

**ENTREPRENEURIAT ET INNOVATION EN ALGÉRIE: UNE ANALYSE À  
PARTIR DU CAS DE LA WILAYA DE BOUIRA**  
**ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION IN ALGERIA: AN ANALYSIS FROM  
THE CASE OF THE WILAYA OF BOUIRA**

**MANCER Ilyes<sup>1</sup>RAZIBAOUENE Ali<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Maitre de Conférence A, Université de Bouira (Algérie), i.mancer@univ-bouira.dz

<sup>2</sup>Maitre de Conférence A, Université de Bouira (Algérie), a.razibaouene@univ-bouira.dz

Reçu le:26/02/2020

Accepté le:23/06/2020

Publié le:18/11/2020

**Résumé:**

Il est incontestable de constater que l'entrepreneuriat et l'innovation constituent actuellement un objet d'étude très promoteur et nouveau particulièrement pour les pays en développement. Cet article a pour ambition de contribuer à ce champ d'analyse en dressant un état des lieux de l'entrepreneuriat innovant en Algérie en prenant le cas de la région de Bouira. Il s'avère que les entreprises dans cette région sont faiblement impliquées dans les activités d'innovation du fait de plusieurs facteurs : des facteurs internes (faibles dotations en capital-connaissance) et externes (faibles interactions avec les producteurs potentiels de la production des connaissances)

**Mots clés:Entrepreneuriat, Innovation, territoire, écosystème d'innovation, Interactions**

**Jel Classification Codes:**O31, O38, O33, M13

**Abstract:**

It is indisputable to note that entrepreneurship and innovation are currently a very promising and new object of study, particularly for developing countries. This article aims to contribute to this field of analysis by drawing up an inventory of innovative entrepreneurship in Algeria by taking the case of the Bouira region. It turns out that companies in this region are weakly involved in innovation activities due to several factors: internal factors (low endowments in knowledge capital) and external factors (weak interactions with potential producers of knowledge production)

**Keywords:Entrepreneurship, Innovation,territory, ecosystem of innovation, Interactions**

**JelClassificationCodes:**O31, O38, O33, M13

Auteur correspondant: Nom et Prénom,Email: [i.mancer@univ-bouira.dz](mailto:i.mancer@univ-bouira.dz)

**1. Introduction**

L'entrepreneuriat joue un rôle pivot dans le développement économique et social notamment en permettant d'améliorer la compétitivité des nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi. Une économie boostée par l'entrepreneuriat est une économie innovatrice, c'est-à-dire qui expérimente de nouvelles idées, de nouveaux produits ou processus, ce qui lui permet de se renouveler. Dans ce sens, l'entrepreneuriat et l'innovation deviennent deux faces d'une même monnaie. L'intérêt grandissant accordé à l'entrepreneuriat innovant se manifeste en premier lieu du côté des chercheurs qui tentent de le comprendre, et du côté aussi des politiques, qui le mettent au centre des stratégies économiques. C'est dans cette double perspective que ce présent papier tente de se positionner. Nous pouvons prévoir, ou du moins espérer, qu'il pourra enrichir les perspectives et renouveler- pour ne pas dire initier- les questions de recherche portant sur cette thématique dans le cas de la wilaya de Bouira qui n'a pas fait l'objet d'étude de ce genre. En adoptant une démarche conceptuelle et analytique nous essayerons de discuter l'idée que la dynamique de l'entrepreneuriat innovant dans cette région. En effet, nous posons l'hypothèse que l'entreprise à Bouira est très faiblement impliquée dans les activités

d'innovation et de développement technologique. Nous pensons que cette situation est due à la fois à des facteurs internes (faibles dotations en capital-connaissance) et externes (faibles interactions avec les producteurs potentiels de la production des connaissances). Pour ce faire, nous avons structuré le papier autour de deux sections ; la première est une mise au point conceptuelle traitant de deux concepts pivots à savoir l'entrepreneuriat et l'innovation. La deuxième met l'accent sur la nature de l'articulation : entrepreneuriat-innovation. La troisième section tente d'appréhender l'entrepreneuriat innovant dans la wilaya de Bouira en explorant les éléments suivants :

- Taille, nature et secteur d'activité des entreprises ;
- Dotations des entreprises en matière de R&D et de compétences ;
- La dynamique interactive et d'apprentissage intra et inter-organisationnelle.

### **1. Entrepreneuriat et Innovation : Une mise au point conceptuelle**

Il est nécessaire de faire en premier lieu une mise au point conceptuelle des concepts entrepreneuriat et innovation afin de comprendre au mieux l'articulation qui les raccorde.

#### **1.1. De l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un concept hétérogène et complexe, qui ne peut être renfermé dans un terme univoque et générique (Verstraete, 2001). Il existe une multiplicité de définitions du concept entrepreneuriat que chacune met l'accent sur un aspect particulier. Ainsi l'entrepreneuriat comme le rapporte Landström, (Landström, 2007, p. 11) est pour :

- Drucker (1985) : an act of innovation that involves endowing existing resources with new wealth-producing capacity
- Stevenson (1985) : processes by which individuals pursue and exploit opportunities irrespective of resources they currently control;
- Gartner (1988) : the creation of organizations; the process by which organizations come into existence
- Timmons (1997) : a way thinking, reasoning, and acting that is opportunity driven, holistic in approach, and leadership balanced
- Venkataraman (1997): about how, by whom and with what consequences opportunities to bring future goods and services into existence are discovered, created, and exploited;

La multiplicité des définitions de l'entrepreneuriat peut être expliquée pour deux raisons essentielles. D'abord, son étude est influencée par plusieurs disciplines (Landström, 2007): l'économie, la gestion, la psychologie, la sociologie conduisant de ce fait à une diversité de cadres théoriques et d'outils méthodologiques. Aussi, le phénomène entrepreneurial est complexe et ambigu. Il n'est pas étonnant donc de voir des auteurs comme Fillion parler d'entreprenologie pour caractériser la complexité du champ de l'étude de l'entrepreneuriat (Fillion, 1999). Malgré la diversité des perspectives à traiter cet objet polysémique, il est toutefois possible de dissiper l'ambiguïté liée à la définition de l'entrepreneuriat. Ainsi, Fayolle et Verstraete (2004) (cité par (Dalhom & Jarbouni, 2016) proposent de classer les différentes définitions proposées par les auteurs selon quatre paradigmes. Ces quatre paradigmes seront présentés comme suit :

- **Paradigme de l'opportunité** : il se focalise sur la recherche d'opportunité et une détection des occasions d'affaires génératrices de valeur ;
- **Paradigme de création d'organisation ou d'émergence organisationnelle** : il s'oriente à l'étude de la naissance des nouvelles organisations c'est-à-dire sur les activités qui permettent à un individu de créer une nouvelle entité ;

- **Paradigme de création de valeur** : Il s'inscrit dans la relation dialogique, individu/création de valeur: l'individu est une condition sine qua non pour la création de valeur ;
- **Paradigme de l'innovation** :il s'intéresse à la croissance via l'innovation, il introduit de nouvelle combinaison de facteurs de production qui induit le changement et détruit l'équilibre des marchés;

Il apparait que la multiplicité des définitions de l'entrepreneuriat ne favorise pas la convergence vers une définition unanime. L'entrepreneuriat en tant discipline reste encore un champ nouvellement exploré, d'ailleurs, ce qui explique cette diversité de définitions est la variété des approches adoptées pour expliquer le phénomène entrepreneurial. Dans ce cadre, la recherche dans l'entrepreneuriat a connu en gros trois principales approches (Tounés, 2003)

La première se focalise sur l'étude de l'entrepreneur, elle tente d'identifier les caractéristiques personnelles et psychologiques qui distingueraient cette catégorie de personnes du reste de la société. A cet égard, l'entrepreneur est vu comme une personne exceptionnelle recelant des caractéristiques propres inhérentes au dynamisme, à la créativité et à l'originalité. La deuxième s'intéresse aux comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité, elle introduit l'environnement en tant qu'élément fondamental dans l'analyse de l'entrepreneuriat, les dimensions culturelle, sociale, économique et politique sont prises en considération. De ce fait, l'entrepreneuriat est vu comme un évènement contextuel façonné par l'environnement. La troisième approche se distingue des précédentes par la prise en considération de la dimension temporelle, l'entrepreneuriat est vu comme une démarche processuelle qui s'inscrit dans une perspective séquentielle et contingente ; les variables personnelles et environnementales s'interagissent tout en favorisant ou inhibant l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux.

### 1.2. De l'innovation

L'innovation est un concept large, qui dépasse les aspects strictement techniques et englobe divers aspects (organisationnel, commercial, financier voir social). Elle est souvent confondue avec d'autres concepts notamment avec la notion de Recherche et Développement. Selon le Manuel de Frascati (OCDE, 2002), la recherche et le développement expérimental (R&D) regroupent les activités de création menées de manière systématique en vue d'accroître le stock des connaissances, y compris la connaissance de l'homme, de la culture et de la société, ainsi que l'utilisation de cette somme de connaissances pour de nouvelles applications. Toutefois, la R&D ainsi définie ne correspond qu'à une variable *proxy* de l'innovation. Elle n'intègre pas certaines actions qui représentent elles aussi une source d'innovation non négligeables. Elles sont ne relèvent pas de la mise au point d'un objet technique dans un laboratoire de R&D, elles sont le fait aussi de personnes ne faisant pas partie de l'équipe de chercheurs, ainsi, des idées créatives émanant d'ouvriers peuvent être une source d'innovation.

Mais la question soulevée ici, quand peut-on parler donc d'innovation ? La réponse à cette question nécessite de faire la distinction entre « innovation » et « invention ». Cette distinction a été abordée par Schumpeter qui considère que les deux activités ne relèvent pas du même domaine, des mêmes acteurs et ne répondent pas aux mêmes motivations (Schumpeter, 1939). L'invention est définie comme un ensemble de connaissances issu des activités délibérées des scientifiques. Elle s'inscrit dans l'activité de création et de confection d'objets nouveaux. C'est lorsque l'invention est transformée en un objet ayant un

usage marchand qu'elle devient innovation. Cette transformation est du ressort de l'entrepreneur, celui-ci n'est pas l'inventeur, il plutôt l'innovateur, c'est-à-dire celui qui introduira cette l'invention dans l'entreprise, dans l'industrie, dans l'économie, soit le responsable de l'innovation à proprement parler. Ainsi, l'exploitation d'une invention par un investissement au sens large (réunion de capitaux, construction, agrandissement ou acquisition d'usine, personnel embauché ou formé...), conduit à l'innovation. Dans le manuel d'Oslo (OCDE, 2005, p. 46) l'innovation est définie par « [...] la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation dans les pratiques d'organisation du lieu de travail ou des relations extérieures ». Cette définition met l'accent sur la « mise en œuvre », ce qui permet de distinguer ce qui est inhérent à la créativité (la génération d'idées) de ce qui relève de la mise en œuvre des idées nouvelles, c'est-à-dire de l'innovation<sup>1</sup>.

## **2. L'entrepreneuriat et Innovation : Le lien organique**

Dans la vision schumpetérienne, la recherche de nouvelles combinaisons de facteurs de production est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat. D'ailleurs, il est très difficile dans cette perspective de faire la distinction entre innovation et entrepreneuriat. L'entrepreneur est la poutre porteuse de la dynamique économique. Il est générateur d'innovations nouvelles qui répondent aux besoins nouveaux jusqu'alors insoupçonnés de la société. Pour Schumpeter (1939), la fonction d'entrepreneur s'effectue lors de l'exécution de 5 types d'activités différentes :

- production et mise en application de nouveaux produits ;
- introduction de nouvelles méthodes de production ;
- introduction de nouvelles formes d'organisation ;
- conquête de nouveaux marchés,
- accès à de nouvelles sources d'approvisionnement.

Toutefois, analyser l'activité de l'entrepreneur ne suffit pas pour identifier les caractéristiques de l'activité entrepreneuriale innovante. Il peut sembler à priori que le processus d'émergence d'une entreprise et la création d'un nouveau projet est en soi une démarche innovante. Mais, en réalité, une création d'une entité nouvelle ou la mise en œuvre d'un nouveau projet peut se calquer sur des modèles préexistants, aussi les risques associés à chaque démarche entrepreneuriale ne sont pas identiques. Il est donc nécessaire de distinguer entre l'entrepreneuriat ordinaire et l'entrepreneuriat innovant. La littérature économique ne nous permet pas entièrement de définir l'entrepreneuriat innovant, qui se distinguerait d'autres formes plus classiques de la création d'entreprise. Pourtant, quelques éléments paraissent importants à retenir (Gavini, 2003) :

- l'innovation : Elle consiste à l'introduction de nouveautés radicales ou incrémentales (dans les produits, les procédés ou les formes d'organisation) ce qui lui permet de bouleverser les positions concurrentielles. L'entreprise innovante bénéficie d'un monopole temporaire sur le marché ce qui lui confère une position de leader.
- Les projets innovants se caractérisent par un risque plus élevé et ne se réduisent pas à la création d'entreprises innovantes, ils comprennent aussi l'exploitation des opportunités selon d'autres modalités comme dans le cas de l'entrepreneuriat.

---

<sup>1</sup> Cependant, d'autres définitions existent. Par exemple, la définition établie par OSEO en 2008 : une entreprise est qualifiée d'« innovante » si elle a réalisé au moins une des cinq mesures suivantes au cours des trois dernières années : a) financé des frais de recherche et développement (interne ou externe) ou recruté du personnel de R&D ; b) acquis une licence d'exploitation d'un procédé ou d'une technologie ; c) déposé un brevet, une marque, un dessin ou un modèle ; d)

Ainsi, la création d'entreprises innovantes est au cœur de l'entrepreneuriat. Caractériser l'entreprise innovante revient à identifier les facteurs qui sont à l'origine de la construction de la capacité d'innovation. Dans cette visée, il y a lieu de considérer d'une part, les ressources propres à l'entreprise, et d'autre part ses modes d'interactions et de coopération :

### **Les ressources**

Selon le point de vue de la *RBV* (*resources based view*), les entreprises sont considérées comme un ensemble de ressources devant être déployées pour supporter leurs processus d'innovation. La théorie des ressources ou théorie *RBV* développée dans les années 80 considère que l'entreprise est une combinaison de capacités, de compétences et de ressources. Ces ressources, dès lors qu'elles sont rares ou correctement combinées, deviennent des sources d'avantages concurrentiels. Elles sont le socle sur lequel s'érigent les stratégies des entreprises, et en dépendent leurs performances (Wernerfelt, 1984) ; (Barney, 1991).

La *RBV* propose une large liste de ressources stratégiques qui peuvent affecter le succès ou l'échec d'une entreprise. Les ressources physiques, par exemple, comportent les usines et les équipements, l'emplacement géographique, l'accès aux matières premières et aux réseaux de distribution. Les ressources humaines se composent de l'expérience, les connaissances, et les compétences des employés de l'entreprise. Cependant, la *RBV* ne tient pas compte de toutes les ressources que possède une entreprise, elle se focalise plutôt sur les ressources critiques (ou stratégiques), c'est-à-dire celles qui sont à la base de l'avantage concurrentiel de l'entreprise. Certaines ressources (financières ou physiques) peuvent procurer un avantage précaire par rapport aux concurrents, de plus elles peuvent être acquises facilement sur le marché, alors que d'autres notamment les ressources dites intangibles telles que les compétences et les connaissances attachées au personnel de l'organisation sont à la base du processus d'innovation et de la construction d'un avantage concurrentiel durable. Ces ressources intangibles sont dites aussi invisibles, elles s'acquièrent par l'apprentissage et l'expérience accumulée dans l'exercice de l'activité de l'organisation (Hart, 1995). Par ailleurs, la disponibilité des ressources à elle seule ne peut garantir de bons résultats en termes d'innovation. L'enjeu pour l'entreprise réside aussi dans la valorisation de ces ressources. Ceci nécessite des aptitudes et des pratiques qui sont alors définies comme les « capacités de l'entreprise à démultiplier ses ressources (tangibles et intangibles) en les combinant » (Prahalad, 1990, p. 26). Ces capacités se scindent en deux types. Premièrement, les capacités dynamiques relèvent des « capacités de l'entreprise à renouveler, augmenter et adapter ses compétences stratégiques » (Teece, 1998). Deuxièmement, il s'agit de routines organisationnelles qui engrangent les connaissances collectives ancrées dans des normes, des croyances et des expériences partagées (Nelson, 1982).

Faut-il signaler aussi que le service rendu par l'ensemble ces ressources dépend particulièrement de l'apport de l'entrepreneur en terme de capital social et de sa disposition à prendre des risques. En effet, le capital social peut être considéré comme les ressources relationnelles que les acteurs individuels peuvent mobiliser à travers leurs réseaux de relations sociales (Cooke, 2007) ; (Mayegle, 2015). De plus, l'entrepreneur possède généralement une très forte portée sur la conduite des affaires. Sa personnalité « proactive » influence de façon marquée l'innovation.

## **Les interactions**

Il est établi que la capacité d'innover d'une entreprise dépend plus au moins des investissements qu'elle consacre à la R&D. Néanmoins, le niveau d'implication en R&D n'est pas une variable explicative quasi unique de l'innovation. Elle n'est qu'un des nombreux entrants du processus d'innovation. Elle est manifestement un sous-ensemble de l'innovation, et les industries peuvent innover même sans R&D et de nombreuses entreprises peuvent profiter d'avantages concurrentiels fondés sur des facteurs autres que le rendement mesurable de la R&D. Ce point de vue est soutenu par le constat de recherche selon lequel les PME sont des moteurs d'activités novatrices dans certaines industries, même si elles ne représentent qu'un pourcentage minime en matière de R&D, celle-ci étant habituellement exécutée par les grandes entreprises (Baldwin, 2007). Pour surmonter la carence des ressources internes, les entreprises notamment les PME engagées dans l'innovation font recours à des collaborations en R&D pour faciliter l'échange d'information, l'acquisition des ressources complémentaires et la gestion du risque. Dès lors, il faut que l'entreprise dispose en interne de capacités suffisantes pour assimiler ou reproduire les connaissances importées. Le développement des capacités technologiques des entreprises requiert une symbiose entre le processus d'apprentissage et les différents types d'interactions au sein des firmes et entre firmes et autres organisations (Antonelli, 2003). Au niveau interne, les interactions sont le catalyseur de la création de la connaissance. Ici, l'innovation est considérée comme un processus de création de la connaissance dans l'organisation est le résultat d'une symbiose entre les différents types de connaissance (c'est dire tacites et codifiées) (Nonaka, 1994).

Par ailleurs, les informations provenant de l'extérieur de l'organisation supposent des capacités d'absorption<sup>2</sup> suffisantes pour être interprétées, puis intégrées en interne (Cohen & Levinthal, 1990). Ces interactions permettent d'accéder à d'autres sources d'information qui peuvent servir comme inputs aux firmes et alimentent ainsi le processus d'apprentissage. De là, il est clair que les activités d'innovation sont trop complexes pour être attribuées aux seuls agents individuels, ou bien à des ensembles d'agents liés par de pures relations de marché. Les interactions établies entre différents acteurs (producteurs et utilisateurs de connaissances) prennent plusieurs formes : des flux réguliers de produits tangibles et intangibles, des flux d'informations et des relations de coopérations. L'apprentissage interactif prend place lorsque ces formes sont mises en connexion. L'environnement –ou le système- dans lequel opère l'entreprise est donc déterminant dans l'incitation, la canalisation et la réussite de l'innovation.

### **3. Entrepreneuriat innovant dans la wilaya de Bouira : Etat des lieux**

Il est question dans cette section de faire une présentation sur l'entrepreneuriat innovant dans la wilaya de Bouira, et ce, d'abord par une analyse de la typologie de la population des entreprises de la wilaya et ensuite, par un essai d'appréciation des capacités d'innovation des entreprises.

#### **3.1. Taille et nature des entreprises**

La typologie de la population des entreprises dans la wilaya de Bouira révèle une nette insuffisance en entreprises de taille moyenne et un nombre insignifiant de grandes

---

<sup>2</sup> Cohen et Levinthal désignent cette faculté à absorber le savoir externe par le terme « capacité d'absorption » (absorptive capacity), définie comme: "the ability of a firm to recognize the value of new external information, assimilate it, and apply it to commercial ends" (Cohen & Levinthal, 1990, p. 128)

entreprises. Durant cette dernière décennie, le nombre des petites et moyennes entreprises (PME) dans le tissu national des entreprises a fortement augmenté. Il est passé selon le ministère de la PME et de l'artisanat de 4 683 en 2006 à 15 422 entreprises (toutes catégories juridiques confondues) en 2018 dont la majorité écrasante appartient au secteur privé. Les grandes tendances qui se dégagent ces dernières années permettent de constater que plus grande majorité du tissu de ces entreprises est constitué de très petites entreprises (TPE) privées, de moins de 10 salariés. Les entreprises de grandes tailles par contre sont peu nombreuses (Mipmepi, 2018). La répartition des entreprises selon le secteur d'activité révèle que les secteurs dominants sont le bâtiment, les transports et communications, services pour les collectivités, puis dans une moindre importance pêche, agriculture et chasse, ils concentrent plus de 90% des entreprises. Ceci n'est pas un fait relatif à une période courte, il s'agit en fait d'un choix stratégique lié à des contraintes de concurrence et à la recherche de niches de rente prometteuses. Ces secteurs sont les plus attractifs et les plus dynamiques, les entreprises se concentrent dans ces secteurs de distribution, non intensifs en connaissances et peu utilisateurs d'emplois hautement qualifiés ; elles s'insèrent ainsi dans l'économie de distribution et s'éloignant de l'économie de production. Le peu d'entreprises qui produisent, s'orientent vers la production de biens de consommation afin de satisfaire la demande locale sans se soucier de l'amélioration de la qualité des produits commercialisés.

La dominance des secteurs de distribution d'un côté et le faible poids des secteurs de production de l'autre appelle une remarque importante. Si l'élément technologique est considéré comme le pilier productif de l'entreprise, ses rapports avec la création d'entreprise soulèvent deux types d'incidences :

- Ou bien la technologie constitue une « opportunité absolue » : Nous nous situons ici dans la perspective de l'entrepreneur qui vise à transformer l'invention en un objet ayant un usage marchand c'est-à-dire qu'elle est à l'origine même de la création d'entreprise. C'est le cas lorsqu'un inventeur ou un détenteur d'un brevet d'invention ou d'une licence d'exploitation cherche à tirer profit de son avantage technologique en créant une entreprise. Cette hypothèse ne semble pas tenir, vu d'abord le nombre très faible de brevets produits, de licences détenues chaque année et le nombre insignifiant d'entreprises innovantes. Par ailleurs, l'analyse des motivations de la création d'entreprises peut être instructive dans la mesure où elles constituent un indicateur de mesure du comportement entrepreneurial. Dans cette perspective, il s'agit de savoir dans quelle mesure l'état de l'économie dans son ensemble émet des signaux positifs (ou non) quant à l'existence d'opportunités d'investissements. Ainsi, lorsque ces signaux ne sont pas positifs, les personnes en situation vulnérable se dirigent vers la création d'entreprise par nécessité. Par contre, lorsque les indicateurs sont positifs et le climat des affaires favorable, les personnes cherchent à identifier des opportunités d'investissement dans des créneaux compétitifs. Ils valoriseront leur capital connaissances et savoir-faire en choisissant les secteurs porteurs et ou attractifs. Selon les résultats d'une enquête sur l'intention entrepreneuriale menée en 2017 auprès de jeunes étudiants de l'université de Bouira, il existe une multitude de motivations qui poussent les jeunes à envisager de créer leurs propres entreprises. La plupart de ces motivations sont relatives à l'obtention d'un bon statut social et l'obtention de bons revenus (Nouri, 2017). Ce qui signifie *a priori* que la dynamique de la création des entreprises est beaucoup plus une dynamique poussée par le désir d'une promotion sociale que par la volonté d'exploiter des

opportunités qu’offre la marché. Ici, la création d’entreprise en réponse à un véritable besoin d’indépendance pour valoriser une invention dont ils sont les créateurs.

- Ou bien la technologie constitue une « opportunité relative », voire « un obstacle » à cette création, la technologie est alors un simple facteur parmi d’autres. L’investissement privé s’oriente vers les activités naturellement peu ouvertes à la concurrence étrangère et où les délais de récupération des investissements sont très courts. Les projets créés manquent d’originalité, le réflexe fort est de chercher à imiter des entreprises déjà existantes, à se diriger vers un secteur où l’entrée est relativement facile. Il y a un manque d’imagination des entrepreneurs en puissance dans l’identification des projets d’affaires originaux et novateurs. Ils investissent beaucoup plus les circuits de production qui ne demandent pas des procédés de production élaborés et/ou qui nécessitent des équipements complexes et coûteux (commerce et distribution, transport et communication, BTHP et agroalimentaire).

Bien que le constat général relève une dominance des secteurs de distribution dans le total du parc des PME de la wilaya, il semblerait que durant les cinq premières années de la précédente décennie, le secteur de l’industrie fait l’objet d’une bonne dynamique. Ainsi, les chiffres de l’ANSEJ montrent que le secteur de l’industrie est parmi les plus dynamiques en termes de création, les projets financés par cet organisme ont presque doublé entre 2011 et 2014. Les responsables de l’ANSEJ, ont considéré à plusieurs reprises lors de manifestations scientifiques à l’université de Bouira que cette dynamique de création des entreprises industrielles est l’aboutissement d’une nouvelle orientation adoptée par l’organisme qui consiste en l’encouragement des projets industriels et ayant une plus grande valeur ajoutée, cette orientation s’inscrit aussi selon eux, dans la volonté des pouvoirs publics de promouvoir le secteur industriel dans la région. Par ailleurs, au regard des chiffres annoncés dans les années qui suivent, l’optimisme se trouve contrebalancé par une baisse généralisée des créations des entreprises. Il s’avère que cette dynamique n’est pas un phénomène structurel, elle est plutôt conjoncturelle.

**Tableau N°1. Le nombre de projets financés par l’ANSEJ (de 2011 à 2018)**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL	%
Agriculture	56	60	71	58	53	61	25	22	406	9,61
Artisanat	12	21	27	46	24	16	5	4	155	3,67
Bâtiment	116	166	157	144	124	39	24	33	803	19,06
Industrie	83	113	119	145	92	36	19	18	625	14,8
Services	532	733	365	253	166	63	40	82	2234	52,9
TOTAL	799	1093	739	646	459	215	113	159	4223	100

Source : (ANSEJ., 2019)

### **3.2. Les capacités technologiques des entreprises**

Dans cette dernière section, nous mettrons l’accent sur les capacités technologiques des entreprises.

#### **3.2.1. Les dotations**

La capacité d’internaliser les procédés technologiques est largement déterminée par les efforts que consent l’entreprise en matière d’investissement dans la connaissance.

#### **La R&D**

Les dépenses en R&D sont le paramètre le critère plus utilisé pour évaluer l’innovation dans les entreprises. Elles manifestent le penchant de l’entreprise à la production régulière et à l’application commerciale de nouvelles connaissances. Sur le plan global, elles contribuent à encourager les échanges commerciaux et à créer des emplois à plus forte valeur ajoutée, en améliorant la productivité et en favorisant les conditions qui permettent l’assimilation des

transferts technologiques. Faut-il signaler d'abord qu'en Algérie, les ressources destinées aux activités de R&D sont très insuffisantes. Les indicateurs usuels d'innovation, comme l'effort en matière de R&D mesuré par le ratio « Dépenses de R&D/PIB » atteste du faible engagement de l'Algérie dans les activités de R&D et de la fragilité de sa position internationale. Notons que la contribution du secteur des entreprises dans les dépenses totales de R&D est insignifiante. Les entreprises sont très faiblement impliquées dans l'innovation. Les entreprises dans la wilaya de Bouira n'échappent pas à ce constat.

**Tableau N°2 .Dépenses de R&D dans quelques pays de la régionMENA (2019)**

	Algérie	Egypte	Maroc	Tunisie	Italie	France	Espagne	Turquie
Ratio Dépenses totales en R&D / PIB	0,5	0,6	0,7	0,6	1,3	2,2	1,2	0,9

Source: (Schwab, 2019)

Les activités de recherche dans les entreprises semblent être un luxe inaccessible au vu des petits moyens qui lui sont consacrés. Il s'agit d'un état d'absence quasi-totale d'efforts de R&D, c'est-à-dire que ces derniers ne sont pas programmés et pour lesquels sont consacrés spécifiquement des ressources financières, matérielles et humaines. Un nombre insignifiant de scientifiques et d'ingénieurs est impliqué d'une manière effective dans les activités de recherche. Le personnel technique se trouve à l'écart des activités de recherche ou d'innovation, il exerce est impliqué d'une manière routinière autour de gestes et de procédures reconnus. Cette orientation n'est pas favorable au développement d'une capacité d'apprentissage basée sur l'expérimentation et la transformation et qui suppose, au contraire, de remettre en question en permanence, pour les dépasser, les procédures existantes.

La volonté d'innover n'est pas inscrite par les dirigeants des entreprises dans une stratégie globale. L'entrepreneur dans ce cas n'est pas entré dans une démarche permanente d'innovation qui lui permet de se maintenir dans la course. Sachant que cette démarche ne s'improvise pas, elle se décide, elle implique de la part du chef d'entreprise une vision stratégique, une véritable démarche visant à diagnostiquer le marché et à identifier les attentes et les exigences de la clientèle, une aptitude à l'ouverture et une capacité à mobiliser l'ensemble de ses salariés.

Dans l'ensemble, les entreprises sont peu motivées par l'innovation, elles réalisent suffisamment de profits avec des produits standards. Dans la plupart des cas, les entreprises se focalisent essentiellement sur des stratégies de positionnement en identifiant des niches sur lesquelles elles peuvent obtenir des rentes. L'entreprise notamment la PME adopte une activité de niche qui réduit son besoin technique, elle concentre donc ses connaissances sur un segment étroit. De ce fait, cette focalisation sur un créneau, délaissé par les grandes entreprises et la concurrence étrangère, permet d'éviter une confrontation directe (Slaouti, 2011).

### **Les compétences**

La production et l'appropriation des technologies au sein d'une économie et dans les entreprises en particulier sont fondamentalement liées à la valorisation des compétences existantes. Les enquêtes faites dans la région que nous avons recensées dans les travaux de fin d'études des étudiants de master montrent que les entreprises en général ne mettent pas en place un système d'incitation qui récompense les initiatives innovatrices et elles n'ont pas de système formel qui valorise les compétences. L'expertise scientifique et technique est

souvent marginalisée par rapport aux fonctions administratives. Cette marginalisation apparaît par exemple dans les modalités de promotion au sein de l'entreprise. La promotion aux postes supérieurs est plus facile avec l'abandon du travail technique en faveur de l'encadrement administratif. Un tel cheminement du travail est incompatible avec un système d'entreprise où la performance se mesure à la maîtrise du savoir. L'entreprise de manière générale participe très peu ou pas du tout à la formation. Elle profite des diverses formules de contrats de travail à durée déterminée<sup>3</sup>. L'intérêt pour les actions de formation reste insuffisant. Seules quelques entreprises de grande taille qui sont dans l'ensemble publiques prévoient des budgets de formation et des politiques en matière de recrutement en vue d'améliorer la qualité de leur personnel et de leurs produits. Par ailleurs, le recrutement ne se pose pas comme solution à la faiblesse des efforts de formation. Les entreprises recherchent des compétences et le diplôme ne représente pas un canal par lequel les chercheurs d'emploi signalent leurs compétences particulièrement lorsque le chômage des diplômés est élevé. La valeur intrinsèque des diplômes universitaires joue un rôle relativement limité dans la décision de recrutement des employeurs.

### **3.2.2. Les interactions**

L'entreprise est loin de répondre au profil d'une entreprise ayant une dynamique collective intérieure impliquant l'ensemble des collectifs de travail, ou extérieure favorisant la collaboration avec d'autres entreprises ou encore plus avec les milieux scientifiques.

#### **3.2.2.1. Un modèle de gestion qui ne favorise pas l'interaction**

Elle a adopté un type de management qui est loin de favoriser l'interaction donc la créativité au sein de l'entreprise. Ces éléments se résument en :

- (i) Un encadrement supérieur à dominante familiale.
- (ii) Une structure d'organisation qui permet au dirigeant d'être l'acteur principal de la décision et de la coordination.
- (iii) Un système de décision à base de consultation familiale même extérieure à l'entreprise.

Ainsi, le caractère familial des entreprises ne permet pas de favoriser une quelconque proximité qu'elle soit institutionnelle ou organisationnelle avec les autres acteurs économiques. Les entreprises ont en majorité le statut EURL (entreprise unipersonnel) ou de SARL (société à responsabilité limitée)<sup>4</sup> traduisant de ce fait une faible capitalisation sociale du secteur privé, le nombre des entreprises représentées par des sociétés par actions (SPA) est très faible. Ce qui constitue un véritable obstacle à la croissance des PME et aux possibilités de partenariat avec les entreprises étrangères. La propriété privée a donc des difficultés à se socialiser avec l'ouverture du capital, elle est réduite à la stricte propriété familiale, ce qui a pour effet de limiter la surface financière de l'entreprise et de compromettre son développement. Les méthodes de gestion sont obsolètes du fait de l'absence de culture managériale. Sous contrôle d'intérêts familiaux, tant dans sa gestion que dans son capital, les entreprises sont réticentes à s'ouvrir sur le marché intérieur et extérieur. Les opérations de transfert, fusion et consolidation d'entreprises sont rares. La capacité de liaisons existe dans des formes préliminaires et notamment dans le processus

---

<sup>3</sup> La formule des contrats de pré-emploi, du dispositif d'aide à l'insertion professionnelle (DAIP) destinée aux diplômés universitaires et aux techniciens supérieurs offrent un emploi pour une durée allant jusqu'à trois années auprès des institutions et des entreprises. Ces dispositifs connaissent une montée en puissance ces dernières années. En 2015, le secteur économique privé a reçu 3356 postes sur un total de 3696 postes dans le cadre du DAIP.

<sup>4</sup> Ces statuts mettent à l'abri les biens personnels des propriétaires, il les empêche en revanche d'accéder au marché financier et aux crédits bancaires pour financer la croissance de leurs entreprises car cela implique l'existence de sûretés et de garanties.

d'échange de biens et services. Elle se réduit à la forme de relations contractuelles formelles et de liens informels avec aussi bien des fournisseurs que des clients.

Gérées par des personnes peu qualifiées, qui ne font pas encore la différence entre la fonction de « gestionnaire » et celle de « propriétaire », les entreprises s'inscrivent davantage dans une logique de « reproduction » que d'innovation. L'absence d'autonomie que ce soit dans les entreprises du secteur public ou privée ne permet pas aux initiatives individuelles et collectives d'éclore. Les rapports de pouvoir mis en place offrent peu d'espace à l'initiative non contrôlée (Khelfaoui, 2011). De manière générale, à quelques nuances près, dans la plupart des entreprises, les caractéristiques du mode de gouvernance dominant sont reprises dans le tableau suivant:

**Tableau N°3 : Quelques caractéristiques du mode de gouvernance**

Style de direction	Directif
Autorité et responsabilité	Autorité concentrée sur une minorité de personnes et manque de responsabilité chez le reste des employés
Normes	Fixées par la direction et peu d'effort pour les faire accepter par les employés
Organisation des tâches	Imprécise
Rôle du cadre	Organise, dirige, contrôle et sanctionne
Rôle du travailleur	Effectue des tâches mécaniques
Formation	Peu de formation, Formation à la tâche
Information	Rare, accès difficile
Intérêt au travail	La plupart du temps, Employés démobilisés et indifférents aux résultats et l'avenir de l'entreprise

Source : Etabli par nous

### 3.2.2.2. Les relations université-entreprise

Appréhender la situation de l'innovation dans les entreprises nécessite une démarche plus globale qui met l'accent particulièrement sur le poids du système d'innovation et implique en particulier une analyse des flux de la connaissance à travers le processus d'apprentissage. Une telle analyse fait appel à une caractéristique majeure pour comprendre le fonctionnement du système: le processus d'apprentissage interactif. En effet, il est clair que les activités d'innovation sont trop complexes pour être attribuées aux seules entreprises, ces activités comme notées précédemment recèlent un caractère collectif et interactif. Le partenariat universités -entreprises revêt donc une importance particulière puisqu'il permet de créer une dynamique d'échanges mutuellement profitable entre les deux acteurs.

Dans ce cadre, il a été créé au sein de l'université de Bouira un Bureau de Liaison Entreprise/Université (BLEU) en Mai 2014 afin de faciliter le rapprochement et les interactions entre les deux acteurs : université et entreprise. Cette structure d'interface remplit à la fois une fonction d'impulsion, de conseils et d'appui aux équipes universitaires et à leurs partenaires. Elle a pour mission de:

- Offrir un ensemble de services notamment des programmes de formation continue adaptés aux besoins des entreprises ;
- Favoriser le transfert de technologie ;
- La mise en commun des ressources humaines et matérielles nécessaires à la conduite de co-projets.
- Faciliter les interactions avec les d'autres structures (incubateurs, pépinières....)

En effet, plusieurs conventions en été signée entre l'université de Bouira avec plusieurs acteurs économiques. Particulièrement avec la direction du développement industriel et de la promotion de l'investissement (DDIPI) et plusieurs entreprises afin de promouvoir les PME et valoriser les ressources et les compétences. Toutefois, les actions menées dans ce sens sont très limitées, et plusieurs actions prévues dans les conventions n'ont pas été réalisées. Les échanges entre les partenaires se sont limités dans la plupart des cas à la formation et à l'encadrement des étudiants.

**Tableau N°4. Les partenariats universités de Bouira-secteur économique**

Partenaire	Objet de la convention
Direction du développement industriel et de la promotion de l'investissement (DDIPI)	Contribuer au développement du centre de facilitation des PME de bouira et la pépinière de sour El Ghozlane Prendre en charge les étudiants de fin de cycle en matière de stage Assurer des formations de perfectionnement par l'université de Bouira, au profit des cadres de la DDIPI Bénéficier les PME des résultats de recherche Organiser des évènements scientifiques et économiques
SARL SISSOU (semoulerie) SARL BIOGEN (produits parapharmaceutiques) PIGMA COLOR (peinture et platerie) EURL EPSPTP (travaux publics)	Prendre en charge les étudiants de fin de cycle en matière de stage Réalisation de projets de recherche Prise en charge des problèmes rencontrés par l'entreprise en matière d'innovation, gestion, maintien de l'outil de production
CNEP	Prendre en charge les étudiants de fin de cycle en matière de stage
ANSEJ	Elaboration et mise en œuvre de formation à la création et la gestion d'entreprise en direction des étudiants Accompagnement des étudiants et des chercheurs dans la concrétisation de leurs projets Mise en place de structure d'aide à la promotion et au développement de l'entrepreneuriat en milieu universitaire

Source : Bureau Bleu (2018)

Les relations université-entreprises peuvent être plus au moins formalisées comme certaines peuvent se faire uniquement au niveau des individus, et d'autres au niveau des institutions. De là, il est nécessaire de distinguer le niveau de formalisation de ces interactions et leurs sens en prenant en considération les supports des interactions: ces supports pouvant être des supports codifiés (comme une publication scientifique), des artefacts technologiques (comme un prototype) ou des supports financiers (comme une cession de licence). Une enquête menée en 2016 sur les pratiques de fonctionnement des communautés scientifiques au sein de l'université de Bouira, nous permet de dégager un certain nombre de conclusions que nous avons rangé dans le tableau suivant. Dans l'ensemble, les interactions entre l'université et les entreprises sont peu formalisées et limitées.

**Tableau N°5 : Les différentes modalités d'interactions entre universités et entreprises**

Type de collaboration	Formalisation	Absence	Présence		
			faible	moyenne	Forte
Joint-venture	++	*			
Projet de recherche en partenariat	++		*		
Contrat de recherche	++	*			

Prestations de services en R&D	++		*		
Co-dépôt de brevets	++	*			
Co-développement de prototype	+	*			
Mise en commun de ressources pour développer de nouveaux produits.	+	*			
Accès aux équipements des entreprises par les académiques	+	*			
Concessions de licences	+	*			
Paiement de royalties	+	*			
Co-publications d'articles entre académiques et entreprises	+	*			
Encadrement de stagiaires en entreprises	+				*
Formation continue de cadres des entreprises par l'université	+		*		
Création d'entreprises de R&D par des universitaires (spin-offs)	+	*			
Contacts informels entre académiques et industriels			*		

NB : La colonne *formalisation* indique le niveau de formalisation de la collaboration qui peut varier de « peu formalisée » (+) à « très formalisée » (++).

Source : Etabli par nous à partir de (Ider, 2016)

Par ailleurs, à l'instar de plusieurs universités du pays, l'université de Bouira a créé la « Maison de l'entrepreneuriat ». Cette structure nouvelle a pour rôle d'inculquer et de renforcer la culture entrepreneuriale et l'esprit d'entreprise dans le milieu universitaire, de valoriser les comportements entrepreneuriaux et contribuer à l'ouverture de l'université et des établissements de l'enseignement supérieur sur l'environnement de la création de l'entreprise. Ses missions principales sont : la sensibilisation, la formation et le pré-accompagnement. Depuis sa création, la maison a pu former plusieurs groupes d'étudiants à l'activité entrepreneuriale. Des formations qui s'inscrivent dans la démarche en amont de l'exercice entrepreneurial visant à favoriser le développement de capacités entrepreneuriales des étudiants<sup>5</sup>. Cependant, le nombre d'étudiants formés demeure faible, et ceux qui ont pu créer des entreprises est insignifiant (02 étudiants seulement).

**Tableau N°6. Nombre d'étudiants formés selon le type de formation**

Type de formation	2015	2016	2017
TRIE	11	16	15
CREE	-	-	18
GERME	14	16	17

Source : Maison de l'entrepreneuriat de l'université de Bouira (2018)

Cette situation confirme les résultats des recherches menées par plusieurs étudiants relatives à l'estimation de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bouira. La faiblesse de l'intention entrepreneuriale est l'une des raisons principales à

<sup>5</sup> Les formations offertes sont de deux types : la formation « TRIE » (trouver votre idée d'entreprise) qui vise l'ensemble des étudiants ayant une intention entrepreneuriale mais ne développant pas encore d'idée de projet. La formation « CREE » (créer votre entreprise) destinée à ceux qui possèdent des idées de projet et envisagent de le réaliser et la formation GERME (Gérer mieux votre entreprise) vise à améliorer les capacités de management et du pilotage des entreprises.

l'origine du peu de projet d'entreprises enregistrés. Ajoutant à cela, l'absence d'un cadre accompagnateur tel que l'incubateur fait que le nombre de projets d'entreprises est aussi faible. Cet état ne peut se détaché du contexte global qui marque l'entrepreneuriat dans le milieu universitaire algérien. L'introduction de dispositif tels que la création des maisons de l'entrepreneuriat, l'introduction de l'enseignement de l'entrepreneuriat à l'université et même l'implantation d'incubateurs universitaires n'ont pas pu booster l'entrepreneuriat universitaire. Nous pensons que l'une des raisons principales<sup>6</sup> - bien qu'il en existe plusieurs- qui sont à l'origine de cette situation est l'absence d'une stratégie d'ensemble qui définit les objectifs à atteindre, les ressources à mobiliser et les actions à mettre en œuvre. Il s'avère que le peu de moyens (humains, matériels et financiers) dont disposent les maisons de l'entrepreneuriat entravent fortement le bon déroulement de leurs activités. Par ailleurs, bien que formation à l'entrepreneuriat à l'université est introduite pour stimuler les intentions entrepreneuriales parmi les étudiants, il n'en demeure pas moins que l'enseignement tel qu'il est dispensé reste cantonné sur les aspects théoriques et ne s'implique pas suffisamment dans l'enseignement des compétences nécessaires à l'entrepreneuriat et dans la mise à disposition des services complémentaires tels que le coaching et le leadership et les aspects liés à la gestion et au financement.

### **Conclusion**

Il est clair que l'entrepreneuriat innovant reflète la forte imbrication entre l'entrepreneuriat et l'innovation; l'exploration et l'exploitation des nouvelles idées (ou opportunités) qui se traduisent par la création de nouveaux produits et services, voire de nouvelles entreprises. Cette dynamique créative se trouve au cœur du développement économique.

Le diagnostic que nous avons établi dans ce papier sur l'entrepreneuriat innovant dans la wilaya de Bouira nous permet de constater que :

- La majorité des entreprises sont de très petites taille n'ayant pas les ressources nécessaires pour une conduire des projets innovants. Ces entreprises se concentrent dans ces secteurs faiblement intensifs en connaissances et peu utilisateurs d'emplois hautement qualifiés ;
- Les entreprises ne disposent pas de capacités d'absorption suffisantes qui leurs permettent d'entreprendre des activités d'innovation et d'internaliser les procédés technologiques ;
- L'entreprise dans la wilaya de Bouira est une entité faiblement interactive que ce soit au niveau interne impliquant l'ensemble des collectifs de travail ou externe particulièrement avec les milieux scientifiques.

Au regard de ce qui précède, il s'avère que toute politique de promotion de l'entrepreneuriat innovant au delà des questions soulevées souvent dans les études inhérentes à ce sujet : accès au financement, allégement de la fiscalité et les procédures de création des entreprises, promotion de la culture et de l'esprit d'entreprise, etc, doit intervenir en faveur de la construction d'une capacité d'innovation pour les entreprises établies ou nouvellement créées d'un côté par l'investissement dans la connaissance de manière générale et par la valorisation des interactions avec les producteurs de la connaissance notamment l'université.

---

<sup>6</sup> Il en existe une panoplie de facteurs qui inhibent le développement de l'entrepreneuriat de manière générale et qui touche pratiquement chaque séquence du processus entrepreneurial allant des la phase amont à la phase aval : Des facteurs individuels liés à la faiblesse des dispositions aux facteurs environnementaux liés aux incitations et aux dispositifs.

## Bibliographie

- ANSEJ. (2019). Annuaire statistique. Bouira.
- Antonelli, C. (2003, juin 12-13). The economics of governance: transactions, resources and knowledge. *creating, sharing and transferring knowledge. The role of Geography, Institutions and Organizations*". Copenhagen.
- Baldwin, J. H. (2007). *Innovation and Knowledge Creation in an Open Economy. Canadian Industry and International Implications*. Royaume-Uni: Cambridge University Press.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management* , 17, 99-120.
- Cohen, M., & Levinthal, A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly, Special Issue: Technology, Organizations, and Innovation* , 1 (35), 128-152.
- Cooke, P. (2007). Social Capital, Embeddedness, and Market Interactions: An Analysis of Firm Performance in UK Regions. *Review of social economy* , 1 (65).
- Dalhom, I., & Jarbouni, A. (2016). Un survol du concept d'entrepreneuriat. *International Journal of Innovation and Applied Studies* , 15 (2), 367-374.
- Filion, J. (1999). De l'entrepreneuriat à l'entrepreneuriologie. *Revue Organisations & Territoires* , 8 (1-2).
- Gavini, C. G. (2003). *Les jeunes entreprises innovantes : Une priorité pour la croissance*. Paris: la documentation française.
- Hart, S. L. (1995). A naturel Resources based view of the firm. *Academy of management Review* , 4 (20).
- Ider, H. (2016). Analyse des pratiques des communautés du savoir : cas des chercheurs de l'université de Bouira. *Faculté des sciences économiques, des sciences commerciales et des sciences de gestion*. université de Bouira.
- Khelfaoui, H. (2011). Accès aux technologies en Algérie. *African Sociological Review* , 1 (5).
- Landström, H. (2007). *Pioneers in entrepreneurship and small business research, International studies in entrepreneurship*. Springer.
- Mayegle, F. O. (2015). Capital social du dirigeant et performance des entreprises : une étude quantitative auprès des PME du Cameroun. *Management & Avenir* , 1 (75), 35-54.
- Mipmepi. (2018). *bulletin statistique 201*. Récupéré sur ministère de l'industrie: <http://www.mdipi.gov.dz/?Bulletin-de-veille-statistique>
- Nelson, R. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge. Cambridge.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *The institute of management science* , 1 (5).
- Nouri, N. H. (2017). L'intention entrepreneuriale chez les étudiants de l'université de Bouira. *faculté de sciences économiques, des sciences commerciales et des sciences de gestion.. université de Bouira*.
- OCDE. (2005). *Manuel d'Oslo*.
- Prahalad, C. H. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review* , 3 (68), 79-91.
- Schumpeter, J. (1939). *Business Cycles, A theoretical, historical and statistical analysis of the capitalists process*. New York: Mc Graw Hill.
- Schwab, C. (2019). *The global competitiveness report*. WEF.
- Slaouti, A. (2011). Quelles stratégies pour la création et le développement de PME innovantes en Algérie ? *Business Management Review* , 1 (2), 112-129.
- Teece, D. J. (1998). Capturing Value from Knowledge Assets: the new economy, markets for know-how, and intangible assets. *California Management Review* (40).
- Tounés, A. (2003). L'intention entrepreneuriale une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS. université de Rouen.
- Verstraete, T. (2001). Entrepreneuriat : modélisation du phénomène. *revue de l'entrepreneuriat* , 1 (1).
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal* , 5, 171-180.