

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES

Option : Economie industrielle

L'INTITULE DU MEMOIRE

L'innovation des entreprises : quels appuis des institutions de la
recherche publique ?

Préparé par :

- BECHIR NADJET
- CHABI ADEL

Dirigé par :

M. AIT ATMANE FOUJIL

Jury :

Examineur 1: AKROUR

Examineur 2 : BOUHALI

Rapporteur : AIT ATMANE

Année universitaire : 2019/2020

Remerciements

Tout d'abord, On tient à remercier Dieu, le tout puissant qui nous a donnés la force et le courage, les moyens nécessaires pour mener à terme ce travail.

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

On exprime notre précieuse gratitude à notre encadreur Mr. Ait atmane foudil d'avoir accepté de diriger ce mémoire, ses apports et ses conseils toujours judicieux et ses encouragements. On lui dit, Merci. Ensuite pour les membres du jury qui ont accepté d'évaluer et de juger notre travail.

Enfin, on remercie tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire, pour leur soutien et leurs encouragements, merci à tous.

Dédicaces

Je remercie Mon Dieu qui m'a donnée la capacité et la patience tout au long de mes études

Je dédie ce modeste travail

D'abord à la mémoire de mon très cher papa, que Dieux le Tout puissant l'accueillir dans

son éternel paradis;

À ma très chère mère, qui m'a tout donné, qui m'a soutenue par ses prières, son amour, sa

tendresse et qui est toujours présente, et continue de l'être pour faire mon bonheur

A mes chères sœurs, pour leurs encouragements permanents, et leur soutien moral,

A mes chers frères, pour leur appui et leur encouragement,

A mon promoteur pour son orientation et sa disponibilité

A tous ce qui ont contribué de près ou de loin pour que ce travail soit possible et je veux dire

merci

Nadjet

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

À mes parents, mes frères et mes sœurs, grâce à eux j'ai eu le courage d'aller loin dans mes études

A tous les amis intimes que je partage avec eux l'amitié depuis mon enfance et à tous les amis qu'on a partagé le même parcours d'étude depuis le cycle primaire jusqu'au universitaire

A tous qui m'ont aidé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Merci

Adel

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre I : Innovation, aspects théoriques	5
SECTION 1 : notions sur l'innovation :	5
Section 2 : processus et dimensions de l'innovation.	17
Section 3 : Open Innovation	22
Chapitre II : La coopération publique-privée en Algérie : quels impacts sur l'innovation ?	28
Section 1 : Définitions et objectifs de la coopération publique-privée (CPP)	28
Section 2 : Les organismes de coopération publique-privée en Algérie en matière d'innovation :	34
Section 3 : la coopération université-entreprise en matière de recherche pour l'innovation en Algérie : impacts et implications :	45
Conclusion générale	54
Bibliographie	57
Table des matières	60
Résumé	65

Liste des abréviations

- **AC** : Avantage Concurrentiel
- **ACFCI** : assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie
- **ANDRU** : Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire
- **ANVREDET** : Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique
- **CEN** : commissariat aux énergies nouvelles
- **CNRSE** : commission nationale pour la réforme du système éducatif
- **CPP** : coopération publique privée
- **CPRS** : le Conseil Provisoire de la Recherche Scientifique
- **CRS** : conseil de la recherche scientifique
- **CRST** : commissariat à la recherche scientifique et technique
- **DGRSDT** : Direction Générale de la Recherche Scientifique et du Développement Technologique
- **HCR** : haut- commissariat à la recherche
- **LMD** : licence master doctorat
- **MDRT** : ministère délégué à la recherche et à la technologie
- **MDRTE** : ministère délégué à la recherche et à la technologie et l'environnement
- **MDUR** : Ministère Délégué aux Universités et à la Recherche
- **MESRS** : Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
- **OCDE** : Organisation pour la Coopération et de Développement Economique
- **ONRS** : organisme national de la recherche scientifique
- **PAO** : production assistée par ordinateur
- **PIB** : produit intérieur brut

- **PME** : petites et moyennes entreprises
- **PV** : publique privée
- **R&D** : Recherche et Développement
- **RES** : Refonte de l'Enseignement Supérieur
- **SE** : secrétariat d'Etat
- **SER** : secrétariat d'Etat à la recherche
- **SNC** : Société en nom Collectif

Introduction générale

L'innovation a toujours été un enjeu essentiel dans notre monde tant pour l'économie que pour les affaires, la sociologie ou encore les sciences sociales. L'innovation joue un rôle moteur de croissance et assure la prospérité dans l'économie et dans ses marchés. Elle permet ainsi l'amélioration des processus, elle facilite la vie quotidienne par des innovations dites de « ruptures ». Aujourd'hui, les éléments qui favorisent l'innovation sont considérés comme primordiales par les politiques et les industriels.

De nombreux auteurs ont traité ce thème d'innovation formalisée pour la première fois par SCHUMPETER (1935) qui considère que, « l'innovation est l'introduction réussie sur le marché d'un nouveau produit, d'un nouveau processus ou d'un nouveau modèle d'organisation »¹.

Selon WALCH et ROMON l'innovation est un « processus organisationnel, délibéré, qui conduit à la proposition et à l'adoption, sur un marché ou à l'intérieur de l'entreprise, d'un produit nouveau, d'une organisation nouvelle, d'un outil de gestion nouveau et d'une connaissance nouvelle. Ce processus permet à l'entreprise d'améliorer sa position stratégique et/ou de renforcer ses compétences et ses connaissances technologiques ainsi que celles de marché »².

« Il est certain que le succès d'une entreprise, quelle que soit sa taille, est souvent lié à son innovation »³, c'est pour cela que l'innovation est l'un des principaux moyens pour une entreprise, d'acquérir un avantage compétitif en répondant aux besoins du marché. Innover, c'est créer de nouveaux produits, développer des produits existants, mais aussi, optimiser son système de production, adopter les dernières technologies issues de la recherche fondamentale comme de son département de recherche et développement. C'est tout naturellement que (De Rame court et Pons, 2001) affirment : « qui innove aujourd'hui vivra demain ».

¹ B. BELLON, « L'innovation créatrice », Edition Economica, Paris, 2002, P.06

² ROMON. F, WALCH. S, « Le Dictionnaire du Management de l'innovation », 2^{ème} édition, 2008, page82

³ F. NICOLAS et L. KRIEGER, « Innovation, clef du développement : Trajectoires des pays émergents » Edition Masson, Paris, 1995, P.125.

Selon Porter, « L'innovation est la clé de la compétitivité des entreprises car elle conditionne leur capacité à maintenir des avantages concurrentiels durables sur les marchés évolutifs »⁴.

De nos jours d'actualité, un processus d'innovation est devenue un facteur très important dans la stratégie de l'entreprise, elle se focalise principalement sur la gestion de la « recherche et développement », car avec ce département qu'elle va acquérir des connaissances, pour développer les compétences nécessaires à la réalisation de ses projets d'innovations, mais aussi elle peut ouvrir ses portes à des sources externes pour sous-traiter cette activité de recherche pour l'innovation, afin de garder la compétitivité vis-à-vis les autres concurrents, qui adoptent à leur tours des stratégies d'innovation inverses pour affronter le risque de la perte des parts de marchés ainsi le risque d'entrants potentiels.

L'innovation se présente donc comme un facteur qui encourage les entreprises à s'internationaliser. En effet, est admis que les entreprises qui innovent exportent plus que celles qui n'innovent pas. Elles sont capables à exporter vers plus de pays. Enfin, leurs exportations croissent plus rapidement et elles sont moins sensibles à la conjoncture.⁵

Donc l'entreprise peut construire un AC pour s'échapper à la concurrence intense présente sur le marché, cette construction et ce maintien des avantages concurrentiels des entreprises nécessitent le développement des interactions avec différents acteurs externes, en l'occurrence les institutions de recherche publique. En Algérie, l'État a commencé à prendre conscience de cette importance en mettant en place un cadre organisationnel et institutionnel visant à favoriser le rapprochement entre les entreprises et les institutions de recherche publique en faisant des coopération, collaborations, partenariats et associations entre ces entreprises qui voulaient faire une démarche d'innovation à base de recherche faite par les institutions de recherche publique notamment les universités nationales.

Selon M. Abdelkader Djeflat, professeur et expert en économie. La question de l'innovation au niveau des entreprises algériennes « n'est pas un choix qui devrait se remettre à demain », mais 'c'est un enjeu crucial qu'il faudrait développer actuellement ».

⁴ F. LEROY et O. TORRES, « La place de l'innovation dans les stratégies concurrentielles des PME internationales », revue d'innovation, 2000, In : www.oliviortorres.net/travaux/pdf.

⁵ Baylat.T, L'innovation, un jeu pour la France, 2013.

Les entreprises peuvent mettre en place ce système d'innovation grâce à ses fonds mis dans la recherche et développement ou bien elle fera un recours à des sources étrangères, ce choix portant sur le transfert de connaissances managériales qui sont liées aux connaissances techniques issues de résultats des recherches effectuées au sein des établissements de recherche publiques, donc il s'agit de voir comment l'université Algérienne transfère les connaissances managériales aux entreprises que ce soit du secteur privé ou public, aussi de décrire et comprendre comment s'opère ce transfert. Il s'agit alors d'apprécier la capacité d'absorption de connaissances dès le début du processus de transfert jusqu'à son intégration et utilisation au sein de l'organisation. De ce fait, ces acteurs récepteurs de la connaissance deviennent à leurs tours émetteurs de connaissances vis-à-vis de leurs collaborateurs et équipes de travail au sein de l'entreprise réalisatrice de cette idée nouvelle qui porte un nouveau produit, service ou technique de procédé.

A cet état de fait, l'objectif de notre recherche s'attellera à s'interroger sur :

A ce qu'il existe une coopération entre les entreprises et l'université ?

Plus particulièrement les questionnements suivants :

- Comment s'opère un processus d'innovation dans une entreprise ?
- Comment s'effectue un processus de coopération entre les institutions de recherche publiques et les universités ?
- Quel impact joue t'il la coopération publique privée dans la détermination de l'innovation ?

Pour répondre à la question de départ, nous allons retenir les hypothèses suivantes :

H1 : la démarche d'innovation ou processus est une source de croissance économique qui met des moyens précis afin d'atteindre des objectifs à long terme et qui a pour objet la survie et le développement de l'entreprise, ses parts de marché, ses profits et d'une manière globale la satisfaction de ses besoins et ceux de ses différents partenaires.

H2 : L'entreprise et l'université ont des structures spécifiques qui poursuivent des objectifs différents mais complémentaires. Vu que la première vise à produire des biens et des services afin de réaliser des bénéfices, elle offre ainsi du travail et génère de la richesse grâce à la valeur ajoutée qu'elle incorpore dans son patrimoine. Tandis que L'université est un établissement

public de formation qui vise à développer des connaissances par l'enseignement et la recherche, mais elle remplit aussi une mission de service public.

H3 : la mise en commun de la motivation et des compétences de chacun des deux secteurs public et privé peut pousser à une adoption d'approches novatrices en matière de fourniture de services publics et d'infrastructure.

Pour tester ces hypothèses, nous nous sommes donc basés sur une méthode de travail qui combine :

- Une recherche bibliographique et documentaire à partir des différents ouvrages, revues et sites web. Tout cela dans le but de cerner les aspects théoriques liés à notre sujet de recherche.

Afin de mieux répondre aux questions posées dans notre problématique, nous avons élaboré un plan de travail divisé en deux chapitres :

- Le premier chapitre sera consacré aux généralités et concepts de base sur l'innovation, dans lequel nous essayerons de comprendre au mieux le phénomène d'innovation.
- Dans le deuxième chapitre, on abordera brièvement le concept de coopération publique-privée en Algérie et coopération université – entreprise tout en le reliant au concept « innovation ».
- Comme conclusion, nous allons essayer de répondre aux questions posées.

Chapitre I :

Innovation, aspects théoriques

Introduction

En fait, les phases d'évolution d'une entreprise sont très proches de celles des êtres vivants. Toute entreprise fait sa naissance dans le monde des affaires, à partir d'une idée bien conçue et étudiée qui se développe progressivement au fil du temps, pour atteindre un certain degré de maturité. Cela, grâce à l'apprentissage continu, source d'acquisition de nouvelles connaissances et compétences, qui lui permettent d'emprunter de nouvelles voies de développement en vue de s'adapter aux changements et assurer ainsi sa pérennité.

Au cours des dernières décennies, l'innovation est considérée comme étant un moteur très important dans l'économie ; c'est à dire que les entreprises vont adopter des processus et démarches d'innovation afin qu'elles puissent garder leurs compétitivités et l'esprit de concurrence notamment vis-à-vis le marché que ce soit intérieur ou extérieur avec la prise en considération du risque de l'arrivée d'entrants potentiels.

En ce premier chapitre, on va analyser le concept de l'innovation, afin d'arriver là, nous avons prévu deux sections ; la première portera l'objet sur l'apprentissage de ce concept depuis des généralités qui contiennent à leur tour de différentes définitions, types, caractéristiques, objectifs et fonctions, or que la deuxième section va être consacrée à l'étude et la compréhension de la démarche et les dimensions de l'innovation, ensuite nous avons prévu une dernière section pour ce chapitre là où on peut évoquer l'open innovation.

SECTION 1 : notions sur l'innovation :

Le concept de l'innovation reflète à une multitude de significations et dimensions, donc Cette section présente un descriptif des concepts clés de l'innovation, à savoir sa définition, types, les caractéristiques, et enfin les fonctions et les objectifs.

1.1 Définitions, typologies et caractéristiques sur l'innovation

1.1.1 Définitions de l'innovation

Etymologie : L'innovation est un mot d'origine latine « innovare », composé de préfixe « in » qui signifie mouvement vers l'intérieur (processus) et de suffixe « Novare » de la racine « novus » dans le sens de nouveau.

Les premières définitions simples de l'innovation sont: originalité, changement, hardiesse, nouveauté, invention. L'innovation est l'action d'introduire dans une chose établie quelque chose de nouveau ou d'encore inconnu.

L'acteur essentiel ayant défini le concept de l'innovation dans l'espace économique est bien SCHUMPETER⁶ Joseph, en 1934, dans son ouvrage « the theory of economic development » selon lui « l'innovation est l'introduction sur le marché d'un nouveau produit et d'une nouvelle méthode de production, la conquête d'un nouveau marché, l'utilisation de nouvelles matières premières ou la mise en place d'une nouvelle forme d'organisations »⁷.

Giget quant à lui définit l'innovation en l'opposant à l'invention. Pour lui, l'innovation touche à la réussite de l'introduction de l'invention dans la pratique sociale. Cette réussite n'est pas seulement technique, mais également économique, industrielle, commerciale, sociale et culturelle (Giget, 1998).

“Du point de vue des entreprises et de leurs dirigeants, l'innovation est le fruit d'un processus global dans lequel la R&D n'est qu'un ingrédient parmi d'autres, à intégrer dans une démarche organisationnelle complexe.”⁸

_ selon l'OCDE l'innovation se définit comme l'ensemble des démarches scientifiques, technologiques, organisationnelles, financières et commerciales qui aboutissent, ou sont censées aboutir, à la réalisation de produits ou procédés technologiquement nouveaux ou améliorés.

⁶CROITUYU A. Schumpeter, J A., 1934: A review to a book That is 100 years old. Journal of comparative research in anthropology and sociology. Vol.3, N 2.2012. p.137.

⁷ N'Doli Guillaume ASSIELLOU, « Evaluation des processus d'innovation », thèse de doctorat, Nancy university INPL, Nancy, France, 2008, O.27

⁸ – Pour une nouvelle vision de l'innovation, Pascal Morand et Delphine Manceau, rapport (2009).

Le tableau ci-dessous résume quelques définitions de l'innovation :

Tableau 1 : définitions de l'innovation selon plusieurs auteurs

Auteur	Définition
Manuel d'Oslo (2005)	La mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau au 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.
Anahi ta Baregheh (2008)	Processus multi- étapes, au moyen duquel des organisations transforment une idée en un produit, un service ou un processus, lequel peut être nouveau ou améliorer, afin de réussir à se différencier, ou concurrencer les autres acteurs du marché.
Manuel de Frascati (1994)	La transformation d'une idée en un produit nouveau au amélioré introduit sur le marché, ou un procédé opérationnel nouveau ou amélioré utilisé dans l'industrie ou dans le commerce, ou en une nouvelle démarche à l'égard d'un service social.

Innobarometre (2001)	Le développement d'un nouveau ou sensiblement amélioré produit, service, circuit de distribution, processus de fabrication, d'une méthode de vente ou d'une méthode d'organisation.
Thompson (195)	Génération, acceptation et mise en place d'idées, de produits ou de service nouveaux.
Maunoury (1972)	La nouveauté résultat de l'invention et produit à grande échelle Et lancée sur le marché par un entrepreneur s'adonnant à une activité économique.

Source : réalisé par nous même à partir de différentes sources.

➤ Les termes créativité, découverte et invention sont considérés comme des synonymes de l'innovation, cependant il vaut mieux les définir pour expliquer leurs différences.

- **La créativité :** la créativité est définie comme étant la capacité de combiner des idées nouvelles de façon unique, différente et inhabituelle.

« La créativité procède de la pensée divergente, dans la capacité de reproduire des formes nouvelles ou d'associer des éléments considérés généralement comme séparés. La créativité se définit, d'autre part, comme une dynamique d'anticipation intuitive, d'imagination et d'inconscient, qui s'appuie sur divers processus pour mettre au jour des structures nouvelles. Elle combine harmonieusement divergence et intuition. Le fait de sortir d'un système quelconque pour s'aventurer dans une dimension qu'aucune méthode ne peut constituer conduit à l'acte créateur »⁹.

⁹ « La créativité », définition du mot dans <http://perl.club-internet.fr/>

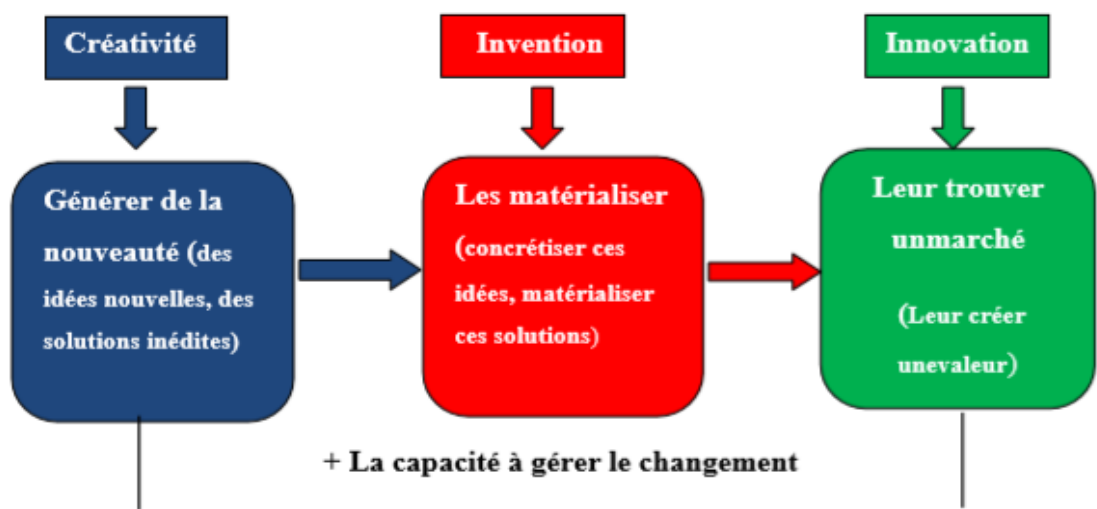
- **La découverte** : est souvent définie comme l'action de trouver ce qui était inconnu ou ignoré .¹⁰une découverte est de manière générale l'action de découvrir ce qui n'était pas connu auparavant.

La découverte peut aussi être utilisée pour répondre à un besoin précis, être appliquée à un processus ou à un produit. Il s'agit alors d'une découverte.

- **L'invention** : est une idée nouvelle qui permet, potentiellement, de résoudre un problème déterminé dans la technique de production. On peut donc considérer que l'invention est une nouvelle ressource pour l'entreprise intégrée dans un bien mis sur le marché, elle devient dans ce cas une innovation.

La figure suivante résume la relation entre l'innovation l'invention et la créativité

Figure 1 : la relation entre créativité-invention-innovation



Source : Bernard. Veys. « Créativité, invention, et innovation ». Publié le 05 octobre 2011 sur le site [http : //www.sourcier_entreprise](http://www.sourcier_entreprise). Consulté le 06/05/2018.

¹⁰ LAROUSSE, « Dictionnaire encyclopédique », 1998.

1.1.2 Types d'innovation

On peut distinguer deux types majeurs d'innovation, en l'occurrence selon leurs degrés de nouveauté ainsi que selon leurs domaines d'application.

1.1.2.1 Selon leurs degrés de nouveauté

Cette classification se base sur le degré du changement induit par les innovations sur la concurrence et le marché, il y'a deux types :

- Innovation radicale(rupture)

L'innovation est dite de "rupture" lorsqu'elle modifie profondément les conditions d'utilisation par les clients et qu'elle s'accompagne d'un bouleversement technologique.

Ainsi, l'innovation radicale est un phénomène qui ne se manifeste pas fréquemment. Un outil qui permet l'identification d'une innovation radicale est la courbe en S. Cette courbe indique que la performance technologique d'un produit se déplace en suivant une courbe en S, jusqu'à atteindre ses limites. (Voir la figure 01).

Exemple : l'innovation de rupture : passage du moteur à vapeur au moteur à explosion, l'apparition de l'électricité...

- Innovation incrémentale

Consiste à une amélioration progressive des performances (prestations, coûts) de l'offre existantes et n'exige pas des savoir-faire nouveaux, c'est une suite d'actes d'apprentissage.¹¹

Appelée aussi amélioration produit, elle cherche à améliorer les performances des biens et services, elle possède un caractère « modeste » dans le monde des innovations.

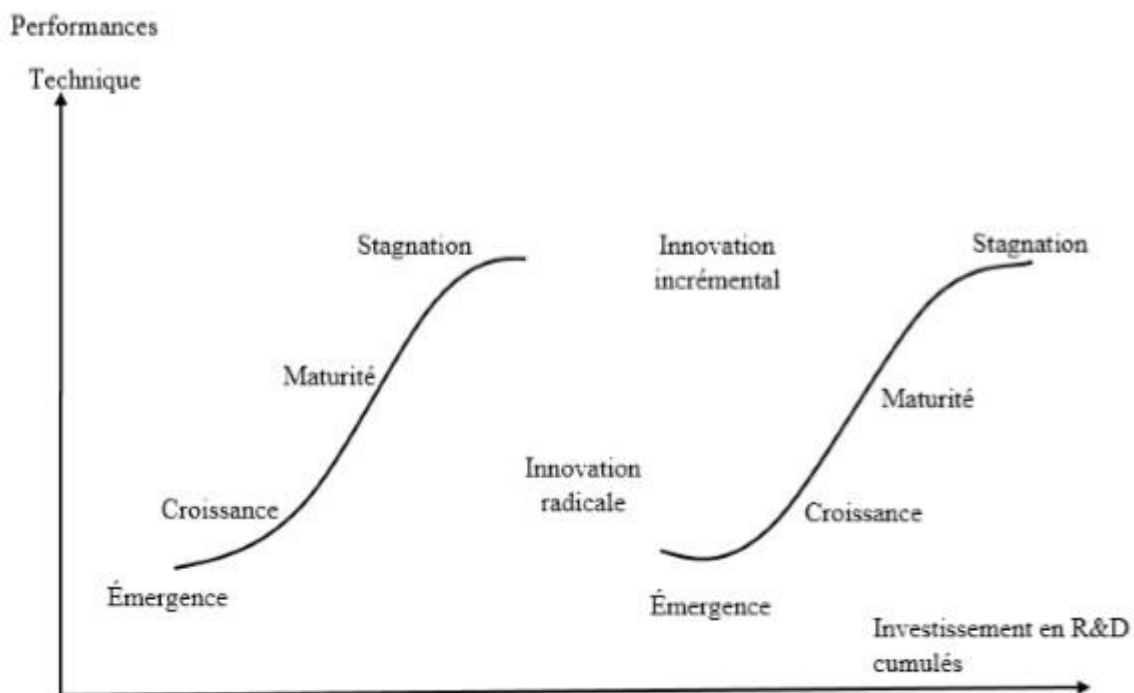
Alors les innovations incrémentales sont caractérisées par des changements plus limités, soit sur l'axe des clients –comme dans le cas des repositionnements de gamme –

¹¹ LOILIER.T, TELLIER.A, Gestion de l'innovation, France, 1999, P.16.

soit sur l'axe des procédés – l'adoption d'une nouvelle chaîne de fabrication automatisée pour produire une existante à moindre coûts¹².

Exemple : lorsque les souris d'ordinateur à bille sont devenues des souris optiques. Ou encore, lorsque le téléphone fixe a été libéré de son cordon (téléphone sans fil), etc.

Figure 2: Les cycles de vie de la technologie



Source : LOILIER T. et TELLIER A. Gestion de l'innovation : décider, mettre en œuvre, diffuser, éditions Management, Paris, 1999, P.20.

Un cycle de vie de la technologie contient les phases suivantes: La phase de l'émergence de la nouvelle technologie, la phase de croissance de la technologie, la phase de maturité et la phase de déclin.

- La performance technologique d'un produit se déplace en suivant une courbe en S. La maturité technologique d'un système peut être observée sur sa courbe en S.

¹² Richard S. et Stevens E. op. Cit., P. 11.

1.1.2.2 Selon leur domaine d'application

D'après Loilier T, et Tellier A (1999), la manière la plus simple de classer l'innovation et de faire référence à leur domaine d'application.

D'après la deuxième édition du Manuel d'Oslo, les principales catégories d'innovations sont¹³ : (voir la figure 2)

- L'innovation de produit

correspond à « l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau ou sensiblement amélioré sur le plan de ses caractéristiques ou de l'usage auquel il est destiné »¹⁴.

Elle est perçue souvent comme une modification du contenu technologique du bien ou une amélioration de ses conditions d'utilisation.

- L'innovation de procédé

Repose sur l'adoption des méthodes de production ou de distribution nouvelles ou considérablement améliorées.

Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel et/ou le logiciel.

À titre d'exemple, la chaîne de montage, la production assistée par ordinateur (PAO), la vente par correspondance ou par Internet.

- Innovation de commercialisation

« Est liée à la mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation, impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit. »¹⁵

¹³Manuel d'Oslo, OCDE/Eurostat 1997, page 39.

¹⁴ Manuel d'Oslo. (2005). Principes directeurs pour le recueil et L'interprétation des données sur l'innovation.

¹⁵Manuel d'Oslo OCDE /Eurostat 2005, page 169.

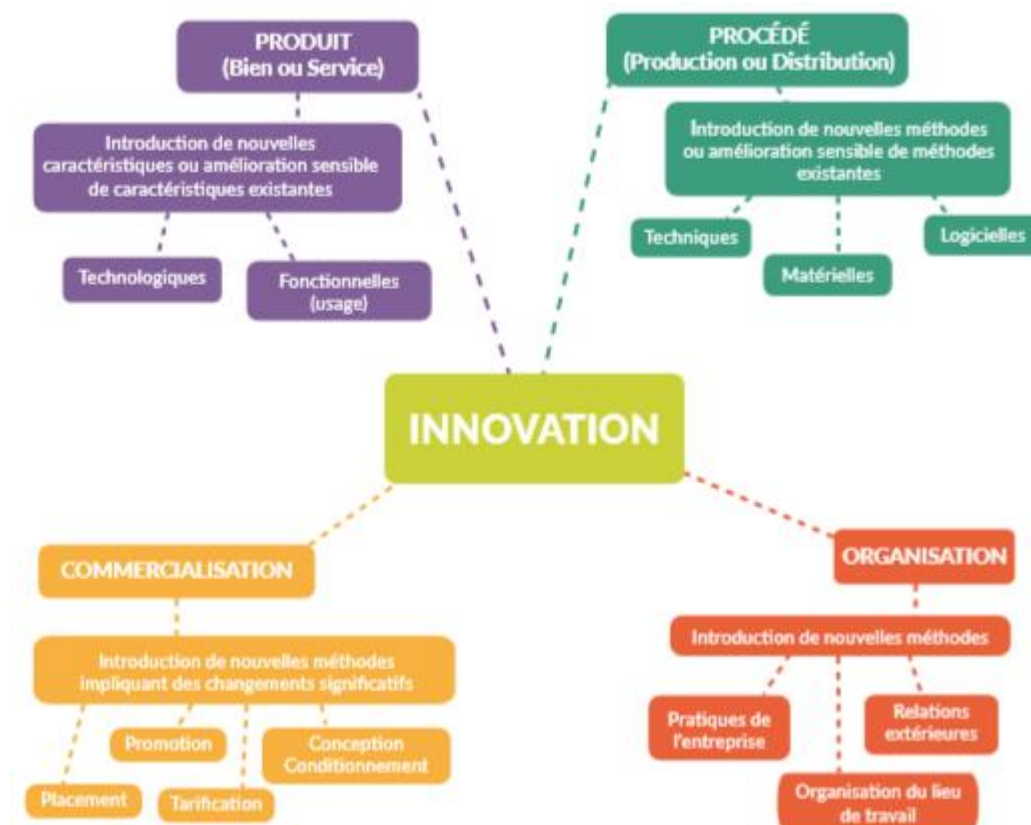
L'innovation de commercialisation concerne la satisfaction des besoins des consommateurs, ouvrir de nouveaux marchés ou positionner d'une manière nouvelle un produit de la firme sur le marché afin d'augmenter les ventes.

- **Innovation organisationnelle**

Est la mise en œuvre d'une nouvelle organisation dans les pratiques, du lieu de travail ou des relations extérieures de l'entreprise.

Son objectif est d'améliorer les performances d'une entreprise en réduisant les coûts administratifs ou de transaction, en améliorant le niveau de satisfaction au travail, en accédant à des biens non marchands ou en réduisant les coûts des approvisionnements.

Figure 3: les types d'innovation selon leur domaine d'application.



Source : figure construite à partir des définitions du Manuel d'Oslo (OCD, 2005) .

1.1.3 Les caractéristiques de l'innovation

ROGER¹⁶ s'appuie sur cinq caractéristiques de l'innovation qui sont : l'avantage relatif, la comparabilité, la complexité, possibilité d'essai d'une innovation et l'observabilité :

➤ **L'avantage relatif**

C'est la différence de la valeur perçue par les individus entre la nouvelle et l'ancienne innovation ou entre la situation nouvelle découlant après l'adoption de l'innovation et l'ancienne situation. C'est le degré auquel la nouvelle innovation est perçue comme étant meilleure que celle déjà existante. Il n'est pas nécessaire que cette innovation possède beaucoup plus d'avantages que les autres mais ce qui est important, c'est que l'individu la perçoive comme étant avantageuse.

➤ **La comparabilité**

Est une mesure du degré auquel une innovation est perçue comme étant difficile à comprendre et à utiliser. Les nouvelles idées qui sont simples à comprendre vont être adoptées beaucoup plus rapidement que d'autres qui nécessitent de développer de nouvelles compétences avant de pouvoir les comprendre.

➤ **La complexité**

Il s'agit de la mesure dans laquelle une innovation est perçue comme étant difficile à comprendre ainsi qu'à utiliser. Les nouvelles idées qui sont simples à comprendre seront adoptées plus rapidement que d'autres qui vont nécessiter plus de compétences avant de pouvoir les comprendre.

¹⁶ E.M. ROGERS « Diffusion of innovation », The free press, 4th edition, New York, 1995, P.112

➤ **Possibilité d'essai d'une innovation (testabilité)**

Consiste la possibilité de tester une innovation et de la modifier avant de s'engager à l'utiliser. Cela permettra aux éventuels utilisateurs d'avoir plus de confiance dans le produit car il y aura la possibilité d'apprendre à utiliser cette innovation.

➤ **L'observabilité**

C'est la possibilité d'observer les effets de l'innovation, ou le degré auquel les résultats et bénéfices d'une innovation sont clairs. Plus ces effets sont visibles, plus les résultats de l'adoption de l'innovation seront clairs et plus les individus l'adopteront facilement.

1.2 Objectifs et fonctions de l'innovation

1.2.1 Les objectifs

Il est essentiel de déterminer les raisons qui amènent une firme à se lancer dans une activité d'innovation en se fondant sur ses objectifs économiques du point de vue des produits et des marchés.

En général, plusieurs objectifs seront pertinents¹⁷.

¹⁷Manuel d'Oslo, « principes directeurs proposés pour le recueil et interprétation des données sur l'innovation technologique », 3ème édition, 2005, P.55-56

- Remplacer les produits obsolètes ou dépassés ;
- Etendre la gamme de produits dans le principal domaine de produits ou en dehors ;
- Mettre au point des produits sans danger pour l'environnement ;
- Accroître et maintenir sa part du marché ;
- Ouvrir de nouveaux marchés ;
- Rendre la production plus souple ;
- Diminuer les coûts de production en réduisant les coûts salariaux par unité produite, la consommation de matériaux, la consommation d'énergie, les coûts de conception des produits et les délais de production ;
- Améliorer la qualité des produits ;
- Améliorer les conditions de travail ;
- Réduire les atteintes à l'environnement ;

1.2.2 Les fonctions

L'analyse de l'innovation permet de mettre en évidence quatre composantes principales que l'on retrouve généralement dans tout produit innovant avec plus ou moins d'intensité : un produit peut être facilitateur, simplificateur, améliorateur et accélérateur¹⁸.

Facilitateur : Apporte une facilité accrue dans la réalisation d'une tâche ou d'une opération.

Simplificateur : Permet de réduire la suite des opérations constituant un service donné.

Améliorateur : Contribue à perfectionner le service rendu par un produit déjà existant.

¹⁸LIONEL Collins, PAUL Legriel et LEJA Jean-Jacques, « Politiques de l'entreprise », Edition Dalloz, 2009, p30

Accélérateur : Modifie le déroulement et le contenu d'opérations pour rendre le service plus rapidement.

Section 2 : processus et dimensions de l'innovation.

Cette section est partagée en trois éléments: Dans le premier élément nous discutons La définition du processus d'innovation, puis nous rappelons dans le deuxième élément des Étapes du processus d'innovation, et dans le troisième nous expliquerons les différentes dimensions d'innovation.

2.1 processus d'innovation

2.1.1 Définitions

Avant de définir le processus d'innovation, il est essentiel de définir, d'abord, le terme « processus »:

Selon Ph. LORNO, «le processus est l'ensemble d'activités reliées entre elles par des flux d'information...significatifs et dont la combinaison permet d'obtenir «un out put » important »¹⁹.

Le processus d'innovation ou démarche d'innovation se définit comme la transformation en étapes successives.

pour R.G. Cooper (1979) un processus d'innovation « débute par une idée, développée par des activités techniques et marketing qui s'effectuent au sein de départements dans lesquels sont prises des décisions et entre lesquels circulent des informations »²⁰.

¹⁹LORINO P. Contes et récits de la performance, « Essai sur le pilotage de l'entreprise, Les Editions d'Organisation », Paris, 1995. Page 23.

²⁰ R.G. Cooper (1979), cité par TOMALA. Frédéric, SENECHAL. Olivier, TAHON. Christian, « Modèle de processus d'innovation ». 3^{ème} Conférence Francophone de processus modélisation et simulation « Conception, Analyse et Gestion des Systèmes Industriels », MOSIM'01 – du 25 au 27 avril 2001 - Troyes (France).

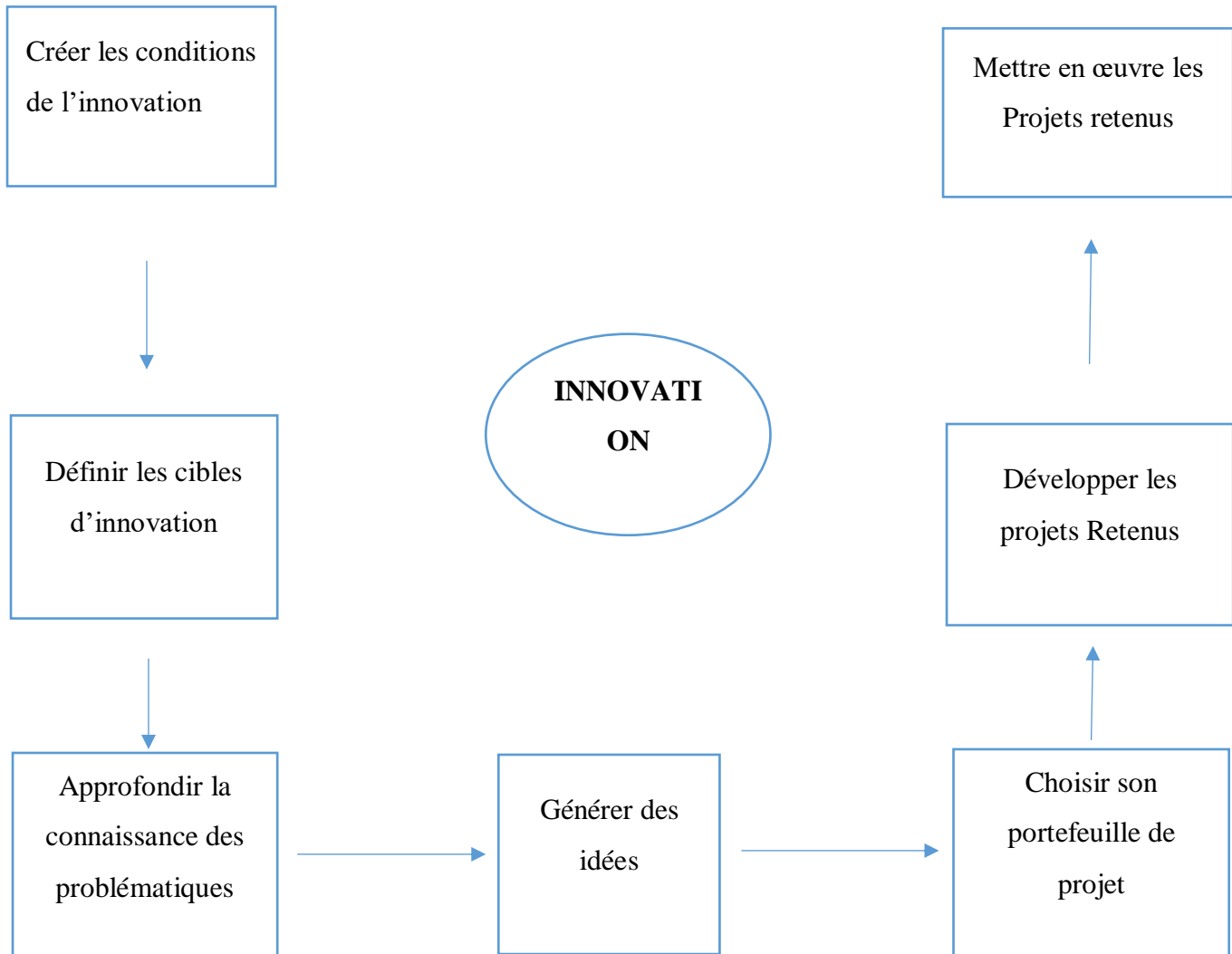
Pour Jean-Marc Xuereb (1991) un processus d'innovation c'est «l'ensemble des activités mises en œuvre pour transformer une idée de produit nouveau en une réalisation effective»²¹.

2.1.2 Les étapes de processus d'innovation

Nous pouvons distinguer sept phases dans la réalisation d'un projet d'innovation au sein d'une entreprise

²¹ Jean-Marc Xuereb (1991), cité par Frédéric TOMALA, Olivier SENECHAL, Christian TAHON. 3ème Conférence Francophone de processus modélisation et simulation, « Conception, Analyse et Gestion des Systèmes Industriels », MOSIM'01 – du 25 au 27 avril 2001 - Troyes (France)

Figure 4 : les étapes de processus d'innovation



Source : C. PATRIS, F. WARRANT, « La simulation de l'innovation technologique favorable au développement durable », février 2001, P.2.

- **Créer les conditions de l'innovation**

La formation et les expériences de la plupart des gens ne les ont pas préparés à l'innovation mais plutôt à la reproduction des apprentissages déjà réalisés. Une entreprise deviendra innovante si un grand nombre de ses employés et de ses équipes le sont.

C'est le leadership de la haute direction qui conditionnera l'attitude des employés face à l'innovation. Pour soutenir ses employés, l'entreprise doit mettre en œuvre des pratiques managériales qui favorisent :

- l'apprentissage de nouvelles habiletés intellectuelles;
- l'initiative;
- le travail en équipe;
- la participation et le développement des personnes.

- **Définir des cibles d'innovation**

Les innovations ne doivent pas apporter uniquement quelque chose de nouveau mais un avantage concurrentiel aux entreprises. La vision de l'entreprise doit orienter les efforts d'une démarche d'innovation. Pour ce faire, l'entreprise doit bien connaître son environnement d'affaires en misant sur :

- une démarche de planification stratégique;
- des activités de veille technologique, commerciale et stratégique;
- une définition des domaines d'innovation et des résultats à atteindre.

- **Approfondir la connaissance des problématiques**

Le manque d'innovation provient souvent du fait que nous sommes trop pressés de trouver une solution. Beaucoup d'énergie et de ressources sont ainsi gaspillées. Pour éviter de trouver une bonne solution à un mauvais problème, il est important d'approfondir la connaissance du véritable problème par des techniques appropriées.

Cette étape est à réaliser avec les personnes-clés, c'est-à-dire les propriétaires du problème, ceux qui le comprennent bien et ceux qui mettront la solution en application (dirigeants, employés, clients internes, clients externes, fournisseurs, etc.).

- **Générer des idées**

Après avoir expérimenté des méthodes d'analyse afin d'identifier le bon problème l'entreprise doit pouvoir identifier et mettre en œuvre des solutions innovantes et adaptées.

Afin de se doter d'un large éventail de pistes et de solutions dans une perspective d'innovation, la participation de personnes aux profils différents (équipes multidisciplinaires) jumelée à l'utilisation de techniques de créativité sont requises.

- **Choisir son portefeuille de projets**

Il vaut mieux choisir stratégiquement quelques projets que l'on mènera à bien que de mettre en œuvre un grand nombre de projets qui utiliseront des ressources sans se rendre à l'étape des résultats. Le portefeuille de projets vise à :

- s'assurer de la pertinence des projets issus des étapes précédentes;
- s'assurer de disposer des ressources pour les mener à bien;
- éviter de consacrer des ressources à des projets que l'on ne réalisera pas.

- **Développer les projets retenus**

Passer trop rapidement de l'idée initiale au développement constitue une grave erreur, car les changements effectués en début de parcours coûtent moins cher que ceux apportés à la fin. Afin de réduire les coûts et les incertitudes et d'éviter les retours en arrière, il est important pour l'entreprise de segmenter en phases le développement des projets. Cette étape propose un processus concret composé de portes, de phases et de livrables, et dans lequel des décisions sont prises à chacune des phases.

- **Mettre en œuvre les projets développés**

C'est à cette étape que les résultats des efforts seront récoltés. Pour profiter des avantages de l'innovation tout en minimisant les inconvénients, la planification et le suivi s'imposent. Cette étape vise à s'assurer que l'innovation sera adoptée par les clients, les employés, les fournisseurs, etc. Elle comprend :

- la planification, la gestion et la communication du changement;
- la gestion et le suivi du projet;
- le développement des compétences.

Section 3 : Open Innovation

Nous finirons notre partie de généralités sur l'innovation avec cette dernière section en évoquant l'open innovation.

L'open innovation, ou (innovation ouverte), est une pratique en plein développement qui a l'objectif de lancer l'innovation. L'open innovation a tendance à se substituer de l'ancienne activité en l'occurrence « recherche et développement », qui est à son tour une activité fermée

pour l'entreprise, et ses revenus se dépendent du budget attribué à cette démarche, qui est nommée à son tour (innovation fermée).

3.1 : Histoire

Terme créé en 2003 par Henry Chesbrough (professeur américain d'innovation), il a publié dans son article fondateur de 2003 "Open Innovation: « The New Imperative for Creating and Profiting from Technology », pour Chesbrough, il serait bénéfique pour une organisation d'ouvrir ses protocoles d'innovation à l'extérieur (entreprises, start-up, chercheurs, etc.) plutôt que de tourner en circuit fermé au sein d'un département de recherche et développement contrairement aux années 1960-70, les entreprises vivaient plutôt dans un monde d'innovations « fermées ». Le tableau ci-dessous présente les deux types d'innovation :

Tableau 2 : Principes caractérisant l'innovation ouverte et fermée

Innovation fermée	Innovation ouverte
Tous les spécialistes de notre domaine travaillent pour nous	Toutes les personnes talentueuses ne travaillent pas pour nous. Nous devons travailler avec des talents internes et externes
Pour générer des profits de la R&D il faut découvrir, développer et vendre nous même	La R&D externe peut créer autant de valeur que la R&D interne
Si nous trouvons tout seul, nous serons les premiers sur le marché	Pas besoin d'être à l'origine d'une découverte pour en profiter
Les premiers sur le marché augmentent leurs profits	Avoir un meilleur business model est plus performant que d'être le premier sur le marché
Si nous avons les meilleures et le plus d'idées, nous aurons le plus de profits	Si nous utilisons les meilleures idées internes et externes nous augmenterons nos profits
Nous devons maîtriser notre propriété intellectuelle pour barrer la route à nos concurrents	Nous devons valoriser notre propriété intellectuelle et acquérir de la connaissance que nécessaire

Source : Contrastes entre les principes de l'innovation fermée et ouverte (Chesbrough et Brown, 2003).

3.2 : Définition

Définition de l'open innovation: l'open innovation est un concept collaboratif qui se définit comme l'entrée et la sortie de connaissances au sein d'une entité, entreprise ou start-up, dans un objectif d'accélération de l'innovation et d'élargissement du marché²².

Selon ACFI, 2009 « L'innovation ouverte ou « open innovation » est un modèle de collaboration permettant d'associer différentes ressources extérieures à l'entreprise. Ce modèle permet de décloisonner les processus d'innovation ; de faciliter la production, la circulation, l'échange, la valorisation des innovations. Il nécessite de trouver le juste équilibre entre protection et diffusion de l'innovation. »

L'Open Innovation fait la liaison entre plusieurs pratiques d'innovations qui reposent sur des faits externes de l'entreprise, afin d'améliorer son efficacité et fortifier ses valeurs innovantes internes.

3.3 : processus et typologie de l'open innovation

Il est important de savoir que l'Open innovation est un principe de développement en collaboration avec de différents acteurs, de produits, d'idées, de matières innovantes. Cette technique est une qualité importante pour les entreprises qui souhaitent progresser en innovation, Afin d'en arriver là, H. Chesbrough donc a mis trois processus possibles de création de nouvelles connaissances dans l'Open Innovation.

Ces processus formés essentiellement de différents types d'activités mis en place par l'entreprise afin de réussir sa démarche d'open innovation, et sont divisés comme suit :

²² Chesbrough H. (2011) The era of Open Innovation, page 35-41, in « Top 10 Lessons on the New Business of Innovation », *Sloan Management Review*, dans <http://www.sietmanagement.fr/modele-de-lopen-innovation-h-chesbrough/>

3.3.1 : le processus D'Inside-Out

En français nommée innovation sortante, ce type explique la façon dont une entreprise peut se permettre de valoriser ses connaissances internes par le biais, de la cession de quelques anciennes pratiques appartenant au département de recherche et développement telles que la gestion d'anciens brevets, transferts de technologies, pratiques d'essaimage..., Ou alors , elle va révéler aux autres certaines de ses connaissances ou de ses données afin qu'elle puisse être la seule dominante sur ce marché.

3.3.2 le processus d'outside-in

En français nommée innovation entrante, elle définit la manière dont une entreprise arrive à l'opposé, c'est à dire, elle va obtenir des connaissances par le biais de l'acquisition de différents brevets, licences, transferts..., Ou alors par le développement de nouvelles formes de collaborations telles que l'inter-entreprises, ou avec d'autres utilisateurs.

3.3.3 : le processus Couplé (associatif)

C'est enfin en ce processus que l'entreprise va associer les deux premiers processus précédents en une seule suite logique de collaboration et de mise en commun ainsi que la Co-création, Co-conception, Co-développements, projets conjoints, alliances, participations et coopérations en recherche... elle lie, donc des connaissances explicites. Finalement c'est ce processus qui a fait le succès de l'Open innovation utilisé au profit de l'entreprise.

3.4 : avantages de l'open innovation

Avec des marchés toujours plus concurrentiels et des attentes plus fortes de la part du grand public (consommateurs), l'open innovation apparaît comme un moteur indispensable pour innover, afin de répondre à ces attentes réclamées par la société l'entreprise adopte ce processus d'open innovation notamment qu'il lui sera bénéfique et avantageux pour son profit.

- ❖ Parmi ces avantages on distingue :
 - La réduction des délais de commercialisation, car dans certains marchés, les délais de la mise en commercialisation sont toujours plus courts.
 - L'augmentation du potentiel de la différenciation sur le marché, ce qui implique une diversification du portefeuille de l'entreprise.
 - La réduction de ses coûts en termes de recherche et développement où le budget consacré dans R&D sera réduit en chaque application du processus d'open innovation.
 - Le partage des risques, car son département de recherche et développement ne sera pas le seul à être touché par les risques.
 - La création de potentiels flux de revenus, et la richesse de son portefeuille.

- ❖ Finalement ont conclu que ce processus D'Open Innovation est clairement très efficace sur une multitude de fronts que l'entreprise peut rencontrer, donc, si bien que beaucoup de pratiques peuvent être déjà intégrées dans les fonctionnements de l'entreprise.

Conclusion du chapitre

Ce premier chapitre a été consacré à la présentation de l'innovation, La première partie de ce chapitre est consacrée à définir les éléments primordiaux liés à l'innovation. Dans la seconde partie de ce chapitre, nous avons mis en évidence les étapes et les mesures pour expliquer le processus et la démarche de l'innovation et sa performance dans des entreprises. Et la troisième partie est dédiée à définir la notion d'open innovation, grâce à cette démarche d'innovation l'entreprise n'est plus fermée sur elle-même, mais s'ouvre au contraire à d'autres acteurs externes.

Comme nous venons de voir, l'innovation est donc une condition du développement économique en générale et de l'évolution des entreprises en particulier.

Face à la globalisation, l'innovation n'est plus un choix mais une condition de survie pour l'entreprise car elle est la source forte de compétitivité, et un moteur de croissance des entreprises, et c'est elle qui détermine son avenir et son devenir. L'innovation se présente

comme un moyen pour séduire les investisseurs, accroître la compétitivité de l'entreprise, améliorer sa valeur sur le marché et se démarquer de ses concurrents, et sans innovation l'entreprise sera incapable de renouveler ses produits offerts, ses méthodes et son organisation de travail

Pour Schumpeter, l'innovation joue un rôle essentiel dans la concurrence effrénée que se livrent les entreprises.

Chapitre II :

La coopération publique-privée en Algérie : quels impacts sur l'innovation ?

INTRODUCTION

L'environnement économique de l'Algérie a toujours été marqué par une forte présence et prédominance des entreprises publiques de grande taille ayant un caractère stratégique et économique permettant à l'Etat de garder la mainmise sur ses entreprises afin de préserver son patrimoine. Cette situation s'explique aussi par son orientation passée socialiste et sa politique d'industrialisation menée après son indépendance en 1962.

Ainsi, pour garder le cœur économique et stratégique du pays, l'Algérie se dirige vers les coopérations publique-privée (CPP) pour acquérir du savoir et développer les connaissances managériales,

Notre étude sera focalisée sur la coopération publique-privée en Algérie, Nous ferons d'abord ressortir la grande variété des définitions données des CPP, nous passerons en revue les différents organismes de coopération pub-PV, et enfin, nous pensons qu'il est impératif de donner l'impact de la coopération pub-PV sur l'innovation.

Section 1 : Définitions et objectifs de la coopération publique-privée (CPP)

Les coopérations entre les secteurs public et privé représentent une nécessité dans le contexte actuel. La coopération publique-privée (CPP) est considéré comme un instrument pour moderniser la gestion des services publics et renforcer les capacités managériales par l'introduction de méthodes des entreprises privées au sein des organisations publiques.

Autrement dit, la CPP est un accord formel entre au moins deux partenaires l'un public, l'autre privé, conclu dans le cadre d'un projet (collaboration/engagement) en partenariat.

1.1 Définitions

Les CPP ne sont pas définis de manière uniforme dans la littérature économique, mais sont définis comme étant un mode de financement par lequel une autorité publique fait appel à des prestataires privés pour financer et gérer un équipement assurant ou contribuant au service public.

De manière générale, une CPP est un contrat légal entre une entité publique et une ou plusieurs entités privées dans le but de développer des projets, ou d'administrer des services publics, et d'assigner les responsabilités de même que les risques d'affaires entre les partenaires. Le secteur privé peut être représenté ici par une seule entreprise ou un groupe de sociétés collaborant ensemble.

« La coopération publique-privée est une entente contractuelle entre des partenaires public et privé qui stipule des résultats à atteindre pour améliorer la prestation de services publics. Cette entente établit un partage réel des responsabilités, des investissements, des risques et des bénéfices de manière à procurer des avantages mutuels qui favorisent l'atteinte des résultats. »²³

La banque mondiale définit la CPP comme un arrangement contractuel sur le long terme par lequel le secteur public transfère au secteur privé tout ou partie des responsabilités de conception, de financement, de construction, d'exploitation et de maintenance d'une infrastructure économique ou sociale²⁴.

Ainsi, la coopération représente une alternative qui complète le rôle du secteur public mais qui n'a pas pour but de remplacer son investissement. Pour cela, les projets de collaboration entre ces deux secteurs exigent plusieurs conditions : la transparence, la confiance, la volonté partagée de faire aboutir le projet dans le respect des clauses contractuelles, notamment le respect des délais et la capacité de travailler ensemble en partageant les risques et les gains.

²³ Nouredine Belhosine, Joseph Facal, Bachir Mazouz, Les Partenariats Public-Privé : une forme de coordination de l'intervention Publique à maîtriser par les gestionnaires d'aujourd'hui, *Télescope*, Revue d'analyse comparée en administration publique, février 2005, P 9.

²⁴ ZEMIRLI Radhia, HAMMACHE Souria « Partenariat public-privé en Algérie: une alliance stratégique et un vecteur de transfert de connaissances managériales », revue journal of economic studies and research in renewable energies, N°7, décembre 2017, P 508.

1.2 Les types

Il existe plusieurs types de CPP, parmi ces types on distingue :

1.2.1 La sous- traitance

Elle est la forme la plus traditionnelle de CPP et la plus répandue. Elle permet au secteur public de faire appel au secteur privé pour assurer des fonctions et réaliser des travaux spécifiques et ponctuels. Le partenaire privé paye une redevance annuelle à l'autorité concédant ou reçoit une subvention annuelle. Ce type de contrat contient des objectifs de performance, des mécanismes d'ajustement de prix et les caractéristiques du service public amélioré, en l'occurrence la qualité.

1.2.2 Le contrat de gestion

Consiste à déléguer à un tiers la gestion et l'exploitation des activités techniques et commerciales d'un service public, pour une durée généralement de 3 à 5 ans. Le plus souvent, le délégataire fournit le capital nécessaire au fonctionnement quotidien du service, mais ne finance pas les dépenses d'investissement. Le délégataire reste responsable des risques techniques et commerciaux en contrepartie desquels l'Autorité publique rémunère le gestionnaire.

« C'est un arrangement par lequel la gestion et la maintenance d'un service public est confiées à une entreprise privée qui reçoit en échange un paiement. Ce contrat peut porter la gestion d'équipements, la gestion du personnel, de la comptabilité ou encore des services marketing. »²⁵

1.2.3 Le contrat d'affermage

C'est un contrat (dont la durée varie entre 10 à 15 ans) qui combine une propriété publique des équipements avec une exploitation privée du service. La personne publique reste

²⁵ Ponty, Nicolas, Partenariat public privé et accélération de l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le développement en Afrique, p. 05.

propriétaire des installations, et le privé en assure la gestion et la rénovation pour fournir un service et en tirer un profit.

1.2.4 Le contrat de concession

La concession de service public est définie comme un contrat par lequel une personne publique (concedant) confie à une personne physique ou à une personne morale, généralement de droit privé, (concessionnaire) l'exécution d'un service public, à ses risques et périls, pour une durée déterminée et généralement longue et moyennant le droit de percevoir des redevances sur les usagers du service public.²⁶

✓ Les principes de la concession sont les suivants :

- la continuité du service est l'obligation de répondre de façon continue aux besoins des usagers.
- l'égalité de traitement des usagers ;
- et le principe de mutabilité du service, c'est-à-dire l'obligation pour le délégataire d'adapter le service aux circonstances et à l'évolution des besoins.²⁷

1.3 Les Objectifs et les avantages

➤ Objectifs

Parmi les objectifs recensés, nous pouvons dire que la CPP est un moyen permettant de :

- contrecarrer les contraintes budgétaires en accédant à l'apport de financement privé pour le secteur public ;
- mobiliser des actifs diversifiés permettant de réduire les coûts d'investissement ou d'exploitation ;
- une gestion des ressources humaines avec une stratégie de transfert réel de compétences ;

²⁶ Jean-Louis Lebrun, Accords de concessions, Conférence IMA, 13 février 2007.

²⁷ Frédérique predali, le financement des instructeurs de transport avec des PPP, IAURIF, Juillet 2007, p 10.

- cibler la formation du personnel dans des secteurs économiques stratégiques ;
- bénéficier du savoir-faire et des méthodes de fonctionnement du secteur privé et donc améliorer la qualité et l'efficacité du service ;
- donc, élargir l'action gouvernementale dans un esprit de service public ;
- créer une relation de confiance entre les partenaires et une volonté forte pour réformer le secteur en question ;
- réduire les conflits majeurs induisant une sensibilité sociale positive ;
- assurer une compétitivité et un avantage concurrentiel national.

➤ **Les avantages**

• **La recherche de compétences**

Dans la littérature économique relative aux CPP, la recherche de compétences est identifiée comme la raison principale de l'externalisation, et ce à cause du manque de compétences en interne. La coopération publique, et au lieu de s'intéresser au développement des compétences de ses personnels qui est généralement un processus très long qui génère des coûts élevés (coût de formation), préfère externaliser la fourniture du service public. Ce manque de compétence pousse l'administration publique à se concentrer sur ses missions régaliennes relatives au contrôle du service public et non pas sa production.²⁸

Aussi, le service public pourra être fourni par un partenaire privé avec un coût inférieur par rapport à son coût de production par l'État, tout en bénéficiant de l'expertise et de l'ingénierie de ce partenaire. Ce coût inférieur de production est la résultante des économies d'échelle, d'expérience et d'envergure dont le partenaire privé bénéficie.

²⁸ SAUSSIER Stéphane : « Economie des partenariats public-privé : développements théoriques et empiriques », éd. De Boeck, Paris, 2015, p. 49.

- **Les économies d'échelle**

Dans la plupart du temps, les entités publiques justifient le recours à ce mode de collaboration, en cherchant un partenaire privé de grande taille, par la possibilité de tirer un bénéfice en terme d'économie d'échelle. Autrement dit, si l'entité publique cherche à produire une grande quantité du service publique (objet du contrat), il est opportun d'externaliser cette production vers une firme (un partenaire) spécialiste en la matière et ayant plusieurs clients, ce qui va lui permettre de réduire ses coûts moyens (économie d'échelle). Cette situation va permettre au partenaire public d'assurer un service public d'une qualité supérieure (vu la spécialité du partenaire privé) avec un coût de production inférieur par rapport au coût nécessaire en cas d'internalisation.

- **Le partage des risques**

L'externalisation présente des avantages en matière de partage des risques. Elle permet de transférer un risque de production, de demande et d'exploitation du partenaire public au partenaire privé. En effet, l'importance de l'externalisation réside dans la diversification des risques par les opérateurs en fonction de leurs compétences dans la gestion de ces risques.

- ✓ **Autres avantages du CPP**

Les coopérations Publique-Privée ont des avantages sur le plan financier et le plan opérationnel. Le potentiel d'optimisation des ressources des CPP est supérieur à celui des modes de réalisations classiques, à condition d'y avoir recours pour les bons projets. La mise en place d'une infrastructure publique peut, grâce au CPP, être plus rapide et moins coûteuse et fournir un service public de qualité supérieure. Un projet réalisé en CPP permet de respecter les budgets et les échéanciers de construction et à faire preuve d'innovation, chose qui n'est pas toujours assurés par les autres modes de réalisation classiques.

Aussi, il reste nécessaire de signaler que le coût de financement du secteur privé est nettement supérieur au coût d'emprunt des entités publiques. Les bailleurs de fonds des deux partenaires ont intérêt de récupérer les coûts de financement pendant la durée de vie utile du projet, c'est pourquoi le partenaire privé se trouve dans l'obligation de payer une prime de risque élevée par rapport à celle payée par le partenaire public. Par conséquent, la solution du CPP revient, généralement, plus coûteuse que les modes de réalisation classiques.

Les CPP ont également un impact positif sur les dépenses publiques vu qu'ils permettent de réduire les dépenses et les niveaux d'endettement des personnes publiques en allant chercher des partenaires privés assurant des capitaux propres pour la réalisation des projets. Les avantages des CPP ne se limitent pas à l'optimisation des ressources et à la réduction des dépenses publiques, mais ils permettent aussi une optimisation du cycle de vie des projets en tenant compte dès le départ des besoins liés à l'exploitation et à l'entretien, ce qui permet de créer les conditions favorables au développement du projet grâce à une approche portant sur l'intégralité de sa durée de vie.

Section 2 : Les organismes de coopération publique-privée en Algérie en matière d'innovation :

Afin de réussir un partenariat parfait entre le secteur privé et les institutions de recherche publiques en ce qui concerne l'innovation et la productivité des idées innovantes, l'État algérien a consacré plusieurs organismes dans le but de la promotion de la recherche pour l'innovation.

En cette deuxième section nous avons prévu de traiter quelques organismes mis en évidence pour lancer l'activité de recherche en Algérie, commençant par le système national de recherche composé des universités, instituts de recherche et formation..., des agences nationales de l'innovation. et pour la valorisation des résultats de la recherche, Enfin quelques obstacles croisés par ces organismes.

2-1 : Le système national de recherche en Algérie :

En effet notre système de recherche est récent, cela dit qu'avant l'indépendance, il existait que des centres de recherche implantés par la France, donc aucun chercheur algérien n'existait à cette période. Qu'après l'émergence du système national de recherche algérien, ainsi que son évolution depuis l'indépendance jusqu'à nos jours, que nous avons depuis des chercheurs et organismes de recherche.

2-1-1 : Émergence et évolution du système national de recherche algérien :

Juste après l'indépendance de l'Algérie, commençant par la libéralisation des travaux de recherche initiés par la France, donc on a pu créer le conseil de la recherche scientifique (CRS), puis jusqu'en années 70 que le système national de recherche apparait, Donc c'est à partir de cette date que l'Algérie a commencé à mettre en œuvre les différentes institutions et structures nécessaires au développement de la recherche scientifique, à savoir²⁹ le Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique (MESRS) créé au début des années 1970 qui consacre l'intégration de la recherche scientifique aux activités d'enseignement supérieur. Celui-ci est suivi par la création de deux autres structures, le Conseil Provisoire de la Recherche Scientifique (CPRS) en 1971 et l'Office National de la Recherche Scientifique (ONRS) créé en 1973.

Depuis, quelques dates étaient marquées par des événements de l'évolution des instituts de la recherche en Algérie permettant de donner valeur et faveur pour l'innovation :

Tableau 3 : Évolution institutionnelle de la recherche scientifique en Algérie : 1962 à 2012 :

Instances	Date de création	Tutelle	Date de dissolution
Conseil de Recherche Scientifique-CRS	1963	Algéro - Français	1968
Organisme de Coopération Scientifique	1968	Algéro - Français	1971
Conseil Provisoire de la Recherche Scientifique- CPRS	1971	Algéro - Français	1973
Organisme National de la Recherche Scientifique-ONRS	1973	MES	1983
Commissariat aux Énergies Nouvelles-CEN	1982	Présidence de la	1986

²⁹ Chergui B, dans le forum « Université et entreprise des convergences pour quelles actions ensembles », organisé à CPE Ain el Bia le 4 au 6 juin 1995.

Chapitre II :la coopération publique-privée en Algérie : quels impacts sur l'innovation ?

		République	
Commissariat à la Recherche Scientifique et Technique- CRST	1984	Premier Ministère	1986
Haut-Commissariat à la Recherche-HCR	1986	Présidence de la République	1990
Ministère Délégué à la Recherche et à la Technologie- MDRT	1990	Premier Ministère	1991
Ministère Délégué à la Recherche et à la Technologie et l'Environnement- MDRTE	1991	Premier Ministère	1991
Secrétariat d'État à la Recherche- SER	1991	Ministère aux universités	1992
Secrétariat d'État SE	1992	Ministère de l'Éducation Nationale	1993
Ministère Délégué aux Universités et à la Recherche- MDUR	1993	Ministère de l'Éducation Nationale	1994
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique	1994	MESRS	-
Direction de la Coordination de la Recherche	1995	MESRS	-
Ministère Adjoint Chargé de la Recherche Scientifique	1998	MESRS	-
Ministère Délégué auprès du Ministère de	2000	MESRS	-

L'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique chargé de la RS			
Direction Générale de la Recherche Scientifique et du Développement Technologique DGRSDT	2008	MESRS	-

SOURCE : H. OULD MOUSSA OUCHALAL, 2016, Accès aux technologies, innovation et pratiques De recherche et développement dans le milieu Industriel public Algérien, thèse de doctorat, TIZI OUZZOU.

2-1-2 : Formes de la recherche en Algérie (institutions et politiques) :

La recherche en Algérie se subdivise en deux grandes parties à savoir³⁰ :

- La recherche publique conduite par le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique au niveau des universités et des centres de recherche ;
- La recherche parapublique réalisée par les autres Ministères et les entreprises ;

A. La recherche publique :

Effectuée essentiellement dans les universités algériennes, et qui remonte à ses débuts dans les années 70, ce secteur de recherche public maintient à nos jours et finance la recherche scientifique afin d'avoir des résultats d'innovation satisfaisants.

Le réseau universitaire algérien compte³¹ cent six (106) établissements d'enseignement supérieur répartis sur quarante-huit wilayas (48), couvrant tout le territoire national. Ce réseau est constitué de cinquante (50) universités, treize (13) centres universitaires, vingt (20) écoles nationales supérieures et dix (10) écoles supérieures, onze (11) écoles normales supérieures et deux (02) annexes.

³⁰ H. OULD MOUSSA OUCHALAL, Accès aux technologies, innovation et pratiques De recherche et développement dans le milieu Industriel public Algérien, thèse de doctorat, TIZI OUZZOU 2016

³¹ <https://www.mesrs.dz>

Les instituts de recherche publiques (voir aussi le tableau 01) malheureusement sont à l'encontre de quelques instabilités institutionnelles qui freinent l'activité de recherche notamment avec les soucis de financement et de donner la faveur à l'enseignement qu'à la recherche.

B. La recherche parapublique :

La recherche parapublique³² est réalisée principalement par quelques grandes entreprises publiques algériennes exerçant dans des domaines variés tels que les hydrocarbures, la pharmacie, la chimie, la sidérurgie, l'électroménager, la mécanique, l'électronique, etc.

Ces entreprises telles que SONATRACH, SIDER, SAIDAL ...disposent de leurs laboratoires et centre de recherche, et qui travaillent dans le but d'améliorer leurs services et d'apporter de nouvelles connaissances issues de leurs études et recherche.

La recherche parapublique est le résultat d'une pratique, d'une évolution professionnelle, alors qu'à l'université elle n'est qu'une création artificielle, une décision étatique sans enracinement professionnel³³.

2-1-3 : Développement du système de recherche en Algérie :

À Travers l'évolution historique de l'université Algérienne depuis les années 70 jusqu'à nos jours, sa finalité connaît des changements. Ceci dit que la finalité qui va nous intéresser est d'ordre économique, donc il s'agit d'assurer la formation d'un énorme potentiel de cadres qui vont répondre aux besoins des secteurs utilisateurs.

L'université semble être définie par le défi d'actualiser toutes les potentialités humaines du savoir, de concilier progrès scientifique et progrès humain. Sa finalité principale est la diffusion du savoir et la formation d'un potentiel de cadres qualifiés aptes à s'intégrer dans un milieu professionnel³⁴.

³² H. OULD MOUSSA OUCHALAL, 2016, Accès aux technologies, innovation et pratiques De recherche et développement dans le milieu Industriel public Algérien, thèse de doctorat, TIZI OUZZOU

³³ KHELFAOUI H, Op.cit., p 10

³⁴ FERFERA M Y et OUCHALAL H, « Ingénieurs et marché du travail. Formation adaptative et insertion des diplômés au sein de l'entreprise publique algérienne », CREAD N° 66- 67, pp 83- 108.

➤ *L'université algérienne a traversé trois périodes principales qui sont*³⁵ :

• **La période avant la réforme (1962-1970) :**

Période notamment marquée par le jour où l'Algérie a eu son indépendance donc elle a hérité de la France un système post colonialisme, depuis on n'a pas connu un potentiel d'ingénieurs suffisants afin de répondre aux attentes quantitatives et qualitatives de la population jusqu'à la période allant de 1963 vers l'avant de 1970 que l'Algérie a commencé la création de nouveaux instituts ainsi que des organismes d'aide à la recherche.

• **La période après la réforme (1971-2000) :**

Cette période a connu un vrai changement de structures et organismes intenses, cette intensification du développement par l'adoption du modèle des « industries industrialisantes » basée sur l'industrialisation, et particulièrement sur l'industrialisation lourde, a été menée en parallèle au démarrage de la première réforme du système d'enseignement supérieur, en 1971³⁶.

Donc en cette période la tâche première de l'université algérienne ainsi que des établissements de recherche mis en évidence est la formation d'un capital humain qualifié afin de valoriser la recherche et la science.

• **La période de l'introduction du système LMD (de 2001 à nos jours) :**

Le système dit LMD est une réforme universitaire introduite dans les établissements universitaires à l'échelle nationale dès 2004 en Algérie.

Ce système est une réforme réfléchi auparavant en 2002 par commission nationale pour la réforme du système éducatif (C.N.R.S.E), ainsi que l'enseignement supérieur est changé vers une logique de (Licence, Master, Doctorat), qui va porter des objectifs qu'on peut citer³⁷ :

❖ La professionnalisation de l'université telle que visée par la Refonte de l'Enseignement Supérieur (RES).

³⁵ H. OULD MOUSSA OUCHALAL, 2016, Accès aux technologies, innovation et pratiques

De recherche et développement dans le milieu Industriel public Algérien, thèse de doctorat, TIZI OUZZOU

³⁶ KHAOUA N, « L'entreprise, l'université et le marché du travail en Algérie : tentative d'analyse », dans la Revue « le chercheur » N° 6, 2008, p 9

³⁷ GHOUATI A, Op. cit, p 212

- ❖ La libéralisation progressive de l'enseignement supérieur comme le voulait les concepteurs du projet d'autonomie de l'université.
 - ❖ La neutralisation politique de l'université par l'introduction des critères « productivistes » et élitistes propres à une logique de marché imposée par les pays industrialisés.
- ✚ Finalement, d'après les statistiques disponibles on remarque que le système national de recherche en général ou les universités algériennes en particulier ont connues de vrais progrès depuis les premières réformes jusqu'à nos jours d'actualité.

2-2 : La promotion de la recherche pour l'innovation en Algérie :

Telle que connue, l'activité de recherche est très freinée en Algérie, ceci dit que l'activité de l'innovation sera moins importante, ce que, par la suite a poussé à mettre des différentes réformes au niveau des structures institutionnelles de la recherche établies depuis les années 70 à nos jours, ce qui est la naissance des agences nationales de la promotion de la recherche et de ses résultats (promotion de l'innovation), qu'on peut citer deux exemples fortement connus au niveau national dans l'activité de la promotion de la recherche pour l'innovation notamment des PME, En l'occurrence l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU) et l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET).

2-2-1 : Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU) :

L'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU) a été créée par le décret exécutif n°95-183 du 2 juillet 1995, cette agence est située à El Harrach/Alger, elle comporte un conseil d'orientation composé de représentants de différents ministères et un conseil scientifique composé de 15 membres (enseignants-chercheurs) de diverses spécialités. L'ANDRU a assuré la gestion financière et administrative de 555 projets de recherche. Ils étaient issus de trois avis d'appels à proposition lancés par la tutelle³⁸.

³⁸ Journal officiel (1995)

Cette agence a connu le jour grâce aux réformes engagées par le Ministère visant à soustraire la recherche scientifique aux aléas bureaucratiques. Dans un esprit de souplesse et d'efficacité de gestion, l'organigramme de l'Agence a donc été conçu en vue d'une fonctionnalité par objectifs

L'ANDRU 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.

À ce titre elle est chargée notamment³⁹ :

- D'élaborer ses programmes annuels et pluriannuels et de veiller à leur exécution.
- De procéder au suivi des appels d'offres thématiques dans le cadre des programmes.
- De financer sur budget programme, au moyen de conventions et/ou contrats les projets de recherche retenues.
- De procéder à la mise en place des dispositifs de suivi et d'évaluation des activités de recherche.
- D'assurer la diffusion et la valorisation des résultats de la recherche.
- De 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 .
- De favoriser et soutenir les programmes de formation, de perfectionnement et de recyclage liés à son domaine d'activité .
- D'entretenir et développer des relations d'échange et de coopération avec tout organisme national ou étranger .
- De promouvoir et dynamiser les mécanismes et circuits de soutien et de gestion administrative et financière de la recherche universitaire .
- D'apporter son assistance, en tant que besoin, sur le plan technique et financier pour l'acquisition d'équipements et de documentations scientifiques nécessaires à la réalisation de ses programmes .

³⁹ M.AOUCHICHE, ANDRU, dans <https://www.gazettelabo.info/archives/assoc/2008/25andru.htm> en novembre 2008 n°25.

Finalement on remarque que La communauté universitaire reconnaît à l'agence un rôle déterminant dans la dynamisation effective des relations intersectorielles, en tant qu'interface active entre les laboratoires universitaires de recherche et les entreprises nationales publiques et privées.

2-2-2 : Présentation et missions de L'ANVREDET :

C'est en 1998 qu'a été créée l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la recherche et du Développement Technologique (ANVREDET)⁴⁰.

L'ANVREDET 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.


L'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET) se place comme l'instrument national permettant d'absorber les tensions entretenues entre la rigueur et la stabilité d'une part, et le changement, condition de survie, d'autre part. La relation, à laquelle nous aspirons tous acteurs de l'innovation, qui mets en jeux des produits de recherche à valoriser, et leur transfert technologique ne saurait se faire que par « UN PONT » à construire où l'ANVREDET est l'acteur⁴¹.

L'ANVREDET trace sa mission autour de stratégies bien étudiées basées sur la valorisation des résultats de la recherche des différentes institutions de recherche, ceci marque que L'ANVREDET tente de créer des ponts entre des institutions internationales pouvant offrir des formations à distance et impliquer le maximum d'experts nationaux afin de bénéficier des cours enseignés et internaliser l'expérience étrangère en matière d'innovation et de développement technologique⁴².

⁴⁰ Journal officiel (1998)

⁴¹ <https://www.anvredet.org.dz>

⁴² MERABET H., chargé de la coopération et du partenariat ANVREDET. *Dans* Bulletin des énergies renouvelables N° 2, Décembre 2002.

 ***Parmi les missions essentielles de L'ANVREDET on peut citer⁴³:***

- ✓ Identifier et sélectionner les résultats de la recherche à Valoriser.
- ✓ Valoriser et Transférer les nouvelles technologies vers le secteur socio-économique.
- ✓ Dynamiser la croissance économique par l'INNOVATION.
- ✓ Soutenir et accompagner les idées innovantes.
- ✓ Assurer une veille technologique.
- ✓ Développer et promouvoir la coopération et l'échange entre le secteur de la recherche et le secteur Socio-économique.
- ✓ Renforcer les liens entre le secteur de la recherche scientifique et l'industrie.
- ✓ Créer une dynamique au sein de l'économie nationale permettant l'émergence d'entreprises innovantes.
- ✓ Développer une culture d'innovation au sein des entreprises nationales afin que celle-ci tende à devenir la première source de croissance et d'amélioration de la productivité par l'appropriation des technologies émergentes.
- ✓ Création d'emplois.

❖ ***Finalemment*** on déduit que l'ANVREDET est un moteur qui lance l'entreprise depuis la naissance de son idée, jusqu'à sa création en l'assistant sur un long d'étapes marquées notamment par l'étude du projet, l'étude du marché et partenariat.

2-2-3 : Les obstacles croisés à la promotion de la recherche pour l'innovation en Algérie :

Telle que connus, la recherche scientifique ainsi que le système innovant en Algérie sont pas vraiment améliorés, déjà analysé par des experts du domaine qui sont les chercheurs (KHELFAOUI H., 1997, ARABI K., 2007, DJEFLAT A., 2004, etc.), la situation du passée et celle du présent semble être les mêmes, car au lieu que ça soit développée, les mécanismes d'aide au lancement de la recherche et l'activité d'innovation cependant des chercheurs constatent que les résultats de la recherche sont relativement faibles, d'un autre angle on voit

⁴³ <https://www.anvredet.org.dz>

que ce processus de valorisation et de la promotion de la recherche pour l'innovation est à l'encontre de quelques obstacles qui le freinent.

Ces obstacles ne viennent pas forcément de l'extérieur ou de l'intérieur de ces organismes d'aide à la promotion de l'activité de la recherche pour l'innovation, mais que chaque facteur ayant participé au blocage de ce processus est considéré comme un outil de ralentissement pour la valorisation de l'innovation.

❖ Parmi les blocages que souffre le système de recherche pour l'innovation algérien, on peut citer :

- La négligence de l'activité de recherche et des travaux de laboratoire effectués par des jeunes start-up.
- La dévalorisation de quelques recherches non-reconnues.
- Mauvaise évaluation des chercheurs et manque de fiabilité des chercheurs de la qualité de leur travail.
- Un faible potentiel du nombre des chercheurs actifs comparativement à l'effectif total disponible.
- Une faible productivité du chercheur local.
- Le manque des publications académiques.
- Difficultés de moyens financiers et budget consacré.
- Difficultés de moyens matériels et infrastructures disponibles.
- La non-disponibilité des éléments nécessaires d'aide à la recherche pour l'innovation.
- La fuite des cerveaux vers des pays étrangers qui sera par la suite privera la recherche locale de leurs connaissances.
- Manque d'encouragement et l'inspiration pour le chercheur afin qu'il sera incité produire et à chercher.
- Une politique non-adaptée du gouvernement à propos de l'accompagnement de la recherche.
- Une très faible partie de PIB consacrée pour la recherche (dépasse pas les 0,54% en Algérie or que d'autres pays estimée de 3 à 5 du pourcentage total de leur PIB respectivement pour la république de Corée et l'Israël⁴⁴).

⁴⁴ <https://banquemonddiale.org>

Section 3 : la coopération université-entreprise en matière de recherche pour l'innovation en Algérie : impacts et implications :

Afin de réussir un processus d'innovation parfait sur le plan technologique, stratégique et opérationnel, des procédés et du management, l'entreprise est tenue d'établir un partenariat avec une unité de recherche que ce soit universitaire ou une institution de recherche publique.

Par ailleurs cette institution de recherche qui est l'université doit également s'ouvrir sur le monde économique et répondre à ses aspirations dans le domaine de la recherche sous ses différentes formes.

En cette dernière section de notre travail, nous allons évoquer ce contexte de coopération université-entreprise ensuite les rôles joués ainsi que ses objectifs visés, finalement l'état des lieux de ce partenariat qui existe entre l'université algérienne publique et les entreprises nationales des deux secteurs en général, traiter et analyser cette coopération établie, et tirer les impacts liés à ces parties prenantes provoqués par cette coopération.

L'objet de notre étude est de déterminer les caractéristiques d'un partenariat efficace entre l'entreprise et l'université en Algérie. L'objectif consiste à faire prendre conscience, à un plus grand nombre d'entrepreneurs et de chercheurs universitaires des avantages et des modalités de la recherche réalisée dans le cadre de ce partenariat. Cette collaboration est une base essentielle pour toute innovation dans le secteur économique et universitaire.

3-1 : Contexte de la coopération université-entreprise :

La coopération ou bien la collaboration, elles constituent aujourd'hui les leviers sur lesquels se fondent les entreprises pour échapper aux contraintes qui entravent leur processus d'innovation. Cette approche de la recherche dite coopérative ou collaborative forment des relations coopératives du point de vue des entreprises qui cherchent à bâtir leur activité

d'innovation en sollicitant une expertise externe, auprès de l'université et des autres institutions de recherche publique.

3-1-1 : Définition du concept :

La coopération université-entreprise est un partenariat entre deux entités venant de deux secteurs différents qui est qualifiée à son tour comme une alliance, tandis que les universités font des recherches afin de dévoiler de nouvelles connaissances, or le but ultime d'une entreprise est le profit. Deux facteurs les rapprochent : les universités adoptent davantage une perspective d'entrepreneur, et les entreprises ont une meilleure appréciation du savoir-faire des chercheurs universitaires ainsi que de la manière dont cela peut contribuer à leur succès commercial.

Donc avec cette jointure que l'université et l'entreprise ne peuvent pas se séparer, au contraire de vraies relations les a liées pour un partenariat basé sur le partage de connaissances, recherches, expérience, pratiques et innovations.

3-1-2 : Rôles et objectifs :

Cette coopération existante entre l'université et l'entreprise, retient la notion sur laquelle une entreprise cherche à recourir une institution universitaire, et réciproquement, pour l'apprentissage ou l'utilisation d'un appareillage spécialisé ou d'un savoir-faire particulier, ceci dit que cette liaison entretenue aura des rôles et des objectifs spécifiques.

Rôles :

Lors d'établissement d'une coopération université-entreprise en matière de recherche pour l'innovation, ce fait joue une multitude de rôles concrets, qui à leurs tours iront à ces deux parties prenantes, parmi les rôles essentiels que cette coopération peut jouer sont :

En premier lieu il faut faire un recensement général des besoins des entreprises en termes de matière de recherche pour innovation, Puis transférer à l'industrie l'expertise, le savoir-faire et les technologies développées par l'université, Ensuite l'élaboration et la mise en œuvre des

partenariats de recherche pour l'innovation et des alliances stratégiques à long terme avec les entreprises ainsi favoriser la formation pratique des étudiants par l'organisation de stages pratiques en entreprises, Finalement l'établissement des protections avancées sur la recherche-développement au profit des entreprises.

 **Objectifs:**

En autres termes d'actions sur le terrain, les objectifs possibles existants et retirés suite à une coopération université-entreprise en matière de recherche pour l'innovation sont :

- Réalisation des études de marchés basées sur des techniques approuvées en manière d'une innovation organisationnelle.
- Conclure des accords de licence pour le savoir-faire, brevets d'innovation, logiciels.
- Établissement des cellules industrielles de recherche en vue d'obtention des résultats innovants.
- Participation à des associations de recherche où l'université peut être un partenaire et participe, ainsi, à la définition des objectifs, à la réalisation et au financement des travaux.
- Venir en aide et soutenir en phase de démarrage les entreprises de haute technologie en matière du savoir-faire.
- L'articulation sur la coopération internationale pour contribuer au transfert et à la maîtrise de la technologie innovante.

3-1-3 : États des lieux de la coopération université-entreprise en Algérie :

En Algérie, au lendemain de l'indépendance, les efforts de l'État étaient surtout centrés sur la promotion de l'enseignement au détriment de la recherche. Les préoccupations des pouvoirs publics dans les années 60 et 70 étaient surtout orientées vers la mise en place d'un outil de production que l'université devrait pourvoir en personnel d'encadrement. Parallèlement, chaque secteur industriel a construit son propre outil de formation. Certains secteurs industriels ont acquis des niveaux de maîtrise technique et organisationnelle

appréciables qui ont permis dès la fin des années 70, à la mise en place d'un embryon de structure de recherche « R&D » : SONATRACH, SNS, SONACOM, SONELGAZ etc.⁴⁵.

Le système national de recherche en Algérie a connu de nombreuses périodes qui lui ont permis d'acquérir une expérience importante sur la scène économique, sociale et politique, cependant malgré cette expérience, la relation entre l'université et l'entreprise Algérienne, durant cette dernière décennie, est très limitée. Les rares exemples de collaboration et d'expériences concrétisées par ces deux institutions se limitent à certaines actions d'initiative individuelle, en vue d'une absence d'un accompagnement solide entre les activités de recherche pour l'innovation effectuées par les utilisateurs universitaires et la concrétisation des projets par les entreprises de toutes les tailles.

D'un autre point de vu on observe que le phénomène concernant le partenariat scientifique, les entreprises algériennes préfèrent adresser leurs demandes d'études et d'expertise aux centres de recherche plutôt qu'aux universités que ce soit dans le domaine de la technologie ou celui des sciences sociales (organisation, gestion, finance, etc.). Ce phénomène qui relève beaucoup plus d'un réflexe de routine plutôt que d'un choix rationnel s'explique, selon KHELFFAOUI .H, par les principales raisons suivantes⁴⁶ :

- ❖ Les centres de recherche ont une plus longue tradition de collaboration avec les entreprises qui fait d'ailleurs partie de leur mission officielle. Cependant, la mission principale de l'université est l'enseignement.
- ❖ Les universités inscrivent leur partenariat avec les entreprises dans le cadre de projets de recherche préalablement formulés par elles-mêmes. Les projets de recherche, que les chercheurs universitaires présentent aux entreprises, ont des préoccupations purement scientifiques, ce qui rend difficile et parfois même impossible l'implication des ingénieurs et techniciens de l'entreprise à la réalisation de ces projets.

⁴⁵ A. MANSOUR et A. ABEDOU, LA COOPERATION ENTREPRISE-UNIVERSITE DANS LE DOMAINE DE L'INNOVATION, Les Cahiers du Cread, vol. 35 - n° 02 – 2019.

⁴⁶ KHELFFAOUI H, « La collaboration recherche-industrie en matière d'innovation en Algérie », dans, l'intégration de la science au développement Expériences Maghrébines, Ed ADEES Publisud, Paris 2006.

- ❖ En bref, les conventions réalisées entre les universités et les entreprises sont vagues et ne définissent pas clairement le cahier de charges technique de l'entreprise c'est-à-dire la contribution des ingénieurs et techniciens à la réalisation du projet.

- ❖ Au sein des universités, la recherche-action est en bute aux critères qui régissent la carrière des universitaires. Ces critères sont plus favorables à l'enseignement et à la recherche académique qu'à l'innovation. Certains enseignants universitaires pensent que l'innovation et la publication sont en concurrence. Il faut donc opter pour l'une des deux mais pas les deux à la fois. Il y a d'autres enseignants qui trouvent que ce n'est pas évident qu'un brevet puisse faire l'objet d'une publication.

- ✚ Enfin cette relation de partenariat entre l'université et l'entreprise jugée de plusieurs facteurs qui la déterminent, reste toujours porteuse de valeurs utiles pour la recherche et sa valorisation au sein des organismes d'accueil et de transformation d'idées innovantes en produits, services ou procédés, et elle donne d'énormes faveurs à la société en question.

3-2 : impacts et implications de la coopération université-entreprise :

D'un point de vue général et sur la base de plusieurs enquêtes empiriques effectuées par une multitude de chercheurs du domaine (DJEFLAT, KHELFAOUI.H...), les modalités significatives d'une coopération ou bien d'une collaboration entre les entreprises et les universités algériennes et avons relevé les facteurs susceptibles d'impacter la réalisation des activités d'innovation entre ces deux parties prenantes ainsi que la société de sauvegarde de cette liaison.

Avec l'existence et la fortification de cette complémentarité, l'entreprise et l'université ont des structures spécifiques qui poursuivent des objectifs différents mais complémentaires. Si la première vise à produire des biens et des services afin de réaliser des bénéfices, elle offre également du travail et génère de la richesse grâce à la valeur ajoutée qu'elle inclut dans son patrimoine. L'université par contre, est un établissement public de formation. Sa fonction première est de développer des connaissances par l'enseignement et la recherche, mais elle remplit aussi, une mission de service public au profit de la société. Autrement dit malgré la

différence de l'activité et des secteurs la coopération entre l'université et l'entreprise génère des impacts sur ses parties prenantes.

Parmi les impacts conséquents de cette coopération, on peut les partager en trois (03) catégories :

- 1- Les impacts liés à l'université ;
- 2- Les impacts liés à l'entreprise ;
- 3- Les impacts liés à la société ;

3-2-1 : les impacts liés à l'université :

Lors de cette coopération qui rapproche l'université et son partenaire de terrain qui est l'entreprise, cette dernière aura impacté l'université avec cette liaison, d'une façon directe ou indirecte, ceci dit que c'est grâce à cette coopération qu'on aura la possibilité d'évaluer les besoins de l'économie et de développer en conséquence les activités universitaires, la possibilité de placer les étudiants dans les entreprises, de façon à compléter l'enseignement théorique par une expérience pratique, puis le perfectionnement du personnel, obtenu en donnant aux universitaires l'occasion d'acquérir cette expérience pratique, notamment l'encadrement des étudiants, en particulier, au cours des stages.

On aperçoit aussi que les Forums université –entreprise et les rencontres thématiques université –entreprise seront de réels bénéfices moraux au profit des diplômés universitaires pour les suivre et les accompagner au termes d'information sur les dispositifs de demander l'emploi et de le présenter comme une formation à la création des entreprises portant objet de leur idée nouvelle en vue d'avoir de brevets d'innovations en concrétisant leur projet.

Ensuite ce processus de coopération permet l'élaboration de répertoires des entreprises par secteur ou filière d'activité, en vue d'envoyer des invitations pour répartir les étudiants pour retracer et présenter leurs expériences dans la vie active et professionnelle loin de la pédagogie universitaire et de la théorie en les évaluant, cette évaluation comprendra les travaux de fin de cycles, aura lieu par les professionnels (mémoires, rapports de stages ...), et elle peut élaborer des programmes et des opportunités d'implication dans les activités d'enseignement au profit des étudiants et leur donner la facilitation à l'accès à l'information sur l'entreprise à travers des dialogues ,ateliers, forums...

3-2-2 : impacts liés à l'entreprise :

Comme on l'a déjà assigné que cette coopération aura impacté l'activité de l'entreprise et elle va essayer de lui inclure sous forme de données de recherche afin que cette entreprise bénéficiera et aura accès à la recherche tant fondamentale qu'appliquée afin de transformer une idée innovante en produit, service ou technique de procédé.

Suite à une coopération université-entreprise le recrutement de diplômés plus qualifiés et mieux adaptés du fait que l'on aura tenu compte des besoins de l'industrie spécialisée par cette entreprise ou une activité qui offre des services nécessitant un savoir-faire élevé, autrement cette entreprise aura l'accès à toute une série de dispositifs de formations complémentaires que l'université aura contribué à élaborer notamment issues d'une recherche en vue de l'obtention d'une nouveauté.

Ensuite l'entreprise collaborée avec l'université aura l'accès aux installations matérielles des universités et aux compétences de son personnel pour développer son activité en tenant des relations directe avec les premiers responsables des archives de recherches, de consultations et d'informations de l'université, ceci va directement impacter et impliquer à l'amélioration de son image de marque dans la société où elle fonctionne, ce qui signifie que davantage d'étudiants seront attirés par ce secteur, encouragés et remplis d'enthousiasmes, ces étudiants ou diplômés universitaires auront intérêt à travailler dans ce secteur et à produire dans la recherche pour l'innovation à son profit.

3-2-3 : impacts liés à la société :

Enfin, l'économie dans son ensemble bénéficiera de la collaboration entre l'université et l'entreprise grâce à l'amélioration du rendement des investissements dans l'enseignement supérieur ce qui va à l'amélioration des conditions offertes, ensuite avec cette coopération on aura une efficacité accrue de la contribution apportée par l'enseignement au développement économique et social pour une meilleure utilisation rationnelle des ressources humaines et matérielles ce qui entraîne par la suite une diminution des tensions sociales et politiques qui accompagnent le chômage des diplômés, autrement dit une baisse de chômage et des diplômés sans emplois.

En outre, cette action partenariale université-entreprise, à travers des stages, est génératrice d'avantages non moins importants aux étudiants et qui consistent essentiellement à

faciliter leur orientation professionnelle par une meilleure connaissance de la vie des entreprises dans sa dimension économique et humaine, son organisation, ses métiers et leurs évolutions, cependant ils vont acquérir une plus grande lisibilité des attentes des entreprises, des opportunités qu'elles offrent et des débouchés proposés.

Les implications et les impacts précités concernent le partenariat entre université et entreprise d'une façon générale, ceci dit que ce type de liaison, s'est principalement consacré sur plusieurs domaines celui de la gestion, science, l'ingénierie et la technologie... tous ces domaines présentent une grande importance pour encourager, valoriser, booster le système de la recherche scientifique en vue d'avoir des finalités en matière d'innovation des domaines cités en faveur de répondre aux attentes des individus de la société et remplir leurs besoins procurés, donc cette liaison y est également nécessaire. Néanmoins, la collaboration entre une entreprise et une université a une importance particulière dans l'environnement économique et social et s'étale sur ces domaines qui donnent une influence efficace sur le développement économique et social.

- ✚ Ce partenariat avec les entreprises revêt une importance particulière dans les secteurs de l'enseignement et de la recherche. En effet, le partenariat université-entreprise s'inscrit dans la mission de l'université pour lui permettre d'être en symbiose avec son environnement économique à travers de passerelles multiples allant de l'université vers l'entreprise et inversement donc on constate que l'université est face aux défis inédits : accroissement des effectifs étudiants, insuffisances de moyens, concurrence externe dans diverses domaines de l'enseignement, exprime d'avantages son besoin de s'associer à d'autres ressources ou expertises pour réaliser de façon optimale les missions qui lui incombent. D'autre part l'entreprise en tant que moteur de développement économique et social et en tant qu'employeur des sortants de l'enseignement supérieur confronte, elle aussi, un défi de compétitivité intense. Pour relever ces défis et profiter des avantages du partenariat, il s'avère opportun, que les deux institutions entament des relations partenariales en vue d'acquérir des résultats satisfaisants en matière de recherche pour l'innovation.

Conclusion du chapitre

Dans ce chapitre nous avons présenté le CPP et les différentes formes, modèles de CPP, ainsi que les avantages où les deux parties peuvent en bénéficier, puis dans la seconde partie de ce chapitre, nous avons traité quelques organismes de coopération pub-PV pour lancé l'activité de recherche en Algérie, au cours de cette section nous avons constaté que malgré les problèmes institutionnels et les blocages ainsi que les obstacles rencontrés presque d'une manière quotidienne, la recherche n'a pas cessé de s'améliorer avec un rythme paisible et calme en vue d'affronter le climat des affaires ainsi que la qualité du gouvernement Algérien d'une part et sa négligence vis-à-vis les organismes d'aide à la promotion et à la valorisation des activités de recherche pour l'innovation d'une autre part. et dans la dernière section de ce chapitre nous avons traité la coopération université-entreprise on peut dire que cette coopération forme une jointure efficace dans le but de fusionner ces deux secteurs, celui de la recherche pour l'innovation et celui de la pratique de cette recherche.

La coopération Publique-Privée est un concept nouveau mais qui a pris une tendance de plus en plus importante dans les nouvelles formes de coopération.

Les Partenariats Public-Privé n'est pas le remède miracle à tous les maux qui affectent l'action publique pour améliorer ses services. Mais cette forme de coordination reste une des solutions pour mettre le service public au service du public.

Conclusion générale

Un processus d'innovation est devenu comme une démarche stratégique nécessaire pour faire face à l'intensification de la concurrence et aux évolutions perpétuelles du marché. Cela se traduit par la volonté de maintenir et d'augmentation des parts du marché et la réduction des coûts et d'une plus grande flexibilité de la production. Toutefois, ce processus d'innovation engendre des contraintes d'ordre financier, technique etc. ...

Donc l'innovation et son organisation sont des activités que l'entreprise s'attache à mettre en place des structures flexibles dans le but d'aboutir à des résultats exploitables, tandis que les financements de plus en plus lourds tendent à orienter les entreprises vers une stratégie interactive d'innovation qui suppose que l'entreprise établisse de nouvelles relations avec son environnement (institutions de recherche publiques, universités), afin de constituer un véritable réseau d'innovation collaboratif.

La problématique qui nous a guidée tout au long de ce travail est une problématique qui intéresse beaucoup d'entreprises. Nous avons vu que l'innovation est un phénomène complexe qu'il faut savoir apprécier dans sa dimension systémique et que l'influence de l'organisation et du management sur ce processus est bien réelle. Car elles peuvent aussi déterminer les orientations stratégiques de l'entreprise et la structure organisationnelle qui en découlerait.

Mais des solutions peuvent être envisagées. Car l'innovation participative en fait partie. Plus qu'un avantage, elle devient une nécessité à la fois économique et sociale, pour l'entreprise, l'obtention d'un avantage concurrentiel passe bien souvent par l'innovation, une association entre d'un côté les impératifs économiques environnementaux et de l'autre, le facteur social, gage de stabilité et d'implication, associé à toute démarche d'innovation. Ainsi, pour réussir, sur ces marchés les entreprises, doivent libérer les forces créatrices qui sommeillent en leur sein, d'ouvrir ses portes à des sources managerielles externes qui portent des connaissances scientifiques issues de recherche en vue d'obtention d'idée nouvelle en son profit.

Notre travail est basé essentiellement sur des recherches bibliographiques et sur les études empiriques réalisées auprès de spécialistes et d'experts en management de l'innovation et de coopération entre les entreprises et les institutions de recherche publique notamment les universités, nous ont permis de recueillir des avis riches d'enseignements sur ce thème.

Conclusion générale

Au départ nous avons touché les différentes étapes d'un processus d'innovation, de l'idée émergente initiale vers sa réalisation, démontrer quelques aspects théoriques généralistes de ce concept, Et puis, tout au long de cette recherche nous avons essayé d'apporter des solutions élémentaires à notre question posée : « est ce qu'il existe une coopération entre les institutions de recherche publique et les entreprises et quels sont ses impacts ? »

Afin de répondre à cette problématique, nous avons présenté tout au long de cette recherche bibliographique les pratiques d'innovation au sein d'une entreprise et comment cette dernière aura fait confiance d'ouvrir ses portes à des sources de connaissances managérielles externes afin de profiter de cette recherche.

Nous avons cité que l'innovation est une notion enrichie par de différentes approches théoriques et les travaux des économistes, ce processus aura un but déterminé qui est la conservation de la compétitivité dans un marché particulier, l'entreprise doit également mettre en évidence des fonctions, notamment celle de la recherche et développement, mais aussi elle couvrera la recherche d'informations et de la connaissance établie au sein des établissements de recherche publiques et les universités, afin de bénéficier des critères de la qualité, de couts et délais.

Notre recherche théorique qui est basée sur l'étude du phénomène de l'innovation au sein des entreprises ainsi que la participation des universités au bon fonctionnement et d'aide à la recherche, on retient donc, toute forte coopération entre une université et une entreprise engendre un maximum de flux d'informations et de connaissances vers les deux côtés, un avantage commun et un bénéfice bilatéral, ce type de coopération qui nécessite la disponibilité des ressources au sein de ces deux entités (ressources humaines, managérielles, financières et matérielles).

D'après la recherche on remarque que le processus de l'innovation au sein des entreprises Algériennes est limité, et qui dépend de plusieurs facteurs tant institutionnelles que économiques et sociales, ces obstacles croisés par les entreprises et les chercheurs freinent l'activité de l'innovation au profit de l'économie Algérienne, durant cette recherche nous avons retenu que la coopération entre les universités Algériennes et les entreprises qui exercent des pratiques d'innovations revient avec quelques fruits et éléments clés pour la

Conclusion générale

valorisation de la recherche afin d'obtenir de nouvelles idées afin de les concrétiser en produit, services ou technique de procédé, cependant on a remarqué que la professionnalisation de l'offre de formation est une réponse aux besoins de l'entreprise en terme de recherche et aussi aux besoins de la société car elle remplit une fonction de service public, la mise en place de cette formation permet un rapprochement entre les universités et autres secteurs notamment les entreprises qui seront intéressées par la formation donnée aux diplômés universitaires, cela va attirer leur maximum afin de les faire intégrer au sein de ses équipes de travail et donner des formations continues pour améliorer la capacité de ses ressources humaines, l'entreprise aura donc créée un partenariat avec les universités qui n'attend qu'à le faire promouvoir et le faire développer, l'université donc aura l'avantage de s'ouvrir vers un milieu socio-économique professionnel.

Grâce à cette formation continue des universitaires va se permettre d'y accéder aux différentes structures des entreprises en faisant leurs stages pratiques et les travaux de mémoires de fin de cycle des ingénieurs et mémoires de masters et de les aider à préparer leurs projets professionnels à l'avenir, car par ce biais l'université peut répondre aux questions de l'innovation, de l'amélioration de la production et du niveau de performances de l'entreprise. Ce processus peut contribuer à la formation et la préparation des futurs cadres dont elle a besoin (entreprise). Cette dynamique de réalisation des travaux de mémoires au sein de l'entreprise permet aux diplômés d'y accéder en proposant un projet qui leur permet d'avoir une place privilégiée au sein de celle-ci. Réaliser des travaux de fin cycle en entreprise c'est aussi une porte, un espace, une organisation pour intégrer les enseignants dans le monde de l'entreprise, où l'enseignant devient aussi un acteur actif au sein de l'entreprise.

Enfin, à notre avis c'est le moment d'accroître les relations université-entreprises Algériennes pour développer les procédés qui permettent de créer des nouveaux produits, afin, d'une part, réaliser une meilleure compétitivité des entreprises et gagner des parts de marché, que ce soit, à l'échelle nationale ou internationale. D'un autre côté, permettent la création de nouveaux débouchés. En routeur, elles accordent; une meilleure extension des connaissances au niveau des universités, une meilleure formation des chercheurs et une garantie de transfert réciproque des connaissances.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

1. B. BELLON, « L'innovation créatrice », Edition Economica, Paris, 2002, P.06
2. E.M. ROGERS « Diffusion of innovation », The free press, 4thedition, New York, 1995, P.112
3. F. NICOLAS et L. KRIEGER, « Innovation, clef du développement : Trajectoires des pays émergents » Edition Masson, Paris, 1995, P.125.
4. LAROUSSE, « Dictionnaire encyclopédique », 1998.
5. LIONEL Collins, PAUL Legriel et LEJA Jean-Jacques, « Politiques de l'entreprise », Edition Dalloz,2009, p30
6. LOILIER.T, TELLIER.A, « Gestion de l'innovation », Édition Management et Société France, 1999, P.16.
7. LORINO P. Contes et récits de la performance, « Essai sur le pilotage de l'entreprise, Les Editions d'Organisation », Paris, 1995.Page 23.
8. Manuel d'Oslo, OCDE/Eurostat 1997, page 39.
9. MANUEL d'Oslo, « Principes directeurs proposés pour le recueil de l'interprétation des données sur l'innovation technologique », 3ème Édition, OCDE, 2005. P.55-56
10. Manuel d'Oslo OCDE /Eurostat 2005, page 169.
11. ROMON. F, WALCH. S, « Le Dictionnaire du Management de l'innovation », 2^{ème} édition, 2008, page82
12. R. SOPRANOT et E. STEVEN, « Management de l'innovation », Ed. Dunod, Paris, 2007, P.19.
13. SAUSSIÉ Stéphanie : « Economie des partenariats public-privé : développements théoriques et empiriques », éd. De Boeck, Paris, 2015, p. 49.

Articles et revues

1. A. MANSOUR et A. ABEDOU, « LA COOPERATION ENTREPRISE-UNIVERSITE DANS LE DOMAINE DE L'INNOVATION », Les Cahiers du Cread, vol. 35 - n° 02 – 2019.

2. Chergui B, dans le forum « Université et entreprise des convergences pour quelles actions ensembles », organisé à CPE Ain el Bia le 4 au 6 juin 1995.
3. Pour une nouvelle vision de l'innovation, Pascal Morand et Delphine Manceau, rapport (2009).
4. CROITUYU A. Schumpeter, J A., 1934: A review to a book That is 100 years old. Journal of comparative research in anthropology and sociology. Vol.3, N 2.2012. p.137.
5. Frédérique predali, « le financement des instructeurs de transport avec des PPP », IAURIF, Juillet 2007, p 10.
6. GHOUATI A, Op. cit, p 212
7. Jean-Marc Xuereb (1991), cité par Frédéric TOMALA, Olivier SENECHAL, Christian TAHON. 3^{ème} Conférence Francophone de processus modélisation et simulation, « Conception, Analyse et Gestion des Systèmes Industriels », MOSIM'01 – du 25 au 27 avril 2001 - Troyes (France)
8. KHAOUA N, « L'entreprise, l'université et le marché du travail en Algérie : tentative d'analyse », dans la Revue « le chercheur » N° 6, 2008, p 9
9. KHELFAOUI H, Op.cit., p 10
10. KHELFAOUI H, « La collaboration recherche-industrie en matière d'innovation en Algérie », dans, l'intégration de la science au développement Expériences Maghrébines, Ed ADEES Publisud, Paris 2006
11. MERABET H., « chargé de la coopération et du partenariat ANVREDET ». *Dans* Bulletin des énergies renouvelables N° 2, Décembre 2002.
12. Noureddine Belhosine, Joseph Facal, Bachir Mazouz, « Les Partenariats Public-Privé : une forme de coordination de l'intervention Publique à maîtriser par les gestionnaires d'aujourd'hui, » *Télescope, Revue d'analyse comparée en administration publique*, février 2005, P 9
13. Ponty, Nicolas, « Partenariat public privé et accélération de l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le développement en Afrique », p. 05.
14. R.G. Cooper (1979), cité par TOMALA. Frédéric, SENECHAL. Olivier, TAHON. Christian, « Modèle de processus d'innovation ». 3^{ème} Conférence Francophone de processus modélisation et simulation « Conception, Analyse et Gestion des Systèmes Industriels », MOSIM'01 – du 25 au 27 avril 2001 - Troyes (France).

15. ZEMIRLI Radhia, HAMMACHE Souria « Partenariat public-privé en Algérie: une alliance stratégique et un vecteur de transfert de connaissances managériales », revue journal of economic studies and research in renewable energies, N°7, décembre 2017, P 508.

Mémoires et thèses

1. Adel Amin AMMAR « Adaptation et mise en place d'un processus d'innovation et de conception au sein d'une PME » thèse de doctorat, l'École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers, 2010
2. AIT Atmane Foudil, « Essai d'analyse des déterminants de l'innovation dans l'économie Algérienne », mémoire De magister, Université de BEJAIA, 2011.
3. A. Sofiane, ch. Dahmane « partenariat public-privé analyse du transfert de savoir-faire » mémoire de fin d'étude, université de Tizi Ouzou, 2018
4. De recherche et développement dans le milieu Industriel public Algérien, thèse de doctorat, TIZI OUZZOU
5. H. OULD MOUSSA OUCHALAL, « Accès aux technologies, innovation et pratiques de recherche et développement dans le milieu industriel public Algérie », thèse de doctorat, université mouloud Mammeri Tizi Ouzou, 2016
6. N'Doli Guillaume ASSIELLOU, « Evaluation des processus d'innovation », thèse de doctorat, Nancy university INPL, Nancy, France, 2008, O.27

Sites internet

1. <https://www.anvredet.org.dz>
2. <https://www.anvredet.org.dz>
3. <https://banquemonddiale.org>
4. <https://www.gazettelabo.info/archives/assoc/2008/25andru.htm>
5. <https://www.mesrs.dz>
6. www.oliviertorres.net/travaux/pdf
7. <http://perl.club-internet.fr/>
8. <http://www.sietmanagement.fr/modele-de-lopen-innovation-h-chesbrough/>

Liste des tableaux

Tableau 1 : définitions de l'innovation selon plusieurs auteurs.....	7
Tableau 2 :Principes caractérisant l'innovation ouverte et fermée.....	23
Tableau 3 : Évolution institutionnelle de la recherche scientifique en Algérie : 1962 à 2012 :.....	35

Liste des figures

Figure 1 : la relation entre créativité-invention-innovation.....	9
Figure 2: Les cycles de vie de la technologie.....	11
Figure 3: les types d'innovation selon leur domaine d'application.....	13
Figure 4 : les étapes de processus d'innovation	19

Table des matières

Dédicaces

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre I : Innovation, aspects théoriques.....	5
SECTION 1 : notions sur l'innovation :.....	5
1.1 Définitions, typologies et caractéristiques sur l'innovation.....	6
1.1.1 Définitions de l'innovation	6
1.1.2 Types d'innovation.....	10
1.1.2.1 Selon leurs degrés de nouveauté	10
- Innovation radicale(rupture).....	10
- Innovation incrémentale	10
1.1.2.2 Selon leur domaine d'application	12
- L'innovation de produit.....	12
- L'innovation de procédé	12
- Innovation de commercialisation	12
- Innovation organisationnelle	13
1.1.3 Les caractéristiques de l'innovation	14
1.2 Objectifs et fonctions de l'innovation.....	15
1.2.1 Les objectifs.....	15
1.2.2 Les fonctions.....	16
Section 2 : processus et dimensions de l'innovation.	17
2.1 processus d'innovation	17
2.1.1 Définitions.....	17

2.1.2 Les étapes de processus d'innovation	18
Section 3 : Open Innovation.....	22
3.1 : Histoire.....	23
3.2 : Définition.....	24
3.3 : processus et typologie de l'open innovation.....	24
3.3.1 : le processus D'Inside-Out.....	25
3.3.2 le processus d'outside-in	25
3.3.3 : le processus Couplé (associatif)	25
3.4 : avantages de l'open innovation	25
Chapitre II : La coopération publique-privée en Algérie : quels impacts sur l'innovation ?	28
Section 1 : Définitions et objectifs de la coopération publique-privée (CPP).....	28
1.1 Définitions.....	29
1.2 Les types	30
1.2.1 La sous- traitance	30
1.2.2 Le contrat de gestion	30
1.2.3 Le contrat d'affermage	30
1.2.4 Le contrat de concession	31
1.3 Les Objectifs et les avantages.....	31
➤ Les avantages	32
• La recherche de compétences.....	32
• Les économies d'échelle.....	33
• Le partage des risques	33
Section 2 : Les organismes de coopération publique-privée en Algérie en matière d'innovation :.....	34
2-1 : Le système national de recherche en Algérie :	34
2-1-1 : Émergence et évolution du système national de recherche algérien :	35

2-1-2 : Formes de la recherche en Algérie (institutions et politiques) :	37
2-1-3 : Développement du système de recherche en Algérie :	38
2-2 : La promotion de la recherche pour l'innovation en Algérie :	40
2-2-1 : Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU) :	40
2-2-2 : Présentation et missions de L'ANVREDET :	42
2-2-3 : Les obstacles croisés à la promotion de la recherche pour l'innovation en Algérie :	43
Section 3 : la coopération université-entreprise en matière de recherche pour l'innovation en Algérie : impacts et implications :	45
3-1 : Contexte de la coopération université-entreprise :	45
3-1-1 : Définition du concept :	46
3-1-2 : Rôles et objectifs :	46
3-1-3 : États des lieux de la coopération université-entreprise en Algérie :	47
3-2 : impacts et implications de la coopération université-entreprise :	49
3-2-1 : les impacts liés à l'université :	50
3-2-2 : impacts liés à l'entreprise :	51
3-2-3 : impacts liés à la société :	51
Conclusion générale.....	54
Bibliographie	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Table des matières	
Résumé	

Résumé

Tout processus d'innovation apparait complexe dans son ensemble car il nécessite des procédures et des études basées sur la connaissance issue de la recherche, ces changements provoqués par l'innovation que ce soit radical ou incrémental marque bien la société avec de nouveautés, des produits, des services ou des techniques de procédés organisationnelles.

L'objet de notre étude a été essentiellement basée sur l'innovation des entreprises et le fait de la collaboration, entre les entreprises et les institutions de recherche publique notamment les universités, pour la réalisation de ce processus. D'un premier point de vue il est important de savoir que chaque entreprise qui innove possède une cellule de recherche et de développement pour acquérir et générer des idées managerielles afin d'obtenir quelque chose de nouveau qui sera mise en marché, ces cellules nécessitent un suivi technique élevé et un financement permanent. D'un autre, les entreprises peuvent ouvrir leurs portes à des sources d'idées et de recherches externes qui viennent de différentes parties, ce processus nommé Open Innovation, permettra à l'entreprise d'acquérir, absorber, fusionner et transférer des connaissances en son profit ou vers d'autres parties prenantes telles que les universités et d'autres institutions de recherche publique réalisant une conjoncture et un partenariat professionnel dans le cadre de ces échanges, une relation qui va permettre à ces deux entités d'accélérer dans le processus d'innovation.

À partir de différentes études empiriques réalisées par de spécialiste de ce domaine, il est noté que ce type d'innovation dit collaboratif qui fait l'association entre l'université et l'entreprise permettra aux universitaires d'aller jusqu'au bout de la réalisation de leurs projets portant des nouvelles idées innovantes, intégrer le domaine professionnel, l'élaboration des mémoires de fin d'étude et aux entreprises d'acquérir le savoir et les connaissances issues d'une recherche théorique de différents départements au sein des universités afin de les transformer en nouveaux produits et de les diversifier pour faire face à la rude concurrence sur le marché là où elle exerce son activité.

Ce type de coopération entre les institutions de recherche publiques et les entreprises notamment les universités découlent de plusieurs consentements entre ces deux parties afin qu'elles sortent les deux gagnantes, mais quelques obstacles concernant les différents moyens financiers, matériels, outils techniques et technologiques sont croisés d'une manière permanentes.

Mots clés : Innovation, le processus d'innovation, open innovation, collaboration, coopération, partenariat.

Abstract :

Any innovation process appears complex, because it requires procedures and studies based on knowledge resulting from research, these changes caused by innovation, whether radical or incremental, mark the company well with new products, services or organizational process techniques.

The object of our study was essentially based on business innovation and the fact of collaboration, between companies and public research institutions, especially universities, to carry out this process. From a first point of view, it is important to know that each company that innovates has a research and development unit to acquire and generate managerial ideas in order to obtain something new that will be marketed, these cells require a high technical monitoring and permanent funding. Otherwise, companies can open their doors to external sources of ideas and research that come from different parties, this process called Open Innovation, will allow the company to acquire, absorb, merge and transfer knowledge in its profit or towards other stakeholders such as universities and other public research institutions realizing a situation and a professional partnership within the framework of these exchanges, a relation which will allow these two entities to accelerate in the process of innovation.

From various empirical studies carried out by specialists in this field, it is noted that this type of so-called collaborative innovation which makes the association between the university and the company will allow academics to go to the end of the realization of their projects carrying new innovative ideas, integrate the professional field, the development of end of study dissertations and for companies to acquire the knowledge and knowledge resulting from a theoretical research of different departments within universities in order to transform them into new products and diversify them to face tough competition in the market where it operates.

This type of cooperation between public research institutions and companies, in particular universities, results from several consents between these two parties so that they come out with the two winners, but some obstacles concerning the different financial, material, technical and technological tools are encountered. in a permanent way.

Key words : Innovation, the innovation process, open innovation, collaboration, cooperation, partnership.

