- GHARBI S.(2011),les PME/PMI en algérie :état des lieux,cahiers du lab.RII,n°238.
- groupe de la banque africaine de développement « note de dialogue »2011-2012

- HAUDEVILLE B, YOUNES BOUACIDA R(2006),les relations entre activités technologiques ,innovation et croissance dans les PME algériennes :une étude empirique basée sur un échantillon d'entreprises ,université Paul Cészanne.
- Josée S-P(2009), Innovation chez les PME : nécessité, diversité et facteurs de succès, Institut de recherche sur les PME, Université du Québec.

- KENDEL H(2004),agglomération des PME & développement technologique),CRRM,marseille.
- Mathys L(2009), La «Blue Ocean Strategy» ou comment créer de nouveaux espaces stratégiques ,la semaine de l'innovation du 23 au 27 novembre 2009
- MEDDEB R(1999), la pme maghrébine : positionnement et stratégie, colloque internationale, Tunisie

- SECOR B(2006),stratégie océan bleu :comment innover pour se démarquer, conférence la stratégie en action,
groupe secor.
-MIGARD J (2012),les outils du management de l'innovation au service des PME,CCINFO innovation ,fiche n°11

soutien à l'investissement et de l'innovation. De nouvelles actions doivent être initiées par les pouvoirs publics algériens, pour soutenir l'innovation au niveau des PME et ainsi atteindre un certain degré de compétitivité qui leur permettra de faire face à l'établissement de la Zone de Libre Echange avec l'Union européenne. Les ajustements nécessaires au développement du tissu de PME en Algérie supposent une batterie de mesures à court et long terme. Les mesures de court terme concernent l'amélioration de la collecte des statistiques, de la coordination entre les différentes institutions publiques, de la gestion de l'ANEM, et du financement des PME. Ils devraient permettre aussi de stimuler la croissance de l'artisanat, de développer la Bouse d'Alger, et de lutter contre l'informel et la corruption.

Bibliographie :

- AYAD A , HABICHOU H, LAKHDARI H ,(2008), Le rôle des organisations professionnelles dans l'accompagnement des PME en Algérie,université Montpellier 3 et Montpellier 1.
- BADOC M , Coladon M(2008), Stratégies de "l'océan bleu" Permettront-elles de retrouver les voies de la croissance ?, revue banque, n° 707
- BAOWENDSOMDE E (2008), les facteurs déterminants de la capacité à réussir l'innovation dans les pme manufacturières, université du Québec

- Bendiabdellah A.(2009),les PME maghrébines :un facteurs d'intégration régionale ,université de tlemcen.

- CAILLAT A (2008),management des entreprises, édition hachette technique

- direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

- Djemaouni h, Mekaoussi S (2012) , PME et innovation : cas de l'Algérie, colloque international *& Ecole Doctorale,* 7-9 juin 2012, Hammamet (Tunisie).

pour promouvoir le développement et la compétitivité afin de faire face aux défis de l'ouverture.

L'innovation des entreprises algériennes ou, à tout le moins leur modernisation, semble être un pari difficile à tenir. Tout d'abord , les compétences techniques pour conduire des projets d'innovation font défaut à un grand nombre d'entreprises algériennes pour devenir de véritables entités économiques compétitives et aptes à faire face aux nouveaux défis que leur impose la réalité du terrain. En effet, nos PME manquent cruellement de personnel technique tel que les chercheurs, ingénieurs, techniciens, etc.. et cela empêche nos entreprises de faire assez d'activités de Recherche et Développement. Cela ce manifeste en particulier lors de l'acquisition de machines modernes car des employés qualifiés sont nécessaires pour maîtriser les nouvelles technologies de production mais aussi pour l'entretien de relations avec les différents organismes de recherche et les réseaux pour absorber les nouveaux savoirs et soutenir le processus d'innovation.

Par ailleurs, le retard pris dans l'innovation en Algérie, est considérable et les aides apportées par l'Etat sont jugées très faibles. En effet, compte tenu de l'importance des activités de recherche et développement pour l'innovation et les ressources limitées que les PME algériennes peuvent consacrer à la R & D, les chefs d'entreprises déplorent le problème d'accès au financement et déclarent que les pouvoirs publics n'accordent pas d'aides financières pour soutenir des projets d'innovation et ne soutiennent pas non plus les PME à travers l'accompagnement, l'appui et la facilitation d'accès à l'information pertinente pour stimuler l'innovation. Ainsi, il y a absence d'un système algérien de soutien à l'innovation pour les petites et moyennes entreprises.

Dans ce contexte, il ressort que la politique publique de promotion de l'innovation en Algérie est peu efficace. Des lacunes ont été constatées au niveau de la formation, du

entreprises puisent dans leurs ressources internes afin de réaliser leurs projets.

Conclusion :

L'Algérie connaît une mutation de grande ampleur, où les PME, de récente création prennent une importance centrale. En passant d'un modèle de développement dirigiste à une économie de marché, elle fait porter sur elles tous les espoirs de la création d'emploi et de la croissance économique. Les différentes lois sur la restructuration des entreprises publiques, la libéralisation du commerce extérieur ou la privatisation du secteur privé marquent le début d'un processus de réhabilitation des PME. La clé de leur réussite repose sur l'amélioration de leur compétitivité sur les marchés internationaux.

L'innovation est considérée comme étant la cheville ouvrière du développement des PME algériennes et de l'amélioration de leur compétitivité. L'objectif recherché de l'innovation est de rendre les PME plus compétitives. La réalisation de cette ambition, exige de la part des entreprises une adaptation de leurs méthodes et pratiques d'organisation qui devraient se traduire par le renforcement de la qualification du personnel, l'acquisition de nouvelles technologies et d'un savoir faire et à terme par l'amélioration du couple qualité /prix.

Cependant, le langage «innovation_ compétitivité » est souvent absent chez les entrepreneurs algériens. Cela est dû généralement au faible niveau de formation des managers et chefs d'entreprises qui souvent ne possèdent pas de diplômes, ou au moins un certain niveau d'étude qui leurs permettent d'assumer leurs rôle, un rôle vital et stratégique dont dépend la survie de la PME. Ainsi, on rencontre souvent en Algérie des PME dirigées par des personnes ne possédant pas les valeurs requises pour modifier les processus productifs, mobiliser les ressources internes et externes, établir des stratégies à terme, en particulier des stratégies d'innovation

Enfin, l'enquête nous a permis d'affirmer que les nouveaux équipements influent sur l'aptitude des PME à innover, mais pas les équipements incorporant les nouvelles technologies. En effet, l'étude démontre que l'innovation de produit et l'acquisition des équipements neufs sont plutôt le fait de petites entreprises. Dans un autre registre, il a été mis en évidence l'implication des équipements neufs sur les activités liées à l'amélioration des produits et à l'innovation de produits. L'acquisition des équipements d'occasion n'a pas d'effet sur l'amélioration des produits. L'effet de l'introduction des nouvelles technologies au sein des PME sur les activités d'innovation n'a pas pu être démontré. Ce résultat est assez inattendu dans la mesure où c'est l'adoption des nouvelles technologies et leur intégration dans le processus de production qui permet aux entreprises d'améliorer les techniques de production et de développer de nouveaux processus pour innover.

Il faut savoir qu'en Algérie, très peu de PME acquièrent de nouveaux équipements et de machines modernes de production. L'effet direct du financement interne sur les activités d'innovation n'a pas pu être démontré. En ce qui concerne le financement des équipements neufs, il a été montré que les PME utilisent leurs ressources internes.

L'explication des résultats peut être la suivante : les PME algériennes n'ont pas de facilités ou de moyens pour accéder à l'information sur les nouvelles technologies. D'autre part, le financement des équipements modernes et des activités de (R-D) est difficile dans la mesure où les fonds propres de ces entreprises sont faibles et l'accès au financement externe soulève beaucoup d'obstacles. En Algérie les pouvoirs publics n'accordent pas d'aides financières aux PME pour qu'elles puissent acquérir les nouvelles technologies ou pour s'engager dans des projets d'innovation. On note aussi l'absence des fonds provenant d'entreprises apparentées ou organismes internationaux, ou encore de sociétés de capital-risque pour financer les activités d'innovation. Face à ce constat, ces

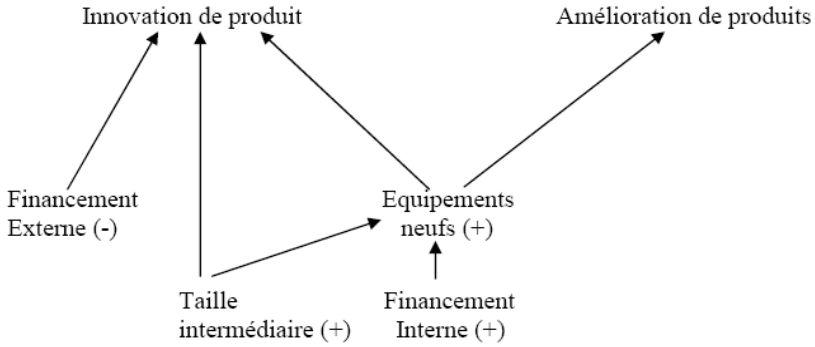
possédant des compétences techniques qui adoptent le plus de nouvelles machines et développent des activités d'innovation.

Par ailleurs, l'enquête a montré que les statistiques de brevets sont peu adaptées pour mesurer les activités d'innovation et ne constituent pas des indicateurs fiables. En effet, il y a par exemple des entreprises qui font de l'innovation mais ne souhaitent pas que leurs droits sur cette innovation bénéficient d'une protection légale, et préfèrent ainsi garder le secret de fabrication et d'autres pour lesquelles l'introduction rapide du nouveau produit sur le marché ne laissant pas le temps à la concurrence de se retourner apparaît plus efficace . Par conséquent, le nombre de brevets déposés dépend de la nature du savoir à protéger, du secteur, de la taille et de l'organisation interne de l'entreprise.

Il a été remarqué aussi que les relations extérieures des entreprises avec les centres de recherche : structures d'appui, les universités, autre centre de recherche et de développement) n'ont pas d'effet sur l'innovation de produit. Ainsi ces PME ne peuvent bénéficier des évolutions technologiques et acquérir les nouveaux savoirs nécessaires aux activités d'innovation. On peut expliquer ça par l'absence de relais et structures d'appui pour les PME. Aussi, il n'existe pas de coopérations en matière d'innovation entre les organismes de recherche et les entreprises.

D'autres part, les tests effectués sur l'activité de dépôt de brevet, et sur la part des produits de moins de cinq ans (des variables considérées comme des indicateurs de l'innovation). En Algérie, l'activité de dépôt de brevet d'innovation concerne souvent les grandes entreprises. Les entreprises de petite dimension qui font de l'innovation ne possède pas encore de motivations pour déposer des brevets. Pourtant, pour les PME le brevet est un moyen de se protéger de la contre façon, mais aussi un moyen de tirer des revenus financiers soit en concédant des licences, ou encore en attirant de nouveaux investisseurs.

Les résultats du modèle montrent la non significativité des variables (techniciens et ingénieurs) sur l'acquisition des équipements neufs.
En résumé, on a pu mettre en évidence les relations suivantes :



2. Les résultats sur le processus d'innovation dans les PME algériennes

A travers l'enquête menée nous pouvons affirmer que la présence d'un laboratoire de (R- D) au sein des PME n'est pas corrélée à l'innovation de produit. Ainsi, l'implication des PME algériennes dans le processus de l'innovation ne dépend pas des travaux de recherche et développement. Ce résultat s'explique en partie par *la faiblesse des activités de recherche au sein des entreprises* de l'échantillon et montre qu'il n'y a pas de coïncidence entre les firmes qui ont une activité de recherche et celles qui innovent.

Les résultats de l'enquête ont démontré aussi que les PME algériennes *ne possèdent pas les compétences techniques pour acquérir et maîtriser les nouvelles machines de production et soutenir les activités innovatrices*. Dans ce cadre, les tests effectués ont permis de vérifier que l'acquisition des équipements neufs n'est pas favorisée par la présence de techniciens et ingénieurs au sein des PME. Ces résultats sont assez inattendus dans la mesure où ce sont les entreprises

Les résultats démontrent que l'innovation de produit est surtout le fait des petites entreprises
(PE). L'effet des activités de Recherche et Développement sur l'innovation de produit est positif mais non significatif. Les relations des entreprises avec les centres de recherche ont un effet négatif et non significatif sur la variable endogène.

- **Le deuxième test** consiste à déterminer l'influence des équipements neufs, des équipements d'occasion, et des emplois saisonniers sur les activités liées à l'amélioration des produits, une catégorie que l'on pense mieux adaptée à l'activité effective des entreprises. On cherche aussi à déterminer si une classe d'entreprises est plus impliquée dans cette activité.

Les résultats du modèle montrent l'influence positive et significative de l'acquisition des équipements neufs sur l'amélioration des produits. L'acquisition des équipements d'occasion n'a pas d'effet significatif. L'effet est positif, mais non significatif.

- **Le troisième test** consiste à étudier l'influence des équipements neufs, de la taille et du mode de financement sur l'innovation de produits. Si l'innovation de produit ne dépend pas de l'existence d'une activité de R&D, elle peut être influencée par l'acquisition d'équipements neufs.

Les résultats du modèle montrent que l'acquisition des équipements neufs exerce une influence positive et significative sur l'innovation de produit.

- **Le quatrième test** consiste à déterminer l'influence du financement interne sur l'introduction des équipements neufs au sein des petites et moyennes entreprises.

Les résultats du modèle montrent que le financement interne exerce un effet positif et significatif sur l'acquisition des équipements neufs.

- **Le dernier test** consiste à étudier l'influence du personnel technique sur l'aptitude des PME à acquérir des équipements neufs. On cherche aussi à déterminer si une catégorie des entreprises se distingue dans l'acquisition d'équipements neufs.

si**non**. Par exemple **: yi** prend la valeur **1** si l'entreprise déclare avoir acheté des brevets, autrement elle égale **zéro**. Pour interpréter la valeur des coefficients de régression, on prend en compte leur signe. Quand une variable explicative (xi) est associée à un coefficient de régression positif, cela veut dire qu'elle influence de manière positive la probabilité que la variable expliquée (yi) prenne la valeur 1, en revanche, lorsqu'une variable explicative est associée à un coefficient de régression négatif, cela diminue cette même probabilité.

Pour juger la qualité de l'ajustement et dans la mesure où cette méthode ne permet pas une interprétation directe du R2,on utilisera les statistiques suivantes :
Le coefficient Z qui remplace la statistique de Student, le pseudo de R2 de Mc Fadden ainsi que le test de nullité simultanée de tous les coefficients de régression excepté celui du terme constant (LR, qui remplace le test F de Fisher). Afin d'évaluer globalement la qualité du modèle, le logiciel fournit un tableau croisé des valeurs observées et prédites. Cela va permettre de connaître la proportion de prédictions exactes pour Y=1 ou Y=0, et de comparer ces résultats avec une prédiction naïve.

*** Tests et résultats**

L'enquête réalisée révèle que 80% des PME déclarent faire de l'innovation. Cependant, ce chiffre doit être pris avec une certaine réserve.
Bien que l'échantillon contienne une proportion importante d'entreprises de taille moyenne, ce taux apparaît très élevé et on peut penser qu'il est quelque peu surestimé, par exemple si on le compare au taux qui ressort des enquêtes réalisées en Europe sur l'innovation.

- Le premier test consiste à étudier l'influence des activités de production interne ou d'absorption de connaissances sur l'innovation de produit. On cherche aussi à déterminer si une catégorie de PME est plus impliquée dans l'innovation de produit.

l'échantillon). Cela peut, dans une certaine mesure, limiter la pertinence des résultats de l'exploitation statistique.

Tableau 1
Répartition sectorielle de l'échantillon

Secteurs d'activité selon la classification du Ministère de la PME	Proportions de l'échantillon	Proportions nationales
Industrie agroalimentaire	12,5	41,80
Industrie textile	15	11,41
Industrie du bois et papier	5	27,51
Chimie et plastique	10	5,28
Industries diverses	57,5	14
Total	100	100

Pour tester les différents axes d'enquête, en recoure à la technique de la régression multiple.
Parmi les variables expliquées, certaines sont continues comme la part des produits de moins de cinq ans, d'autres sont qualitatives comme le fait de déclarer avoir réalisé ou non une catégorie d'innovation. Il en va de même pour les variables explicatives puisque l'effectif ou le nombre d'ingénieurs, sont des variables continues et la présence d'un laboratoire de R&D est une variable discrète. De façon assez inattendue, les seuls résultats utilisables sont ceux obtenus avec des modèles à variables qualitatives (logiciel utilisé – Eview5.1) et Les données sur les brevets d'invention et leur utilisation comme indicateurs de la Science et de la Technologie, OCDE, Manuel Brevet, 1994. Et même du système de rémunération des chercheurs.
Le modèle s'écrit sous la forme : $\mathbf{Y = XA + U}$

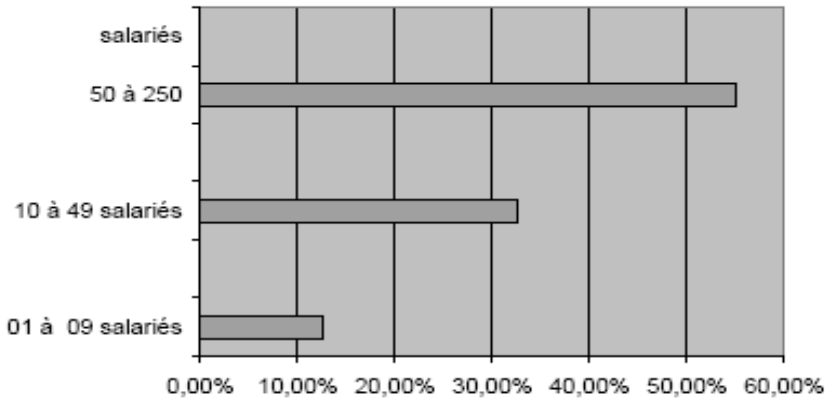
Dans lequel :
Y : est une variable endogène,
A : est le vecteur des estimateurs,
X : est la matrice des variables explicatives,
U : est le vecteur des termes d'erreur

La variable expliquée **(yi)** est donc une variable qui prend la valeur **1** quand l'entreprise répond **oui** à une question et **0**

l'organisation interne de l'entreprise. De plus la part des produits de moins de cinq ans fabriqués dans les entreprises.

La répartition des entreprises interrogées par classe de taille (selon la classification des PME en Algérie) est représentée sur le graphe suivant :

Graphe 1
Répartition des entreprises interrogées par classe de taille (en%)



Source : Bernard HAUDEVILLE& Rédha YOUNES BOUACIDA « Les relations entre activités technologiques, innovation et croissance dans les PME algériennes : une étude empirique basée sur un échantillon d'entreprises » Marseille ,2006,p110.

On remarque clairement qu'une proportion importante d'entreprises de taille moyenne et non de Très Petites Entreprises (TPE), également très nombreuses en Algérie, mais relevant d'une logique de survie plutôt que d'une logique organisationnelle.

Il est à noter que l'échantillon est faiblement représentatif de la structure sectorielle de l'économie algérienne, avec, en particulier une faible représentation des industries Agroalimentaires et une surreprésentation des industries diverses. (Voir Tableau 1 : Répartition sectorielle de

L'enquête est axée sur les points suivants:
- La Recherche et le Développement (R- D) joue un rôle important dans le processus de l'innovation : l'activité d'innovation va être déterminée par la présence d'un laboratoire de recherche et les travaux de (R- D) menés au sein des entreprises.
- L'acquisition des connaissances par l'achat de brevets d'innovation : les entreprises peuvent accéder aux savoirs codifiés et aux informations techniques contenues dans les inventions brevetées, afin d'utiliser ces connaissances dans leurs activités de recherche et les adapter pour de nouvelles applications sur le marché.
- l'acquisition de machines modernes : l'achat de nouveaux équipements et notamment des machines incorporant des technologies nouvelles est destiné à la fabrication d'un nouveau bien, et donc influe sur l'aptitude des entreprises à innover.
- le mode de financement des projets d'innovation et des investissements liés à l'innovation (l'acquisition des équipements neufs ainsi que les nouvelles technologies). Par le financement interne quand il s'agit des fonds propres de l'entreprise, et le financement externe quand les entreprises font recours à des emprunts.
- les liens que possèdent les entreprises avec l'extérieur (recherche publics, les universités, organismes externes de recherche ou avec des réseaux.. et autres) afin d'acquérir de nouvelles connaissances scientifiques et bénéficier des évolutions technologiques, dans le but de soutenir l'innovation.
- la capacité technologique d'une entreprise dépend en partie du personnel technique. En effet, l'innovation est favorisée par l'implication des employés compétents : Ingénieurs et techniciens. Ces compétences techniques permettent de diriger les opérations de production, d'absorber les connaissances et de maîtriser les nouvelles technologies pour soutenir le processus d'innovation.

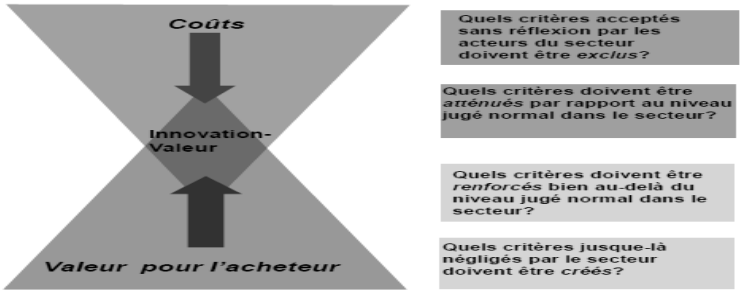
- Le nombre de brevets déposés par l'entreprise qui dépend de la nature du savoir à protéger, du secteur, de la taille et de

généralement de taille petite ou moyenne qui rapproche les structures de l'économie algérienne de celles des pays voisins. Dans ce nouveau contexte, la place des PME devient éminente dans la création d'emploi et dans l'activité. Par ailleurs, le processus d'internationalisation vient d'être accéléré par l'accord de libre-échange entre l'Algérie et l'Union européenne, accord devant se traduire par la mise en place d'une zone de libre-échange entre les deux parties. Les nouvelles règles de l'OMC fixent, par ailleurs, la nouvelle donne du commerce international et signent la fin des privilèges des pays à faibles revenus.
Dans ce contexte national, sous-régional et international, l'Algérie, à l'instar des autres nations, a le défi d'ajuster son économie en se dotant d'un tissu intégré d'entreprises compétitives.

Afin de comprendre le processus de l'innovation, ses mécanismes et ses conséquences afin d'établir les politiques de l'innovation il est utile d'établir des études empiriques portant sur le processus d'innovation dans les entreprises.

En Algérie, peu d'études empiriques se sont intéressées au processus d'innovation dans les PME, nous allons présenter les résultats de l'enquête réalisée en 2004-2005 auprès de 100 PME algériennes. La méthode utilisée pour la collecte d'informations est une enquête par voie postale et pour enrichir l'analyse de l'innovation dans les entreprises algériennes, l'enquête a été complétée par des entretiens avec des chefs d'entreprises. Les données ont été obtenues grâce aux questionnaires qui ont été retournés par les entreprises sollicitées. Sur les 100 entreprises interrogées, il y a 60 non réponses globales (les entreprises n'ont pas répondu du tout). De ce fait, l'échantillon est constitué de 40 entreprises, qui ont accepté de répondre au questionnaire. 50% de ces entreprises sont concentrées au nord-est de l'Algérie, 37,5% situées au centre, et 12,5% situées au nord-ouest. Cette répartition reflète la géographie économique car en Algérie, la majorité des entreprises sont situées au nord du pays.

Figure 7 : Innovation-Valeur: la 'Pierre Angulaire' de la Stratégie Océan Bleu



Source : Mathys L(2009), La «Blue Ocean Strategy» ou comment créer de nouveaux espaces stratégiques ,la semaine de l'innovation du 23 au 27 novembre 2009

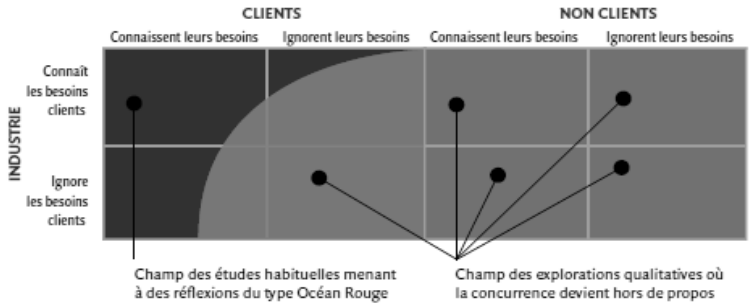
III. L'étude empirique sur le processus d'innovation dans les PME Algériennes:

Actuellement, le rôle des petites et moyennes entreprises dans la croissance et le développement économique d'un pays est unanimement reconnu. Toutefois dans les pays du sud nouvellement adhérent à l'économie de marché, à l'instar de l'Algérie, le tissu des PME reste peu développé et extrêmement vulnérable aux aléas du marché.

Nous tentons à travers cette présente étude de présenter une analyse des relations entre l'innovation et la croissance dans les PME algériennes. L'économie algérienne correspond de moins en moins à l'image d'un pays rentier exploitant ses ressources en hydrocarbures et organisé sur un modèle que l'on pourrait qualifier de néo stalinien privilégiant l'industrie lourde et le secteur des entreprises d'Etat. L'échec de ce modèle d'industrialisation, séduisant sur le papier mais inadapté à la réalité, a conduit à la longue crise politique que l'on connaît en même temps qu'à la libéralisation de l'économie. Une des manifestations les plus tangibles de ce processus est la multiplication des créations d'entreprises

des voisins ,les PME doivent se créer de nouveaux espaces stratégiques non disputés on analysant les comportements des consommateurs (les clients)et surtout les non-clients [30],en plus de chercher à simplifier/éliminer les éléments qui ne sont pas déterminants pour le client, mais aussi augmenter ou ajouter de nouvelles caractéristiques à l'offre afin d'augmenter la valeur lors de l'achat. [31]

Figure 6:les domaines : océan rouge et bleu



Source : BADOC M , Coladon M(2008), Stratégies de "l'océan bleu" Permettront-elles de retrouver les voies de la croissance ?, revue banque, n° 707

1.2 L'approche innovation valeur :

Grace à la logique innovation-valeur, la PME peut se créer un nouvel espace stratégique on opérant un saut de valeur , tant pour l'acheteur , Sachant que ce sont l'utilité et le prix de l'offre qui déterminent la valeur pour l'acheteur, que du point de vue de l'entreprise ,sachant que le prix et la maîtrise des coûts qui conditionnent la valeur pour l'entreprise.

On se basant sur cette logique, chaque PME doit s'efforcer de mener de front la réduction des coûts et l'augmentation de la valeur pour l'acheteur (voir la figure qui suit).

---

[30] BADOC M , Coladon M(2008), Stratégies de "l'océan bleu" Permettront-elles de retrouver les voies de la croissance ?, revue banque, n° 707

[31] MIGARD J (2012),les outils du management de l'innovation au service des PME,CCINFO innovation ,fiche n°11

La Wii, les succès d'Apple et de Steeve Jobs, le positionnement original des hôtels Formule 1, sont autant de produits et de marques reconnues pour leur succès commercial grâce à la stratégie océan bleu. Mais qu'est ce que cette stratégie ?qu'elles sont ces fondements ?et enfin qu'elle est ça logique ?

2. L'approche innovation valeur à partir de la stratégie océan bleu :

De son nom d'origine, Blue Ocean Strategy : méthodologie issue de 10 années de recherche de deux chercheurs de l'INSEAD, W. Chan Kim et Renée Mauborgne. Ces derniers ont analysé les exemples de réussite de produits innovants, afin de définir une méthodologie permettant de concevoir un produit en totale rupture avec les produits actuellement sur le marché. Cette stratégie permet donc aux entreprises qui se trouvent dans un environnement concurrentiel saturé , où la guerre des prix fait rage de sortir de ce que les auteurs appellent « l'océan rouge »
En effet, « La stratégie « Blue Ocean » ou « Océan bleu » consiste à explorer de nouveaux marchés, là où il n'existe pas de concurrence. En étudiant la demande, les entreprises créent des produits qui répondent précisément aux besoins du client. »[29]
Cependant, l'intérêt de cette méthode consiste à rechercher une innovation "disruptive" par rapport aux pratiques traditionnelles, rentable pour l'entreprise et valorisante pour la clientèle.

2.1les fondement de cette stratégie :

La stratégie océan bleu se caractérise par la quête des espaces stratégiques non exploités, en créant une demande nouvelle en s'inspirant d'un modèle stratégique différent.
Aujourd'hui ,il n'est plus question de se concentrer uniquement sur la concurrence ,sur les avantages compétitifs

[29] http://www.inventive-design.net/content/view/291/1/

faiblesse par rapport à leurs concurrents au plan international.[27]

II. Stratégie envisageable pour les PME Algériennes :

dans le contexte concurrentiel actuel ,innover devient une obligation pour les PME Algériennes qui cherchent à conquérir des parts de marché ou de nouveaux marchés ,à prendre le pas sur ses concurrents, ou tout simplement de survivre ;il est donc primordiale de se différencier de ces concurrents.

1. Sortez des sentiers battus, la stratégie Océan Bleu :

Nous proposons aux PME Algériennes d'adopter une stratégie dite la stratégie « océan bleu »,on choisissant cette stratégie, ses PME font le choix de ne plus accepter les frontières et les règles du jeu que leur impose leur secteur d'activité ,elles quittent ainsi l'espace d'un marché encombré « océan rouge »,où la concurrence est féroce, où toutes les entreprises offrent sensiblement le même produit ,vers un océan bleu ,où l'entreprise se trouve hors portée de ces concurrents ,en évoluant dans un nouveau marché ,en offrons concrètement des fonctionnalités que les autres entreprises n'offrent pas. [28]

Tableau 3 : Résumé des caractéristiques fondamentales qui définissent les stratégies d'océan rouge et d'océan bleu :

Stratégie Océan Rouge	Stratégie Océan Bleu
Agir au sein de l'espace stratégie existant.	Créer un espace stratégique nouveau.
L'emporter sur la concurrence.	Mettre la concurrence hors-jeu.
Exploiter la demande existante.	Créer et conquérir une demande nouvelle.
Accepter l'arbitrage entre valeur et domination par les coûts.	Sortir de l'arbitrage entre valeur et domination par les coûts.
Mettre l'ensemble des activités de l'entreprise en conformité avec son choix stratégique de différentiation ou de domination par les coûts.	Mettre l'ensemble des activités de l'entreprise en conformité avec son choix stratégique de différenciation et domination par les coûts.

Source : W. Chan Kim et Renée Mauborgne

[27] AYAD A , HABICHOU H, LAKHDARI H ,(2008), Le rôle des organisations professionnelles dans l'accompagnement des PME en Algérie,université Montpellier 3 et Montpellier 1.

[28] SECOR B(2006),stratégie océan bleu :comment innover pour se démarquer, conférence la stratégie en action,groupe secor.

d'autres au niveau de la gestion des ressources humaines ,et sertout de la présence d'un secteur informel dont le poids est particulièrement pesant (entre 20 et 40 % du total de l'activité économique),ajoutons a tout cela le poids du secteur public qui garde un caractère parfois pénalisant à l'égard du secteur privé, dans un pays comme l'Algérie.

Mais par delà ces types de contraintes, les PME Algériennes sont confrontés à une série d'handicaps qui restreignent considérablement leurs performances : on citera notamment : la faiblesse de la taille de la pme algérienne, son manque d'intégration à son environnement, ses retards technologiques, sa fragilité sur le plan financier, enfin la présence d'un management dépassé par les exigences de l'heure.[25]

- La PME algérienne est de faible taille, Elle relève dans son immense majorité de la micro-entreprise.[26] En Algérie, les PME comptant moins de 10 employés représentent
  93% du total.
- La PME algérienne n'est pas intégrée à son environnement : elle est surtout dédiée à la prise en charge des activités de substitution aux importations, et de sous-traitance. Elle est donc frappée de plein fouet par les fluctuations de la demande.
- A l'heure actuelle, le secteur privé souffre d'un certain nombre d'handicaps en Algérie :parmi ceux-ci, nous pouvons citer la fragilité financière, le difficile accès au crédit,le manque de formation et de technologies appropriées, les lourdeurs bureaucratiques ou les fiscalités inadaptées ou peu incitatives qui place souvent les entreprises algériennes en position de

[25] BENDIABDELLAH A ,op cite

[26] MEDDEB R(1999), la pme maghrébine : positionnement et stratégie, colloque internationale, Tunisie.

En effet, c'est une activité qui permet à l'entreprise de produire de nouveaux savoirs et d'acquérir des connaissances et des savoirs faire spécifiques.

Toutefois, l'innovation dans les PME se fait sans activité de recherche et développement proprement dite ,elle est faite de petits changements(JULIEN ,2003).

L'activité de R&D menée par ces entreprises serait plutôt spontanée (lorsque le besoin se fait sentir)(OCDE,1993).cette activité se réalise lorsque l'entrepreneur est orienté vers l'action et la nécessité du moment ;contrairement à la R&D des grandes entreprises qui est planifiée d'avance et sur le long terme.[23]

Cependant, d'autre variables peuvent influer sur le processus de l'innovation dans les entreprises tel que les compétences internes, la veille technologique qui permet aux entreprises de se tenir informées des toutes dernières évolutions technologiques et de rester ainsi aux aguets des nouvelles technologies pour répondre aux besoins de l'innovation(OCDE,1993) ,et en fin, les relations multiples avec les tiers ,car l'innovation nécessite le développement de relations avec d'autres entreprises et des milieux de recherche publics comme les centres de recherche et les universités (GIBBONS et ali,1994).[24]

De manière générale, l'innovation de rupture est plus souvent le fait des PME Algériennes et des entreprises de taille intermédiaire, cet forme d'innovation est une évolution de l'offre de l'entreprise clairement perceptible par ses clients. Elle s'accompagne souvent d'un bouleversement de la technologie ou des services.

2.**les faiblesses des PME Algérienne :**

Une étude à révéler , qu'on Algérie, 1 PME sur 2 disparaît avant ses 5 ans et 1/5° des nouvelles PME disparaissent avant 1 an ;car ces PME souffrent des faiblesses structurelles ,

[23] HAUDEVILLE B, YOUNES BOUACIDA R ,op cite page 5
[24] HAUDEVILLE B, YOUNES BOUACIDA R ,op cite p10

-classification des PME Algériennes :

3 grandes catégories d'entreprises privées en Algérie sont identifiées par l'enquête menée par le programme Euro-développement en 2006.(classification qui vient d'ailleurs confirmer les études des entrepreneurs de la wilaya de Tlemcen) .

Tableau 2 : classification des PME Algériennes :

Classification PME	caractéristiques
PME en situation de passivité et de survie (constitue la majorité des la population PME en Algérie	-difficultés financières. -une perte de position sur le marché traditionnel. -le manque de structuration
PM E en situation de croissance	-absence de difficultés financières. -conservation et amélioration de leur position sur le marché traditionnel . -les chefs d'entreprises sont hésitants par apport à la nécéssité de mise à niveau de leurs entreprises.
PME en situation d'excellence (constitue la minorité de l'ensemble des PME Algériennes)	- leur situation financière est satisfaisante. -leur position sur le marché est compétitive. -leur organisation ainsi que leur management sont très modernes. -l'adoption d'une politique de mise à niveau. -la conquête des marchés extérieurs.

Source : établie par l'étudiante

L'activité de recherche et développement est l'une des variables qui influent sur le processus de l'innovation dans les entreprises.

naissance aux deux plans quinquennaux en faveur du secteur privé (1980-1984et 1985-1989)

- A partir de 1988 :
  -la législation a été assouplie grâce à la loi 88-25 du 19-07-1988.
  -la libération de l'investissement (le nombre des PME rivées est passé à 19843 entreprises).
  -l'autorisation aux investissements étrangers.[21]
- A partir de 2001 et grace à la loi du 12-12-2001,les perspectives de développement des PME algériennes semblent etre plus prometteuses.

  En effet,le poids des PME à nettement augmenté ,notons à ce propos ,plus de 120.000 PME ont été crées en Algérie entre 2004 et 2008 selon des données fournies par le ministère de la PME et de l'artisanat.[22]

De nombreuses structures et programmes contribuent à cette promotion , notamment l'agence nationale de la PME(ANDPME),ainsi que le programme de mise à niveau des PME Algériennes.

Des statistiques plus détaillées sur l'évolution du secteur PME/PMI sont motionnées dans le tableau suivant :

Tableau 1 : évolution des PME/PMI en Algérie durant la période 2003-2010

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Privées	207 949	225 449	245 842	269 806	293 946	392 013	408 155	606 737
Publiques	788	778	874	739	666	626	598	560
Artisans	79 850	86 732	96 072	106 222	116 347	126 887	162 085	---
TOTAL	288 587	312 959	342 788	376 767	410 959	519 526	570 838	607 297

Source : direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

[21] Gharbi S.(2011),les PME/PMI en algérie :état des lieux,cahiers du lab.RII,n°238
[22] Bendiabdellah A.(2009),les PME maghrébines :un facteurs d'intégration régionale ,université de tlemcen

Source : Josée S-P(2009), Innovation chez les PME : nécessité, diversité et facteurs de succès, Institut de recherche sur les PME, Université du Québec

Ce modèle est dynamique et met l'accent d'avantage sur le fonctionnement en harmonie des différentes composantes, au centre du modèle, on trouve un entrepreneur leader, motivant, mobilisateur, ouvert aux idées nouvelles, créatif, expérimenté et orienté vers l'avenir, et reconnu pour stimuler le développement de l'innovation, des ressources diverses en quantité suffisante et au bon moment, des savoir faire adéquats, une organisation flexible, ouverte, apprenante où on exprime une attitude positive face au changement, et enfin, une utilisation de l'environnement externe au profit de l'entreprise.[20]

I. Les PME algériennes et l'innovation :

1. Les PME/PMI en Algérie : état des lieux :

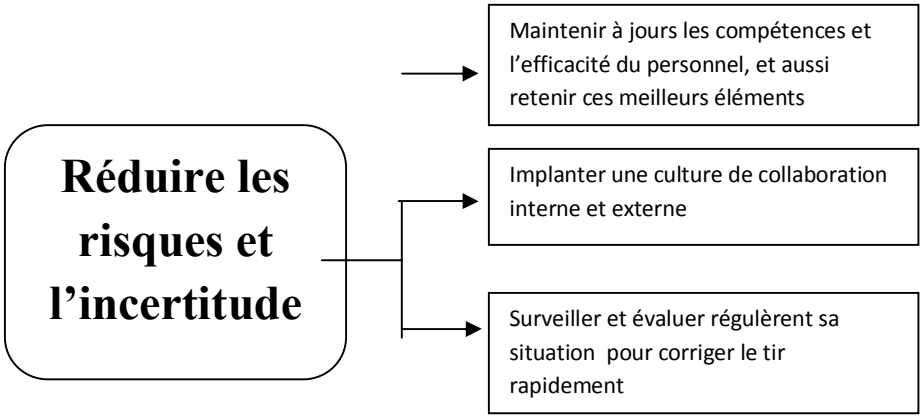
En Algérie, les PME sont nées à partir de la fin des années 80,ce type d'entreprises n'avaient qu'un rôle secondaire dans l'économie algérienne avant cette date.

Les PME algériennes sont passées par 4 périodes dans leur évolution depuis l'indépendance à ce jour.

- Juste après l'indépendance, les entreprises on été confiés à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers.
  Cette période été caractérisée par l'adoption d'une économie planifiée et d'une industrie basée sur la fabrication des équipements intermédiaires.

- De grandes réformes ont marquée la période 1982-1988 ,qui à connu une évolution marquée par beaucoup de réticences malgré qu'elle a donnée

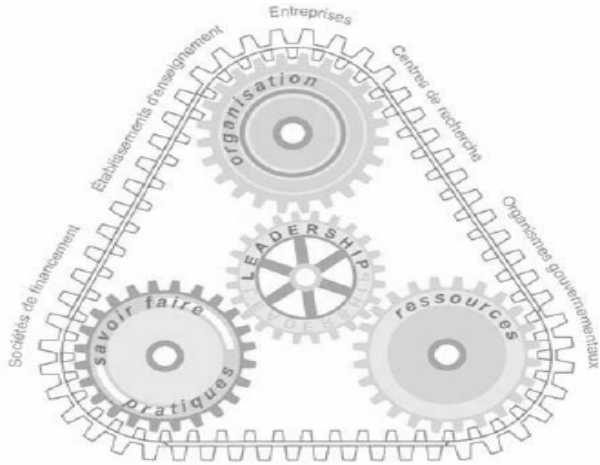
[20] Josée S-P op.cit



Source : Josée S-P(2009), Innovation chez les PME : nécessité, diversité et facteurs de succès, Institut de recherche sur les PME, Université du Québec

D'après le schéma l'innovation répond autant à des besoins stratégiques de positionnement sur le marché qu'à des besoins courants de survie. Par ailleurs, pour réussir à innover de façon continue, il est important pour l'entreprise de maîtriser un certain nombre de compétences et de posséder différentes ressources.

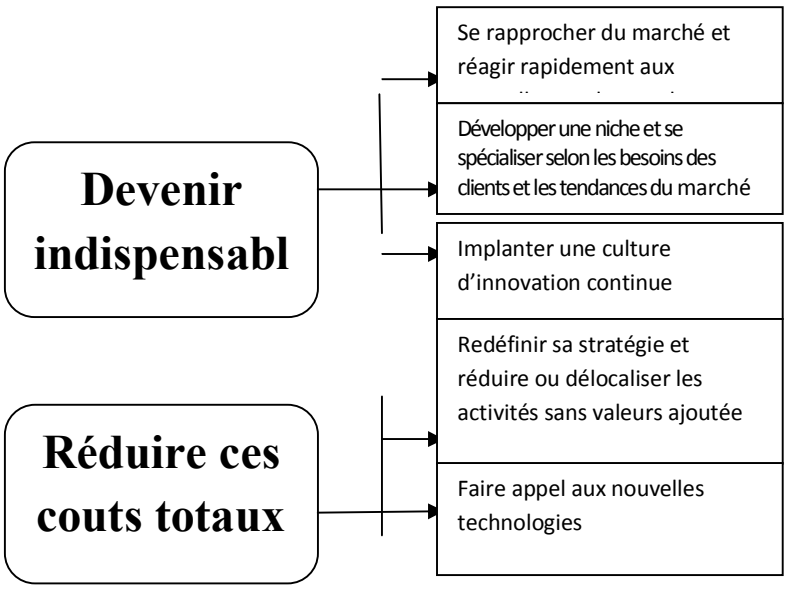
Figure 5 : facteurs clés de l'innovation chez les PME :



2.2Les principales motivations à l'innovation :

L'innovation lorsqu'elle est globale et bien menée donne de la flexibilité aux entreprises les rendant mieux aptes à s'ajuster rapidement aux modifications de leur environnement habituel. Cependant les motivations des PME à l'innovation sont diverses, cette dernière peut servir les PME à prendre de l'expansion en développant des marchés, à être plus compétitive en réduisant ses coûts ou en favorisant la créativité du personnel.[19]
Plusieurs enquêtes réalisées ,ont permis de regrouper les raisons d'innover sous trois grands objectifs ; De façon schématique, ces motivations à l'innovation peuvent être présentées ainsi :

Figure 4 : les motivations des PME à l'innovation



[19] Josée S-P(2009), Innovation chez les PME : nécessité, diversité et facteurs de succès, Institut de recherche sur les PME, Université du Québec.

-innovations de produit : correspond à la mise au point et/ou la commercialisation d'un produit nouveau (bien ou service) ou d'un produit existant mais incorporant une nouveauté. L'innovation de produit est source d'une "rente de monopole temporaire" car l'entreprise innovante est la seule à fournir le produit et peut donc fixer le prix au niveau qu'elle désire.

-innovations de procédés (ou de process) : correspond à la mise au point ou à l'adoption de méthodes de production ou de distribution nouvelles ou considérablement améliorées ;en effet,la vente sur internet ou la vente par correspondance ont été des innovations de procédé. Selon le Manuel d'Oslo (2005),les méthodes de production impliquent des modifications portant sur les techniques et les équipements utilisés pour produire des biens ou des services, tandis que les méthodes de distribution sont liées à la logistique de la firme et englobent le matériel, les logiciels et les techniques pour aller chercher les intrants à la source, affecter les approvisionnements au sein de la firme ou livrer les produits finaux.[18]

- innovations dans l'organisation (innovation organisationnelle): traduit la mise au point ou l'adoption d'une nouvelle organisation du travail ; elle s'apparente à l'innovation de procédé dans la mesure où elle contribue à modifier la méthode de production et/ou de distribution .en effet, le self-service dans la restauration est le meilleur exemple pour comprendre cette forme d'innovation. L'innovation organisationnelle se réfère également aux systèmes de gestion des connaissances ,aux méthodes de mobilisation de la créativité des travailleurs, ainsi qu'aux nouvelles formes de relations entre les entreprises et leur environnement économique (Julien et Marchesnay, 1996; Manuel d'Oslo, 2005).

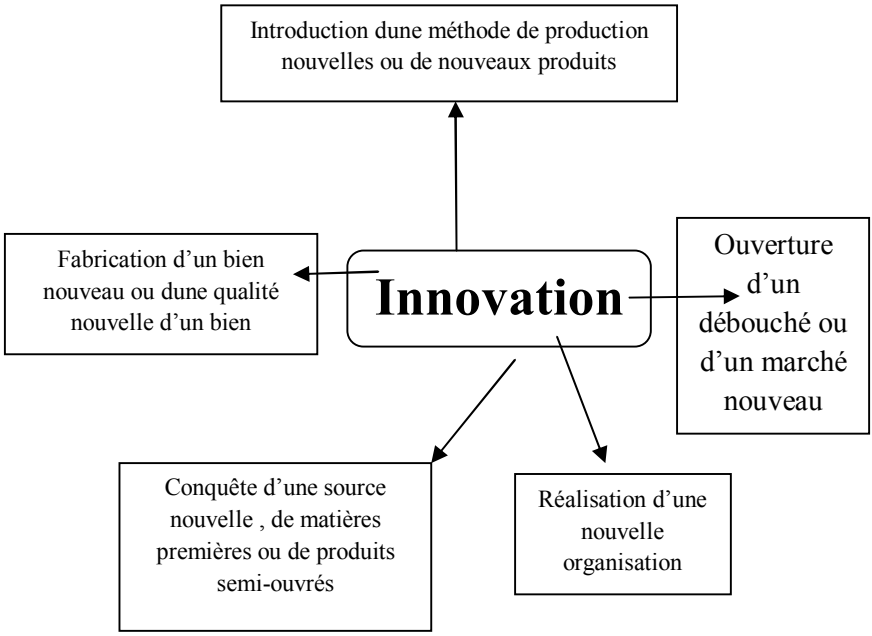
[18] Djemaouni h, Mekaoussi S,op.cit

Deux aspects importants du concept d'innovation peuvent être tirés de cette définition : le premier fait référence à la commercialisation de l'innovation ,et le deuxième quand à lui concerne l'innovation qui résulte d'un processus d'apprentissage interactif plus ou moins organisé.[17]

2. Les formes de l'innovation :

Bien que Schumpeter ait mis en lumière 5 formes d'innovations,(L'innovation de produit , L'innovation de procédés**,** innovations dans l'organisation, innovations de marché ,et innovations dans les sources d'approvisionnements) ,nous nous intéresserons à 3 formes d'entre elles, ces innovations diffèrent en fonction de leur domaine d'application :

Figure3 : les formes de l'innovation selon SCHUMPTER :



Source :CAILLAT A (2008),management des entreprises, édition hachette technique

[17] Djemaouni h, Mekaoussi S (2012) , PME et innovation : cas de l'Algérie**,** colloque international *& Ecole Doctorale,* 7-9 juin 2012, Hammamet (Tunisie).

international oblige les entreprises, petites ou grandes, à innover continuellement non seulement pour accroître ou maintenir leurs parts de marché mais aussi pour survivre.
Par ailleurs, les consommateurs sont devenus plus conscientisés et plus exigeants, de plus, le besoin croissant de produits/services plus performants, en temps voulu et à des prix compétitifs, exige de la part des entreprises de la flexibilité opérationnelle et organisationnelle pour pouvoir faire face à ces besoins spécifiques du marché.
Ainsi, face à la mondialisation et pour assurer leur compétitivité et même leur survie,les PME n'ont pas d'autres alternatives que d'innover globalement. D'ailleurs, certaines études montrent clairement que les PME innovantes sont plus performantes que les PME non innovantes ou faiblement innovantes. En effet, selon une étude réalisée par St-Pierre et Mathieu
(2003), les entreprises à innovation forte ont réalisé, en trois ans, un taux de croissance de 20,7 % comparativement à 9,8 % pour les PME à innovation nulle ou faible.[16]

2.1 Les PME et l'innovation :

1. l'innovation :

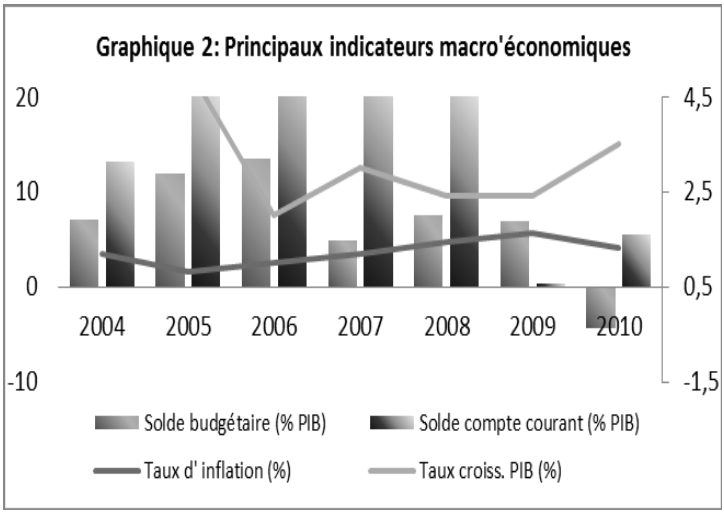
La définition de l'innovation est devenue une tâche difficile, Vue la diversité des critères utilisés par les différents auteurs pour la définir, néanmoins ils sont unanimes sur le fait que l'innovation a une finalité commerciale et elle est synonyme de nouveauté.

Or, la définition de Garcia et Calantone permet de comprendre l'idée générale du concept d'innovation : « *L'innovation est un processus itératif initié par la perception d'une nouvelle opportunité de marché ou de service pour une innovation technologique conduisant* à *des activités de développement, de production et de marketing et visant le succès commercial de l'invention* ».

[16] BAOWENDSOMDE E (2008), les facteurs déterminants de la capacité à réussir l'innovation dans les pme manufacturières, université du Québec

publiques liées à la mise en œuvre d'un vaste programme d'investissements publics, alors qu'elle était excédentaire de 2006à2008(12.9%en 2006,11.4% en 2007,et 6%en 2008).

Figure 2 : principaux indicateurs macro économique



Source : groupe de la banque africaine de développement « note de dialogue »2011-2012

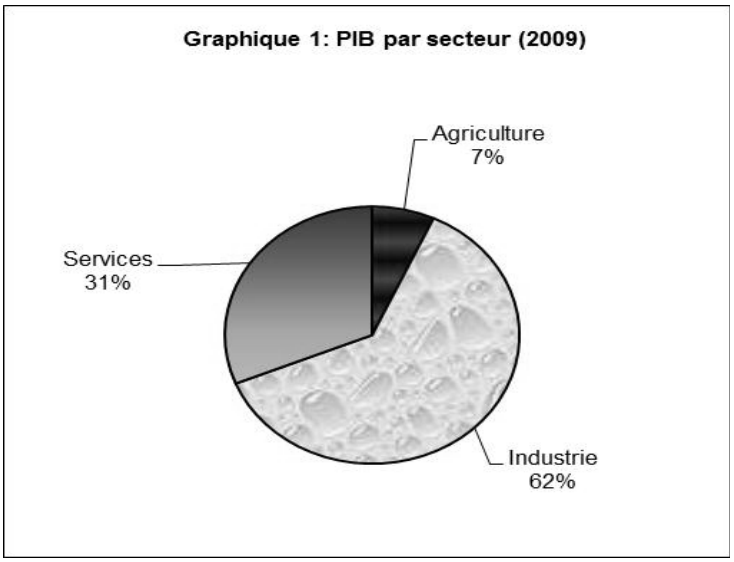
-le compte courant extérieur enregistre une détérioration en 2009,en effet, de plus de 20% du PIB en moyenne en 2005,il est passé à moins de 1% du PIB en 2009,suite principalement à la chute en valeur des exportation des hydrocarbures (-42.5%en 2009 par apport à 2008).[15]

2-analyse de la relation entre innovation et croissance au sein des PME:

La concurrence accrue engendrée notamment par la mondialisation des marchés, l'accélération des changements technologiques, la segmentation des marchés, la réduction de la durée de vie des produits et l'intensification du commerce

[15] groupe de la banque africaine,op.cit

Figure 1 :le PIB par secteur en 2009



Source : groupe de la banque africaine de développement « note de dialogue »2011-2012

Mais l'économie algérienne reste cependant fortement tributaire du secteur des hydrocarbures, et demeure , en conséquences ,très sensible aux chocs extérieurs.
Or, en 2009 et sous l'effets de la crise économique internationale, on a enregistré une baisse de la demande mondiale et des cours des hydrocarbures , la croissance du PIB s'est maintenu à 2.4%en raison de la bonne tenu des autres secteurs.[13]

-la position budgétaire enregistre depuis 2009 et 2010 des déficits[14]atteignant respectivement 6.9%et 4.4%du PIB ,et cela du fait, d'un coté, de la baisse des recettes des hydrocarbures ,et de l'autre, d'un niveau élevé des dépenses

[13] groupe de la banque africaine de développement « note de dialogue »2011-2012
[14] Ces déficits ont été financés par le FRR le front de régulation des dettes mis en place par le gouvernement en 2000,dans le but de garantir les dépenses publiques contre les fluctuations de la production et des cours de pétrole.

Ce pendant, la problématique de l'innovation et de la compétitivité fait l'objet d'une très abondante littérature dans les économies développées, en revanche elle est très peu présente on ce qui concerne les économies en développement. En effet, quelques rares spécialistes tels que Rabelloti (1995 et1999), Albuquerque (2000 et2004), Giuliani (2003 et 2005), ont commencé à explorer ce sujet pour les PVD.

Or, en Algérie, peu d'études empiriques se sont focalisées sur le processus de l'innovation dans les PME (B. Haudeville, R. Younes Bouacida,2006).A partir de ce constat, nous tenterons d'examiner, en premier lieu, les relations entre innovation et croissance dans les PME ,par la suite nous essaierons d'énumérer les contraintes et les entraves inhérents aux PME/PMI tout en signalant les stratégies envisageables pour valoriser l'innovation au sein de ces entreprises ; Enfin nous compléterons notre approche méthodologique par une étude exploratoire sur l'innovation à partir d'un échantillon de PME algériennes où on remarquera que l'innovation dans les petites et moyennes entreprises algériennes est faible malgré l'importance cruciale de l'innovation pour la réussite de chaque entreprise, en plus de l'absence de compétences techniques pour conduire des projets d'innovation.

I. innovation et croissance au sein des PME:

1-la situation actuelle de l'économie algérienne :

Au cours des derniers années, et plus précisément, à partir de 2004,date à laquelle le gouvernement algérien adopte la politique de désendettement ,l'Algérie a enregistré de bonnes performances économiques .

En effet, de 2004à2010, le PIB a cru à un taux moyen de 3.4%grâce aux performances du secteur des hydrocarbures , mais également à la contribution des secteurs des services et des bâtiments et travaux publique(BTP),et dans une moindre mesure ,celle de l'agriculture ,qui a enregistré une récolte céréalière exceptionnelle en 2009.

algériennes est faible malgré l'importance cruciale de l'innovation pour la réussite de chaque entreprise, en plus de l'absence de compétences techniques pour conduire des projets d'innovation.

Mots clés : Innovation, PME, croissance, compétitivité, Algérie.

Introduction :

Un double problème se pose à l'économie algérienne dont les PME pourraient être la solution miracle.

d'une part, l'économie algérienne fait face au problème du chômage qui englobe deux parties essentielles :la première concerne les jeunes diplômés sortant qui ne trouvent pas de débouchés ,et la deuxième catégorie quand à elle touche les chercheurs qui ne trouvent pas de moyens pour placer leurs projets sur le marché.[10]

D'autre part, la dépendance du commerce extérieur algérien du marché extérieur, et cela pour un grand nombre de produits que l'Algérie est à même de produire.

Afin d'atténuer la pression du chômage et améliorer la balance commerciale, les PME doivent être innovantes car l'évolution future de l'économie algérienne dépend assez largement [11] de l'efficacité de l'innovation au sein de ces PME pour qu'elles puissent faire face à la concurrence des produits importés à des prix fortement concurrentiels.[12]

---

[10] KENDEL H(2004),agglomération des PME & développement technologique),CRRM,marseille.

[11] HAUDEVILLE B, YOUNES BOUACIDA R(2006),les relations entre activités technologiques ,innovation et croissance dans les PME algériennes :une étude empirique basée sur un échantillon d'entreprises ,université Paul Cézanne.

[12] KENDEL H ,op cit

Problématique d'innovation dans les PME algériennes

Mme Khedim Amel - université de Tlemcen
E-mail : amelkhedim@gmail.com
Mme Ghomari Souhila - université de Tlemcen
E-mail : Souhila.ghomari@yahoo.fr

Résumé

La valorisation des ressources dans des projets d'innovation contribue largement à bâtir et à maintenir des avantages concurrentiels. L'innovation, dans ce sens, n'est plus l'exception, elle devient la règle et s'inscrit de façon permanente dans la vie des organisations. (Rothwell et Dodgson,1994 et Cohen, 1995).

La problématique de l'innovation et de la compétitivité fait l'objet d'une très abondante littérature dans les économies développées, en revanche elle est très peu présente en ce qui concerne les économies en développement. En effet, quelques rares spécialistes tels que Rabelloti (1995 et1999), Albuquerque (2000 et2004), Giuliani (2003 et 2005), ont commencé à explorer ce sujet pour les PVD.

Or, en Algérie, peu d'études empiriques se sont focalisées sur le processus de l'innovation dans les PME (B. Haudeville, R. Younes Bouacida,2006).A partir de ce constat, nous tenterons d'examiner, en premier lieu, les relations entre innovation et croissance dans les PME algériennes ,par la suite nous essaierons d'énumérer les contraintes et les entraves inhérents aux PME/PMI tout en signalant les stratégies envisageables pour valoriser l'innovation au sein de ces entreprises ; Enfin nous compléterons notre approche méthodologique par une étude exploratoire sur l'innovation à partir d'un échantillon de PME algériennes où on remarquera que l'innovation dans les petites et moyennes entreprises