

- **L'innovation permet de prendre et de reprendre la parole**

L'innovation favorise la communication. Elle est un bon prétexte pour l'entreprise, surtout les commerciaux, de prendre ou reprendre contact avec les clients et les consommateurs, ou pour en prospecter une nouvelle.

1.4. Les caractéristiques de l'innovation

Selon Midler et Lenfle, le projet d'innovation est déterminé par six caractéristiques majeures²⁹:

- Un projet d'innovation est caractérisé par un objectif à atteindre, décliné en termes de délais, de coûts et de performance de l'offre développée.
- Un projet d'innovation est singulier. L'entreprise innovatrice ne peut compter sur les projets antérieurs et leurs réussites pour réduire les risques du nouveau projet d'innovation, ni sur ses expériences détenues pour développer les métiers de l'innovation. Chaque innovation est particulière.
- Le projet d'innovation requiert l'intégration de nombreux acteurs et experts, internes et externes à l'entreprise et qui vont contribuer chacun sur tout ou une partie de la conception à venir.
- Le projet d'innovation est risqué. Personne ne peut prévoir les solutions exactes et efficaces, la trajectoire du processus, ni le temps nécessaire pour l'accomplissement du projet, même la réussite du projet ou son échec.
- Le processus d'innovation se caractérise par un processus d'apprentissage progressif, inscrit dans une temporalité irréversible. ce qui signifie que l'ensemble des choix faits

²⁹ Midler & Lenfle in SOPARNOT R. et E. STEVENS, *Management de l'Innovation*, DUNOD., Paris-France, 2007, p. 42-43.

tout au long du processus vont contraindre la suite du développement sans qu'on puisse revenir sur chacun d'entre eux sauf si on recommence un autre développement. Donc, il y a lieu de dire que le choix de la méthodologie de gestion du projet est aussi important que tout autre choix fait tout au long du projet.

- Le projet d'innovation est un espace ouvert et fluctuant. Il n'y a pas de limites précises transcrites pour un projet d'innovation, il y a des acteurs non prévus, comme les fournisseurs par exemple, puissent jouer un rôle important non défini au départ.

1.5. L'impact de l'innovation sur l'environnement économique

Selon Thietart, et Xuereb, l'innovation peut avoir un impact fondamental sur l'environnement économique à trois niveaux³⁰ :

- Sur la structure de la concurrence : selon Fourcade(1991, p.202) de nouveaux concurrents peuvent surgir sur un marché grâce à l'acquis de leurs technologies initiales, comme elle peut aussi entraîner la disparition de concurrents, ainsi les nouvelles technologies résultantes de l'innovation constituent un facteur d'amélioration de la productivité et elles permettent de maintenir ou d'augmenter la compétitivité en particulier dans les branches industrielles peu ou non protégées.
- Sur la croissance : l'innovation permet de créer de nouveaux segments d'activité par la nature des applications qu'elle offre. Elle autorise la création et la satisfaction de nouveaux besoins préexistants. De même, l'innovation fait œuvre de substitution.
- Sur les positions concurrentielles : l'innovation peut entraîner des avantages de cout, de production ou peut permettre la différenciation des produits de l'entreprise.

L'innovation qui porte sur les processus d'opérations donne à l'entreprise instigatrice un avantage en termes de cout. Ainsi l'innovation qui porte sur le produit ou le service permet quant à elle, de renforcer la nature différenciée de l'activité de l'entreprise.

2. Généralités sur les PME

Les PME constituent la plus grande part des tissus économiques des différentes nations. Nous présenterons d'abord la définition des PME. Ensuite leurs caractéristiques, les forces et faiblesses de ces entités miniatures. Et enfin, le rôle que les PME jouent dans les différents domaines.

³⁰ Thietart, et Xuereb in ADALA L. et W. CHERRARA, « L'innovation en PME », *Les cahiers du POIDEX*, septembre 2014, n° 02, p. 29-30.

2.1. Définition de la Petite et Moyenne Entreprise(PME)

La diversité des courants et des recherches sur les spécificités des PME, ont montré qu'il n'y a pas de définition unilatérale de la PME dans le monde.

Selon R. Wtterwulghé³¹: « *Devant les diversités économiques et juridiques, il n'est pas étonnant que la problématique de la définition de la petite et moyenne entreprise, ait fait couler beaucoup d'encre...Cependant, tant au point de vue juridique qu'économique, il n'existe pas à l'heure actuelle une définition exhaustive de la PME* ».

L'auteur subdivise la définition de la PME en deux approches distinctes : une approche fondée sur des critères quantitatifs ; nommés aussi critères descriptifs, et une autre approche basée sur des critères qualitatifs ; dite critères théoriques ; sociologiques ou analytiques³².

2.1.1. Les Critères Quantitatifs : pour la détermination des typologies de la PME, il est essentiellement retenu ces quelques mesures quantifiables, à savoir l'effectif ou la taille (nombre des employés), le chiffre d'affaire réalisé (CA) et/ou la valeur des actifs, ainsi que le profit.

Le classement des PME varie d'un pays à un autre, selon les secteurs et les branches d'activités et aussi selon les zones géographiques. Par exemple, les recommandations 2003/361/CE apportées par la Commission Européenne pour définir la P.M.E, notent³³ :

- La moyenne entreprise

Est une entreprise employant au moins 50 travailleurs et au plus 250 travailleurs (50 ; 499), avec un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions € « Bilan annuel inférieur à 43 millions € »

- La petite entreprise

Est une entreprise employant au moins 10 personnes et moins de 50 personnes (10 ; 49), tout en respectant le critère d'indépendance, et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 10 millions € « bilan annuel qui ne dépasse pas les 10 millions € ».

- Micro entreprise ou T.P.E pour « Très Petite Entreprise »

Est une entreprise employant moins de 10 salariés (1 ; 9), le chiffre d'affaire n'excède pas les 2 millions € et un bilan annuelle ne dépassant pas les 2 millions €.

Selon Industrie Canada³⁴ (2013), au Canada et au Québec, la PME est définie comme suit: «*la PME est une exploitation commerciale (à but lucratif) comptant moins de 500*

³¹ WITTERWULGHE R., *La PME Une Entreprise Humaine*, De Boeck., Bruxelles, Belgique, 2008, p. 14.

³² *Ibid.*, p. 14-15.

³³ http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_fr.htm. Consultée le 10/03/2019 à 13.00h

³⁴ JLASSI E., *L'Impact de l'Innovation Ouverte sur la Performance des PME Manufacturières au QUÉBEC*, Maitrise en Administration des Affaires, QUÉBEC à Trois Rivières, QUÉBEC, 2015, p. 50.

employés et ayant des revenus annuels inférieurs à 50 millions de dollars ». Plus spécifiquement, une petite entreprise compte de 1 à 99 employés rémunérés et une entreprise moyenne compte de 100 à 499 employés rémunérés. Une grande entreprise compte 500 employés rémunérés ou plus.

Au USA, une PME est définie, en prenant en considération les deux critères cumulatifs : l'indépendance (aussi bien pour le capital que pour la gestion) ; et l'absence de position dominante sur le marché dans son secteur d'activité. Ainsi, est considérée comme PME toute entreprise qui emploie moins de 500 salariés, dont le chiffre d'affaire est inférieur à 50 millions de Dollars dans le secteur des services, de 13,5 dans le commerce et 17 millions de Dollars dans la construction et enfin, 9 millions de Dollars dans le secteur primaire (agriculture)³⁵.

Au Japon, le capital ou le montant total de l'investissement est utilisé concurremment avec le nombre de l'effectif pour définir les PME, d'après la loi fondamentale sur les PME de 1963, tout en prenant en considération des seuils qui s'appliquent selon le secteur et selon le critère.

En Algérie, La PME est une entreprise de production de biens et/ou de services employant une (1) à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 4 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas à 1 milliard de DA³⁶.

A travers ses différents énoncés, les critères quantitatifs utilisés pour la définition des PME présentent des lacunes et des critiques diverses, par rapport à leurs pertinence et leurs clarifications. Malgré cela, pour obéir à des impératifs d'efficacité, la PME est définie au moyen de paramètres quantitatifs, ces derniers sont inclus dans les analyses statiques, ainsi que dans la plupart des législations visant les PME.

2.1.2. Les Critères Qualitatifs : dans cette approche, il y a lieu de décrire les réalités et caractéristiques socio-économiques des entreprises, c'est-à-dire entrée à l'intérieur de la boîte noire et en tenant compte de la relation de l'entreprise avec son environnement ; Les auteurs traitant de la problématique des PME ont analysé et considéré les aspects managériaux et organisationnels de celles-ci³⁷.

³⁵ www.sba.gov/content/what-sbas-definition-small-business-concern, consultée le 13/03/2019 à 10h30m.

³⁶ MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DES MINES DIRECTION GÉNÉRALE DE LA VEILLE STRATÉGIQUE, « Bulletin d'information statistique de la PME. N°31. Données du 1er semestre 2017 ».

³⁷ JULIEN P., *Vers une typologie multicritère des PME*, *Revue internationale P.M.E.*, 1990, vol. 3, n° 3-4, p. 416. <https://doi.org/10.7202/1007988ar>.

Julien³⁸ a divisé en quatre grands groupes les typologies qualitatives de la PME, soit celles qui s'appuient sur le type d'origine ou de propriété de l'entreprise, celles qui introduisent les stratégies ou les objectifs de la direction, celles qui se basent sur l'évolution ou le stade de développement ou d'organisation de la firme, en dernier celles qui se réfèrent au secteur ou type de marché dans laquelle évolue la PME.

Premier groupe : le type d'origine ou de propriété de l'entreprise

Le premier groupe de typologies est basé sur un critère très simple, celui utilisé dans un grand nombre de typologies associées aux différents types d'entrepreneurs. Il affecte la forme organisationnelle de l'entreprise et donc son développement. Selon Deeks³⁹, l'entreprise est oligarchique (plus d'un propriétaire), patricienne (familiale, gérée par un gérant) ou monocratique (un seul actionnaire). Pour Gélihier et Gaultier, et Barry, elle est familiale (transmise à un membre de la famille) ou personnelle (les fondateurs en ont toujours le contrôle).

Tableau 01 : Typologies selon le type de propriété

Auteurs	Profil des entrepreneurs suivant le type de propriété
J. Deeks (1973):	- Propriétaire dirigeant - propriétaire participant - actionnaire - propriétaire dirigeant fondateur - propriétaire dirigeant héritier
O. Gélihier et A. Gaultier (1974) Ou B. Barry(1978)	- Familiale (transmise toujours à un membre de la famille) - Personnelle (les fondateurs détiennent le contrôle)

Source : JULIEN, P.A., « vers une typologie multicritère des PME », 1990, p.416

Deuxième Groupe : le type d'objectifs de la direction, la stratégie poursuivie ou le potentiel de la firme

Le deuxième groupe met l'accent sur les intérêts des propriétaires-dirigeants ou leur stratégie et l'organisation ou le potentiel des entreprises. Les plus anciennes typologies de ce groupe sont aussi issues des typologies d'entrepreneurs tout en faisant le lien avec leur évolution en termes de taille (de toutes petites entreprises ou artisanales à des entreprises un peu plus grandes et mieux structurées ou ayant une organisation plus professionnelle). Les plus récentes introduisent à ces éléments la stratégie suivie par la direction. Enfin, M. Marchesnay relie cette stratégie aux intérêts de l'entrepreneur pour l'indépendance et l'impact sur le marché du point de vue de la croissance ou de la stabilité.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ FERRIER O., *Les très petites entreprises*, De Boeck., Bruxelles, Belgique, coll.« Management », 2002, p. 26.

Tableau 02 : Typologies selon le type d'objectifs de la direction, la stratégie poursuivie ou le potentiel de la firme

Auteurs	Type d'objectifs de la direction, de la stratégie poursuivie ou le potentiel de la firme
P. Liles (1974)	Marginale (traditionnelle), Intéressante (taille et croissance à venir), A haute potentiel (à croissance rapide)
M. Stanworth et J. Curran (1976):	Artisanale (satisfaction intrinsèque), Entrepreneuriale (classique, profit), Managériale (reconnaissance par performance)
A. Filey et R. Aldag (1978):	Artisanale (conventionnelle, risques faibles, stratégie de survie) Promotionnelle (entrepreneuriale, technicienne, innovatrice, sans croissance) Administrative (professionnelle, structurée, risque+élevés, planifiée)
A. Cooper et C. Dunkelberg (1982, T):	De type artisanal (autonome) Recherche de l'indépendance Orientée vers la croissance
D. Miller et P.H. Friesen (1982) :	Entrepreneuriale (recherchant diverses initiatives) Conservatrice (traditionnelle)
J. Carland et al (1984):	Entrepreneuriale (profit, croissance, créativité) De gérance (recherche de buts personnels)
M. Marchesnay (1988):	CAP (croissance, autonomie, pérennité) PIC (pérennité, indépendance, croissance)

Source : JULIEN, P.A., « vers une typologie multicritère des PME », 1990, P.417

Troisième Groupe : le stade d'évolution et de la croissance ou le développement de l'organisation (la taille)

Le troisième groupe rassemble le plus grand nombre de typologies dont, les plus anciennes (1969). Un premier sous-groupe est directement issu de l'idée du cycle de vie des entreprises, ces dernières se créent petites puis sont amenées à se développer pour être grande sinon à mourir et périr en chemin. Ils distinguent les différentes phases (démarrage, survie, succès puis envol) selon la structure de gestion (du plus simple au plus complexe avec différents niveaux de gestion) et selon le degré de séparation entre la firme et la propriété de celle-ci. Ces typologies posent plusieurs problèmes car, d'une part, les PME demeurent pour la plupart petites, même après 50 ou 100 ans, ou encore certaines entreprises naissent déjà grandes et bien organisées, et, d'autre part, il existe différents niveaux d'évolution pour les entreprises selon les secteurs, les marchés, les conjonctures, etc.

Tandis que certains auteurs se sont intéressés à l'évolution des aspects internes de la firme (à l'intérieur de la firme), d'autres se sont focalisés sur l'évolution de la taille de la firme (passage de petite entreprise à une grande entreprise). Aussi, certains fondent leurs typologies sur l'évolution des aspects financiers selon les différents stades de maturité de l'entreprise.

Tableau 03 : Typologies selon l'organisation et la croissance ou le développement (la taille)

Auteurs	Type d'organisation, de croissance ou de développement
D. Thain(1969) :	Stade 1 (une unité, un seul homme), Stade 2 (une unité avec spécialité), Stade 3 (décentralisée par fonction)
L Steinneetz (1969) :	Stade 1 (supervision directe), Stade 2 (supervision supervisée), Stade 3 et plus (direction complexe : vers la GE)
L. Greiner (1972) et G. Vargas (1984) :	Stade 1 (crise de leadership : créativité), Stade 2 (crise d'autonomie : Δ direction), Stade 3 (crise de contrôle : délégation), Stade 4 (crise de bureaucratie : coordination), Stade 5 (crise... : Δ par collaboration)
C. Kroeger (1974) :	Initiation (Idéaliseur), Développement (organisateur), Croissance (implantateur), Maturité (gestionnaire), Déclin (successeur réorganisateur)
F. Webster (1976) :	Pré-lancement, Stade du travail collectif et de l'enthousiasme, Stade de la menace financière, Stade de l'introduction de nouveaux produits dans le marché initial, Stade du Désengagement ou de la renégociation
M. Basire (1976) :	Stade 1a : de la primauté à la fabrication, Stade 1b : développement des fonctions commerciale et administrative, Stade 1c : développement de la planification, Stade 1d : systématisation des prévisions et développement de la fonction financière Stade 2 : nomination d'un directeur commercial, Stade 3 : nomination d'un directeur de production, Stade 4 : nomination d'un directeur fonction prévision et financière, Stade 5 : nomination d'un directeur du personnel
L Hosmer (1977) :	Stade du fondateur opérant, Début de croissance, Direction par délégation, Direction et gestion à niveaux multiples
J. Susbauer (1979) :	De survie (petit marché, sous capitalisée), De croissance (gestion professionnelle et financière), Sous-réalisée (grand potentiel freiné), A grand succès (grand potentiel recherché)
N. Ibnabdeljalil (1980) : faible croissance	« Vivrière ou rentières » (à maîtrisée), « Fragiles » (à croissance mal soutenue), « Performantes » (à croissance)
N. Churchill et V. Lewis (1983.T)	Existence (propriétaire unique centralisée, marché limité), Survie (début décentralisation, marché plus complexes), Succès (profits, structure fonctionnelle), Envol (délégation, divisions, marché matures), Grands entreprise (croissance, diversification, etc.)

Source : JULIEN, P.A., « vers une typologie multicritère des PME », 1990, p.418.

Quatrième groupe : le type de secteur ou d'opportunité de marchés dans lequel évolue l'entreprise

Dans ce groupe, les auteurs s'attachent aux relations s'établissant entre⁴⁰:

- Le type de secteur ou d'opportunités de marchés dans lequel évolue l'entreprise ;

⁴⁰ FERRIER O., *Les très petites entreprises*, op. cit.

- Les propriétaires-dirigeants (conservateurs, professionnels, innovateurs,.....) ;
- Le type de secteur ou de marché (traditionnel ou mature, moderne, nouveau, locale, régionale ou nationale.....) ;
- Les produits offerts (unique ou de créneaux, à concurrence par les prix ou par la spécialité, primaire ou secondaire) ;
- Le niveau technologique (mature, moderne, de pointe) ;
- Et les relations avec les autres entreprises (PME indépendante, sous-traitance....).

Tableau 04 : Typologies selon les secteurs, les types ou les opportunités de marché

Auteurs	Type de secteur, les types ou opportunités de marché
L Preston (1977.T)	Les succès rares (croissance, même direct), Petites firmes à taille optimale, Firme basée sur l'innovation, Firmes satellites, Firmes avec roulement régulier
L Preston (1979)	Self-entrepreneur, Utilisateurs de ressources inexploitées, Innovateurs de produits, Utilisateurs d'économie d'échelle, Franchises et imitateurs, Preneur de capitaux, Ramasseurs de contrôle, Spéculateurs
L Preston (1981.T)	Artisanale (intensité managériale très élevé), Moyenne (substitution administrative), A forte centralisation (fort désir de contrôle du dirigeant), Familiale (type dirigeants mandatés), De transition (de familiale à moyenne)
R. Huppert (1981)	PME à l'abri de la concurrence internationale PME intégrées à la concurrence internationale
P.A. Julien et J. Chicha (1982.T)	Très petite traditionnelle (très centralisée, à marché urbain, à consommation finale, à direction âgée et technique), Petite traditionnelle/moderne (centralisée, marché local, produits intermédiaires, direction technique instruite), Petite moderne (participative, marchés ouverts, produits sur commande, direction jeune, peu ou très instruite), Moyenne (professionnelle, marchés nationaux, produits en série, direction professionnelle instruite)
C. Potier (1986)	De main-d'œuvre secteur traditionnel (à façon, roulement élevé...) De production spécifique (de savoir-faire haut-de-gamme) De métiers (sous-traitance de capacité, de spécialité) A technologie de pointe
A. Rizzoni (1988)	PME passive (secteur mature, marché local, survie), PME «traditionnelle» (créneaux, ou mature, marché régional, centralisée, stabilité), PME dominées ou liées (à la GE, technologie moyenne, croissance lente, centralisée), PME «imitative» (flexibilité, technologie plus élevée, structure plus complexe), PME à base technologique (entreprise schumpetérienne, innovation non radicale, croissance), PME de pointe (entreprise technologique, plus professionnel, innovation radicale)

Source : JULIEN, P.A., « vers une typologie multicritère des PME », 1990, p.419-420.

2.2. Les caractéristiques des PME

Les PME sont considérées comme des entités particulières, qui sont dotées de spécificités et caractéristiques propres à elles⁴¹ :

- **La taille de l'entreprise** : les PME sont caractérisées par leur petite taille du fait du nombre limité de l'effectif, du chiffre d'affaire ou encore du total du bilan.
- **La Centralisation de la gestion** : la prise de décision et la gestion dans les PME se concentre et se fait de façon personnelle par le patron-gérant, ce qui entraîne une dépendance envers ce dernier. il occupe le rôle central dans la PME, est en même temps entrepreneur, manager et organisateur. Ses propres inspirations et aptitudes influencent son style de commandement et le choix de ses objectifs.
- **Une faible spécialisation** : la spécialisation vient avec une plus grande taille, le passage de production variée, sur commande ou de très petites séries à une production en série et répétitive, c'est ainsi qu'à mesure que la firme grandie, elle doit mettre sur pied plusieurs niveaux organisationnels.
- **Une stratégie intuitive ou peu formalisée** : dans les grandes entreprises, il y a lieu de préparer des « plans » relativement précis des actions à venir pour que toute la direction puisse s'y référer. dans les petites entreprises, le propriétaire-dirigeant est suffisamment proche de ses employés clés pour leur expliquer, au besoin, tout changement de direction.
- **Un système d'information interne simple ou peu organisé** : dans les petites organisations, la circulation de l'information est facile soit par dialogue ou par perception direct. Le propriétaire-dirigent n'a pas besoins d'intermédiaires entre lui et les salariés pour échanger les informations et les réalités quotidiennes. la communication suit un circuit court et direct, ce qui induit une forte culture organisationnelle à laquelle tous le monde participent.
- **Un système d'information externe simple** : pour collecter les informations dans l'environnement externe, le propriétaire-gérant s'informe directement auprès des clients et de ces fournisseurs pour mieux comprendre les besoins et détecter les nouveautés.
- **Une polyvalence des membres du personnel** : vu le nombre restreint des salariés dans la PME, ils réalisent différentes activités et tâches et occupent plusieurs postes. Ce sont des agents polyvalents, ce qui leur permet de prendre certaines initiatives (souvent ils manquent de compétences spécifiques).

⁴¹ JULIEN P., *Vers une typologie multicritère des PME*, op. cit., p. 422-423.

- **Structure organisationnelle aplatie** : du fait du nombre limité et rétreint des travailleurs de la PME, la proximité entre le patron et ses employés est favorisée, la structure d'organisation est souvent plate, avec peu de niveaux ou pas de niveaux hiérarchiques.

2.3. Les forces et faiblesses des PME

Selon Bellon⁴², la PME rencontre des opportunités et des contraintes propres à tous les niveaux, en particulier à ceux des ressources humaines, des capacités d'innovation, des investissements et de la commercialisation.

- **Les ressources humaines des PME** : une gestion efficace des ressources humaines doit faire partie des priorités de toute entreprise.

Tableau 05 : Les forces et faiblesses des PME en termes de gestion des ressources humaines

	Points forts	Points faibles
Recrutement	Passage direct d'entreprise à entreprise. Procédures rapides fondées sur la confiance.	Forte dépendance du marché locale. Choix très subjectifs. Image moins valorisantes.
Gestion	Flexibilité interne fonctionnelle. Faible opportunisme.	Attractions extérieures. Impossibilités de gestion de carrière.
Formation	Apprentissage par imitation, « sur le tas ». Possibilité de formation spécifique. Nouvelles technologies à utilisation immédiate.	Manque de plan de formation à long terme. Cout des formations extérieures. Difficulté à cibler les besoins.

Source : Bellon (2002, p.32)

- **Capacités d'innovation** : malgré l'inexistence de service R&D appropriée, les recherches sur les PME ont montré que celles-ci sont les plus innovatrices, surtout lorsqu'il s'agit des innovations technologiques.

Tableau 06 : Les forces et faiblesses des PME en termes de capacités d'innovation

Points forts	Point faibles
<ul style="list-style-type: none"> ● Flexibilité ● Limitation des procédures de routine. ● Circulation plus rapide des idées. ● Capacité à créer une infinité de variantes d'un produit ou procédé donné. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Approche épisodique de l'innovation. ● Caractère fortuit du processus d'innovation. ● Difficulté à pérenniser les groupes organisés d'innovation. ● Pas de droit à l'erreur ; responsabilité totale.

Source : Bellon (2002, p.33)

⁴² BELLON B., *L'Innovation Créatrice*, op. cit., p. 31-35.

- **La fonction financière :** les PME sont connues par faite d'être dotée de faibles capacités de financement (inexistence de la fonction financière dans la plupart des PME) par rapport aux grandes entreprises et aussi le difficile accès aux financements. Malgré cela, les PME sont les entreprises les plus privilégiées pour être innovante.

Tableau 07 : Les forces et faiblesses des PME en termes de la fonction financière

Points forts	Point faibles
<ul style="list-style-type: none"> ● Rapidité de réponse individuelle de l'entrepreneur. ● Diversité croissante des outils financiers proposés et augmentation de la concurrence interbancaire. ● Peu de risques d'exposition à des OPA. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manque de compétences en matière d'analyse financière. ● Absence de stratégie financière. ● Marchés financiers très difficiles avec manque de capitaux propres. ● Difficultés d'embauche de bons managers financiers. ● Accès difficile aux aides publiques. ● Forte dépendance vis-à-vis du banquier.

Source : Bellon (2002, p.35)

2.4. L'importance des PME

Les PME jouent un rôle primordial dans le système socio-économique par leurs atouts intrinsèques, il est établi qu'elles constituent un pas dans l'industrialisation et la dépoliarisation des activités économique⁴³.

- **La création d'emploi :** Les PME sont un véritable moteur de la création d'emplois. Selon le bureau international de travail⁴⁴, lors de leur conférence de la 104^e session en 2015, les PME représentent deux tiers des emplois dans le monde.

Pour certains pays dans le monde, surtout ceux en voie de développement, les PME apparaissent comme une stratégie de lutte contre le chômage, et le moyen le plus adapter pour la réduction de la pauvreté.

- **La croissance économique :** les PME suscitent un intérêt croissant chez l'ensemble des acteurs de la vie économique, leurs rôles économiques et leurs contributions à la croissance et au développement socio-économique sont désormais reconnus et incontestés. Selon l'OCDE⁴⁵ (2004), dans la plupart des pays développés plus de 90% des entreprises sont des PME, elles représentent une part substantielle du PIB et génèrent plus de la moitié des emplois.

⁴³ OCDE, « Promouvoir les PME pour œuvrer au développement », *revue de l'OCDE sur le développement*, 2004, n° 5, p. 38-41.

⁴⁴ BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL, *Les Petites et Moyennes Entreprises et la création d'emploi décents et productifs*, Genève, Suisse, Bureau International du Travail, coll. « 104eme session », 2015, p. 1.

⁴⁵ OCDE, « Promouvoir les PME pour œuvrer au développement », *op. cit.*, p. 37.

Aujourd'hui les PME sont connues comme un enjeu de compétitivité majeur,

- **PME source d'innovation** : à partir du moment où les PME engagées dans un processus d'innovation, sont considérées comme des entreprises innovantes.

D'après Bellon⁴⁶, innover, « *c'est mettre sur le marché un nouveau produit qui a des propriétés nouvelles ; c'est aussi introduire un nouveau procédé de fabrication ou une nouvelle organisation dans l'entreprise* ».

Au niveau du produit : c'est la création d'un nouveau produit, ou l'amélioration d'un produit existant déjà.

Au niveau des procédés : c'est l'amélioration des moyens matériels et immatériels

Au niveau de l'organisation : c'est l'amélioration des méthodes de travail, et la division des tâches.

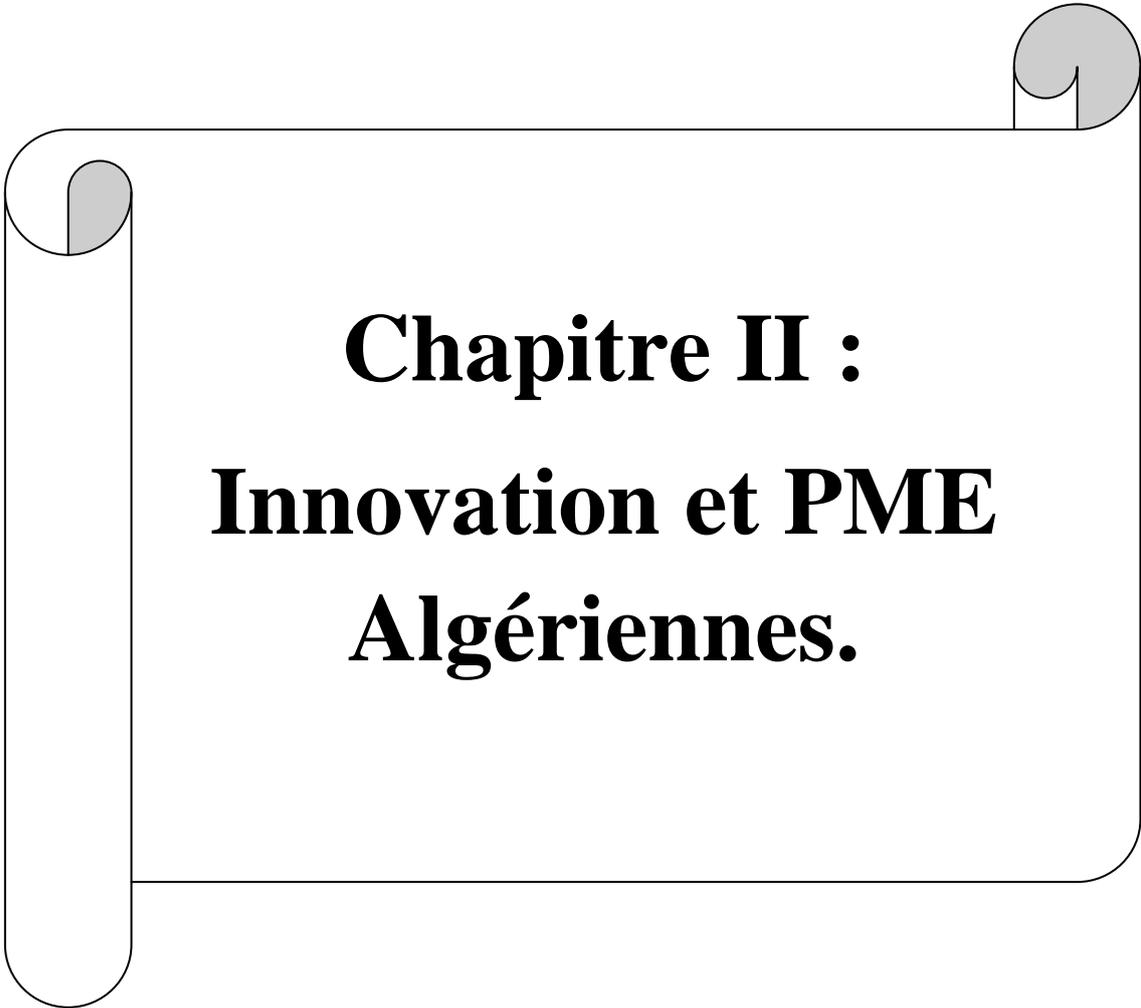
- **PME source majeure de recettes à l'exportation** : les PME sont une source majeure de recettes à l'exportation pour certains pays en développement; elles interviennent de plus en plus avec force sur les marchés extérieurs, du fait de leurs diversités et de leurs capacités de s'adapter aux aléas du marché.

Conclusion

Après avoir vu les différents aspects théoriques sur l'innovation et sur les PME, nous avons opté, pour les impératifs et la suite de notre travail de recherche, la considération de la définition de l'innovation émise dans le manuel d'OSLO : « *Une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures* ». Ainsi que les 4 types d'innovation (produit, procédé, commercialisation et organisation), et leurs définitions détaillées dans le même manuel.

En ce qui concerne la définition de la PME, nous nous baserons sur les critères quantitatifs (nombre d'effectif, CA et le total du bilan).

⁴⁶ BELLON B., *L'Innovation Créatrice*, op. cit., p. 3.



Chapitre II :
Innovation et PME
Algériennes.

Introduction

Actuellement, la structure qui prime au sein de l'économie mondiale n'est plus orientée vers les grandes entreprises, mais se recentre plutôt sur les PME et ce en raison du rôle crucial et important qu'elles jouent dans le dynamisme des économies modernes, des avantages que recèle celles-ci. En effet, la PME est réputée pour sa grande capacité d'innovation, sa flexibilité et sa grande contribution à la création d'emplois.

En Algérie, les PME jouent un rôle fondamental dans le processus de développement économique et dans la stabilité sociale. Elles sont apparues en Algérie dans les années 80 suite à la transition de l'Etat socialiste vers l'économie de marché⁴⁷. Mais ce n'est qu'au début des années 2000, que l'Etat a instauré une politique de soutien des PME, en s'engageant dans le programme de relance économique du secteur privé et en particulier celui des PME.

Dans le contexte de transition économique de l'Algérie, l'ouverture sur le marché mondiale, l'innovation est l'atout principal dans l'identification et l'exploitation des opportunités. Les PME Algériennes sont dans l'obligation d'adopter l'innovation, considérée comme un facteur de succès et de pérennité, un moteur de croissance et de développement et une mine de création de valeur et de richesse

Dans le souci d'aborder la situation des PME Algériennes vis-à-vis de l'innovation, nous allons traiter dans ce chapitre, les divers aspects liés à l'innovation dans le contexte de ces entités. Pour cela, nous allons d'abord traiter l'état de lieu des PME dans le contexte algérien, quelques statistiques concernant la population des PME et leurs évolutions au niveau national. Aussi les caractéristiques de ces entités spécifiques toujours dans le milieu algérien. Ensuite, les déterminants liés l'innovation dans le contexte des PME.

Ensuite, nous avons opté pour l'exposition des efforts fournis en Algérie pour soutenir la recherche et l'innovation dans les PME et du cadre institutionnel de la valorisation de l'innovation, cela par l'intermédiaire des divers organismes de la recherche et d'aide à l'innovation.

1 : L'innovation dans les PME Algériennes

Les PME forment les entités les plu⁴⁸s dominantes du tissu économique algérien. Pour cela une définition doit être appréhendée pour clarifier son hétérogénéité et sa complexité.

⁴⁷ OCDE, *Promouvoir les PME pour œuvrer au développement*, revue de l'OCDE sur le développement, 2004, n° 5, 38-41 p.

L'Algérie, comme le reste des pays a adopté la définition juridique de la PME (selon les critères quantitatifs). Aussi, nous aborderons les caractéristiques des PME algériennes.

Ensuite, nous aborderons les déterminants et les risques liés à l'innovation.

1.1. Définition des PME en Algérie

Comme nous l'avons présenté dans le 1er chapitre, il n'y a pas une définition unanime pour les PME. Pour le cas de l'Algérie, l'Etat a adopté la même définition de la PME que celle de l'union européenne. La loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME définit la PME algérienne comme *"une entreprise de production de biens et de services, quelque soit son statut juridique, employant entre 1 à 250 personnes à plein temps pendant une année, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliard de DA ou dont le totale bilan n'excède pas 500 million de DA et qui respect le critère d'indépendance."*

Donc les PME sont fondées sur 3 critères qui sont les effectifs, le chiffre d'affaire et l'indépendance de l'entreprise.

Tableau 08 : Les critères de la définition de la PME en Algérie.

Catégorie d'entreprise	Nombre d'employés	Chiffre d'affaire annuel en DA	Total du bilan en DA
Moyenne entreprise	50 à 250	200 million à 2 milliards	100 à 500 millions
Petite entreprise	10 à 49	20 à 200 millions	< de 100 millions
Très petite entreprise	01 à 09	< à 20 millions	< de 10 millions

Source : réalisé par nous-mêmes en se basant sur La loi n°01-18 du 12 décembre 2001 sur l'orientation et la promotion de la PME

1.2. Evolution des PME en Algérie

Les PME en Algérie, considérée à juste raison, comme un des leviers les plus importants de la croissance socio-économique et un facteur de création de richesse, de valeur ajoutée, et d'emploi. Le développement des PME est, à la fois, un impératif économique vital et une opportunité stratégique, ce qui permet de répondre aux besoins des différents secteurs et domaines.

1.2.1. Situation de la PME en Algérie

Nous allons présenter quelques statistiques concernant l'évolution du nombre des PME, la répartition des PME privées selon le statut juridique et l'évolution des PME Algériennes par secteur d'activité.

Dans le tableau suivant, nous illustrerons l'évolution du nombre des PME en Algérie.

Tableau 09 : Comparatif de l'évolution du nombre des PME par rapport au 1er semestre de l'année 2014 à 2018

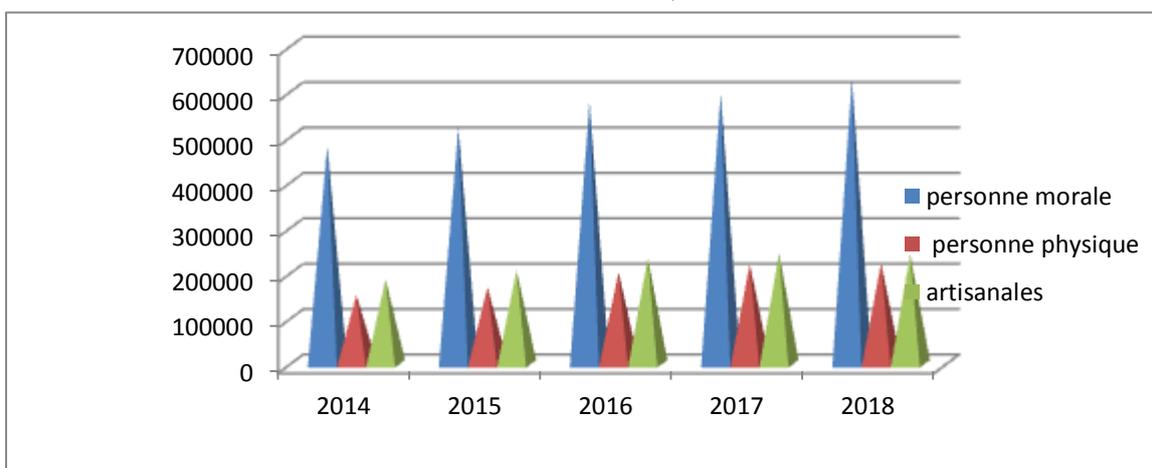
Année	PME privé	PME publique	Total
2014	482130	544	482674
2015	520875	532	521407
2016	577386	438	577824
2017	595810	264	596074
2018	628219	262	628481
Total	2804420	2040	2806460

Source : Bulletin d'information des statistique de la PME n°25, 27, 29, 31, 33 du 1er semestre de 2014 à 2018.

Nous remarquons une évolution considérable du nombre des PME privées durant les 5 dernières années, et cela, en se basant sur les données du premier semestre de l'année 2014 à 2018. Par contre le nombre des PME publiques diminue d'année en année.

Cela s'explique par le fait que le secteur privé connaît un véritable essor, résultat des politiques instaurées et des réformes appliquées par l'Etat Algérien pour l'amélioration du climat d'affaire et le développement de l'économie nationale, a travers les divers dispositifs d'aide à la création d'entreprises.

Le graphe ci-dessous illustre la répartition des entreprises privées par le statut juridique.

Figure 01 : Répartition des entreprises privées par le statut juridique (1er Semestre de 2014 à 2018)

Source : réalisée par nous soins a partir des données des Bulletin d'information des statistique de la PME n°25, 27, 29, 31, 33 du 1er semestre de 2014 à 2018.

Selon le graphe, La répartition des PME privées, pour le 1^{er} semestre pour la période (2014 à 2018), est comme suit :

Il y a une progression d'année en année dans la création des PME privées. En particulier celle de statut juridique, personne morale, ou il apparait une augmentation significative des PME créées. Par contre, l'évolution des PME selon les deux autres statuts, personne physique et l'artisanat, est moins perceptible.

La dominance des PME morales à travers les 5 années considérées.

Tableau 10 : Evolution des PME Algériennes par secteur d'activité (S1 de l'année 2014 à 2018)

Secteur D'activité		Année					Total
		2014	2015	2016	2017	2018	
Industrie	Entreprise publique	152	152	133	84	75	596
	Entreprise privée	76000	81348	99275	92804	97728	447155
Service	Entreprise publique	151	143	101	70	65	530
	Entreprise privée	242532	266544	298692	316044	338201	1462013
Agriculture	Entreprise publique	181	181	178	84	96	720
	Entreprise privée	4885	5318	7094	6392	6877	30566
BTPH	Entreprise publique	50	47	22	23	24	166
	Entreprise privée	156311	165108	169124	177727	182477	850747
Mines et carrières	Entreprise publique	10	9	4	3	2	28
	Entreprise privée	2402	2557	3201	2843	2936	13939
Total	Entreprise publique	544	532	438	264	262	2040
	Entreprise privée	482130	520875	577386	595810	628219	2804420

Source : Réalisé par nous-mêmes suivant les bulletins d'information des statistiques de la PME n° 25, 27, 29, 31, 33 du S1 (2014 à 2018).

Alors que la grande partie de l'économie algérienne est principalement basée sur l'émergence des PME dans le secteur privé, ce dernier est devenu aujourd'hui prédominant dans la plupart des secteurs d'activité, surtout dans les secteurs des services et du BTBH.

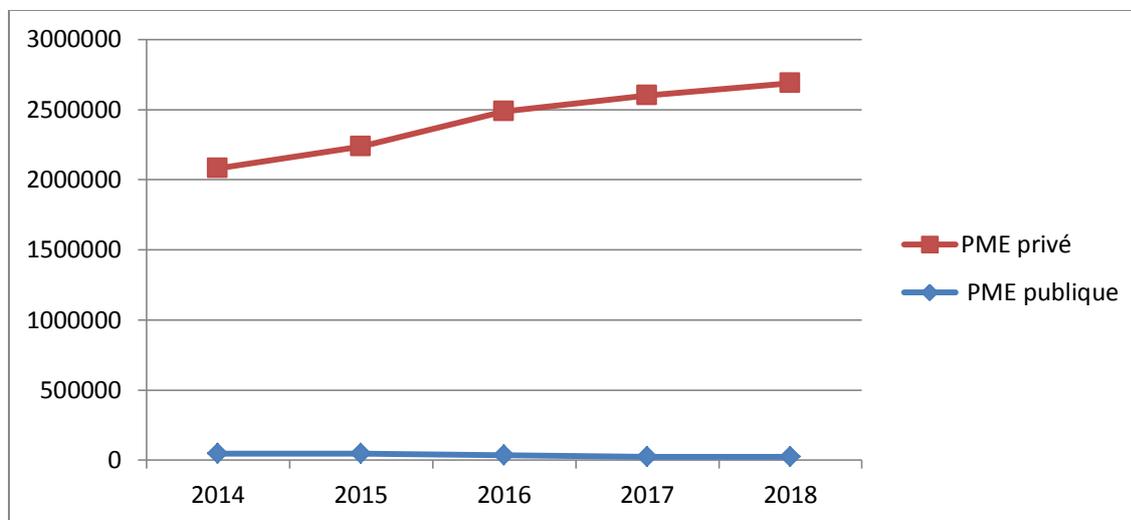
Les PME deviennent une source d'emploi et de création d'une valeur ajoutée et de richesse.

1.2.2. Evolution de l'emploi par type de PME (S1 : 2014-2018)

La PME est connue comme une source de création d'emploi.

La figure ci-dessous nous montre la croissance de l'emploi par le statut de la PME, soit publique ou bien privée.

Figure 02 : Evolution de l'emploi par le statut de la PME en Algérie



Source : Réalisé par nos soins à partir des données des bulletins d'information des statistiques de la PME n° 25, 27, 29, 31, 33 du S1 (2014 à 2018).

A travers la courbe, on constate une progression nette des emplois dans les PME privées pendant le 1^{er} semestre durant la période (2014-2018). Tandis qu'il y a un décroissement progressif dans le secteur public.

Ce qui traduit le rôle crucial que jouent les PME privées dans la création des emplois et leurs prédominances dans la croissance socio-économique du pays.

1.2.3. Démographie des PME privés

Dans le tableau suivant, nous dévoilerons l'évolution de la démographie des PME privées.

Tableau 11 : Démographie des PME privées

	2014	2015	2016	2017	2018
Création	42 055	43 887	84 214	41 066	31 884
Réactivation	3 556	3 243	8 036	6 669	7 927
Radiation	2 676	2 362	12 650	9 941	21 139
Croissance	42 935	44 768	79 600	37 794	18 672
Total	91 222	94 260	184 500	95 470	79 622

Source : Bulletin d'information des statistiques de la PME n° 25, 27, 29, 31, 33, du S1 (2014-2018)

Selon les données du tableau, S1 de l'année 2018, nous remarquons un nombre élevé de création de PME en Algérie(31884). Au même moment, le nombre de radiation des PME est aussi important(21139), soit un total de 66,29%.

Pour la même période de l'année 2017, le taux de mortalité est de 24,20%. Donc une augmentation du nombre de PME en cessation d'activité. Un grand nombre d'être elles périssent et disparaissent à cause de la situation politique, sociale et économique que traverse l'Algérie pendant cette période.

1.2.4. Les caractéristiques des PME Algériennes

Les PME en Algérie jouent un rôle précordial dans la croissance et le développement, que ce soit au niveau local, régional ou national, sur différents domaines, économique, sociale, sociétale. Elles se caractérisent par⁴⁹ :

- Une structure financière souvent fragile et une prédominance du capital amical (familial) ;
- Une concentration relative dans les secteurs de la production des biens de consommation et des services ;
- Prépondérance des micros-entreprises (97,7 % des PME en Algérie (2018 S1) appartiennent à la catégorie des TPE avec moins de 10 salariés) ;
- Compétence et qualification professionnelles des dirigeants des PME sont souvent non justifiées (faible capacité managériale) ;
- Manque d'encadrement technique ;
- Faiblesse de l'accumulation technologique ;
- Quasi-absence de l'innovation et manque d'inventivité ;
- Faiblesse de l'activité de sous-traitance ;
- Manque d'informations fiables, pertinentes et actualisées ;
- Une grande souplesse structurelle et un manque de spécialisation.

1.3. Les déterminants de l'innovation dans les PME Algériennes

Il existe différents des facteurs qui conditionnent la réussite du processus de l'innovation. La présentation et le développement des déterminants de l'innovation sont scindés en trois principales catégories, à savoir⁵⁰: les déterminants organisationnels ; qui relèvent de la responsabilité de l'entreprise ainsi que de sa culture et pratique managériale de l'innovation,

⁴⁹ SI LEKHAL K., Y. KORICHI, et A. GABOUSSA, *Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspective*, Revue des Performance des Entreprises Algériennes, 2013, n° 04, 2013 p. 39. <http://oaji.net/articles/2014/440-1391545978.pdf>

⁵⁰ MME. BERBAR NEE BERRACHED W., *Analyse des déterminants clés qui stimulent l'innovation dans la PME, Cas des entreprises Algériennes*, Doctorat en Science de Gestion, Abou Bakr Belkaid, Tlemcen, 2014, p. 92.

les déterminants institutionnels ; il s'agit de mettre en évidence le rôle des institutions dans la dynamique d'innovation et en l'occurrence la politique publique d'innovation et les déterminants géographiques qui mettent en lumière le rôle les systèmes territoriaux d'innovation ainsi que les formes de proximité sur l'innovation

1.3.1. Les déterminants Organisationnels

Ces facteurs sont liés principalement à la structure et à la stratégie de l'organisation. Par exemple, une politique organisationnelle, qui favorise la participation des différents départements dans les étapes de la planification stratégique, favorisera l'adoption des innovations⁵¹. Ils relèvent de la responsabilité directe de l'entreprise et découlent de décisions et pratiques managériales. Ces déterminants concernent l'ensemble des ressources humaines, technologiques, financières, systèmes d'information et de veille, culture d'entreprise, etc. mobilisées à l'intérieur de l'entreprise dans une fin d'innovation de produit ou de procédé. En effet, à partir des années 1980 une nouvelle conception de l'innovation apparaît, débordant le strict cadre de l'innovation technologique. L'innovation passe par le développement d'apprentissages de natures diverses (scientifique et technique, organisationnelle, etc.) à différents endroits de l'entreprise (laboratoire de R-D mais aussi atelier de production et de conception, réseau de commercialisation, etc.)⁵².

Dans le cas des entreprises algériennes, il est tenu compte des variables internes à l'entreprise (technologie, R-D, etc.). Les chercheurs et les économistes ont observé lors des différentes études empiriques et recherches sur les entreprises et leurs évolutions, particulièrement les PME, que les variables déterminantes en matière d'innovation semblent relever plutôt d'un comportement individuel et isolé en la personne du patron-dirigeant. Effectivement, l'entrepreneur est un facteur déterminant et très important dans la probabilité de la création de l'innovation au sein de l'entreprise Algérienne⁵³. En effet, plus l'entreprise est géré par un entrepreneur qualifié et détient une capacité financière et des compétences humaines, plus elle est susceptible d'innover en produit ou service afin de profiter des économies d'échelle et maintenir sa part de marché d'une part et faciliter la communication interne et externe en se basant sur une innovation de procédé ou organisationnelle en d'autre

⁵¹ REGUIG A., *L'Innovation comme vecteur de diversification des produits dans les PME Algériennes (Etude de cas comparative)*, Maghreb Review of Economics and Management, mars 2017, vol. 04, n° 01, p. 73.

⁵² AIT ATMANE F., *Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaïa.*, Les cahiers du MECAS, décembre 2014, n° 10, p. 64.

⁵³ BERBAR W. et A. BENHABIB, *Les entreprises familiales comme une alternative de développements en Algérie*, Les cahiers du MECAS, décembre 2015, n° 11, p. 117.

part. Selon Melbouci⁵⁴ : « Dans de nombreuses sphères de la gestion des entreprises, organisation interne, gestion des salariés, partage des biens et des richesses, les entrepreneurs Algériens se situent plus dans une dynamique sociale appartenant à la société algérienne. Le capital relationnel dans ses liens informels permet de renforcer le capital financier et le capital connaissance. Ce qui constitue une ressource actuelle et potentielle d'innovation ». Pour lui, l'entrepreneur algérien innove mais à sa façon.

Il est généralement admis que la qualité des ressources humaines a une influence significative sur la capacité d'innovation de l'entreprise. Un personnel compétent au sein d'une entreprise a un impact majeur sur la propension de l'innovation, les premières étapes du processus de développement de l'innovation nécessitent des connaissances et des compétences particulières qui peuvent être la clé des développements subséquents. Les compétences que l'entreprise possède, par le truchement de son personnel lui permettraient d'utiliser non seulement les informations internes et externes de manière à les transformer en connaissances⁵⁵.

Dans le contexte Algérien, Les pratiques GRH dans les PME privées, ces dernières dépendent fortement du contexte local et des spécificités des situations rencontrées, chercher son personnel, le former et le motiver pour mobiliser sa compétence, ne figurait presque pas dans les pratiques et les préoccupations des entreprises algériennes et de leurs dirigeants.

Il y a lieu aussi de faire remarquer que les processus d'innovation, lorsqu'ils existent, ne sont que faiblement formalisés et faiblement structurés. En effet, même si des activités d'innovation existent dans les PME, elles ne sont pas issues d'organisation apprenante et ne relèvent pas d'une démarche stratégique qui place l'innovation comme objectif sur le moyen et long terme⁵⁶.

L'activité de R&D est considérée comme une source principale de l'innovation. En effet, la R&D permet à l'entreprise de produire des nouveaux savoirs et d'acquérir des connaissances et des savoir-faire spécifiques⁵⁷. Il y a une relation entre l'entrepreneur et R&D, en expliquant que la présence de personnel dédié à la R&D, en stimulant les échanges avec l'environnement externe accroît l'utilisation des sources d'information riches ainsi que la

⁵⁴Melbouci in Tabet Aoul W. et W. Berbar, *Innovation et PME en Algérie quelle perspective : étude exploratoire*, Le grand livre de l'économie PME 2015, LEXTENSO., France, Gualino, 2014, p. 928.

⁵⁵ Berbar W. et A. Benhabib, *Les entreprises familiales comme une alternative de développements en Algérie*, op. cit., p. 117- 118.

⁵⁶ Ait Atmane F., *Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaïa.*, op. cit., p. 74.

⁵⁷ Tabet Aoul W. et W. Berbar, *Innovation et PME en Algérie quelle perspective : étude exploratoire*, op. cit., p. 932.

créativité de l'entreprise. Dans les entreprises algériennes, L'activité de R&D se réalise quand l'entrepreneur est orienté vers l'action et la nécessité du moment. Les PME qui possèdent des ressources financières, ont plus de probabilité à l'innovation. En effet, la disponibilité des ressources a une influence sur le taux d'innovation. Les entreprises algériennes négligent l'importance de l'activité de la R&D⁵⁸.

Il faut savoir que l'innovation n'est pas une simple combinaison technique et économique de variables strictement matérielles, financières, humaines, etc. mais elle inclut des données sociales et culturelles. La culture d'innovation est absente dans les entreprises; l'entrepreneur se désintéresse de l'innovation du moment que son entreprise réalise des profits. Les PME Algériennes souffrent de pesanteurs sociologiques et culturelles qui font qu'elles éprouvent du mal à sortir du giron familial qui se caractérise par la concentration au niveau d'une même personne des fonctions de chef d'entreprise, de patron et de chef de famille. Cet ensemble de données influe négativement sur les comportements innovateurs des entreprises algériennes⁵⁹.

La concurrence est une source de progrès. En effet, elle peut encourager à innover dans toutes sortes de domaines, notamment en recherche et en production pour améliorer la qualité, réduire le prix de revient, accroître la productivité de la main-d'œuvre et des équipements. Elle est aussi source de progrès pour le client puisqu'elle oriente l'action vers ce qu'il préfère. Ainsi, la concurrence peut être indirectement un facteur de succès lorsqu'elle oblige l'entreprise à innover, à réduire ses coûts, à satisfaire davantage sa clientèle, à faire face aux pressions des autres concurrents, et en général, à réagir positivement aux fluctuations environnementales⁶⁰.

1.3.2. Les déterminants institutionnels de l'innovation

Les déterminants institutionnels sont constitués des éléments qui appartiennent à l'environnement de l'entreprise dans lequel elle est insérée. L'entreprise évolue dans un environnement de plus en plus complexe, composé de contraintes et d'opportunités multiples, elle est durablement insérée dans un réseau de partenaires⁶¹. Elle doit, enfin, collaborer avec des institutions, comme l'État, les associations locales, les syndicats, les conseillers fiscaux, les écoles techniques ou les universités, etc. En général, l'entreprise est affectée par la

⁵⁸ BERBAR W. et A. BENHABIB, *Les entreprises familiales comme une alternative de développements en Algérie*, op. cit., p. 118.

⁵⁹ AIT ATMANE F., *Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaïa.*, op. cit., p. 73-74.

⁶⁰ AIT ATMANE F., *Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaïa.*, op. cit., p. 71.

⁶¹ BELLON B., *L'Innovation Créatrice*, ECOMONICA., Paris-France, 2002, p. 49.

dynamique de l'environnement institutionnel et toutes les relations qu'elle peut avoir avec les institutions nationales ou locales et bien d'autres organismes. D'ailleurs, institutions économiques et innovations technologiques se combinent pour déterminer le dynamisme macro-économique⁶².

L'innovation n'est pas seulement le produit de l'entreprise, mais elle naît dans le cadre d'interactions complexes entre les producteurs et les utilisateurs et entre les milieux universitaires et l'industrie. Le partenariat entreprise-université n'est pas simple à concrétiser puisque l'entreprise et l'université poursuivent souvent des objectifs différents mais qui sont aussi complémentaires lorsque les deux parties prennent conscience des avantages d'un tel partenariat⁶³.

Parmi les autres attributs qui exercent une influence positive sur la probabilité à innover dans les entreprises algériennes, on retrouve les collaborations avec l'externe (d'autres entreprises, l'université)⁶⁴.

1.3.3. Les déterminants géographiques de l'innovation

Analyser le rôle de l'espace sur les phénomènes économiques et plus précisément sur la dynamique de l'innovation permet de mieux comprendre l'activité d'innovation et ses différentes sources, et ainsi de définir des politiques d'innovation plus pertinentes.

Les déterminants géographiques renvoient aux différentes interactions entre l'espace et l'entreprise pour inclure la dimension spatiale de l'innovation. En effet, de nombreuses études décrivent la structure géographique des activités d'innovation au sein d'un pays, et observent une forte polarisation spatiale des activités liées à l'innovation. Elles s'accompagnent depuis la fin des années 80 d'une production théorique importante, cherchant à décrire les formes du développement local par l'innovation, notamment à travers les districts, technopoles, parcs scientifiques, milieux innovateurs et clusters de haute technologie. Il est, par conséquent, important de signaler les rapports de l'innovation avec l'espace et le rôle des effets de proximité ainsi que des externalités positives⁶⁵.

⁶² AIT ATMANE F., *Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaïa.*, op. cit., p. 65.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ BERBAR W. et A. BENHABIB, *Les entreprises familiales comme une alternative de développements en Algérie*, op. cit., p. 119.

⁶⁵ AIT ATMANE F., *Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaïa.*, op. cit., p. 66.

1.4. Les obstacles à l'innovation dans les entreprises algériennes

Les PME algériennes se caractérisent souvent par une insuffisance des capacités d'innovation. En effet, plusieurs obstacles entravent le développement des projets d'innovation dans ces entreprises⁶⁶. En voici quelques unes d'entre elles :

- Les ressources financières des PME sont fragiles et limitées, ce qui ne leur permet pas de couvrir les efforts et dépenses de la R&D des projets d'innovation et d'investissement liée cette dernière, qui nécessite d'importantes ressources pour développer et réussir ces innovations.
- Le caractère familial des entreprises algériennes n'encourage pas l'innovation, vu que les propriétaires-dirigeants optent souvent pour les investissements rentables à courte et à moyen terme.
- Difficulté d'accès au financement externe (les banques n'accordent pas assez de crédits aux PME).
- Une absence de marché assurant une offre de capital-risque ou capitaux d'amorçage pour couvrir et financer les processus d'innovation.
- Les pouvoirs publics algériens n'accordent pas d'aides financières pour soutenir les projets d'innovation dans les entreprises, en particulier les PME.
- Manque d'information sur les évolutions technologiques (absence de l'intérêt des clients pour des produits et des procédés nouveaux).
- Manque de compétences et de qualifications nécessaire pour la maîtrise de nouvelles technologies et de nouveaux savoirs et savoir-faire pour soutenir le processus d'innovation.
- Absence de culture de coopération interentreprises, ce qui freine le processus d'innovation et ne permet pas l'amorçage des frais et couts liée aux projets.
- inefficacité des systèmes d'information interne ou externe, qui peut engendrer des retards et des lacunes dans la prise en compte d'informations stratégiques. Cela freine le processus de l'innovation dans l'entreprise.
- Le risque et la peur d'échec de l'innovation.
- Une faiblesse dans la protection des droits de propriétés et d'invention dans les entreprises algériennes.

⁶⁶ GACEM S. et K. KHEBBACHE, *Le processus d'innovation dans les PME Algériennes*, Université Bejaia, p. 4. <http://fseg2.univ-tlemcen.dz/larevue09/Soumia%20GACEM.pdf>

2 : Les organismes de recherche et d'aide à l'innovation et les institutions nationales de coordination et de valorisation de la recherche et développement des PME en Algérie

Pour stimuler la compétitivité et la croissance économique, l'Algérie a créé différents organismes de recherche et d'aide à l'innovation et des institutions de coordination et de valorisation de la recherche. Ils ont comme rôle d'entretenir la croissance, de fournir de l'aide et de soutenir les entreprises, en particulier les PME.

2.1. Les organismes de recherche et d'aide à l'innovation

L'Algérie a créé différents organismes de recherche et de valorisation de l'innovation et au transfert de technologie. Ces organismes sont les suivants :

2.1.1. Organisme National de la Recherche Scientifique (ONRS)

C'est par l'ordonnance n°73-44 du 25 juillet 1973 qu'a été créée (ONRS)⁶⁷, c'est l'instrument d'exécution de la politique de promotion et d'orientation de la recherche scientifique définie par le gouvernement, ce type d'organisme a pour missions d'impulser et d'orienter les travaux de recherche scientifique des universités et instituts notamment par l'octroi de subventions et la passation de contrats. Mais aussi d'assurer le rassemblement, la conversation, la diffusion à l'échelon national de l'information scientifiques et techniques, d'exploiter toute licence, modèle ou brevet.

2.1.2. Centre d'Information Scientifiques et Techniques et de Transfert Technologiques (CISTT)

C'est par l'arrêté du 25 Septembre 1974 qu'a été créé le CISTT⁶⁸, conformément aux objectifs fixés à l'ONRS et dans le cadre d'une recherche intégrée au développement et liée à la formation. Ce centre a pour missions de rassembler l'information scientifique, technique et technologique, les différents documents scientifiques et les mettre à la disposition des chercheurs et scientifiques. Promouvoir la formation des documentalistes pour une meilleure valorisation de leurs compétences. Aussi, actualiser et générer une interconnexion entre les réseaux nationaux et étrangers. Rassembler et diffuser les informations liées aux nouvelles technologies et leurs transferts, pratiques, coûts d'acquisition, principes, incidence de leur transfert sur le développement socio-économique du pays. Réaliser des travaux d'étude et Participer à des activités scientifiques internationales.

2.1.3. Conseil Supérieur de la Recherche Scientifique et Technique (CSRT) : c'est en 1982 que le Conseil Supérieur de la Recherche Scientifique et Technique été créé, il a pour

⁶⁷ ORDONNANCE N°73-44 DU 25 JUILLET PORTANT CREATION D'UN ORGANISME NATIONAL DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE, *Journal Officiel n°63 du 07 Aout 1973*. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

⁶⁸ ARRETE DU 25 SEPTEMBRE 1974 PORTANT CREATION D'UN CENTRE D'INFORMATION SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE ET DE TRANSFERT TECHNOLOGIQUE, *Journal Officiel, n°92 du 15 Novembre 1974*. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

mission d'arrêter les grandes orientations de la politique nationale de recherche et développement scientifique, de coordonner sa mise en œuvre et d'en apprécier l'exécution. Il est chargé notamment :

- D'arrêter les grandes options de la recherche scientifique et technique dont il fixe les objectifs et les priorités. Ainsi que d'adopter les orientations générales du plan national de la recherche scientifique et technique. Et, d'arrêter les lignes directives des programmes nationaux d'investissement pour la promotion et le développement de la recherche scientifique et technique.
- D'apprécier les résultats des actions entreprises dans le cadre du plan nationale de recherche scientifique et technique.
- D'arrêter les orientations générales de la politique de préservation, de valorisation et de développement du potentiel scientifique et technique nationale, et les mesures concernant l'adaptation des cadres organisationnels de la recherche scientifique aux différents stades de son évolution et de son développement.

2.1.4. Unités de Recherche Scientifique et Technique (URST): selon le décret 83-455 du 23 juillet 1983, il peut être créé des unités de recherche scientifique et technique⁶⁹, au sein des institutions de formation supérieure pour la réalisation des objectifs de développement scientifique et technologique définis par le plan national de développement.

Ces unités de recherche sont des entités scientifiques de base d'exécution de la recherche, d'un ou plusieurs laboratoires d'atelier ou d'autres supports adéquats, Elles ont été créées en vue de mener les activités de recherche du programme englobant plusieurs projets de recherche.

L'unité de recherche est chargée, selon sa vocation :

- D'exécution tous travaux d'étude et de recherche en rapport avec leur objet. Et de favoriser l'assimilation, la maîtrise et l'acquisition de nouvelles connaissances scientifiques et techniques.
- De reproduire à l'échelle réduite certaines techniques industrielles pour résoudre les problèmes techniques de production. Aussi, de réaliser des essais d'adaptation pouvant se traduire par une amélioration des techniques de production et des produits.

⁶⁹ DECRET N°83-455 DU 23 JUILLET 1983, *Journal Officiel*, n°31 du 26 Juillet 1983 portant création des Unités de Recherche Scientifique et Techniques. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

- De développer de nouvelles techniques. Aussi, diffuser les résultats de la recherche et contribuer à la formation dans le domaine de la recherche. Sans oublier, d'évaluer périodiquement ses travaux de recherche
- De rassembler et traiter l'information scientifique et technique.

Le financement des programmes de recherche de l'unité provient :

Des crédits de recherche des structures de rattachement, des dons et legs fait à l'unité et des produits de leurs activités des contrats, brevet et publications..

2.1.5. Centre de Recherches créés au Sein des Administrations Centrales : Dans le cadre de la mise en œuvre du plan national de développement scientifique et technique, il peut être, selon le décret n° 83-521 du 10 septembre 1983⁷⁰, des centres de recherche scientifique et techniques auprès d'une ou plusieurs administrations centrales. Ces centres de recherche ont pour mission général la mise en œuvre et la réalisation des programmes de développement scientifique et technologique dans les domaines qui leur sont définis par le décret de création.

Ace titre, ils sont chargé notamment :

- De réunir les éléments nécessaires à l'identification des projets de recherche à entreprendre et les données permettant leur planification. Entreprendre des travaux de recherche et leurs évaluations ainsi que les progrès de la recherche dans le monde.
- D'impulser et de favoriser l'assimilation, la maitrise, le progrès et l'application des sciences et techniques ainsi que l'innovation technologique. et participer à la formation des cadres et de techniciens de la recherche.
- De rassembler et de traiter l'information scientifique et technique et d'en assurer la conservation et la diffusion. De valoriser les résultats de la recherche en veillant notamment à leur diffusion, leur exploitation et à leur utilisation.

2.1.6. Commissariat à la Recherche scientifique et Technique (CRST) : par le décret du 7 juillet 1984 que le Commissariat à la Recherche Scientifique et Technique (CRST) à été créé. Ce commissariat à pour mission de contribuer à la politique nationale de recherche scientifique et technique et à la consolidation de l'indépendance technologique.

Dans le cadre de sa mission générale, le commissariat est chargé pour :

- De préparer les éléments scientifiques et techniques d'élaboration des avant-projets de plans d'information scientifique et technique.

⁷⁰ DECRET N°83-521 DU 10 SEPTEMBRE 1983, *Journal Officiel*, n°38 du 13 Septembre 1983 portant création des Centres de Recherche créés auprès des Administrations Centrales. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

- D'assurer l'édition et collection du commissariat à la recherche scientifique et technique.
- De participer à la vulgarisation de la science et de la technologie notamment sous forme de publications ou de films scientifiques.

2.1.7. Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique (CERIST) :

Le Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique (CERIST) a été créé par le décret n°85-56 du 16 mars 1985⁷¹. Le centre a pour mission de mener toute recherche relative à la création, à la mise en place et au développement d'un système national d'information scientifique et technique.

A ce titre, dans un cadre concerté et en liaison avec les secteurs concernés, il assure la coordination des programmes d'information scientifique et technique. Le centre est chargé :

- D'étudier et de proposer toutes mesures réglementaires propres à assurer le développement et la promotion de l'information scientifique et technique, toutes mesures propres à assurer l'acquisition rationnelle et la circulation de ces informations à l'échelle nationales et à satisfaire les besoins des utilisateurs.
- De participer à la mise en place et au développement d'un réseau national d'information scientifique et technique et à la constitution de banque de données dans tous les domaines de la science et de la technologie. De favoriser, par son action de coordination, leur accès aux divers utilisateurs.
- De promouvoir l'introduction de moyens techniques modernes tels que : l'informatique pour la collecte, l'analyse et le traitement de l'information scientifique et technique, l'élaboration de systèmes logiciels pour l'automatisation de la recherche.

2.1.8. Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD) :

la création de Centre de Recherche en Économie pour le Développement (CREAD) est selon le décret n°85-307 du 17 décembre 1985⁷²,

Le CREAD est placé sous la tutelle du ministre de l'enseignement supérieur. Il est chargé de :

- Mener des recherches théoriques et appliquées sur le développement économique.
- Étudier les conditions économiques et sociales nécessaires au renforcement de l'intégration intersectorielle, de la création et de la maîtrise technologiques d'une gestion efficace aux niveaux macro et micro-économiques.

⁷¹ DECRET N°85-56 DU 16 MARS 1985, *Journal Officiel*, n°12 du 17 Mars 1985 portant création du Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

⁷² DECRET N°85-307 DE LA 17/12/1985, *Journal Officiel* n°53 du 18 Décembre 1985 portant création du CREAD.

- Entreprendre des recherches économiques et socio-économiques en vue d'assurer la sécurité alimentaire nationale par l'accroissement de la production et de la productivité agricole.
- Effectuer des recherches économiques en matière d'économie du travail, de l'éducation, de la formation, de la santé e de l'habitat.

2.1.9. Le Centre de Développement des Technologies Avancées (CDTA) : la création de Centre de Développement des Technologies Avancées (CDTA), est par le décret n°88-61 du 22 mars 1988⁷³. Ce centre est placé sous la tutelle du haut commissariat à la recherche. Ces mission générales est de prise en charge les actions de recherche et développement, (prestation, service information scientifique et technique) mais en matière de formation le Centre participe, dans les conditions et selon les modalités prévue par la réglementation en vigueur, à la formation et au perfectionnement des ingénieurs et techniciens supérieurs ainsi qu'à la spécialisation dans le cadre de formation gradué et post-gradué.

2.1.10. Centre de Développement des Energies Renouvelables (CDER) : le Centre de Développement des Energies Renouvelables à été crée par le décret n°88-60 Mars 1988⁷⁴, le Centre est chargé d'élaborer et de mettre en œuvre les programmes de recherche et de développement scientifique et technologique en matière d'énergies renouvelables et particulièrement celles liées aux énergies solaire, éolienne et géothermique. A ce titre il est chargé :

- De collecter, de traiter et d'analyser toutes les données permettant une évaluation précise des gisements solaire, éolien et géothermique. Et d'assure des travaux de recherche nécessaires au développement de la production et de l'utilisation des énergies renouvelables.
- De mettre au point tous procédés techniques, dispositif, matériel et instrumentation de mesure nécessaires à l'exploitation et à l'utilisation des énergies renouvelables.
- D'élaborer et de proposer les normes de fabrication et d'utilisation des équipements dans le domaine des énergies renouvelables.

⁷³ DECRET N°88-61, *Journal Officiel*, n°12 du 23 Mars 1988 portant création du Centre de Développement des Technologies Avancées. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

⁷⁴ DECRET N°88-60 DU 22 MARS 1988, *Journal Officiel*, n° 12 du 23 Mars 1988 portant création du Centre de Développement des Energies Renouvelables. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

2.1.11. Commissions Intersectorielles de Promotion de Programmation et d'Evaluation de la Recherche Scientifique et Technique (CIPPERS) : les Commissions Intersectorielles de Promotion de Programmation et d'Evaluation de la Recherche scientifique sont créées par le décret exécutif n° 92-22 du 13 janvier 1992⁷⁵.

Elles ont pour mission d'assurer la promotion, la coordination et l'évaluation des travaux de recherche et de développement technologique des programmes nationaux, A ce titre sont chargés :

- D'étudier et de proposer les programmes de recherche et de développement ainsi que les crédits, moyens et modalités de leur réalisation. De les évaluer, établir des rapports d'activités sur le fonctionnement des structures de recherche. D'établir des rapports en vue de la mise à jour permanente des programmes de recherche et de développement technologique.
- D'organiser la concertation entre l'administration, et les organismes de recherche et les établissements et entreprises économiques, en vue d'assurer une meilleure coordination et une utilisation optimale des ressources. Et favoriser la recherche coopérative et interdisciplinaire et proposer toutes les mesures nécessaires à son développement. Aussi, participer à la coordination des actions de coopération liées aux programmes nationaux dont elle a la charge.
- D'étudier et de proposer les actions de valorisation des résultats de la recherche.
- De veiller à l'organisation et au développement d'un système d'échange d'information et de documentation scientifique et technique et de contribuer à la mise à jour de l'inventaire du potentiel scientifique et technique et proposer les mesures en vue de son utilisation rationnelle et optimale.

2.1.12. Conseil National de la Recherche Scientifique et Technique (CNRST) : par le décret exécutif n° 92-23 du 13 janvier 1992 a été créé le Conseil National de la Recherche Scientifique et Technique⁷⁶. Ce conseil a pour mission d'arrêter les grandes orientations de la politique nationale de recherche scientifique et développement technologique, de coordonner sa mise en œuvre et d'en apprécier son exécution. Dans ce cadre, il est chargé notamment :

- De déterminer les grandes options de la recherche scientifique et technique.

⁷⁵ DECRET EXECUTIF N°92-22 DU 13 JANVIER 1992, *Journal Officiel*, n°05 du 22 Janvier 1992 portant création, Organisation et Fonctionnement des Commissions Intersectorielles de Promotion, de Programmation et d'Evaluation de la Recherche Scientifique et Technique. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

⁷⁶ DECRET EXECUTIF N°92-23 DU 13 JANVIER 1992, *Journal Officiel* n°05 du 22 Janvier 1992 portant création Organisation et Fonctionnement du Conseil National de la Recherche Scientifique et Technique. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

- D'adopter les orientations générales du plan national de la recherche scientifique et technique. Aussi, apprécier les résultats des actions entreprises dans le cadre du plan national de la recherche scientifique et technique.
- D'arrêter les orientations générales de la politique de préservation, de valorisation et de développement du potentiel scientifique et technique. En plus, d'arrêter les mesures relatives à l'adoption des cadres organisationnels de la recherche scientifique aux différents stades de son évolution et de son développement.

2.1.13. L'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU) : l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire a été créée par le décret exécutif n° 95-183 du 2 juillet 1995⁷⁷. L'Agence a pour mission d'impulser et de soutenir le développement et la valorisation des activités de recherche s'inscrivant dans le cadre des programmes nationaux de recherche tels que définis par la réglementation en vigueur et localisées au sein des institutions universitaires d'enseignement et de recherche. A ce titre, elle est chargée notamment :

- Procéder au lancement et au suivi des appels d'offres thématiques dans le cadre de ses programmes. Et à la mise en place des dispositifs de suivi et d'évaluation des activités de recherche dont elle a la charge.
- Financer sur budget- programme, au moyen de conventions et/ou de contrats, les projets de recherche retenus. Aussi, promouvoir et dynamiser les mécanismes et circuits de soutien et de gestion administrative et financière de la recherche universitaire.
- Assurer la diffusion et la valorisation des résultats de la recherche dont elle a la charge.
- Contribuer à l'organisation et à la prise en charge matérielle et financière des manifestations scientifiques nationales et internationales liées à son domaine d'activité. Aussi, apporter son assistance, sur le plan technique et financier pour l'acquisition d'équipements et de documentation scientifiques nécessaires à la réalisation de ses programmes.

2.1.14. Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET) : C'est en 1998 qu'a été créée l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement

⁷⁷ DECRET EXECUTIF N°95-183 DU 02 JUILLET 1995, *Journal Officiel*, n°36 du 12 Juillet 1995 portant création, Organisation et Fonctionnement de l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire.

Technologique⁷⁸. L'Agence a pour mission de mettre en œuvre, en relation avec les structures et organes concernés, la stratégie nationale du développement technologique, notamment par le transfert des résultats de la recherche et leur valorisation. A ce titre, elle est chargée :

- D'identifier et de sélectionner les résultats de la recherche à valoriser. Et de contribuer à une meilleure efficacité dans l'exploitation des résultats de la recherche et dans l'organisation des systèmes et méthodes de valorisation de ces recherches en vue de promouvoir le développement et l'innovation technologiques.
- De développer et de promouvoir la coopération et les échanges entre le secteur de la recherche et les secteurs utilisateurs pour assurer la valorisation et le transfert des techniques, des technologies et des connaissances nouvelles, notamment en direction des PME-PMI.
- D'encourager et de soutenir toute initiative visant à développer la technologie et à introduire des actions d'innovation. Et d'organiser la veille technologique, par la mise en place d'observatoires et de réseaux de diffusion de la technologie.
- D'assister les inventeurs dans la prise en charge des prestations pour la réalisation de prototypes, l'étude de marché, la recherche de partenaires et la production des brevets.

2.2. Les institutions nationales de coordination et de valorisation de la recherche et développement des PME

L'Algérie a mis en place plusieurs institutions, dont l'objectif de répondre aux besoins des PME du pays en matière de la recherche et développement ou l'amélioration d'une nouvelle technologie.

2.2.1. Les Pépinières d'Entreprise : selon le décret exécutif n°03-78 du 25 février 2003 qui a été créé les Pépinières d'Entreprise⁷⁹, cette dernière peut opter pour le développement de l'utilisation des nouvelles technologies les plus avancées.

Les pépinières sont placées sous la tutelle du ministre chargé de la petite et moyenne entreprise, est pour objectifs :

- De développer une synergie avec l'environnement de l'entrepreneuriat.
- De participer à l'animation économique dans le lieu d'implantation.

⁷⁸ DECRET EXECUTIF N°98-137 DU 03 MAI 1998, *Journal Officiel*, n°28 du 06 Mai 1998 portant création, Organisation et Fonctionnement de l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du développement Technologique. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

⁷⁹ DECRET EXECUTIF N°03-78 DU 25 FEVRIER 2003, *Journal Officiel* n°13 du 26 Février 2003 portant statut-type des Pépinières d'Entreprises. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

- De favoriser l'émergence de projets innovants.
- D'apporter un soutien aux nouveaux créateurs d'entreprises.
- De pérenniser les entreprises accompagnées.
- D'inciter les entreprises à mieux se structurer.
- De devenir, à moyen terme un élément de la stratégie de développement économique au niveau de son implantation.

2.2.2. L'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME): Par le décret exécutif n°05-165 du 3 mai 2005 à été crée l'Agence Nationale de Développement de la PME⁸⁰, cette agence est un instrument de l'Etat en matière de mise en œuvre de la politique nationale de développement de la PME. a ce titre l'agence pour missions :

- De mettre en œuvre la stratégie sectorielle en matière de promotion et développement de la PME. Et d'évaluer l'efficacité et l'efficience de l'exécution des ces programmes et d'en proposer les correctifs nécessaires.
- De mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'assurer son suivi. Et de promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME.
- De suivre la démographie des PME en termes de création, de cessation et de changement d'activité.
- De réaliser des études de filières et de notes de conjoncture périodiques sur les tendances générales de la PME.
- De promouvoir, en relation avec les institutions et organismes concernés, l'innovation technologique et l'usage par les PME des nouvelles technologies de l'information et de la communication.
- De collecter, d'exploiter et de diffuser l'information spécifique au domaine d'activité des PME.
- De coordonner, en relation avec les structures concernées, entre les différents programmes de mise à niveau du secteur de la PME.

2.2.3. Loi d'Orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME) :

La loi n°17-02 du 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME)⁸¹, cette loi à pour objectifs :

- L'impulsion de la croissance économique.

⁸⁰ DECRET EXECUTIF N°05-165 DU 03 MAI 2005, *Journal Officiel*, n°32 du 04 Mai 2005 portant création l'Agence Nationale de Développement de la PME. <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

⁸¹ LOI N° 17-02 DU 10 JANVIER 2017, *Journal Officiel* n°02 du 11 Janvier 2017 portant loi d'Orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME). <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

- L'amélioration de l'environnement de la PME.
- L'encouragement de l'émergence des PME notamment innovantes, et leur pérennisation.
- L'amélioration de la compétitivité et de la capacité d'exportation des PME.
- La promotion de la culture entrepreneuriale.
- L'amélioration du taux d'intégration nationale et la promotion de la sous-traitance.

2.2.4. L'Agence de Développement de la PME et de la Promotion de l'Innovation (ADPIPME) : par le décret exécutif n°18-170 du 26 juin 2018 qui a été créée l'Agence de Développement de la PME et de la promotion de l'Innovation⁸², elle assure la mise en œuvre de la politique de développement des PME, en matière d'émergence, de croissance et de pérennisation des PME en coordination avec les secteurs concernés, A ce titre, elle est chargée :

- D'encourager la densification du tissu des PME, de concert avec les dispositifs de création d'activité, à travers, notamment le développement de la culture entrepreneuriale, l'accompagnement des porteurs de projets, l'incubation et l'hébergement des PME en phase de création et l'accompagnement des PME auprès des banques et établissements financiers.
- D'appuyer l'innovation et la recherche et développement au sein des PME, ainsi que les start-up. Et appuyer le développement de la sous-traitance.
- De mettre en œuvre les programmes de modernisation des PME, visant l'amélioration de leur compétitivité. De mettre en place un système d'information économique sur la PME.
- D'encourager l'émergence d'un environnement favorable à la création et au développement des PME à travers le soutien aux différents types des réseaux des PME, la promotion de l'expertise et du conseil au profit des PME et la réalisation d'études économiques.
- D'entreprendre toute action de sensibilisation, d'information et d'assistance auprès des institutions publiques, en vue de promouvoir et de faciliter l'accès des PME à la commande publique.
- D'appuyer l'internationalisation des PME à travers, notamment, l'exportation, le transfert technologique et les partenariats.

⁸²DECRET EXECUTIF N°18-170 DU 26 JUIN 2018, *Journal Officiel n°39 du 04 juillet 2018 fixant les missions, de l'Organisation et le Fonctionnement de l'Agence de Développement de la PME et de la Promotion de l'Innovation.* <https://www.joradp.dz/HAR/Index.htm>

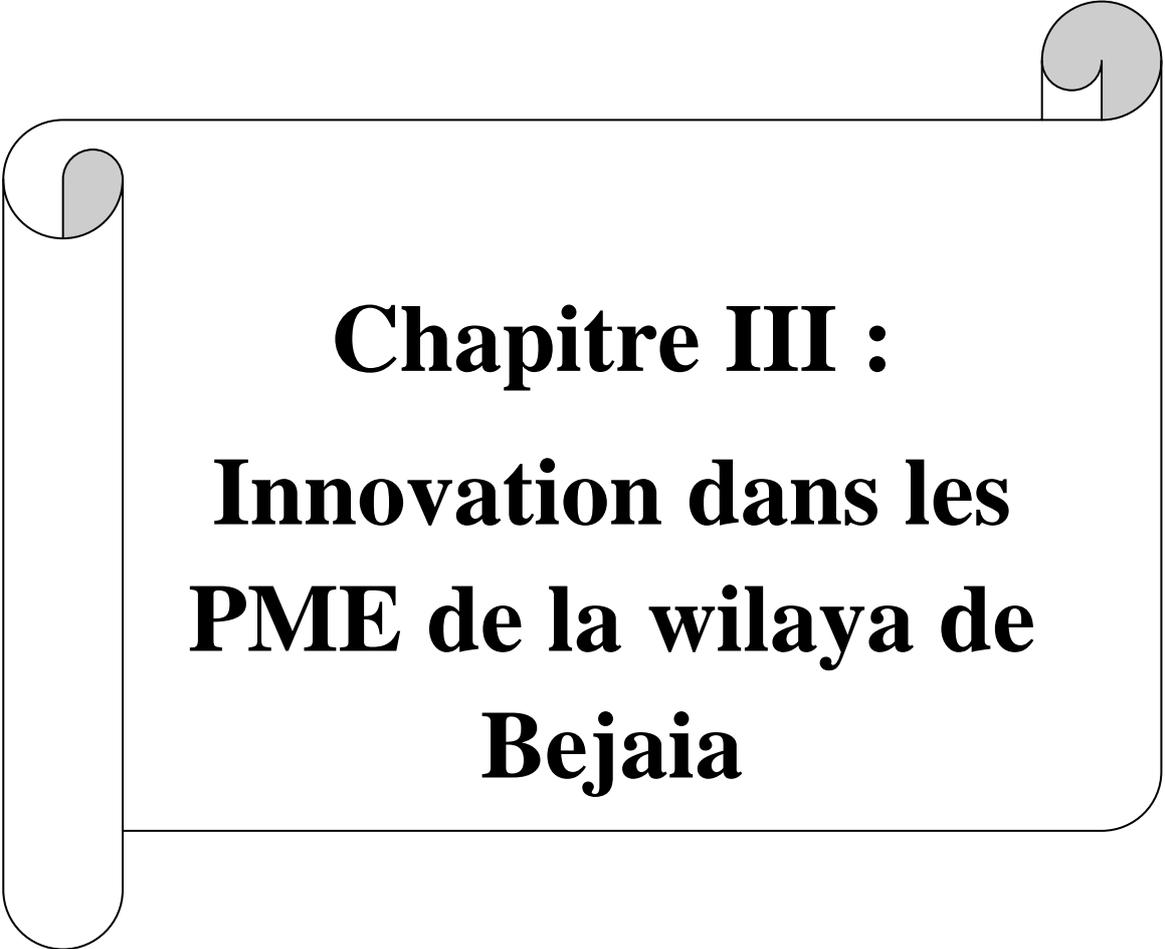
- De soutenir les PME dans leurs efforts de renforcement de la ressource humaine, en coordination avec le système national de formation et les dispositifs d'insertion professionnelle. Aussi, appuyer celles en difficultés en raison d'insuffisances en termes d'organisation, de gestion financière ou de positionnement sur le marché.

Conclusion

En Algérie, la suppression du monopole des entreprises étatiques, a eu pour conséquence la réhabilitation des PME dans le tissu économique. Ce qui les impulse comme moteur du développement socio-économique du pays. C'est sur elles que repose l'espoir de créer de l'emploi, de la valeur ajoutée et de la richesse.

Dans un environnement, en perpétuelles mutations, les PME Algériennes doivent innover et se démarquer pour faire face à une rude et féroce concurrence et subvenir à la satisfaction d'une clientèle nationale et étrangère de plus en plus exigeante.

La PME de la wilaya de Bejaia est parmi celles qui œuvrent pour se démarquer et se valoriser par rapport aux autres. Elle innove et se modelé pour être compétitive et rentable. Dans la perspective de clarifier la situation de l'innovation au sein des PME de la wilaya de Bejaia, il y a lieu de réaliser une étude empirique sur un échantillon de PME de la wilaya de Bejaia.

A decorative graphic of a scroll with a black outline and grey shading on the rolled-up ends. The text is centered within the scroll.

Chapitre III :
Innovation dans les
PME de la wilaya de
Bejaia

Introduction

Les PME constituent un enjeu décisif dans la croissance socio-économique moderne, et le renforcement des tissus industriels des pays. Elles se caractérisent par des spécificités propres qui leur permettent l'adaptabilité dans un environnement de plus en plus turbulent. Elles jouent un rôle essentiel dans la création des emplois et de la richesse.

L'innovation est considérée comme un levier incontournable de la compétitivité et du développement des entreprises, surtout la survie des PME. Elle implique des compétences et des connaissances maintes, génère des nouveaux postes et jobs, et crée de la valeur ajoutée,...etc.

Les PME constituent la plus grande partie du tissu économique algérien, elle représente 95% de l'ensemble des entreprises. Elles sont une source de croissance et de développement. Elles contribuent dans la diversification des exportations dans divers domaines et secteurs, participent aussi dans la création des emplois.

Dans le contexte actuelle de l'instabilité de l'Algérie, sur divers domaines : politique ; sociale et économique, nous essayant de connaître la situation des PME dans de telles conditions, vis-à-vis de l'innovation. Les PME choisissent d'innover sur l'axe : produit, procédé, commerciale ou alors celui de l'organisation. Aussi les raisons qui les poussent à innover se diversifient.

Après avoir exposé brièvement, dans le chapitre précédent, la dynamique des PME en Algérie. Notre objectif dans ce qui suit est d'étudier et d'examiner l'état de l'innovation dans les PME de la wilaya de Bejaia.

D'abord nous allons présenter la situation des PME au niveau de la wilaya de Bejaia. Ensuite nous analyserons les résultats et les données recueillies lors de la réalisation de notre enquête de terrain auprès d'un échantillon de PME de la wilaya de Bejaia.

1. Présentation du tissu économique de la wilaya de Bejaia

Nous allons d'abord présenter la wilaya de Bejaia, ensuite un aperçu sur la situation des PME situées dans la wilaya de Bejaia.

1.1. Présentation de la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia est une wilaya algérienne, située au nord-est du pays, dans la région de la Kabylie sur sa côte méditerranéenne .Elle est divisée administrativement en 52 communes et 19 daïras.

La wilaya de Bejaia a une superficie de 3 268 km² pour une population totale estimée à 915 836 habitants pour le premier semestre de 2018. L'économie de la wilaya est diversifiée,

l'industrie représente une part important, surtout l'industrie agroalimentaire et l'emballage. Presque toutes les branches sont présentes, mais les activités manufacturières et de transformation sont les plus représentés.

Elle est composée essentiellement de trois pôles économiques (Béjaia, Akbou et El Kseur), Favorisant l'implantation de grandes entreprises, et des PME. Ces derniers offrent des atouts nombreux et favorisent le dynamisme de l'économie, par exemple une position géographique centrale et un climat attractif.

L'activité portuaire et aéroportuaire connaît un développement sans précédent grâce à l'existence d'un port et un aéroport qui ont un poids important dans la wilaya de Bejaia, celle-ci dispose d'un port occupant la troisième place en Algérie après celui d'Alger et d'Oran. Il a contribué à faire de la wilaya de Bejaia un important pôle industriel et commercial.

Le port s'étale sur une superficie totale de 205 Hectares. Outre la partie réservée au transport de personnes et de marchandises, le port compte une autre partie constituée de 03 bassins réservés au stockage de pétrole⁸⁴.

Les PME occupent une place stratégique. En effet, le nombre de PME/PMI déclarées à Bejaia est de 27 244 PME à la fin 2018, dont 27 203 sont des PME privées tandis que seulement 41 sont publiques. Ajoutant à cela le nombre de postes crée jusque-là dépassant les 70 496 emplois (67 890 postes pour le privé)⁸⁵. Notons que Bejaia fait partie d'une zone d'ancrage économique dynamique du pays.

1.2. Situation des PME au niveau de la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia est connue par ses zones d'activité (Akbou, Béjaia, Elkseur). Elle occupe une place importante dans la création des PME avec un nombre total de 27 244 PME à la fin de l'année 2018, selon les données de la Direction de l'Industrie et des Mines.

1.2.1. La population globale des PME de la wilaya de Bejaia

Nous allons présenter, dans le tableau suivant, le nombre annuel total des PME de la wilaya de Bejaia, pour de l'année 2018, pour un nombre total d'emploi.

⁸⁴ Annuaire de la DPAT de Bejaia, 2018.

⁸⁵ Données de la direction de l'industrie et des mines de la wilaya de Bejaia, 2018.

Tableau 12 : La population globale des PME de la wilaya de Bejaia

Statut juridique	Nombre de PME	Part (%)	Emplois	Part (%)
PME privées	27 203	99,85	67 890	96,30
PME publiques	41	0,15	2 606	3,70
Total	27 244	100	70 496	100

Source : Direction de l'Industrie et des Mines de la wilaya de Bejaia

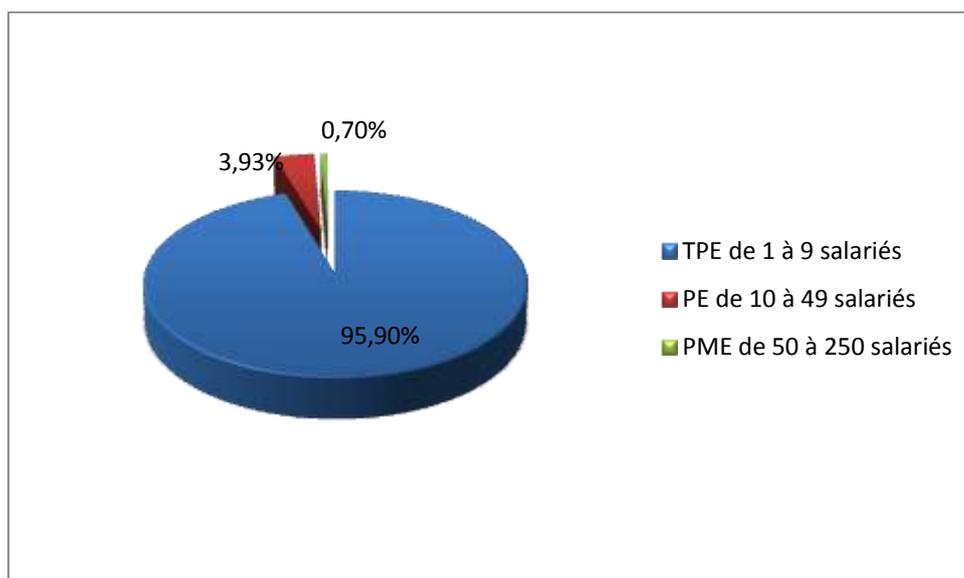
Selon les données du tableau, le nombre total des PME est 27 244 PME, pour un nombre total d'emplois de 70 496 salariés durant l'année 2018, à moyenne de 3postes par PME.

Le secteur privé présente une proportion plus élevé que le publique de (99.85%), pour un nombre d'emplois de (96.30%) dans le privé que dans le publique (3.70%).

Ce qui renforce l'idée que la PME est une source d'emploi.

1.2.2. La répartition des PME par taille

La répartition des PME de la wilaya de Bejaia par taille (effectif) est détaillée dans la figure suivante :

Figure 03 : la répartition des PME de la wilaya de Bejaia par taille pour l'année 2018

Source : Réalisé par nous-mêmes en se basant sur les données de la direction de l'industrie et des mines de Bejaia (2018)

A la fin de l'année 2018, la wilaya de Bejaia est prédominée par les TPE avec un nombre total de 26 128 entités. En deuxième lieu, nous retrouvons les PE avec un nombre faible ne dépassant pas 925 PE, et enfin les ME tiennent la troisième position avec 191 ME.

1.2.3. La répartition spatiale des PME privées de la wilaya de Bejaia

Dans le tableau ci-dessous, nous présenterons le classement des 6 premières daïras de la wilaya de Bejaia par rapport au total des PME privées.

Tableau 13 : Répartition spatiale des PME privées suivant les 6 premières daïras de la Wilaya de Bejaia (2018)

N°	Daïras	Nombre de PME	%	Nombre d'emplois	%
1	BEJAIA	9 219	33,84	25 887	36,72
2	AKBOU	2 909	10,68	8 636	12,25
3	AMIZOUR	1 630	5,98	3 314	4,70
4	EL-KSEUR	1 379	5,06	3 549	5,03
5	TAZMALT	1 370	5,03	2 985	4,23
6	SIDI AICH	1 215	4,46	2 346	3,33

Source : Direction de la PME/PMI de la wilaya de Bejaia, année 2018.

A partir des données du tableau, nous constatons que les PME se concentrent dans les six premières daïras à raison de 65.05% du nombre total de PME privées, au sommet la daïra de Bejaia (9219), suivie par la daïra d'Akbou (2909), et en quatrième place la daïra d'El-kseur avec un nombre de 1379 PME.

2. Situation de l'innovation dans les PME de la wilaya de Bejaia

Pour développer nos données théoriques, nous avons effectué une enquête auprès d'un groupe de PME de la wilaya de Bejaia. D'abord, nous présenterons notre démarche méthodologique, ensuite nous présenterons nos données d'enquête et analyserons les résultats.

2.1. La démarche méthodologique

Afin de comprendre et répondre à notre problématique, nous avons procédé par une approche dite quantitative, basée sur la collecte de données par la réalisation d'une enquête auprès d'un échantillon de PME de la wilaya de Bejaia. L'instrument de collecte utilisée est un questionnaire, réalisé par nos soins.

Avec l'ouverture de l'économie algérienne sur le marché international, les PME doivent obligatoirement manœuvrer et innover pour conquérir des parts de marché et faire face aux

concurrents nationaux, entreprises étrangères et aux firmes multinationales, que ce soit sur le marché nationale ou étranger .

Nous avons choisi la réalisation de notre enquête auprès des PME de la wilaya de Bejaia, car cette dernière est connue par son tissu économique dense, avec des zones d'activités et industrielles nombreuses, réparties à travers plusieurs communes de la wilaya. En plus de l'existence des universités et centres de formation qui fournissent la main d'œuvre qualifiée, port et aéroport, trafic terrier abondant avec l'autoroute Est-Ouest, la Route Nationale n°26, trafic ferroviaire régulier.....etc.

Pour le traitement des données recueillies, nous avons choisie d'être assister par le logiciel *Sphinx plus 2* et le programme Excel.

Pour l'analyse des données recueillies, nous avons utilisé des tableaux simples, de forme tri plat, générés par le logiciel *Sphinx plus 2*.

La rédaction des références bibliographiques va être reproduite à l'aide du logiciel **Zotero**.

L'élaboration du questionnaire a été développée sur la base de la partie théorique, présentée dans les deux premiers chapitres et le recourt aux travaux effectués antérieurement, avec l'assistance de notre encadreur.

Pour la formulation des questions, nous avons eu recourt à des questions fermées.

Pour la confection du questionnaire, nous avons formulé 22 questions que nous avons subdivisées en 7 axes :

AXE 1 : Présentation de l'entreprise : les données de cet axe nous ont permis d'identifier les PME enquêtées : la date de création, la forme juridique, la nature de l'entreprise, le secteur d'activité, la localisation, la tranche d'effectif et la zone géographique visée par l'entreprise.

AXE 2 : Innovation de produit (bien ou service) : dans cet axe, il y a lieu de savoir si la PME réalise des innovations produits, si la réponse est positive, le responsable du développement, et aussi son impact et ses avantages sur la PME.

AXE 3 : Innovation de procédé : traite des catégories d'innovation de processus que la PME effectue de ses processus soit de production, de distribution ou d'activités de support, le responsable du développement de l'innovation, son impact.

AXE 4 : Innovation organisationnelle : détermine la nouvelle méthode d'organisation dans l'entreprise, son impact sur les performances de la PME.

AXE 5 : Innovation de marketing : savoir quel sorte d'innovation apporter dans le domaine du marketing (commercial), l'impact de l'innovation sur l'entreprise.

AXE 6 : La place de l'innovation au sein de l'entreprise : par cet axe, nous souhaitons savoir le degré d'innovation effectuée (une nouveauté, une amélioration ou une nouvelle technologie). Aussi les raisons et les sources de l'innovation dans nos PME. Les obstacles rencontrés et les différents déterminants de leurs innovations.

AXE 7 : La culture d'innovation : dans cet axe, nous désirons savoir le niveau de la culture des PME enquêtées, en ce qui concerne la valorisation et le développement de l'innovation, en considérant les différentes parties-prenantes et leurs implication dans les projets d'innovation.

2.2. Description de l'échantillon

Afin d'effectuer notre enquête, notre choix est porté sur les PME de la wilaya de Bejaia. Ce choix est justifié par le fait que la proximité géographique des lieux, nous est favorable.

Notre investigation est porté sur les PME situés dans les pôles d'activités des trois communes ; Bejaia ; El-kseur et Akbou.

Notre échantillon de départ comprenait environ une quarantaine de PME, mais nous n'avons pu récupérer que de 22 questionnaires. Pour les données à analyser, nous n'allons exploiter que 21 questionnaires, car le 22eme n'est pas remplie complètement par le gérant-propriétaire de la PME (l'AXE 1 : La présentation de l'entreprise seulement qui a été remplie), nous avons choisi donc de ne pas l'inclure dans les données de l'enquête. Les PME sont réparties comme suit sur les trois zones d'activités, Bejaia (03), El-kseur(07) et Akbou(11).

Ces entreprises du secteur privé, de divers statuts juridiques, activent dans différents domaines d'activités.

2.3. Déroulement et limites de l'enquête :

Pour le déroulement de notre enquête, nous avons joints la direction de l'Industrie et des Mines de la wilaya de Bejaia, pour le recueil d'informations et la collecte de données concernant les PME de la wilaya.

Afin de développer notre étude, nous nous sommes déplacées à maintes reprises auprès des diverses entreprises de la région de Bejaia, localisées dans les trois communes : Bejaia, El-kseur et Akbou. Nous avons essayé de distribuer le maximum de questionnaires. On n'a pu distribuer qu'une quarantaine.

Cette quête est effectuée pendant la période de Mars à Avril, dans des conditions difficiles, à cause de la situation politique et sociale du pays.

Certains questionnaires ont été remplis et récupérés sur place (3). Tandis que les autres questionnaires ont été déposés auprès des PME, qui ont accepté de les recevoir.

Pour récupérer les dites questionnaires, on s'est déplacé à plusieurs reprises. Et on a même contacté certains d'entre eux par téléphone.

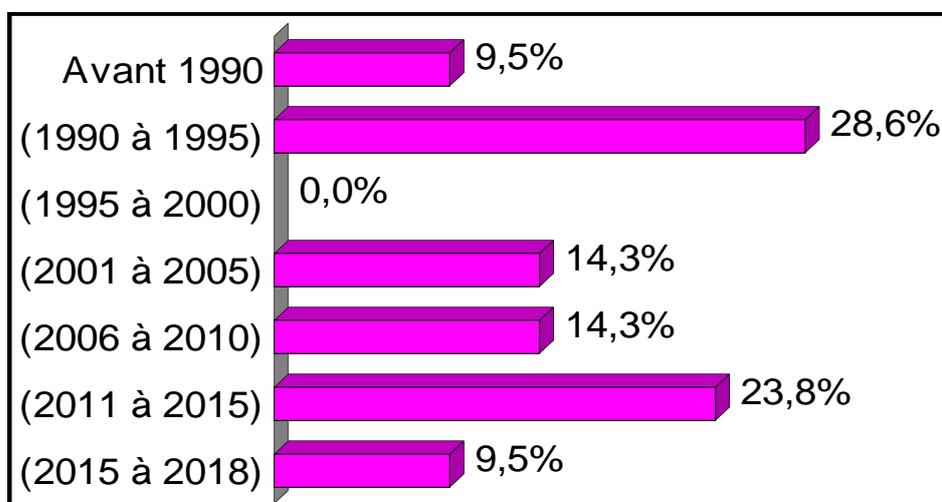
Tandis qu'un nombre important de PME refuse de recevoir le questionnaire, d'autres se sont rétractés après la réception du questionnaire et refuser de le remplir pour divers raisons.

2.4. Interprétation et Analyse des résultats

Nous allons présenter maintenant les données et interprété les résultats obtenus.

2.4.1. Information générale (présentation des PME) : Dans ce point, nous allons répartir les PME enquêtées selon leur type, leur taille, leur date de création, leur forme juridique et selon leurs secteur d'activité, leurs localisations, et la zone géographique qu'ils visent.

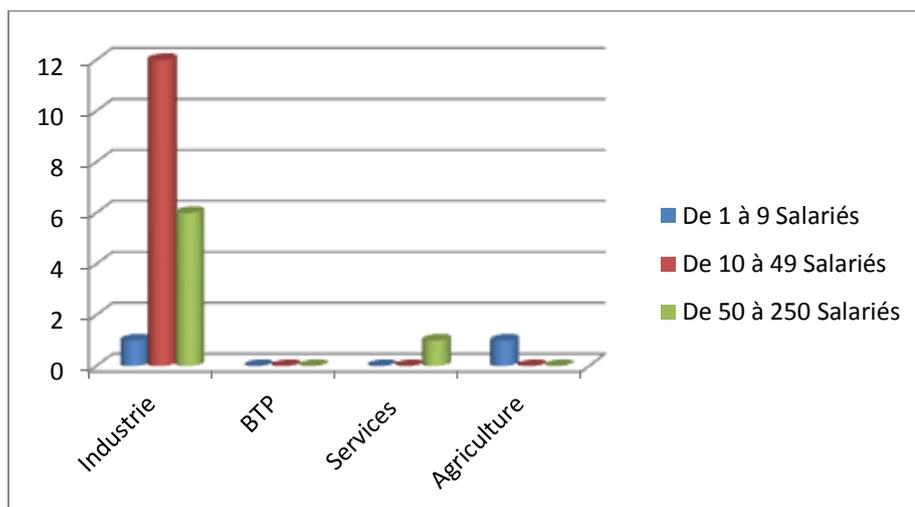
Figure n° 04 : Répartition des PME enquêtés, par la date de création



Source : Résultat issue de l'enquête de terrain

Il est à signaler que notre échantillon de PME enquêtées est constitué seulement d'entreprises privées. Il y a lieu de faire remarquer que ces PME ont été créés dans différentes périodes. Nous remarquons une forte dynamique de création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia durant la décennie 2000. C'est la conséquence d e plusieurs raisons, parmi elles les dispositifs de facilitations et d'aide à la création des entreprises poursuivie par l'Etat Algérien depuis les années 80, disponibilités des ressources.

Figure 05 : La répartition des entreprises selon le secteur d'activité en fonction de leur taille (effectif)



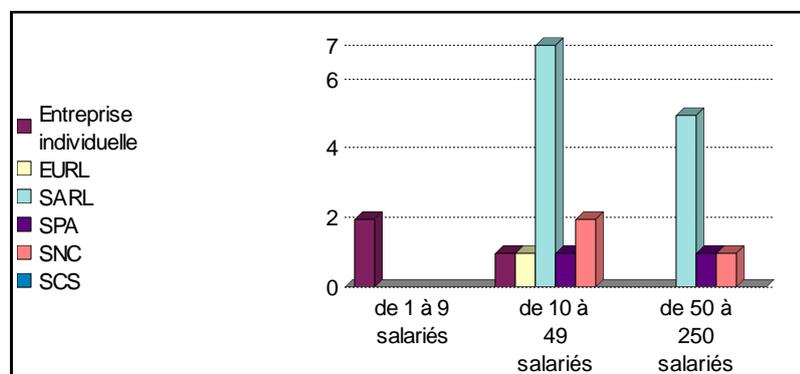
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Le graphe montre que le secteur d'activité prédominant dans notre échantillon est celui de l'industrie avec 19 entités, parmi elles, on trouve 12 sont des PE et 6 entité sont des ME.

Et une entité du secteur des services de moyenne taille (ME), et l'autre dans l'agriculture de très petite taille (TPE).

Nous avons constitué cet échantillon de façon aléatoire, car lors de la réalisation de notre enquête, nous n'avons pas d'autres choix que de distribuer le maximum de questionnaires auprès des PME situés dans les zones de Bejaia, Akbou et El-kseur afin de récupérer le plus grand nombre possible.

Figure n°06 : La représentation des PME selon la forme juridique

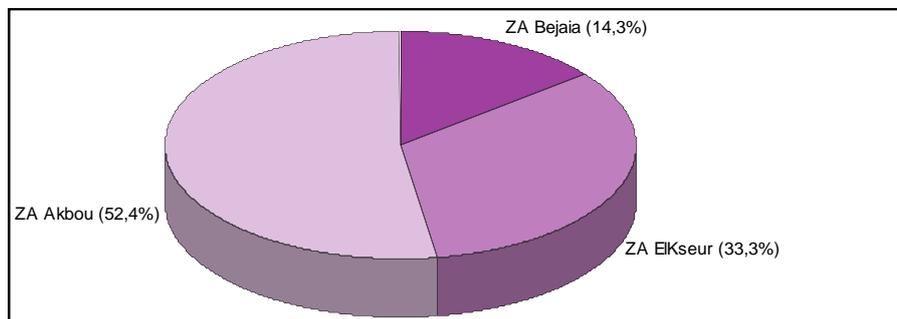


Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Comme nous l'avons vu dans le tableau précédent, le nombre des entreprises enquêtées est principalement de petite taille. Notre enquête est réalisée, en générale, auprès des PME qui se caractérisent par la forme juridique SARL, (PE=7), (ME=5). Puis les SNC avec (PE=2),

(ME=1), et trois entreprises individuelle réparties entre TPE et PE, (TPE=2),(PE=1). Il est à noter que notre enquête porte une seule EURL.

Figure n°07 : La répartition des PME enquêtées selon leurs localisations

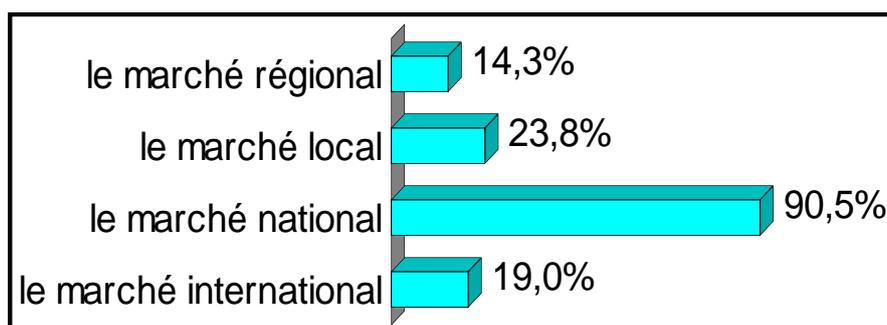


Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les PME enquêtées de notre échantillon sont fortement localisées à la zone d'activité d'Akbou (52.4%), et suivie par la zone d'activité d'El-kseur (33.33%), puis la zone d'activité de Bejaia (14.3%).

Pour le choix des 3 zones, c'est un choix délibéré, par rapport à la proximité géographique de ces lieux et à la concentration d'un grand nombre d'entreprises dans ces localisations.

Figure n°08 : Les marchés visés par les entreprises enquêtées



Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Du graphe, nous constatons que la majorité des PME préfèrent investir pour satisfaire les besoins du marché national (19) et ceux du marché local (5). Pour le marché international, le nombre de PME, qui les vise, ne dépasse pas (4).

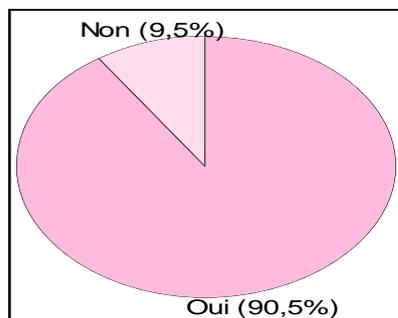
Cela s'explique par le fait, d'abord par l'existence d'une forte demande locale et nationale à satisfaire, aussi un manque des ressources financières adéquates pour l'investissement et le développement d'innovations afin de faire face à la concurrence des grandes entreprises nationales ou étrangères.

2.4.2. Innovation de produit (bien ou service)

Dans cet axe, nous allons connaître le niveau de l'innovation des biens et/ou des services des PME enquêtées, le responsable du développement de l'innovation; et son impact pour l'entreprise.

A. Innovation de bien ou innovation de service

Figure n°09 :L'état de l'innovation produit dans les PME enquêtées



Source : Réalisé à partir des données de l'enquête de terrain

A partir du graphe, nous remarquons que la plupart des entreprises enquêtées effectuent des innovations, apporter des nouveautés ou effectuer des améliorations sur les biens et les services (90.5%), par contre (9.5%) n'ont pas effectué des changements sur leurs biens et services.

Cela signifie que les entreprises enquêtées appliquent des innovations, soit des améliorations ou des modifications à leurs produits et services. Ces dernières permettent aux entreprises de répondre aux besoins des clients et de développer des nouveaux marchés.

B. Par qui l'innovation de produit a été développée

Tableau 14 : Développement de l'innovation de produit au sein des PME enquêtées

	Nb	% obs.
le service recherche et développement	4	19,0%
les techniciens	10	47,6%
la direction	12	57,1%
les managers	6	28,6%
les salariés	3	14,3%
votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises	1	4,8%
Total	21	

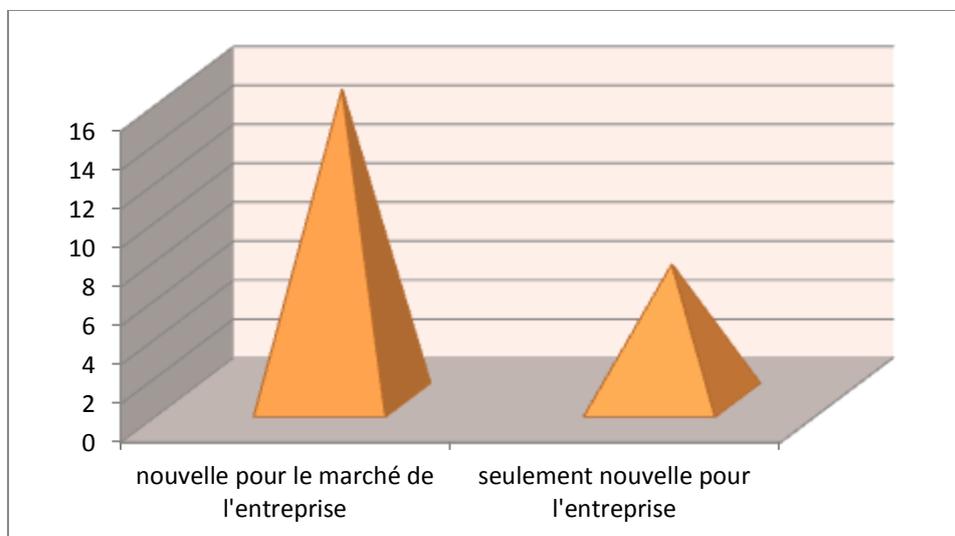
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

La majorité des PME qui nous ont répondu, leur innovation, a été développée par la direction à moyenne de (12/21), et suit par les techniciens (10/21), et une seule PME qui développe ses biens et services conjointement avec d'autres entreprises.

Les résultats de notre enquête, nous informe que la prise de décision dans les PME enquêtées est centrée entre les mains de la direction et que celles-ci ne disposent pas des services de R&D nécessaire pour développer de nouvelles innovations.

C. L'impact de l'innovation de produit

Figure n°10 :L'impact de l'innovation de produit sur les PME enquêtées



Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les PME enquêtées déclarent être impactées par l'innovation produit appliquée, soit sur le marché ou bien sur l'entreprise elle-même. On a 16 entités, leurs innovations sont nouvelles pour leurs Marché, tandis que le reste déclare que l'innovation est nouvelle juste pour l'organisation.

Les résultats de notre enquête nous informe que l'innovation est tiré par le marché, répond aux exigences et besoins des clients.

2.4.3. Innovation de procédé (ou de processus)

Dans cet axe, nous allons déterminer si l'entreprise introduit des innovations de processus et qui a le pouvoir de les développer, et aussi l'impact de ce type d'innovation.

A. La nouveauté ou l'amélioration concernant les PME

Tableau 15: Les changements et les améliorations au sein des PME enquêtées

	Nb	% obs.
vos procédés de fabrication ou de production de biens ou de prestation de services	16	76,2%
vos méthodes de logistique, de distribution de matières premières, bien ou prestation de services	13	61,9%
vos activités de support comme les activités de maintenance, d'achat, de comptabilité ou informatiques	12	57,1%
Total	21	

Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les entreprises, nous ont répondu que les nouveautés ou les améliorations réalisées par les PME, relatif au processus de fabrication ou de production de biens ou de prestation de services est plus importante (16/21), que celle touchant les méthodes de logistique, de distribution de matières première (13/21), en dernier lieu, on trouve les activités de support.

Les résultats de notre enquête, nous renvoie à dire que toutes les PME appliquent un changement liée a leur processus de fabrication dans le but de réduire les couts, et d'augmenter la flexibilité et la capacité de production, donc l'innovation de processus est très importante pour l'organisation.

B. Par qui l'innovation de procédé a été développée

Tableau 16 : Développement de l'innovation de procédé au sein des PME enquêtées

	Nb	% obs.
Le service recherche et développement (s'il y a)	3	14,3%
Les techniciens	9	42,9%
La direction	14	66,7%
Les managers	5	23,8%
Les salariés	2	9,5%
Votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises	0	0,0%
Total	21	

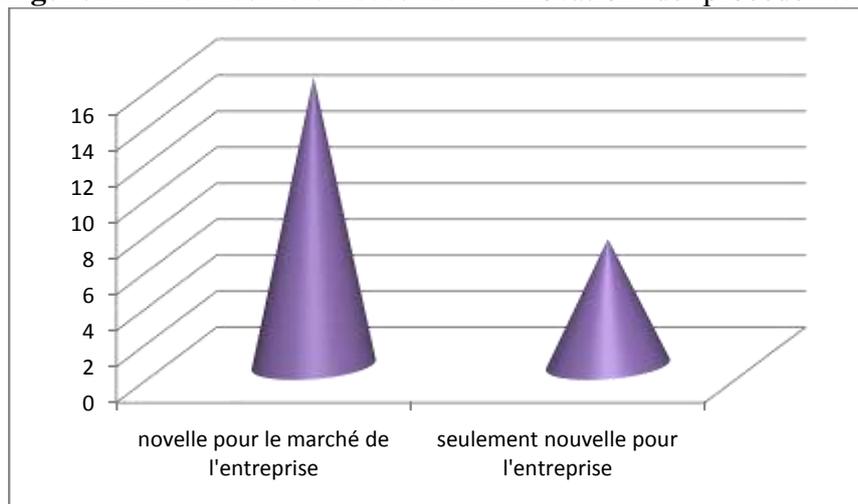
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les données de tableau, nous montrent que plus de la moitié des PME de notre échantillon, leur innovation à été développé par la direction (14/21), ensuite par les techniciennes avec la moyenne (9/21) et les managers (5/21).

Les résultats de notre enquête, nous informe que l'innovation de procédé été développé principalement par la direction (dirigeant, technicien). Les propositions et les préoccupations des autres partenaires sont délaissées. Les compétences et les qualifications sont délibérément délaissées par les PME et il n'y a pas un véritable service de R&D au sein de la majorité des PME de notre échantillon.

C. L'impact de l'innovation de procédé

Figure n°11 : Les retombées de l'innovation de procédé au sein des PME enquêtées



Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Deux tiers des entreprises enquêtées nous ont répondu que l'innovation de procédé effectuée, est nouvelle par rapport à leurs marchés (14/21), et juste six entre elles déclarent que leurs innovations sont nouvelles pour elles-mêmes.

Les résultats nous permettent de dire que l'innovation de procédé a un impact sur le marché des PME, soit pour confronter la concurrence ou bien répondre aux besoins des clients, puis elle aide les PME à engendrer une hausse de CA.

2.4.4. L'innovation organisationnelle

Dans cet axe, nous allons déceler le responsable de l'introduction de l'innovation organisationnelle dans l'entreprise, puis découvrir l'impacte de l'innovation sur la PME.

A. L'entreprise est-elle orientée vers l'innovation organisationnelle ?

Tableau 17: Le type de l'innovation organisationnelle utilisé par les PME enquêtées

	Nb	% obs.
De nouvelles pratiques dans l'organisation du travail ou de nouvelles procédures (ex. gestion des connaissances, lean production, gestion de la qualité, etc.)	15	71,4%
De nouvelles méthodes d'organisation du travail pour répartir les responsabilités et la prise	14	66,7%
De nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures avec d'autres entreprises ou institutions publiques (ex. conclusion d'alliance, de partenariat, sous-traitance, etc.)	8	38,1%
Aucune	1	4,8%
Total	21	

Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

D'après les données des PME enquêtées, il y a (15/21) qui déclarent mettre des nouvelles pratiques dans l'organisation du travail ou des nouvelles procédures, aussi de nouvelles

méthodes d'organisation du travail pour répartir les responsabilités et la prise de décision. le reste contiennent des nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures avec d'autres entreprises ou institutions publiques(8/21).

On peut expliquer les réponses des PME enquêtées, par l'importance de l'innovation organisationnelle au sein de l'entreprise. Cette innovation est applicable pour mettre en place une structure plus adéquate pour le développement des capacités d'apprentissage....etc.

B. L'impact de l'innovation organisationnelle

Tableau 18 : L'impact de l'innovation organisationnelle sur les PME enquêtées

	Nb	% obs.
De nouvelles pratiques dans l'organisation du travail ou de nouvelles procédures (ex. gestion des connaissances, lean production, gestion de la qualité, etc.)	15	71,4%
De nouvelles méthodes d'organisation du travail pour répartir les responsabilités et la prise	14	66,7%
De nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures avec d'autres entreprises ou institutions publiques (ex. conclusion d'alliance, de partenariat, sous-traitance, etc.)	8	38,1%
Aucune	1	4,8%
Total	21	

Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les données de notre échantillon nous permettent de dire, que l'innovation organisationnelle adoptée par les PME enquêtées a eu un impact sur le personnel, a généré de meilleurs rendements, de meilleures capacités pour développer des nouveaux produits ou procédés, ainsi qu'une réduction des délais pour répondre aux besoins des clients ou des fournisseurs. Aussi elle implique l'amélioration de la qualité des biens et des services, la diminution des couts de production, l'amélioration de la communication au sein de l'entreprise ou avec d'autres entreprises.

Les résultats obtenus nous informe que ce type d'innovation a plusieurs impacts, qui visent à faciliter la communication, l'amélioration de production et productivité, réduire les couts et les délais, donc cette innovation est importante au sein de l'entreprise.

2.4.5. L'innovation de marketing

Dans cet axe, nous avons pour objectifs de voir si les PME introduisent une innovation marketing, et l'impact de cette dernière sur l'entreprise.

A. L'entreprise est t'elle orienté vers l'innovation de marketing ?

Tableau 19 : Les PME enquêtées qui utilise l'innovation marketing

Modifications significatives du design ou du packaging d'un bien ou d'un service	13	61,9%
Nouveaux moyens ou techniques pour la promotion d'un produit (ex. première utilisation d'un nouveau media publicitaire, une nouvelle image de marque, etc.)	13	61,9%
Nouvelles méthodes de distribution des produits ou nouveaux canaux de vente (ex. première utilisation de licences de franchise ou de distribution, vente directe, etc.)	15	71,4%
Nouvelles méthodes de pricing (fixation de prix) des biens et services (ex. première utilisation de prix variant selon la demande, systèmes de rabais, etc.)	13	61,9%
Total	21	

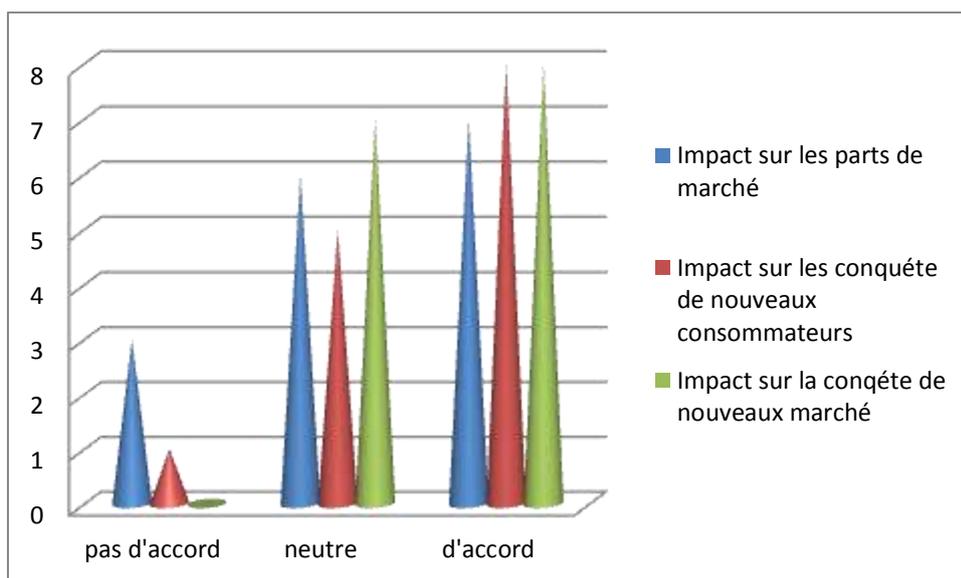
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Le tableau montre que l'innovation marketing se manifeste dans les entreprises enquêtée à travers les nouvelles méthodes de distribution des produits ou des nouveaux canaux de vente avec un taux de 71.4% du total des réponses, et que 61.9% s'exprime à travers le design, promotion des produits et la fixation des prix.

Les résultats obtenus nous permette de dire que l'innovation marketing est employée dans les PME enquêtées, car elle touche les 4P de marketing mix (prix, produit, place, promotion).

B. L'impact de l'innovation marketing au sein des entreprises

Figure n°12 : L'impact de l'innovation marketing sur des PME enquêtées



Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les résultats de graphe plus-haut nous renseigne que les entreprises sont tout à fait d'accord sur le faite que l'innovation marketing préserve les parts de marché, introduit des produits auprès de nouveaux groupes de consommateurs et sur des nouveaux marchés géographiques.

Ces résultats signifient que l'innovation marketing est très importante pour les PME enquêtées pour acquérir de nouveaux clients et accéder à d'autres marchés.

2.4.6. La place de l'innovation au sein de l'entreprise

Dans cet axe, nous allons répondre à certaines questions dont l'objectif de déceler la place accordée à l'innovation dans les préoccupations des PME de la wilaya de Bejaia.

A. La désignation de l'innovation

Tableau 20: Désignation de l'innovation au sein des PME enquêtées

	Nb	% obs.
Une technologie appliquée à l'entreprise	10	47,6%
Une amélioration produit	18	85,7%
Une nouveauté	10	47,6%
Total	21	

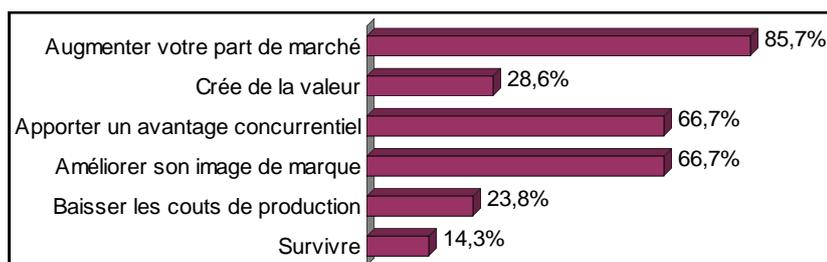
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

On constate d'après ce tableau, que la majorité des PME de l'enquête considèrent l'innovation comme une amélioration de produit, n'empêche qu'elles sont partagées entre la nouveauté de produit, et l'application d'une technologie à l'entreprise.

Ce qui traduit le fait que les PME préfèrent investir dans l'amélioration de l'existant ? Cela s'explique en grande partie par le fait du manque des moyens financiers internes d'un côté et le déficit d'accès au financement externe d'autre part, surtout les crédits bancaires.

B. Les raisons d'innovation

Figure n°13 : Les raisons de l'innovation pour les PME enquêtées



Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les résultats de notre enquête montrent que la raison principale qui pousse la plupart des PME à innover est l'augmentation de leurs parts de marché avec un taux de 85% du total des réponses obtenues. Les PME enquêtées considèrent également l'innovation comme source d'amélioration de leurs images de marque et leurs apportent un avantage par rapport à la concurrence.

Ce qui nous amène à déduire que les entrepreneurs de la wilaya de Bejaia sont favorables à l'innovation, en vue d'accroître les parts de marché de leurs entreprises et afin de détenir un avantage concurrentiel durable.

Cependant, cette quête de l'innovation n'est pas exempte d'obstacles, ce qui fait l'objet dans un élément plus loin.

C. Les sources d'innovation pour l'entreprise

Figure n°14 : Les sources d'innovation pour les PME enquêtées



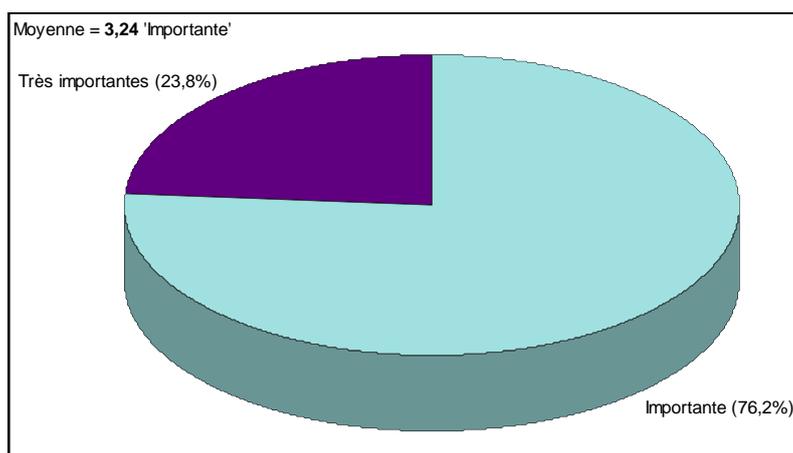
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

D'après la figure, on remarque que les propositions émises par les PME enquêtées, convergent principalement vers l'investissement en recherche et développement, et l'encouragement de la résolution des problèmes en groupe, et que seulement 8 organisations favorisent la créativité des salariés.

Les PME accordent de l'importance à la R&D et encouragent la résolution des problèmes en groupe, ce qui traduit la place cruciale qu'occupe l'innovation au sein de ces entités.

D. L'importance de l'innovation au sein des PME

Figure n°15 : La préoccupation de l'innovation au sein des PME enquêtées



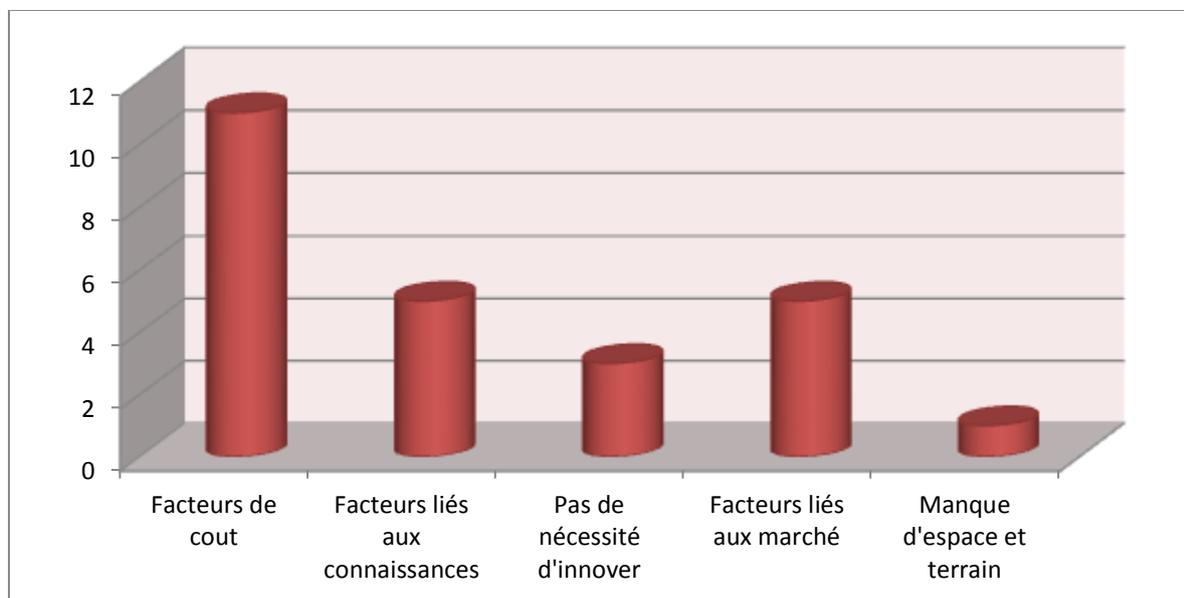
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

D'après les résultats de l'enquêtées, nous remarquons que toutes les réponses sont positives et que la majorité des entrepreneurs (16/21) tiennent à signaler que l'innovation est une préoccupation importante pour leurs organisations, et presque un quart d'entre eux considèrent l'innovation comme très importantes et décisive dans leurs organisations (23.8%).

Il est à noter que l'innovation est importante au sein de l'organisation car elle permet de résister et faire face à la concurrence et conquérir les nouveaux marchés. Ainsi l'innovation pousse les PME à la recherche et au développement technologique.

E. Les facteurs qui entravent l'innovation au sein des PME

Figure n°16 : Les freins de l'innovation au sein des PME de la wilaya de Bejaia



Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Parmi les obstacles les plus influant, cité dans notre enquête de terrain, il y a un qui ressort ; les couts élevés de l'innovation (11/21), Ce qui explique le non recours des PME à l'innovation comme moteur actif de leurs pérennités. Sans oublier d'autres barrières telles que celles liées aux connaissances concernant la qualification (5/21), puis le manque d'informations sur le marché (5/21), et une seule entreprise qui déclare le manque d'espace et le terrain adéquat à l'investissement comme un obstacle.

Les PME rencontrent des freins et obstacles pour le développement d'innovation sur différentes domaines.

F. La démarche de l'innovation dans l'entreprise

Tableau 21 : La démarche de l'innovation au sein des PME enquêtées

	Nb
programmée et planifiée d'avance	12
le fruit du hasard (d'une manière aléatoire)	4
imposée par la pression concurrentielle et/ou par le changement de l'environnement	9
Total	21

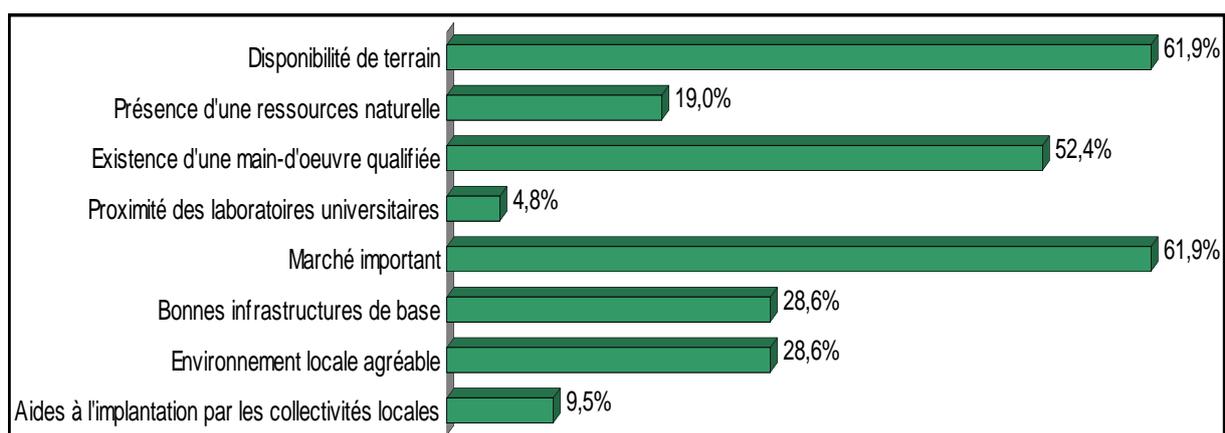
Source : établi à partir des résultats de l'enquête de terrain

A travers les données du tableau, on peut dire que les entreprises de notre échantillon sont orientées principalement vers une démarche programmée et planifiée d'avance (12/21), tandis que neuf d'entre elles déclarent avoir poursuivie une démarche d'innovation imposée par la pression concurrentielle. Alors que PME restantes innove d'une manière aléatoire et accidentelle (4/21).

Dans ce cas, les résultats nous confirment que certaines PME de la wilaya de Bejaia réalisent une démarche programmée et planifiée, intégrée dans leurs stratégies de croissance et de développement, dans le but d'assurer leurs compétitivités.

G. Les avantages de la localisation des entreprises

Figure n°17 : Les avantages de l'innovation pour les PME enquêtées



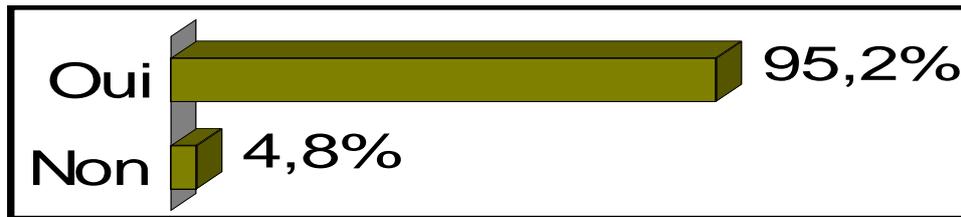
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

On constate du graphe, que les deux avantages les plus importants indiqués par les PME enquêtées sont les avantages liés à la disponibilité de terrain, et l'importance de marché avec un total de (61.9%), puis l'existence d'une main d'œuvre qualifiée (52.4%), et un également entre une bonne infrastructures de base, et l'environnement locale agréable (28.6%) , en dernier lieu en trouvent la proximité des laboratoires universitaires (4.8%).

Ces résultats s'expliquent par l'existence de plusieurs zones d'activité au niveau de la wilaya de Bejaia qui offrent aux PME un accès à un marché diversifié pour l'écoulement de leurs produits. Rappelons que les regroupements d'entreprises dans des territoires donnés stimulent l'innovation à travers les échanges de connaissances, d'expériences et des probables coopérations.

H. Emplacement géographique

Figure n°18 : Emplacement géographique des PME pour la favorisation d'innovation



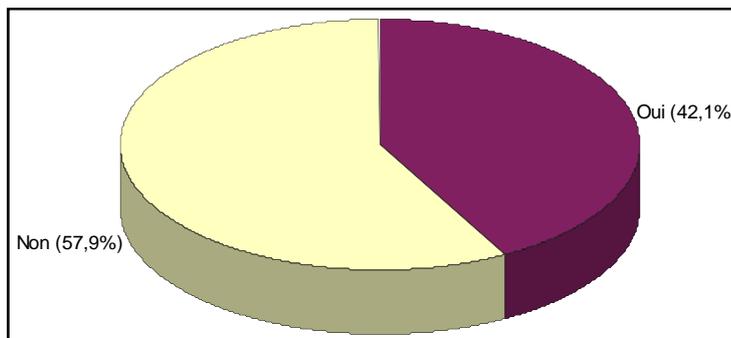
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les PME de la wilaya de Bejaia déclarent que leurs localisations géographiques leurs permettent de développer et de fournir des efforts en l'innovation, plus de 90% des entités enquêtées favorisent leurs emplacement pour la créativité et l'innovation.

Il est à noter que l'emplacement des PME dans les zones géographiques adéquates, tel les zones d'activités, est favorable pour créer une dynamique territoriale, et la réalisation de développement relationnel.

I. Protection de l'innovation

Figure n°19 : La protection de l'innovation au sein des PME



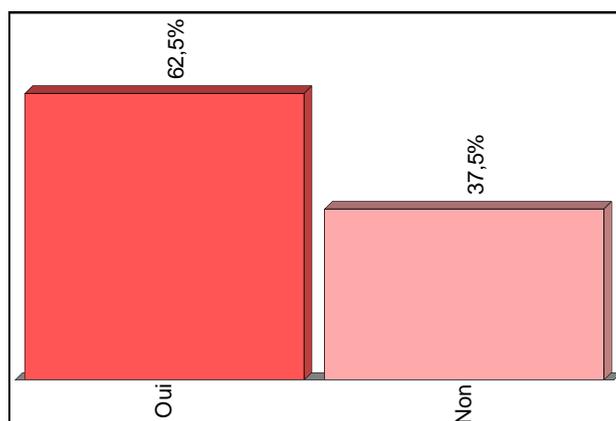
Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête de terrain

A partir du graphe, on peut dire que plus de la moitié des PME enquêtées ne pensent pas nécessaire de protéger leurs innovations avec un dépôt de brevet.

Ces résultats nous informent que les PME enquêtées préfèrent garder leurs innovations pour elles mêmes, sans les protéger avec des brevets, de peur que l'innovation se diffuse et qu'elle est considérée comme un secret professionnel a ne pas divulguer.

J. Les enquêtes de satisfaction auprès des clients sur les innovations

Figure n°20 : Réalisation d'enquêtes auprès des clients en cas de lancement d'un nouveau produit.



Source : réaliser à partir des résultats de l'enquête de terrain

L'analyse des données du graphe renvoie à l'intérêt que les PME accordent à la satisfaction de leurs clients et le niveau de contentement des consommateurs vis à vis des nouveaux produits. Ce qui signifie que les PME enquêtées sont à l'écoute de leurs clients et valorisent la satisfaction de leurs attentes et besoins.

K. Le nombre d'innovation réalisée depuis la création de l'entreprise

Tableau 22: Le nombre des innovations crée au sein des PME enquêtées

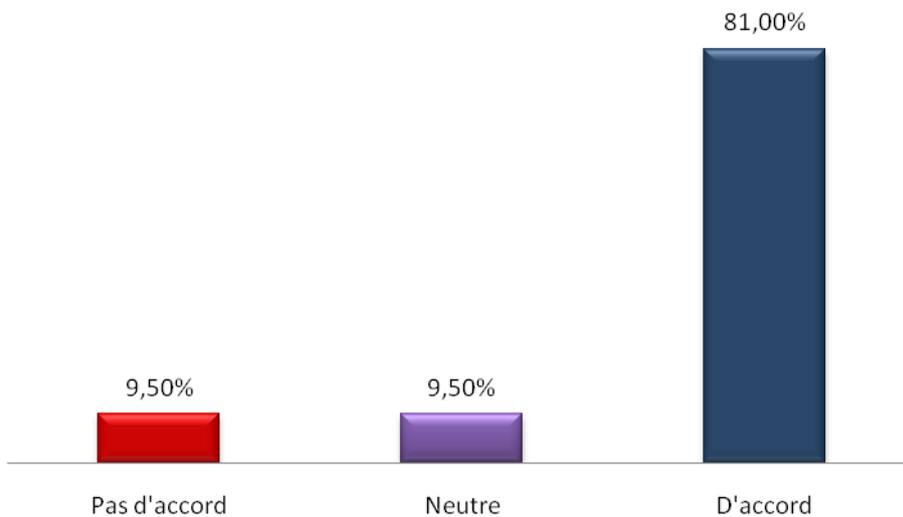
Nombre d'innovation	%
Aucune	7,7%
2	23,1%
3	15,4%
4	7,7%
5	23,1%
7	7,7%
10	15,4%

Sources : réaliser à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les résultats du tableau nous renvoient au fait que les PME enquêtées ne réalisent pas assez d'innovations. Il y a nombre très faible de PME (28,5% du total des PME enquêtées) qui ont déclarés avoir réalisé plus de 5 innovations au court de leurs existences.

L. Correspondance de la technologie détenue aux exigences du marché

Figure n°21 : Conformité de la technologie détenue aux exigences du marché

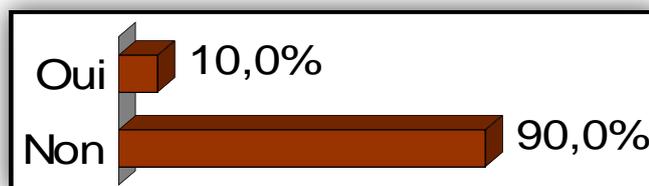


Source : réaliser à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les résultats du graphe nous permettent de dire que 81% des PME affirment que leurs technologies répondent aux besoins de leurs activités. Ce qui supposerait que les PME de Bejaia sont en permanence à l'affût de toute nouveauté technologique et technique.

M. La participation de l'état au financement des innovations des PME enquêtées

Figure n°22 : Le financement de l'innovation par les aides publiques



Source : Résultat issue de l'enquête de terrain

Ce que traduit la figure ci-dessus est que les PME de la wilaya de Bejaia ne font pas appel aux aides publiques pour innover, Cependant nous distinguons deux entreprises qui ont bénéficié des aides publiques tels que les crédits bancaires et la disponibilité des formations étatiques.

Cela induit qu'il y a un manque de connexion entre les pouvoirs publics et entreprises, malgré les efforts fournis par l'état pour soutenir les PME dans leurs efforts de recherche et les aider à valoriser et développer des innovations.

N. Les PME et les structures de valorisation et de développement de la recherche et de l'innovation

Tableau 23 : La connaissance des structures chargées de la promotion de l'innovation

	Nb	% obs.
Pépinières d'entreprises	2	9,5%
Centre de facilitation	0	0,0%
Conseil national consultatif des PME	6	28,6%
ANVREDET	0	0,0%
Total	21	

Source : réaliser à partir des résultats de l'enquête

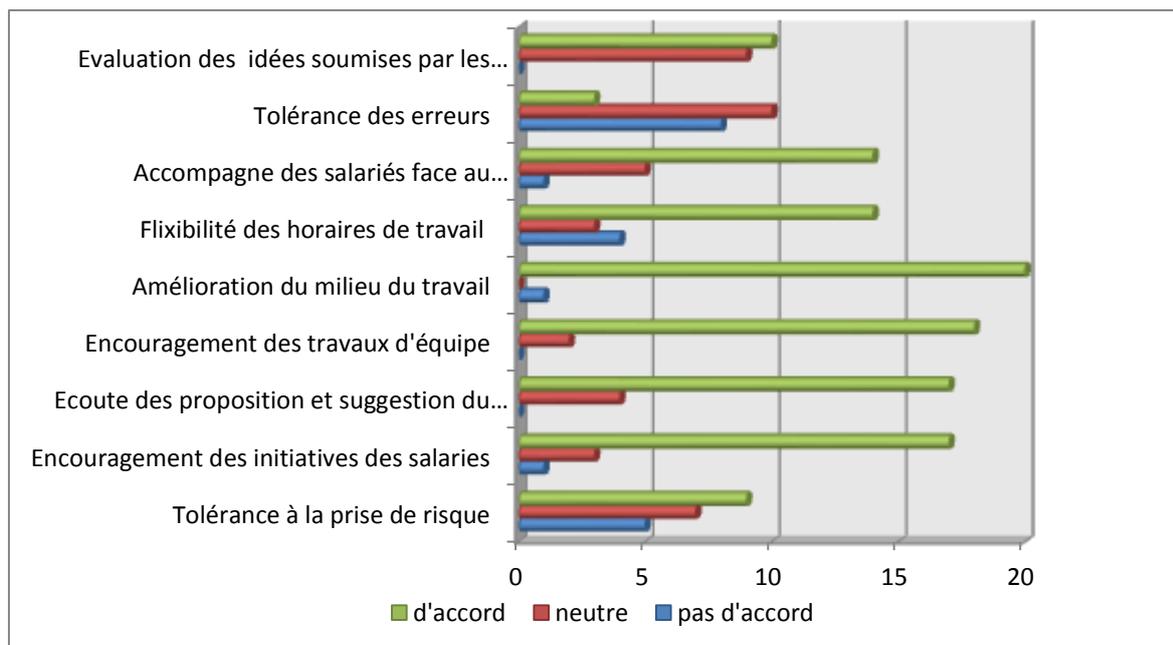
Les résultats obtenus de l'enquête, nous informe que 62% du total des PME enquêtées ne connaissent pas les structures chargées de la promotion de l'innovation, contre un taux de 38% de PME qui sont au courant des informations sur le conseil national consultatif des PME.

Ces résultats montrent que les PME enquêtées manquent sensiblement d'informations sur les structures qui pourraient les aider à la valorisation de recherche et le soutien d'innovation.

2.4.7. Culture d'innovation

Dans cet axe, nous avons pour objectif d'avoir aperçu sur la culture de l'entreprise dans ce qui concerne l'innovation.

Figure n°23: les efforts de l'entreprise pour développer l'innovation



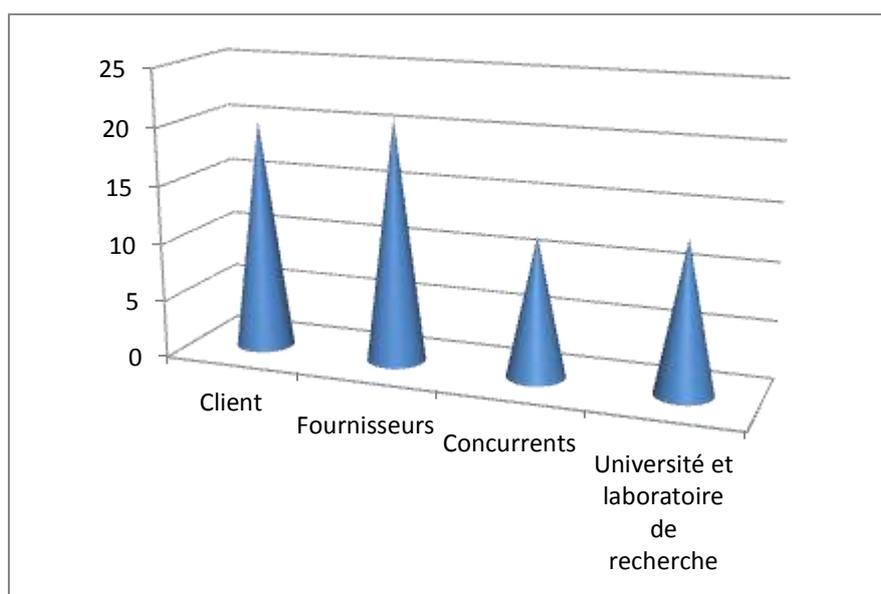
Source : Réaliser à partir des résultats de l'enquête de terrain

Les résultats de graphe nous permettent de dire que les PME enquêtées ne sont pas favorable au prise de risque (7/21), et que (5/21) sont neutre, comparé a ce qui ont d'accord, on peut dire que le nombre pas important du celle qui prise de risque (9/21).

Ainsi on remarque qu'il y a un nombre important des PME qui encourage les initiatives de leurs salariés. Elle est l'écoute de son personnel et valorise les travaux d'équipe. La PME veille à l'amélioration de milieu du travail et propose une flexibilité des horaires de travail pour ces employés, accompagne ces derniers lors des changements planifiés.

Tandis que les PME de Bejaia sont défavorisé la prise de risque, la tolérance des erreurs.

Figure n°24: Les avis des partenaires au sein de l'organisation



Source : réaliser à partir des résultats de l'enquête de terrain

Le graphe montre que la majorité des PME de la wilaya de Bejaia, prennent en considérations les avis des différents partenaires, en particulier ceux des fournisseurs et des clients. Ce qui traduit l'importance que les PME accordent à ses collaborateurs et partenaires pour complet leurs besoins et attentes.

Conclusion

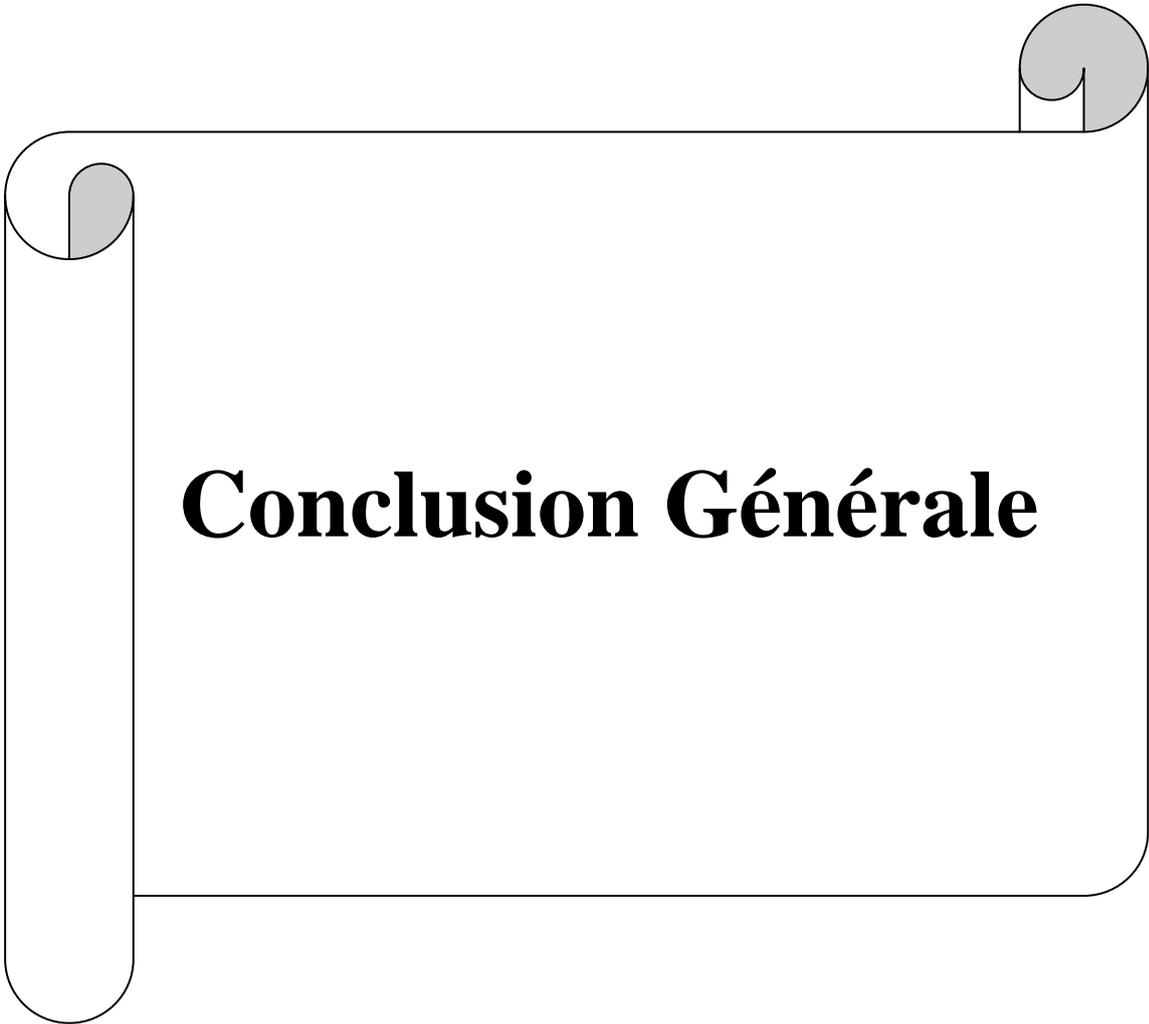
La wilaya de Bejaia a connue une forte dynamique entrepreneuriale par la création des PME, elle occupe une place importante au niveau nationale.

A travers l'analyse des résultats de notre enquête, réalisée auprès de quelques PME de la wilaya de Bejaia, nous avons essentiellement tiré les résultats ci-après.

L'innovation est une préoccupation importante au sein des PME enquêtées, la majorité de ces dernières considèrent l'innovation comme une nécessité pour faire face aux aléas et aux différents problèmes rencontrés.

La plupart des PME de notre échantillon mettent en œuvre les quatre types d'innovation (produit, procédé, organisationnelle, marketing), qui leurs permettent de répondre aux besoins de leurs clients, le développement de nouveaux marchés, la réduction des coûts, la mise en place d'une structure plus adéquate, puis la fluidité d'informations et la facilité de la communication. Ces types d'innovation ont un impact sur l'entreprise elle-même et/ou sur les nouveaux marchés.

Cependant, ces PME rencontrent des obstacles qui freinent la mise en œuvre des innovations, à l'exemple des coûts élevés et le manque de main d'œuvre qualifiée et d'informations sur le marché.



Conclusion Générale

L'innovation est un terme polysémique et polymorphe, ses acceptions varient selon le contexte dans lequel il est utilisé ainsi que des objectifs particuliers poursuivis par l'entreprise en matière d'analyse ou de mesure. Pour les impératifs de notre travail de recherche, nous avons adopté la définition de l'innovation émise dans le manuel d'Oslo (2005)⁸⁶. D'un autre côté, nous nous sommes intéressées aux petites et moyennes entreprises (PME) car elles sont des composantes primordiales de l'économie de nombreux pays, dont l'Algérie, et sont souvent des incubateurs d'innovation par leurs spécificités. Les PME impactent leurs environnement et joue un rôle important dans la croissance socio-économique.

Dans de telles conditions, nous nous sommes intéressées à clarifier la place occupée par l'innovation au sein des PME de la wilaya de Bejaia à travers une recherche empirique, à travers une enquête de terrain effectuée auprès d'un échantillon de PME de la wilaya de Bejaia.

A partir des résultats de notre enquête, nous avons décelé que les PME enquêtées, appartenant à la wilaya de Bejaia, s'intéressent à l'innovation, et occupe une place dans leurs organisations, qui diffère d'une entité à une autre pour diverses raisons. Ce qui répond à notre question principale formulée comme suit : *Quelle est la place occupée par l'innovation au sein des PME de la wilaya de Bejaia ?*

Les PME de la wilaya de Bejaia affichent un intérêt pour l'amélioration du milieu de travail et des conditions des employés et tolèrent la flexibilité des horaires de travail. Aussi, elles encouragent les travaux d'équipes et valorisent les initiatives des salariés, prennent en charge les propositions et suggestion du personnel. Par contre, elles sont réservées par rapport aux idées soumises par les salariés. Aussi, les PME enquêtées opposent une résistance à la prise de risque et elles ne tolèrent pas les erreurs. En ce qui concerne les relations avec les partenaires, les PME valorisent les avis et les suggestions émises par leurs fournisseurs et leurs clients.

Quoiqu'on remarque une contradiction dans les déclarations, par rapport à la prise de risque et la tolérance des erreurs qui sont des facteurs déterminants dans l'adoption d'un projet d'innovation, on peut affirmer notre première hypothèse qui stipule que *les PME de la wilaya de Bejaia adoptent et développent une culture favorable à l'innovation.*

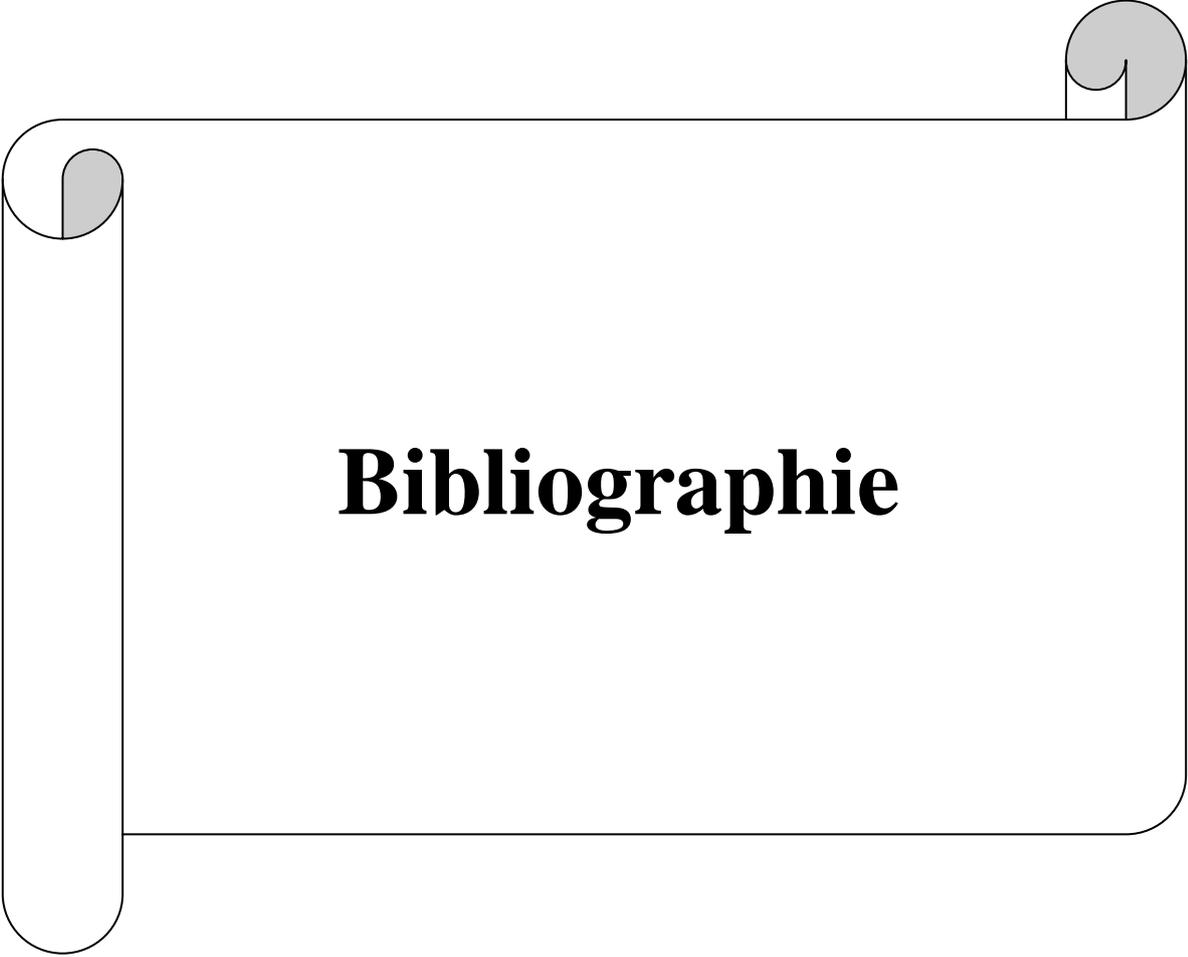
Les informations recueillies auprès des PME de la wilaya de Bejaia démontrent que celles-ci optent pour des innovations mineures sur les produits existants, effectuent des améliorations sur les processus déjà adoptés ou acquièrent des processus déjà utilisés et

⁸⁶MANUEL D'OSLO, *Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, 3^e éd., OCDE, 2005, p. 54.

prouvés. En ce qui concerne les innovations organisationnelles, les PME enquêtées sont axées plus sur l'organisation des lieux de travail, et les relations avec l'extérieur, en particulier les relations avec les fournisseurs et les clients. Tandis que l'intérêt porté aux innovations commerciales et du marketing est presque inexistant car la plupart des PME enquêtées ont déclaré porter leurs intérêts sur le marché local et national seulement. Pour cela, nous affirmons la deuxième hypothèse posée au départ, à savoir que *les PME de la wilaya de Bejaia adoptent plus les innovations de produit et de procédés que les innovations organisationnelles et commerciales.*

Nous sommes face à une double réalité. D'une part, les PME de la wilaya de Bejaia évoluent dans un environnement désormais ouvert sur le monde, de plus en plus compétitif et concurrentiel. D'une autre part, l'innovation est perçue en tant que moteur de pérennité et de développement des entreprises. En ce sens, et à partir de l'analyse de l'étude de terrain et de l'étude de cas, nous pourrions envisager quelques principes d'actions, et qui sont :

- Les PME de la wilaya de Bejaia devraient se centrer sur l'innovation à travers l'encouragement du travail collaboratif et participatif, la valorisation des employés et la prise en charge de leurs suggestions et propositions.
- Les PME de la wilaya de Bejaia devraient être à l'affût des nouvelles tendances, que ce soit technique, technologique, ressources, matières premières,...etc. Elles pourraient valoriser la recherche en interne, par la prise en charge des ressources disponibles en interne. Aussi développer la main d'œuvre par des formations et l'apprentissage.
- Les PME pourraient tisser avec les organismes de recherche et d'aide à l'innovation des relations de partenariat.



Bibliographie

LISTE BIBLIOGRAPHIQUE

OUVRAGE :

- BELLON B., *L'Innovation Créatrice*, ECOMONICA., Paris-France, 2002.
- BRESSY G. et C. KONKUYT, *Management et économie des entreprises*, 10^e éd., Paris-France, DALLOZ, 2011.
- COHEN C., *Veille et Intelligence Economique*, Lavoisier, Paris-France, coll.« Management Finance et Gestion », 2004.
- CORBEL P., *Technologie Innovation Stratégie, De l'innovation technologique à l'innovation stratégique*, Lextenso., France, 2009.
- DURIEUX F., *Management de l'innovation*, Paris-France, Velbert, coll.« FNEGE », 2000.
- JULIEN. P et M. MARCHESNAY, *L'Entrepreneuriat*, Economica., France, 1996.
- GROFF A., *Manager l'innovation 100 questions pour comprendre et agir*, AFNOR., France, 2009.
- KOTLER P., K. KELLER, MANCEAU, et B. DUBOIS, *Management Marketing*, 13^{ème} éd Pearson., France, 2009.
- LECOINTRE G., *Le grand Livre de l'Economie PME 2015*, Lextenso., France, Gualino, 2014.
- LEHU J.-M., *L'Encyclopédie du Marketing, D'Organisation.*, Paris-France, 2004.
- LENDREVIE J., J. LEVY, et D. LINDON, *MERCATOR*, DALLOZ., Paris-France, 2003.
- LEVRATTO N., *Les PME Définition, rôle économique et politiques publiques*, 1^{re} éd., Bruxelles, Belgique, De Boeck, 2009.
- SOPARNOT R. et E. STEVENS, *Management de l'Innovation*, DUNOD., Paris-France, 2007.
- WTTTERWULGHE R., *La PME Une Entreprise Humaine*, De Boeck., Bruxelles, Belgique, 2008.
- FERNEZ-WALCH S. et F. ROMON, *Dictionnaire de Management de l'Innovation*, Vuibert., Paris-France, 2008.
- FERRIER O., *Les très petites entreprises*, De Boeck., Bruxelles, Belgique, coll.« Management », 2002.

Articles de Revue et de colloque

- ADALA L. et W. CHERRARA, « L'innovation en PME », *Les cahiers du POIDEX*, septembre 2014, n° 02.
- AIT ATMANE F., « Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaïa. », *Les cahiers du MECAS*, décembre 2014, n° 10.
- BERBAR W. et A. BENHABIB, « Les entreprises familiales comme une alternative de développements en Algérie », *Les cahiers du MECAS*, décembre 2015, n° 11.
- BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL, *Les Petites et Moyennes Entreprises et la création d'emploi décent et productifs*, Genève, Suisse, Bureau International du Travail, coll.« 104eme session », 2015.
- CHELIL A. et S. AYAD, « PME en Algérie : réalités et perspectives », *Economie&Management*, octobre 2009, n° 9.
- JULIEN P., « Vers une typologie multicritère des PME », *Revue internationale P.M.E.*, 1990, vol. 3, n° 3-4, p. 411-425.
- KARAR A., « Le management de l'innovation, ses conditions et compétences », *revue Chercheur Economique*, 2014, n° 02, 23p.
- MANUEL D'OSLO, *Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, 3^e éd., OCDE, 2005.

DELTOUR F., « L'innovation dans l'organisation : dépasser les ambiguïtés du concept », *Les Cahiers de la Recherche CLAREE Centre Lillois d'Analyse et de Recherche sur l'Evolution des Entreprises*, 2000, 18p.

GACEM S. et K. KHEBBACHE, « Le Processus d'innovation dans les PME Algériennes ».

OCDE, « Promouvoir les PME pour œuvrer au développement », *revue de l'OCDE sur le développement*, 2004, n° 5, p. 37-46.

RAHMOUNI M. et M. YILDIZOGLU, « Motivations et déterminants de l'innovation technologique : Un survol des théories modernes », *Cahiers du GRETHA*, 2011, n° 2011-10, 46 p.

REGUIG A., « L'Innovation comme vecteur de diversification des produits dans les PME Algériennes (Etude de cas comparative) », *Maghreb Review of Economics and Management*, mars 2017, vol. 04, n° 01, 84 p.

SI LEKHAL K., Y. KORICHI, et A. GABOUSSA, « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », *Revue des Performance des Entreprises Algériennes*, 2013, n° 04.

ST-PIERRE J., « Innovation chez les PME : nécessité, diversité et facteurs de succès ». Journées scientifiques de l'Institut de la francophonie pour l'entrepreneuriat IFE, Février 2009.

Mémoire

BOUZID I., *La dynamique des innovations d'exploration et d'exploitation des PME à travers les alliances stratégiques*, Paris-Dauphine, Paris-France, 2011.

JLASSI E., *L'Impact de l'Innovation Ouverte sur la Performance des PME Manufacturières au QUÉBEC*, Maîtrise en Administration des Affaires, QUÉBEC à Trois Rivières, QUÉBEC, 2015.

MME. BERBAR NEE BERRACHED W., *Analyse des déterminants clés qui stimulent l'innovation dans la PME, Cas des entreprises Algériennes*, Doctorat en Science de Gestion, Université Abou Bakr Belkaid, Tlemcen, 2014.

SANDER A., *Les politiques de soutien à l'innovation, une approche cognitive, le cas d'Alsace*, doctorat en sciences économiques, Université Louis Pasteur, Strasbourg I, 2005.

Bulletin et Décret :

ARRETE DU 25 SEPTEMBRE 1974 PORTANT CREATION D'UN CENTRE D'INFORMATION SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE ET DE TRANSFERT TECHNOLOGIQUE, *Journal Officiel*, n°92 du 15 Novembre 1974 portant création d'un Centre d'information Scientifique et Technique et de Transfert Technologique.

DECRET EXECUTIF N°03-78 DU 25 FEVRIER 2003, *Journal Officiel* n°13 du 26 Février 2003 portant statut-type des Pépinières d'Entreprises.

DECRET EXECUTIF N°05-165 DU 03 MAI 2005, *Journal Officiel*, n°32 du 04 Mai 2005 portant création l'Agence Nationale de Développement de la PME.

DECRET EXECUTIF N°18-170 DU 26 JUIN 2018, *Journal Officiel* n°39 du 04 juillet 2018 fixant les missions, de l'Organisation et le Fonctionnement de l'Agence de Développement de la PME et de la Promotion de l'Innovation.

DECRET EXECUTIF N°90-394 DU 01 DECEMBRE 1990, *Journal Officiel*, n°54 du 12 Décembre 1990 portant création du Haut Commissariat à la Recherche.

DECRET EXECUTIF N°92-22 DU 13 JANVIER 1992, *Journal Officiel*, n°05 du 22 Janvier 1992 portant création, Organisation et Fonctionnement des Commissions Intersectorielles de Promotion, de Programmation et d'Evaluation de la Recherche Scientifique et Technique.

DECRET EXECUTIF N°92-23 DU 13 JANVIER 1992, *Journal Officiel* n°05 du 22 Janvier 1992 portant création Organisation et Fonctionnement du Conseil National de la Recherche Scientifique et Technique.

DECRET EXECUTIF N°95-183 DU 02 JUILLET 1995, *Journal Officiel*, n°36 du 12 Juillet 1995 portant création, Organisation et Fonctionnement de l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire.

DECRET EXECUTIF N°98-137 DU 03 MAI 1998, *Journal Officiel*, n°28 du 06 Mai 1998 portant création, Organisation et Fonctionnement de l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du développement Technologique.

DECRET N°82-45 DU 23 JANVIER 1982, *Journal Officiel*, n°05 du 02 Février 1982 portant création du Conseil Supérieur de la Recherche Scientifique et Technique.

DECRET N°83-455 DU 23 JUILLET 1983, *Journal Officiel*, n°31 du 26 Juillet 1983 portant création des Unités de Recherche Scientifique et Techniques.

DECRET N°83-521 DU 10 SEPTEMBRE 1983, *Journal Officiel*, n°38 du 13 Septembre 1983 portant création des Centres de Recherche créés auprès des Administrations Centrales.

DECRET N°85-56 DU 16 MARS 1985, *Journal Officiel*, n°12 du 17 Mars 1985 portant création du Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique.

DECRET N°85-307 DE LA 17/12/1985, *Journal Officiel* n°53 du 18 Décembre 1985 portant création du CREAD.

DECRET N°86-72 DU 08 AVRIL 1986, *Journal Officiel*, n°15 du 09 Avril 1986 portant création d'un Haut Commissariat à la Recherche.

DECRET N°88-60 DU 22 MARS 1988, *Journal Officiel*, n° 12 du 23 Mars 1988 portant création du Centre de Développement des Energies Renouvelables.

DECRET N°88-61, *Journal Officiel*, n°12 du 23 Mars 1988 portant création du Centre de Développement des Technologies Avancées.

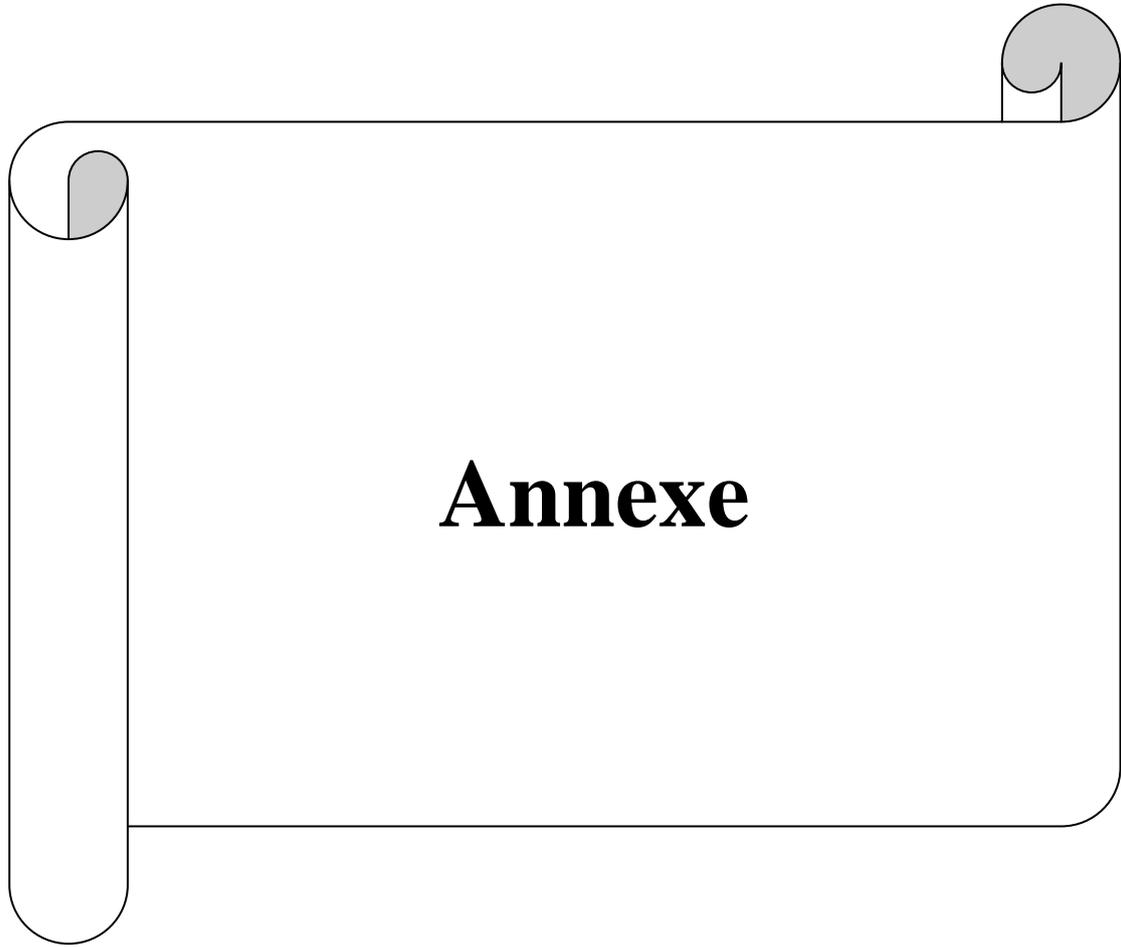
LOI N° 17-02 DU 10 JANVIER 2017, *Journal Officiel* n°02 du 11 Janvier 2017 portant loi d'Orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME).

MINISTERE DE L'INDUSTRIE ET DES MINES DIRECTION GENERALE DE LA VEILLE STRATEGIQUE, « Bulletin d'information statistique de la PME. N°31. Données du 1er semestre 2017 ».

Site Internet :

www.sba.gov/content/what-sbas-definition-small-business-concern

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_fr.htm.



Annexe

Université A/Rahman MIRA de Bejaia
Département des Sciences Economique, de Gestion et du Commerce
Département des Sciences de Gestion

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de Master en Science de Gestion, option Entrepreneuriat, sous le thème « Etat de lieux de l'Innovation dans les PME Algériennes, cas des PME de la wilaya de Bejaia », nous procédons à la réalisation d'une enquête auprès d'un échantillon d'entreprises.

Nous vous remercions d'avantage pour votre participation et nous vous confirmons l'anonymat de vos réponses.

Merci

Questionnaire

L'innovation est la mise en application d'une véritable création (invention ou idée nouvelle) ou une modification de l'existant. Elle peut concerner le produit, les processus, l'organisation ou le marketing d'une entreprise.

AXE 1 : Présentation de l'entreprise

- **Date de création** :
- **Forme juridique** :(EURL, SARL, ...)
- **Nature de l'entreprise** : Entreprise privée Entreprise publique
- **Secteur d'activité** :(Industrie, BTP, Services, agriculture)
- **Localisation** :(ZA Taharacht, ZA Elkseur,)
- **Dans quelle tranche d'effectifs se situe votre entreprise ?**
 de 1 à 9 salariés de 10 à 49 salariés de 50 à 250 salariés
- **La zone géographique visée par l'entreprise :**
 Le marché régional Le marché local
 Le marché national Le marché international

Axe 2 : Innovation de produit (bien ou service)

Une innovation de produit correspond à l'introduction sur le marché d'un **nouveau** bien ou service ou d'un bien ou service **amélioré de manière significative**

1) L'entreprise a-t-elle introduit :

- Des biens nouveaux ou améliorés de manière significative? **Oui** **Non**
- De nouveaux services ou des services améliorés de manière significative ? **Oui** **Non**

Si la réponse est "NON" aux deux propositions passez directement à l'axe n°3

2) Veuillez répondre aux questions suivantes :

	Oui	Non
Qui a développé cette innovation ?		
• Le service recherche et développement (s'il y a)		
• Les techniciens		
• La direction		
• Les managers		
• Les salariés		
• Votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises		
Cette innovation est-t-elle eu un impact sur :		
• Nouvelle pour votre marché?		
• Seulement nouvelle pour votre entreprise?		
Cette innovation de produit a-t-elle engendré une hausse du chiffre d'affaire ?		
Cette innovation a-t-elle amélioré la compétitivité de l'entreprise?		

Axe 3 : Innovation de procédé (ou de processus)

Une innovation de procédé correspond à la mise en œuvre d'une technologie de production, d'une méthode de distribution ou d'une activité de support **nouvelle ou modifiée de manière significative**

3) Votre entreprise a-t-elle introduit des nouveautés ou des améliorations significatives concernant :

	Oui	Non
vos procédés de fabrication ou de production de biens ou de prestation de services		
vos méthodes de logistique, de distribution de matières premières, bien ou prestation de services		
vos activités de support comme les activité de maintenance, d'achat, de comptabilité ou informatiques		

Si la réponse est "Non" aux trois propositions passez directement à l'axe n°4

4) Veuillez répondre aux questions suivantes :

	Oui	Non
Qui a développé cette innovation ?		
• Le service recherche et développement (s'il y a)		
• Les techniciens		
• La direction		
• Les managers		
• Les salariés		
• Votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises		
Cette innovation est-t-elle eu un impact sur :		
• Nouvelle pour votre marché?		
• Seulement nouvelle pour votre entreprise?		
Cette innovation de procédé a-t-elle engendré une hausse du chiffre d'affaire ?		
Cette innovation a-t-elle amélioré la compétitivité de l'entreprise?		

Axe 4 : Innovation organisationnelle

Une innovation organisationnelle consiste en l'implémentation d'une **nouvelle méthode d'organisation** dans la **gestion** de votre entreprise (y-compris la gestion des connaissances), dans **l'organisation du travail** ou en matière de **relations vis-à-vis de l'extérieur**, méthode qui n'avait pas encore été utilisée par votre entreprise.

5) L'entreprise a-t-elle procédé à :

	Oui	Non
De nouvelles pratiques dans l'organisation du travail ou de nouvelles procédures (ex. gestion des connaissances, lean production, gestion de la qualité, etc.)		
De nouvelles méthodes d'organisation du travail pour répartir les responsabilités et la prise de décisions (ex. travail en équipe, décentralisation, intégration ou séparation de départements, formation, etc.)		
De nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures avec d'autres entreprises ou institutions publiques (ex. conclusion d'alliance, de partenariat, sous-traitance, etc.)		

Si la réponse est "NON" aux trois propositions passez directement à l'axe n°5

6) Cette innovation a-t-elle eu un impact sur :

1 : Pas du tout d'accord, 2 : Pas d'accord, 3 : Neutre, 4 : D'accord, 5 : Tout à fait d'accord

	1	2	3	4	5
Meilleurs rendements du personnel					
Amélioration nette du climat du travail					
Meilleure capacité à développer de nouveaux produits ou procédés					
Réduction du temps de réponse aux besoins des clients ou des fournisseurs					
Amélioration de la qualité des biens et des services					
Diminution des coûts de production					
Amélioration de la communication au sein de votre entreprise ou avec d'autres entreprises					

Axe 5 : Innovation de marketing

Une innovation de marketing consiste en l'implémentation d'un nouveau concept ou d'une **nouvelle stratégie de marketing** qui diffère significativement des méthodes de marketing existantes au sein de votre entreprise et **qui n'avait pas été utilisée auparavant**.

7) L'entreprise a-t-elle introduit une des propositions suivantes :

	Oui	Non
Modifications significatives du design ou du packaging d'un bien ou d'un service		
Nouveaux moyens ou techniques pour la promotion d'un produit (ex. première utilisation d'un nouveau media publicitaire, une nouvelle image de marque, etc.)		
Nouvelles méthodes de distribution des produits ou nouveaux canaux de vente (ex. première utilisation de licences de franchise ou de distribution, vente directe, etc.)		
Nouvelles méthodes de pricing (fixation de prix) des biens et services (ex. première utilisation de prix variant selon la demande, systèmes de rabais, etc.)		

Si la réponse est "NON" aux quatre propositions passez directement à l'axe n°6

8) Cette innovation a-t-elle eu un impact sur :

1 : Pas du tout d'accord, 2 : Pas d'accord, 3 : Neutre, 4 : D'accord, 5 : Tout à fait d'accord

	1	2	3	4	5
Maintien ou accroissement de la part de marché					
Introduction de produits auprès de nouveaux groupes de consommateurs					
Introduction de produits sur de nouveaux marchés géographiques					

AXE 6 : La place de l'innovation au sein de l'entreprise

9) Pour vous, l'innovation désigne :

- Une technologie appliquée à l'entreprise
- Une amélioration produit
- Une nouveauté
- Autre (Veuillez préciser)

10) Pour quelles raisons innovez-vous ?

- | | |
|---|--|
| * Augmenter votre part de marché <input type="checkbox"/> | * Créée de la valeur <input type="checkbox"/> |
| * Apporter un avantage concurrentiel <input type="checkbox"/> | * Améliorer son image de marque <input type="checkbox"/> |
| * Baisser les couts de production <input type="checkbox"/> | * Survivre <input type="checkbox"/> |
| * Autres (Veuillez préciser) | |

11) Quelles sont les sources d'innovation pour votre entreprise

- L'investissement en recherche et développement
- Favoriser la créativité des salariés
- Encourager la résolution des problèmes en groupe
- Autres (Veuillez préciser)

12) Pour votre entreprise , l'innovation est-elle une préoccupation :

Pas du tout importante Pas importante Importante Très importantes

13) Quels sont les principaux facteurs qui entravent l'innovation dans votre entreprise ?

- Facteurs de coûts (Manque de financement, Couts de l'innovation trop élevés...)
- Facteurs liés aux connaissances (Manque de personnel qualifié,)
- Pas de nécessité d'innover (absence de culture d'innovation)
- Facteurs liés au marché (Manque d'information, contact fournisseurs,...)
- Autres, précisez

14) Dans votre entreprise, la démarche d'innovation est

- programmée et planifiée d'avance
- le fruit du hasard (d'une manière aléatoire)
- imposée par la pression concurrentielle et/ou par le changement de l'environnement

15) Quels avantages trouvez-vous à la localisation de votre entreprise?

- | | |
|---|---|
| * Disponibilité de terrain <input type="checkbox"/> | * Présence d'une ressources naturelle <input type="checkbox"/> |
| * Existence d'une main-d'œuvre qualifiée <input type="checkbox"/> | * Proximité des laboratoires universitaires <input type="checkbox"/> |
| * Marché important <input type="checkbox"/> | * Bonnes infrastructures de base <input type="checkbox"/> |
| * Environnement locale agréable <input type="checkbox"/> | * Aides à l'implantation par les collectivités locales <input type="checkbox"/> |
| * Autre (Veuillez préciser) | |

16) Votre emplacement géographique favorise-t-il vos efforts en termes d'innovation? Oui Non

17) Avez-vous pensé à protéger votre innovation par un dépôt de brevets? Oui Non

- Si la réponse est "Oui", la procédure a-t-elle été facile à mener ? Oui Non

18) Après toute innovation (nouveau produit par exemple), l'entreprise lance-t-elle une enquête de satisfaction auprès de ses clients? Oui Non

19) A titre estimatif, quel est le nombre d'innovations, tout type confondu, réalisé depuis la création de l'entreprise?

20) La technologie dont vous disposez répond-elle aux besoins de votre activité ?

Pas du tout d'accord Pas d'accord Neutre D'accord Tout à fait d'accord

21) Avez-vous déjà bénéficié d'une aide publique dans le cadre de l'innovation engagée par l'entreprise?

Oui Non

- Si la réponse est "Oui", veuillez préciser sa nature.....

22) Connaissez-vous ces structures chargées de la promotion de l'innovation au sein des PME :

Pépinières d'entreprises Centre de facilitation
 Conseil national consultatif des PME ANVREDET¹

Axe 7 : Culture d'innovation

1 : Pas du tout d'accord, 2 : Pas d'accord, 3 : Neutre, 4 : D'accord, 5 : Tout à fait d'accord

	1	2	3	4	5
L'entreprise affiche une tolérance à la prise de risques					
L'entreprise encourage les initiatives de ses salariés					
L'entreprise écoute les propositions et suggestions du personnel					
L'entreprise favorise les travaux d'équipe					
L'entreprise veille à améliorer le milieu du travail					
L'entreprise propose une flexibilité des horaires de travail					
L'entreprise accompagne les salariés lors des changements planifiés ou imprévus					
L'entreprise tolère les erreurs					
L'entreprise évalue rapidement les idées soumises par les salariés					
L'entreprise prend en considération les avis et suggestions de ces partenaires suivants :					
Clients					
Fournisseurs					
Concurrents					
Université et laboratoire de recherche					

¹ Agence nationale de valorisation des résultats de la recherche et du développement technologique

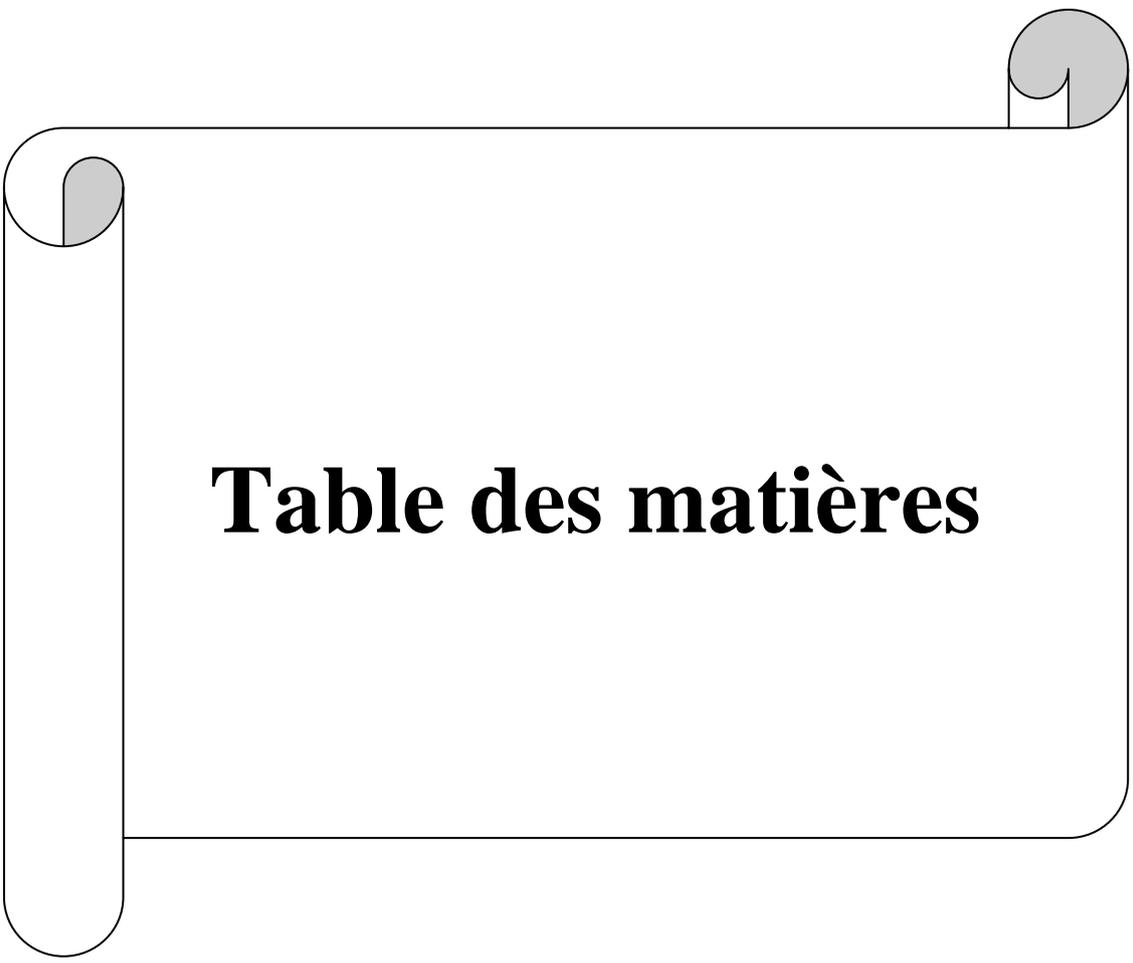


Table des matières

Table des matières

Remerciement	
Dédicace	
Sommaire	
Liste abrégées.....	I
Liste des tableaux.....	III
Liste des figures et schémas.....	V
INTRODUCTION GENERALE.....	2
Chapitre I : Aspect théorique de l'innovation et de la PME.....	6
Introduction.....	6
1 : Fondements théoriques de l'innovation.....	6
1.1. Etymologie et définition de l'innovation	7
1.1.1. Etymologie du mot « Innovation ».....	7
1.1.2. Définition.....	7
1.2. Les typologies de l'innovation.....	10
1.2.1. Typologie selon la nature de l'innovation.....	11
1.2.1.1. Innovation de produit	11
1.2.1.2. Innovation de procédé.....	11
1.2.1.3. Innovation organisationnelle.....	11
1.2.1.4. Innovation de commercialisation (marketing).....	12
1.2.2. Typologie selon le degré de l'innovation.....	13
1.2.2.1. Innovation radicale (Innovation majeure).....	14
1.2.2.2. Innovation incrémentale (Innovation graduelle).....	14
1.2.2.3. Innovation technologique.....	15
1.3. Les raisons de l'innovation.....	15
1.3.1. Les raisons de l'innovation.....	15
1.4. Les caractéristiques de l'innovation.....	16
1.5. L'impact de l'innovation sur l'environnement économique	17
Section 02 : Généralités sur les PME.....	17
2.1. Définition de la petite et moyenne entreprise (PME).....	18
2.1.1. Les critères quantitatifs.....	18
2.1.2. Les critères qualitatifs.....	19

2.2. Les caractéristique des PME.....	24
2.3. Les forces et faiblesses des PME.....	25
2.4. L'importance des PME.....	26
Conclusion.....	27
Chapitre II : Innovation et la PME algérienne.....	29
Introduction.....	29
1 : L'innovation dans les PME algériennes.....	29
1.1. Etat de lieu des PME en Algérie.....	30
1.1.1. La PME en Algérie	29
1.2. Evolution des PME en Algérie.....	29
1.2.1. Situation des PME en Algérie.....	30
1.2.2. Evolution de l'emploi par type de PME (S1 : 2014-2018).....	33
1.2.3. Démographie des PME privés.....	33
1.2.4. Les caractéristiques des PME Algériennes	34
1.3. Les déterminants de l'innovation dans les PME Algériennes	34
1.3.1. Les déterminants organisationnels.....	35
1.3.2. Les déterminants institutionnels de l'innovation.....	37
1.3.3. Les déterminants géographiques de l'innovation.....	38
1.4. Les obstacles à l'innovation dans les entreprises algériennes.....	39
2 : Les organismes de recherche et les institutions nationales d'aide à l'innovation et développement des PME en Algérie	40
2.1. Les organismes de recherche et d'aide à l'innovation.....	40
2.1.1. Organisme National de la Recherche Scientifique (ONRS).....	40
2.1.2. Centre d'Information Scientifiques et Techniques et de Transfert Technologiques (CISTT).....	40
2.1.3. Conseil Supérieur de la Recherche Scientifique et Technique (CSRT).....	40
2.1.4. Unités de Recherche Scientifique et Technique (URST).....	41
2.1.5. Centre de Recherches créés au Sein des Administrations Centrales	42
2.1.6. Commissariat à la Recherche scientifique et Technique (CRST)	42
2.1.7. Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique (CERIST).....	43
2.1.8. Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD).....	43
2.1.9. Le Centre de Développement des Technologies Avancées (CDTA).....	44
2.1.10. Centre de Développement des Energies Renouvelables (CDER).....	44
2.1.11. Commissions Intersectorielles de Promotion de Programmation et d'Évaluation de la Recherche Scientifique et Technique (CIPPERS).....	

	45
2.1.13. Conseil National de la Recherche Scientifique et Technique (CNRST).....	45
2.1.14. L'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire(ANDRU).....	46
2.1.15. Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET)	46
2.2. Les institutions nationales de coordination et de valorisation de la recherche et développement des PME.....	47
2.2.1. Les Pépinières d'Entreprise.....	47
2.2.2. L'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME).....	48
2.2.3. Loi d'Orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME)	48
2.2.4. L'Agence de Développement de la PME et de la Promotion de l'Innovation (ADPIPME).....	49
Conclusion.....	50
Chapitre III : L'INNOVATION DES PME DANS LA WILAYA DE BEJAIA.....	52
Introduction.....	52
1. Présentation du tissu économique de la wilaya de Bejaia.....	52
1.1. Présentation de la wilaya de Bejaia.....	52
1.2.. Situation des PME au niveau de la wilaya de Bejaia.....	53
1.2.1. La population globales des PME de la wilaya de Bejaia.....	53
1.2.2. La répartition des PME par taille.....	54
1.2.3. La répartition spatiale des PME privées de la wilaya de Bejaia.....	55
2. Situation de l'innovation dans les PME de la wilaya de Bejaia.....	55
2.2. Description de l'échantillon	57
2.3. Déroulement et limites de l'enquête	57
2.4. Interprétation et Analyse des résultats.....	58
2.4.1. Information générale (présentation des PME).....	58
2.4.2. Innovation de produit (bien ou service)	61
A. Innovation de bien ou innovation de service.....	61
B. Par qui l'innovation de produit à été développée.....	61
C. L'impact de l'innovation de produit.....	62
2.4.3. Innovation de procédé (ou de processus).....	62
A. Les nouveautés ou l'amélioration concernant les PME.....	62
B. Par qui l'innovation de procédé a été développée.....	63

C. L'impact de l'innovation de procédé.....	63
2.4.4. L'innovation organisationnelle.....	64
A. L'entreprise est t'elle orienté vers l'innovation organisationnelle ?	64
B. L'impact de l'innovation organisationnelle.....	65
2.4.5. L'innovation de marketing.....	65
A. L'entreprise est t'elle orienté vers l'innovation de marketing ?.....	66
B. L'impact de l'innovation marketing au sein des entreprises.....	66
2.4.6. La place de l'innovation au sein de l'entreprise.....	67
A. La désignation de l'innovation.....	67
B. Les raisons d'innovation.....	67
C. Les sources d'innovation pour l'entreprise.....	68
D. L'importance de l'innovation au sein des PME.....	68
E. Les facteurs qui entravent l'innovation au sein des PME.....	69
F. La démarche de l'innovation dans l'entreprise.....	69
G. Les avantages de la localisation des entreprises.....	70
H. Emplacement géographique.....	71
I. Protection de l'innovation.....	71
J. Les enquêtes de satisfaction auprès des clients sur les innovations.....	72
K. Le nombre d'innovation réalisé depuis la création de l'entreprise.....	72
L. correspondances de la technologie détenue aux exigences du marché	73
M. la participation de l'état au financement des innovations des PME enquêtées	73
N. Les PME et les structures de valorisation et de développement de la recherche et de l'innovation.....	73
2.4.7. Culture d'innovation.....	74
Conclusion.....	76
Conclusion générale.....	78
Bibliographie.....	81
Annexe.....	88

Résumé

L'innovation est un facteur essentiel pour le développement économique, Elle est devenue une condition indispensable pour la survie et le développement de l'entreprise.

Les PME sont source de compétitivité, tandis qu'elles présentent généralement une structure simple et flexible qui leur permet d'être réactives à toute modification de l'environnement et leurs rôles principaux est l'identification d'une économie moderne.

Les résultats de notre étude, nous ont révèlè que les PME sises dans la wilaya de Bejaia se caractérisent par une forte volonté de l'innovation et avec un manque d'application.

Mot clés : Innovation, PME

Summary

Innovation is an essential factor for economic development; it has become an indispensable condition for the survival and development of the company.

SMEs are a source of competitiveness, while they generally have a simple and flexible structure that allows them to be reactive to any changes in the environment and their main roles is the identification of a modern economy.

The resultant of our study revealed that the SMEs locates in the province of Bejaia are characterized by a strong desire for innovation and with a lack of application.

ملخص

الابتكار هو عامل أساسي للتنمية الاقتصادية، فقد أصبح شرطاً ضرورياً لبقاء وتطوير المؤسسة الشركات الصغيرة والمتوسطة هي مصدر للقدرة التنافسية، في حين أن لها عموماً بنية بسيطة ومرنة تسمح لها بالتفاعل مع أي تغيير في البيئة ودورها الرئيسي هو تحديث الاقتصاد نتائج دراستنا، لقد كشفت أن الشركات الصغيرة والمتوسطة الموجودة في ولاية بجاية تتميز برغبة قوية في الابتكار ومع الافتقار إلى التطبيق