

Territoire et pratiques du management de l'innovation : quels rôles ? Cas des entreprises de la région de Bejaia.

Souad KASRI- BOUDACHE (Maitre assistante « A », Université Abderrahmane MIRA de Bejaia, Faculté SECG,Laboratoire de Recherche en Management et Techniques Quantitatives (REMTEQ)

Sbbejaia@yahoo.fr

Dr Hocine IFOURAH (MCA, Université Abderrahmane MIRA de Bejaia, Faculté SECG, Laboratoire de Recherche en Management et Techniques Quantitatives (REMTEQ)

ifourahocine@yahoo.fr

Résumé :

L'objet de cet article est de relever l'importance et le rôle du territoire de localisation dans le développement du projet innovateur au sein des entreprises de la région de Bejaia où on propose dans un premier temps, un rappel sur la relation innovation et territoire et dans un second temps, on présentera les résultats d'une enquête menée sur un échantillon de 50 entreprises.

L'article met aussi l'accent sur les pratiques managériales développées au sein des entreprises, qui participent à une réelle insertion de celle-ci au niveau de son territoire et à son développement, voire l'intensification de ses relations. L'innovation dans les différentes approches consacrées aux relations de l'entreprise avec le territoire, notamment celle des milieux innovateurs du GREMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs), révèle une pratique d'une importance cruciale dans la création d'un réseau de relation et la participation à une dynamique territoriale.

Les résultats de l'enquête ont révélé que l'innovation au sein des entreprises enquêtées est déclenchée à la fois par des facteurs internes, notamment par la motivation des salariés, mais aussi par des facteurs externes en l'occurrence les clients. Ainsi, que l'activité de Recherche et Développement est la principale fonction utilisatrice des informations externes. Elle remplit surtout une fonction productrice de nouvelles connaissances.

Mots clés : Entreprise, territoire, innovation, milieu innovateur.

JEL Classification Codes :L2, L22, R31.

Introduction

Différents développements théoriques ont porté une grande importance à la dynamique relation existant entre l'entreprise et son territoire; les idées exposées, notamment par les apports de Zimmerman, de Maillat, Perat, Colletis et d'autres, montrent nettement que l'insertion de l'entreprise dans un territoire et le dynamisme de ses relations avec les parties prenantes reposent à la fois sur les pratiques managériales¹ qu'elle développe en son sein et sur sa gouvernance. En effet, les pratiques managériales développées au sein de l'entreprise participent à une réelle insertion de celle-ci au sein de son territoire et le développement, voire l'intensification, de ses relations. Elles génèrent à l'entreprise une réelle capacité d'engendrer le développement territorial et de s'imbriquer dans un réseau de

¹Sur ce point nous pouvons rappeler que des travaux portant sur l'étude des relations pratiques managériales/territoire constituent un projet d'une grande envergure qui a conduit des chercheurs à s'intéresser à des questions relativement ciblées. Certains traitent du rapport entreprise/ territoire en les généralisant aux effets de proximités (Zimmermann et Pecqueur, 2004), du réseau d'entreprises (Williamson,1979), du rapport organisation, stratégie et territoire (Olivier Torres Blay, 2004), ou encore du management et son adaptation aux mutations de l'environnement (H,Kherbachi et M.Boukrif ,i2006), de l'apprentissage organisationnel(Argyris et schon,1970), et aussi de la création des entreprises et territoires (A. Bouyakoub,2006) et autres

relations lui permettant de générer un apprentissage avec ses deux dimensions interne, et externe.

L'innovation dans les différentes approches consacrées aux relations de l'entreprise avec le territoire notamment dans celle sur les milieux innovateurs du GREMI² se révèle une pratique d'une importance cruciale dans la création d'un réseau de relation et la participation à une dynamique territoriale. En effet, partant du fait que l'innovation peut être radicale ou incrémentale et portant sur « un produit, un procédé, une méthode de commercialisation ou une méthode d'organisation nouveau ou sensiblement amélioré pour la firme »³ cette pratique présente un avantage concurrentiel pour l'entreprise. Néanmoins, la capacité de l'entreprise à innover est liée à son aptitude à « associer des connaissances provenant de sources internes et d'autres provenant de sources externes » (OCDE, 2002)⁴ et c'est ici que joue le rôle de son environnement et son territoire en particulier. Selon ces considérations l'innovation est un processus qui se déclenche en interne et en externe de l'entreprise, voire en même temps⁵.

C'est dans cette perspective de recherche que s'inscrit le présent article qui tente de relativiser l'importance de l'intégration du territoire dans le management de l'innovation au sein des entreprises de la région de Bejaia ainsi que sa finalité. L'étude s'est intéressée à un échantillon de 50 entreprises localisées dans la wilaya de Bejaia qui abrite un tissu industriel important constitué par les entreprises relevant des deux secteurs juridiques public et privé et des deux dimension PME et grande entreprise. Malheureusement la contrainte du terrain a fait qu'uniquement 19 entreprises ont coopéré.

La wilaya de Bejaia est connue pour sa dynamique entrepreneuriale qui ne cesse de prospérer en créant et encourageant les activités entrepreneuriales. La wilaya occupe la 4ème position au niveau national en termes de dynamique entrepreneuriale. Elle abritait fin 2014 un total de 18970 PME/PMI, dont 18929 privées et 41 publiques avec une proportion de + 2.38 qu'en 2013⁶. Ce qui est à la fois encouragé par les différentes mesures d'aides qui ont contribué fortement à l'enrichissement de la wilaya bien qu'une part aussi importante revient à l'initiative individuelle en s'appuyant sur l'apport familial, et en s'installant sur la périphérie des zones.

Le phénomène de localisation des entreprises est aussi bien perceptible dans la ville de Bejaia qui possède une infrastructure économique (réseau routier, port, aéroport chemin de fer ...) et se localisant autour de la zone industrielle, la zone portuaire et aussi dans la zone d'activité. Son développement a aussi engendré une nouvelle concentration autour d'importantes zones notamment à El-kseur et à Taharacht, s'expliquant par la possibilité de bénéficier d'externalités positives, liées aux territoires où elles sont implantées et de bénéficier des coûts de transports moindres et d'une main d'œuvre abondante.

Notre contribution tente de monter le rôle du territoire de localisation dans le développement du projet innovateur au sein d'un échantillon d'entreprise de la région de Bejaia. Elle est scindée en deux parties. Dans la première partie un rappel sur la relation innovation et territoire sera brièvement décrite, quant à la deuxième partie elle concerne le traitement des résultats de l'enquête.

I. Le management de l'innovation:

Le concept de l'innovation englobe de riches activités auxquelles l'entreprise fait recours pour se développer, se pérenniser et surtout acquérir un avantage concurrentiel. Loilier et Tellier (1999 ; 12)⁷ ont défini l'innovation comme : *un processus de création de*

²Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs

³ OCDE, 2005

⁴Cité par Zakaria BENNANI *Responsabilité sociétale de l'entreprise et performance du système national d'innovation* » Université Abdelmalek Essaadi E.N.C.G TANGER. P3

⁵ Résultats prouvés sur la base de l'enquête de terrain.

⁶ Statistiques de la DPME Bejaia 2014

⁷Loilier.T, Tellier.T : gestion de l'innovation. Édition management . Octobre 1999.p12

nouveautés sur les prestations offertes par l'entreprise et/ou ses procédés de production. Qu'elle soit une innovation de procédés ou encore de produit, cela requiert des compétences et des ressources dont l'entreprise a besoin pour réussir son innovation. Savoir faire, compétences, ressources, apprentissages sont autant de moyens permettant à l'innovation de se lancer et de se développer, et le capital humain joue un rôle crucial dans le projet d'innovation de l'entreprise, et dans son développement.

Dans un sens plus large lié au rôle des autres pratiques managériales participantes au projet de l'innovation, nous défendons l'idée selon laquelle l'innovation n'est pas uniquement technologique ou encore relative aux nouveaux produits et procédés, mais doit inclure des innovations dans les pratiques managériales (Julien 1994)⁸. Cette même idée revêt le fait que la pratique du management technologique repose sur l'ensemble des pratiques managériales notamment la GRH, la planification, ...etc

En effet, l'innovation est en permanente interaction avec les autres pratiques managériales et le développement de nouvelles idées et des savoirs faire, car selon Benghozi (1988)⁹ : « le projet innovation, est devancé par la coordination de l'ensemble des pratiques managériales, la recherche d'information, la mobilisation des hommes avec leur compétences, capacité d'apprentissage mais aussi à leurs relations car une innovation n'existe pas en apesanteur, elle se développe dans le cadre d'une structure de relations qui détermine très largement la nature des options industrielles et techniques retenues ensuite ». Si on entend par innovation l'introduction d'une nouveauté dans le champ économique, cette nouveauté ne saurait se limiter aux seuls domaines technologiques (innovation de produits ou innovation de processus). La création d'une fonction de recherche et développement permet en effet cette tendance bien que d'autres possibilités soient présentes et permettent ainsi à l'entreprise de saisir différentes opportunités d'innovation. Delors, l'innovation est conçue comme un processus dans lequel des transformations ou encore des ajustements s'établissent. Ce processus met en jeux des connaissances, des savoirs faire, des capacités et aussi des aptitudes (Winter, 1987)¹⁰. L'innovation est un processus qui se déclenche en interne et en externe de l'entreprise, voire en même temps:

En interne, il est relatif à la motivation qui se produit dans l'environnement interne de l'entreprise. Les hommes au sein de l'entreprise déclenchent l'innovation en mettant en valeur leur savoirs faire, connaissances, compétences, apprentissage, et informations. Ils développent ainsi l'esprit d'initiative et le souci de suivre la technologie. Cette motivation reflète une stratégie d'entreprise reposant sur le développement d'un nouveau produit en négligeant le marché externe (Production puis recherche de commercialisation). Néanmoins, étant en confrontation avec son environnement externe en général et en relation avec les variables de son territoire en particulier, à savoirs les fournisseurs, les consommateurs (clients), les institutions...etc., le territoire est alors à la fois un facteur de développement de la qualité des produits et un facteur favorisant l'innovation.

Au niveau des entreprises, l'innovation est déclenchée par la demande qui se produit grâce à ces variables, et surtout par la perception lointaine de l'entreprise cherchant à devancer le marché et à acquérir ainsi un avantage concurrentiel par l'innovation. Dans les travaux du GREMI¹¹, la composante interne du processus d'innovation joue un rôle crucial en amont. En effet, elle met en valeur les connaissances spécifiques de l'entreprise

⁸Fort.F, Peyroux.C, Temri.L : les signes de qualité freins ou moteurs de l'innovation en agroalimentaire : le cas du Languedoc Roussillon. In communication pour le symposium international « Territoire et enjeux du développement régional » Lyon 9-11 Mars 2005.p7

⁹ Loiliet.T, Tellier.T : *ibid* . p34

¹⁰Gabrielle Tremblay Didiane : innovation, management stratégique et économie : comment la théorie économique rend-elle compte de l'innovation dans l'entreprise ? p 18

¹¹Denis Maillat et Jean-Claude Perrin (éds) : Entreprises innovatrices et Développement territorial in GREMI/EDES 1992 ,page 1 -264 (Ouvrage sur internet).Editions de la Division économique et sociale Université de Neuchâtel Pierre-à-Mazel 7 CH-2000 Neuchâtel.

et développe un lien direct avec le processus d'innovation alors que la composante externe, joue quant à elle son rôle en aval, vers la distribution et la commercialisation.

Nous synthétisons alors par dire quel'innovation est déclenchée par la motivation interne en mettant en perspective les connaissances spécifiques telles que les savoirs faire, les compétences et les informations aux contraintes relatives à son marché externe. La relation des liens (voir figure 1) de l'entreprise avec son environnement et son territoire en particulier, peut se résumer en un ensemble de liens importants pour développer l'innovation mais qui peuvent aussi se révéler sans aucun apport pour le développement de cette pratique ; les liens importants sont internes mais aussi externes, c'est le cas de la motivation et de la demande qui déclenchent l'innovation au sein de l'entreprise, alors que la main d'œuvre qualifiée peut être importante et aussi se révéler banale si aucune utilité ne se présente pour elle dans le projet innovateur.

D'une manière générale, un lien est considéré comme déterminant dans la mesure où il s'agit de relations de type partenarial et comme banal s'il s'agit de sous-traitance n'entraînant aucune forme de coopération. Cette distinction permettra de montrer, de ce fait, ce que les entreprises trouvent dans leur milieu, ou encore, leur territoire pour innover et d'une manière inverse ce qu'elles ne trouvent pas et qu'elles sont obligées de rechercher à l'extérieur, plus loin de leur milieu voire de leur territoire de voisinage (localisation).

Les modes de coopérations auxquels l'entreprise fait recours, qu'ils soient relatifs au milieu voire le territoire de voisinage, ou encore à l'extérieur comme défini par le GREMI (hors milieu), peuvent se résumer en 05 modes que l'approche classique a retenue (Broustail et Fréry, 1993, Torondeau, 1994)¹². Il s'agit :

- A- La recherche et développement interne** : permet d'assurer à l'intérieur de l'entreprise par le biais de la fonction recherche et développement, notamment les cellules de projets, le développement de l'innovation, permettant une meilleure exploitation de l'innovation mais aussi la limitation de la diffusion des connaissances.
- B- La sous-traitance** : l'activité de recherche est réalisée par le biais de contrat, par des organisations externes, comme les centres de recherches, les sociétés d'études...etc.
- C- La prise de participation et de contrôle** : représente un mode de croissance externe. Il s'agit dans ce cas d'une acquisition au moins partielle d'une autre entreprise innovatrice. Ce qui permet une acquisition de nouveaux savoirs et de nouvelles compétences, et notamment de combler un certain retard face à un concurrent.
- D- L'acquisition de licences** : elle consiste à acheter le droit d'exploiter, dans des conditions déterminées lors du contrat des connaissances développées par un innovateur externe et faire profiter ainsi les deux parties dans l'acquisition des connaissances.
- E- Les accords de coopération** : l'effort de la recherche et développement est partagé par une à plusieurs entreprises. Ces accords peuvent concerner des entreprises concurrentes. Il s'agit dans ce cas, d'une coopération horizontale, ou encore des entreprises qui entretiennent des relations clients / fournisseurs, et c'est une coopération verticale. Ces accords n'impliquent pas forcément la constitution de structures communes, mais plutôt un échange de licence accompagné par le personnel de ces dites entreprises.

Etant en interaction avec son environnement, la sous-traitance, la prise de participation et de contrôle, l'acquisition de licences et les accords de coopération sont les modes auxquels l'entreprise fait souvent recours pour se développer, se pérenniser ou encore pour défendre, maintenir sinon acquérir un avantage concurrentiel qui lui ne se réalise pas sans la coordination de la pratique d'innovation avec les autres pratiques managériales.

¹²Loillet.T, Tellier.T : gestion de l'innovation. Édition management .octobre 1999. p55

II. Le territoire et l'innovation dans les entreprises de la région de Bejaia :

Le développement des entreprises exige en celles-ci d'innover et d'être en mesure de répondre aux besoins de leurs clientèles et de faire face à la concurrence. Il en demeure important le recours des entreprises aux différentes formes de coopération ou simplement le recours en termes de R&D.

La dynamique d'un territoire s'apparente aussi à la dynamique d'échange de savoirs entre entreprises par l'interaction interindividuelles. Sur ce, nous avons essayé à partir de l'enquête de déterminer la nature de l'innovation développée par les entreprises enquêtées, quels sont les facteurs déclenchant cette innovation et quel rôle joue le territoire à travers ses différentes parties prenantes dans le développement d'une capacité innovatrice au sein des entreprises enquêtées ? Les résultats de l'enquête sont consignés dans les tableaux suivants :

Selon les données du tableau N °01, les 19 entreprises de notre échantillon sont localisées dans le territoire de la wilaya de Bejaia et sont réparties dans les trois zones les plus dynamiques à savoir : le chef lieu de la wilaya (zone portuaire (arrière port), et la zone urbaine) ; à Akbou (zone Taharacht, et la zone industrielle), et à El-kseur (zone d'activité E-lkseur) :

- Une seule entreprise est de très petite taille, son effectif arrêté au 31/12/2014 a atteint 08 personnes et il s'agit de la SARL Techno Akbou .
- 04 entreprises sont de petite taille. Nous retrouvons les SARL : NOMADE, MAXI GOUT POLUSTERNE, GRANITO, et IFREN.
- 04 autres sont des moyennes entreprises dont l'effectif ne dépassant pas les 250 salariés, nous retrouvons les SARL : COKTEL PALSTS, VERY NET, ALMAG, Abattage et conditionnement de volaille.
- Le reste sont de grandes entreprises : nous avons huit entreprises privées : GENERAL EMBALLAGE, LAITERIE SOUMMAM, DANONE DJURDJURA, CEVITAL, candia tchin lait, IFRI, COJECK et RAMDY , Et deux entreprises publiques soit : MAC SOUM ET ALCOVEL.

La lecture du tableau N°2, montre que :

- Dans 73% des cas des innovations de type conception d'un nouveau produit sont marquées. Sur l'ensemble uniquement trois PME sont concernées, nous citons ; Very Net, Almag, et Ifren , ce fait peut se justifier par le manque de capacités.
- 63% des entreprises introduisent des améliorations de type produit et procédé. En effet, le souci de perfection et de qualité ou encore de certification sont les enjeux desdites entreprises. Ces constats marquent notamment 06 PME, nous citons parmi, Almag, Polysterne, Cocktel Plasts, Ifren, Techno Akbou, Abattage Et Conditionnement De Volaille.
- Les innovations introduites dans les entreprises enquêtées sont dans 86% respectivement des améliorations dans les méthodes de gestion et de commercialisation
- Pour 52% l'innovation introduite est l'acquisition d'un nouvel équipement.

Relativement aux acteurs de l'innovation, et précisément au niveau interne, l'enquête a permis de constater les cas suivants (Tableau N°3) :

- Dans 52% des entreprises, c'est la direction avec des ingénieurs qui fixent les objectifs et les orientations en matière d'innovation.
- Pour seulement 21% des entreprises, et en raison de la spécificité de leur métier (textile, cuir,), c'est les agents de maitrise en concertation avec la direction qui sont les acteurs de l'innovation.
- Dans 31% des entreprises, c'est l'équipe de projet qui se lance dans la fixation des projets d'innovation.

A ce stade d'analyse et dans une perspective territoriale, la question qui s'impose d'elle-même est celle relative à l'implication des différentes parties prenantes internes et externes à la dynamique d'innovation dans les entreprises de la région de Bejaia. Ainsi, nous avons obtenu les résultats synthétisés dans les tableaux N°4 et 5 :

- Nous retrouvons la motivation du personnel comme facteur interne poussant l'innovation dans 57% des entreprises. A ses cotés, c'est aussi la dynamique de recherche et développement qui est d'ordre de 57%.
- Détention des capacités et des compétences voire des ressources stimulant un projet d'innovation pour 31% des entreprises enquêtées est le déclencheur.

À coté des facteurs internes, l'influence des facteurs externes notamment territoriaux, déclenchent l'innovation. Concernant ce point, nous avons obtenu les résultats consignés dans le tableau N°5 :

- Dans 78% des cas, les clients poussent les entreprises à innover.
- Les institutions de certification et de contrôle participent à la dynamique d'innovation dans 26%. L'innovation ici s'apparente aux efforts d'amélioration des méthodes de gestion, et d'organisation en vue de décrocher un label ou encore un certificat.
- Les fournisseurs et les distributeurs déclenchent également les projets d'innovation dans 15% des cas respectivement.
- Les entreprises concurrentes poussent 42% des entreprises enquêtées à innover.

Il est aussi pertinent de voir l'interaction ou encore le recours des entreprises innovantes à leur territoire de localisation pour développer leur projet d'innovation. Il s'agit donc de voir dans quelles mesures les interactions interentreprises et la constitution de réseaux de collaboration et de partenariat avec les différents acteurs du territoire participent au développement d'une dynamique d'innovation dans la région de Bejaia. Les résultats de l'enquête apparaissent dans le tableau N°6 et sa lecture nous permet de constater que :

- 63% % (soit 12 entreprises) ont recours uniquement à leurs laboratoires de recherche internes pour innover ceci s'explique par leur détention des moyens (technologies, compétences, ressources) nécessaires à la réalisation des projets d'innovation. Tels que General emballage, Mac Soum, Ifri, Ramdy, Cojek et Cevital mais aussi certaines PME notamment nous citons maxi gout, techno Akbou, Ifren .
- Parmi l'ensemble des entreprises de l'échantillon, elles sont 26% à avoir des interactions en termes de R&D avec des laboratoires externes tout en étant doté d'un laboratoire interne. Le recours aux laboratoires externes favorise le partage des connaissances et des savoirs faire. C'est le cas notamment de l'entreprise de Danone Djurdjura, de la laiterie Soummam mais aussi de l'entreprise Alcovel et les deux PME COKTEL PALSTS et GRANITO
- Dans 52% des cas se sont les contrôleurs techniques qui ont aussi un rôle prépondérant dans les projets d'innovation des entreprises enquêtées. Ces entreprises ont recours à ses derniers pour toute expertise et contrôle de leur projet, citons Danone Djurdjura , Cevital , very net, nomade, abatage et conditionnement de volaille , polysterne ..etc
- Nous retrouvons 31% des cas qui s'orientent vers des entreprises de leur territoire local pour développer leur projet d'innovation. Ce qui peut constituer un potentiel considérable en matière de coopération de R&D et de constitution d'un réseau d'innovation. Ce fait caractérise particulièrement les PME de la région de TAHARACHT.

- 31% des cas d'entreprises recourent aux centres de publication pour innover tels que la SARL RAMDY, maxi gout, POLYSTERN, GRANITO, RAMDY ET IFRI.

Les formes de collaboration ayant sous tendues les projets d'innovation dans les entreprises enquêtées sont :

- Un contrat de collaboration en Recherche et Développement (R&D) dans 68% des cas. Nous retrouvons 06 PME de la zone de Taharacht : Maxi Gout, Nomade, Ifren, Very Net, Almag , abatage et conditionnement de volaille.
- Le contrat de sous-traitance avec un ordre de 5% des cas. Il est signé par la SARL TECHNO AKBOUO en tant que preneur d'ordre.
- Les contrats de franchise est la forme de collaboration choisie par 21% des entreprises. Nous retrouvons Général emballage, la Sarl Candia Tchin Lait, la SAL IFRI et la PME COKTEL PLASTS .
- Le contrat de licence est signé par trois grandes entreprise soit Cevital, General emballage et IFRI.

Il est aussi pertinent de déterminer la portée (durée) des contrats R&D conclues par les entreprises enquêtées avec les parties prenantes du territoire. Car ce n'est qu'après avoir analysé les types de contrats(court termes, long termes) et la densité des relations en matière d'innovation que nous pouvons conclure si oui ou non nous pourrions parler d'un milieu innovateur, voire d'une dynamique territoriale en termes d'innovation. A ce propos nous avons recueillis les résultats suivants (figure 02).

Nous constatons que les relations des entreprises enquêtées en termes de R&D avec les parties prenantes du territoire sont pour 52% des cas longues et répétitives ce qui permet de favoriser le développement des compétences relationnelles.

Pour 36% des cas les relations sont plutôt courtes et occasionnelles n'entraînant que le respect des engagements et le recours en cas de besoin.

CONCLUSION :

Les résultats de notre enquête auprès d'un échantillon d'entreprises de la région de Bejaia nous ont permis de relativiser l'importance de la relation entre le territoire et les pratiques du management de l'innovation. Les principaux résultats auxquels nous avons aboutis permettent de tirer un certain nombre de constats :

1. L'innovation au sein des entreprises enquêtées est déclenchée à la fois par des facteurs internes, notamment par la motivation des salariés, mais aussi par des facteurs externes en l'occurrence les clients.
2. L'activité de Recherche et Développement est la principale fonction utilisatrice des informations externes. Elle remplit surtout une fonction productrice de nouvelles connaissances.
3. Le recours aux différentes formes de collaboration a permis pour certaines entreprises d'accroître leurs capacités d'adapter les connaissances provenant d'autres sources, ce qui enrichit les connaissances de base de ses initiateurs qui acquièrent de nouvelles compétences (Cohen et Levinthal, 1989)¹³. Cet état des faits conduit à développer l'apprentissage par la recherche (learning by searching).
4. En raison de la longueur des relations pour la majorité des entreprises (52%), nous parlerons de l'importance des compétences relationnelles dans le développement des relations de coopération entre entreprises. Les interactions qui résultent des relations entre les diverses entreprises installées sur le territoire de la région de Bejaia, génèrent une mutualité et une forme de regroupement de leurs relations sous forme de réseau voire de

¹³Boukhalfa Benamar : l'innovation dans les entreprises agroalimentaires en Algérie : marché pull ou marché puch.in 1^{er} colloque international « le management dans l'espace méditerranéen ».Beyrouth 9-10 juin 2006.p8

coalition permettant, grâce au transfert et l'acquisition de certains savoirs et certaines compétences, de stimuler le développement de l'innovation.

5. Les résultats ont permis de déduire que le territoire de la région de Bejaia, est considéré comme étant impulsif aux projets innovants pour 94% des entreprises enquêtées, dont 08 PME. Nos résultats nous amènent à parler plus en termes d'une dynamique d'innovation basée sur l'apprentissage qu'en termes de milieu innovateur.

Références bibliographiques :

- 1) BENNANI .Z : Responsabilité sociétale de l'entreprise et performance du système national d'innovation » Université Abdelmalek Essaadi E.N.C.G TANGER
- 2) DIDIERLAURENT. S : analyse de la situation sociale et des politiques de ressources humaines dans des moyens entreprises industrielles plus au moins innovantes.
- 3) FERAUGE PERRINE : innovation et développement durable :proposition d'un cadre conceptuel. Working Paper : 2009/7 Centre de Recherche Warocqué. université de MONS
- 4) FORT.F, PEYROUX.C, TEMRI.L : Communication pour le Symposium international "Territoires et enjeux du développement régional" Lyon, 9-11 mars 2005. Les signes de qualité : frein ou moteur de l'innovation en agroalimentaire : Le cas du Languedoc-Roussillon.
- 5) MAILLAT D ET PERRIN J-C(éds) : Entreprises innovatrices et Développement territorial in GREMI/EDES 1992 .page 1 -264 (Ouvrage sur internet).Edition de la Division économique et sociale Université de Neuchâtel Pierre-à-Mazel 7 CH-2000 Neuchâtel.
- 6) LOILLET.T, TELLIER.T : gestion de l'innovation. Édition management .Octobre 1999
- 7) MUNIER. F: Taille de la firme et compétencesrelationnelles pour innover: Une Vérification Empirique Sur La Base De Données Individuelles D'entreprises Industrielles Françaises.
- 8) TREMBLAYD G : innovation, management stratégique et économie : comment la théorie économique rend t'elle compte de l'innovation dans l'entreprise ?

ANNEXES : Les tableaux et les figures :

ANNEXE 1 : LES TABLEAUX

Tableau N °01 : présentation de l'échantillon de l'enquête

Raison sociale de l'entreprise	Secteur juridique	Statut juridique	Branche d'activité	Localisation
CEVITAL	Privé	SPA	Huilerie et dérivés	Zone portuaire
Candia tchin lait	Privé	SARL	Produits laitiers et jus frais	Zone d'Activité Bejaia(RN12)
Mac Soum	Public	SPA	Traitement du cuire	Zone industrielle Akbou
Alcovel	Public	SPA	textile	Zone industrielle Akbou
General emballage	Privé	SARL	Papier et cellulose	Zone d'activité Taharacht
Ramdy	Privé	SARL	fromagerie	Zone d'activité Taharacht
Laiterie Soummam	Privé	SARL	Produits laitiers frais	A proximité de la zone Taharacht (Terrain privé)
Danone Djurdjura	Privé	SPA	Produits laitiers frais	Zone d'activité Taharacht
NOMADE	Privé	SARL	Boisson	Zone d'activité Taharacht
COKTEL PLASTS	Privé	SNC	Plastique PVC	Zone d'activité Taharacht
VERY NET	Privé	SARL	Détergents	Zone d'activité Taharacht
Maxi gout	Privé	SARL	Biscuits	Zone d'activité Taharacht
ALMAG	Privé	SARL	Matières grasses	Zone d'activité Taharacht

Techno Akbou	Privé	SARL	Pièces de rechange	Zone d'activité Taharacht
Abattage et conditionnement du volaille	Privé	SARL	Viande de volaille	Zone d'activité Taharacht
POLYSTERNE	Privé	SARL	Canaux d'isolation	Zone d'activité Taharacht
GRANITO	Privé	SARL	Carreaux granito	Zone d'activité Taharacht
IFRI	Privé	SARL	Eaux minérale et boissons diverses	Zone d'activité Taharacht
IFREN	Privé	SARL	Boisson	Zone d'activité Taharacht
COJEC	Privé	SPA	Jus et conserverie	Zone d'activité Elkseur

Source : réalisé par nos soins

Tableau N° 02 : La nature de l'innovation développée dans les entreprises enquêtées ;

La nature de l'innovation	Fréquence	Pourcentage
Acquisition d'un nouvel équipement	10	52%
Amélioration du produit procédé	12	63%
Conception d'un nouveau produit	14	73%
Amélioration des méthodes de gestion	13	68%
Amélioration commerciales	13	68%
Autres	2	10%
Aucune réponse	01	5.26

Source : réalisé par nos soins

Tableau N°3 : Les acteurs de l'innovation

Les réponses	Fréquence	Pourcentage
La direction avec des agents de maitrise	04	21.0
La direction et des ingénieurs	10	52%
L'équipe de projet	06	31%

Source : réalisé par nos soins

Tableau N°4 : Les facteurs internes déclenchant l'innovation dans les entreprises enquêtées

Les facteurs internes	Fréquence	Pourcentage
La motivation du personnel	11	57%
La dynamique de recherche et développement	11	57%
La détention des capacités voire des compétences stimulant un projet d'innovation	06	31%

Source : réalisé par nos soins

Tableau N°5 : les facteurs territoriaux déclenchant l'innovation :

Les facteurs externes	Fréquence	Pourcentage
Les clients	15	78%
Les fournisseurs	3	15%
Des distributeurs	3	15%
Des entreprises concurrentes	08	42%
Les institutions de certification	05	26%

Source : réalisé par nos soins

Tableau N°6 : le recours des entreprises aux organismes externes, et la forme de collaboration choisie :

	Fréquence	Pourcentage
Le recours des entreprises à des		
Laboratoires de recherche internes	12	63%
Laboratoire interne et externe	05	26%
À des consultants et des contrôleurs techniques	10	52%
À des centres de publication	06	31%
À des entreprises du même métier	06	31%
La forme de collaboration choisie		
Collaboration en R&D	13	68%
Contrat de sous-traitance	01	5%
Contrat de licence	03	15%
Contrat de franchise	04	21%

Source : réalisé par nos soins