

## LES VOIES DURABLES D'UNE INNOVATION COMPÉTITIVE

Par : Mme **BEKHOUCHE Fella** née **OUAHDI**  
MAA et Chercheur EHEC Alger



## Les voies durables d'une innovation compétitive

Par : Mme BEKHOUCHE Fella née OUAHDI

MAA et Chercheur EHEC Alger

### Résumé :

Dans un environnement où la concurrence est rude, l'entreprise doit maîtriser les règles de jeu du domaine d'activité où elle s'active. L'innovation est l'un de ses facteurs clé de succès dont l'importance est prépondérante. Les chevronnés du domaine considèrent l'innovation comme étant le moteur clé de croissance d'un bon nombre d'entreprises.

Pour arriver à faire ce constat, il est sur que le processus d'innovation au sein de l'entreprise est passé par de grandes évolutions faisant de ce chemin une véritable voie pour la compétitivité et la croissance durable.

Dans cet article, nous essayerons de détailler à travers un esprit descriptif et analytique, les déterminants d'une innovation évolutive

**Mots clefs :** Innovation, compétitivité, croissance durable

### Introduction :

Depuis plusieurs décennies, les découvertes de première importance se sont multipliées, notamment grâce aux progrès considérables des technologies de l'information. La question majeure, aujourd'hui, est de réussir à tirer parti de ce stock énorme de connaissances, à le transformer en produits, en services, en facteurs de qualité de vie. C'est dans cette activité de passage, de transformation, d'adaptation, qu'est l'innovation, au sens strict du terme, que se situent les enjeux les plus importants pour notre prospérité, notre confort pour en faire une harmonie économique et sociale à laquelle aspire notre société durablement.

La dimension territoriale de l'innovation, de la compétitivité et de la croissance n'est plus à démontrer. Elle est d'ailleurs renforcée, et non amoindrie, par la mondialisation et la décomposition au plan international des processus productifs, qui conduisent à souligner la dimension spatiale

de la compétitivité D'où l'importance pour l'entreprise de susciter un climat propice à l'innovation et de savoir gérer le processus d'innovation.

Comment s'est développée cet esprit au sein de l'entreprise, Et dans quelle mesure, ce dernier peut être considéré comme un facteur de succès pour celle-ci

### **I- L'Evolution de l'esprit innovateur au sein de l'entreprise :**

Que l'entreprise soit créée ou en phase de création, l'activité de l'innovation s'avère de nos jours, d'une grande importance, si ce n'est primordiale pour la survie, l'évolution, et le développement de l'entreprise, son processus est passé au fil des années par de grandes phases marquantes qui n'ont fait que croître cette importance.

#### **I-1- De l'esprit entrepreneurial à l'innovation**

L'entrepreneuriat<sup>1</sup> est un état d'esprit qui consiste à saisir les opportunités, prendre des risques, innover plutôt que de rester dans l'inactivité et le confort de la rente. L'entrepreneuriat fait le pari de l'innovation en plaçant celle-ci au cœur de l'activité économique.

L'innovation est un processus en trois étapes allant de l'invention à l'application de celle-ci et enfin à sa commercialisation. Toutes les innovations sont créatrices de valeur à la fois économique et sociétale à différentes échelles. C'est cette création de valeur qui est vecteur du progrès et du renouveau de la croissance.

##### ***I-1-1- L'entrepreneur, un homme de progrès***

Les entrepreneurs forgent l'identité de l'entreprise, par conséquent c'est sur eux que repose la réussite de celle-ci. Afin de mettre en œuvre une politique de l'innovation, interrogeons-nous sur le profil de ceux qui en sont à l'origine. Qui sont les entrepreneurs ?

La diversité des profils des entrepreneurs tient à la nature du raisonnement entrepreneurial lui-même L'entrepreneuriat applique un raisonnement « effectual »<sup>2</sup>, le pragmatisme s'opposant au déterminisme de la logique « causale » appliquée par les managers. La pratique « effectuale » repose sur la philosophie suivante : « il ne sert à rien de prédire le futur puisque je peux le contrôler ». Ainsi, l'entrepreneur ne planifie pas, il adapte en fonction des aléas. Il prend en compte que le monde est un espace en constante évolution et qu'en conséquence, il doit toujours

<sup>1</sup> Michel Destot ; « ETI et PME: pour une innovation compétitive » Jean-Jaures Fondation 2011 p 13

<sup>2</sup> Michel Desto op.cit p 17

être en alerte. Il doit donc pouvoir être capable de penser à long terme pour donner une orientation à la stratégie de son entreprise et d'être pragmatique pour adapter au jour le jour cette stratégie

### *I-1-2- Les multiples facettes du phénomène d'innovation.*

L'innovation n'est pas nécessairement synonyme de (haute) technologie, bien que celle-ci intervienne de plus en plus dans les équipements, Néanmoins, la composante technologique est généralement présente, sinon déterminante, dans la création, la fabrication et la distribution des produits et services. La maîtrise des compétences scientifiques et techniques est essentielle à un double point de vue:

1- pour générer les avancées techniques (à cet égard, la création et le développement d'entreprises nouvelles de haute technologie est un atout important pour leur mise au point et leur diffusion);

2- mais aussi, de manière tout aussi importante, pour comprendre et utiliser les technologies nouvelles, quelle que soit leur origine

Selon Christian Stoffaës<sup>3</sup>. « Les entrepreneurs qui provoquent et mettent en action l'innovation sont un incomparable moteur de croissance, contrairement aux rentiers qui, par leur inaction, ralentissent le progrès et freinent donc la croissance. De surcroît, ils exercent des effets d'entraînement dans la mesure où une innovation dans un secteur provoque des innovations dans les secteurs voisins », l'exemple le plus parlant étant Internet qui a ouvert la voie à des centaines d'innovations dans le secteur des services notamment.

### **I-2- De la gestion d'innovation au management de l'innovation**

Les techniques de gestion de l'innovation et de la technologie telles que l'approche par la qualité, le management participatif, l'analyse de la valeur, le design, l'intelligence économique, la production «juste à temps», le «ré-engineering», l'étalonnage des performances, etc. offrent aux entreprises qui les maîtrisent des avantages compétitifs indéniables. Les exemples qui en témoignent abondent. « Ces méthodes, qu'il convient d'adapter aux spécificités et aux différentes cultures des entreprises, ne sont pas encore assez utilisées dans plusieurs pays ou régions (ex : L'Europe) »<sup>4</sup>. De plus, la formation des spécialistes dans ces disciplines et la diffusion de celles-ci, en particulier dans les programmes éducatifs, pourraient être renforcées.

<sup>3</sup> Extrait des actes de la 11<sup>e</sup> Université d'été des CCI, «Vivre, c'est entreprendre...» - Toulouse, septembre 2007

<sup>4</sup> Patrice Noailles ; « L'Entreprise Innovante, outil d'une nouvelle politique d'innovation (?)Colloque placé sous le haut patronage du Ministre de l'Industrie, de l'Énergie et de l'Économie Numérique, M. Éric Besson 5 avril 2012 À la Maison de l'Europe, 35, rue des Francs-Bourgeois, 75004, Paris

L'innovation est donc de par sa nature un processus collectif qui suppose l'engagement progressif d'un nombre croissant de partenaires. A cet égard, la motivation et la participation des salariés s'avèrent critiques pour sa réussite. Par ailleurs, comme en témoignent les difficultés actuelles que traversent la plupart des systèmes nationaux de protection sociale, le domaine social et les services publics, en général, appellent des innovations fortes de manière urgente.

### **I-3- Du management de l'innovation à l'innovation dans le management**

On sait depuis longtemps que la clef de la réussite des innovations, dans les entreprises, c'est la capacité des dirigeants à adapter leur management et leur organisation aux évolutions technologiques. Il faut réussir à la fois à manager l'innovation, ce qui est l'une des missions principales de la Direction générale, appuyée par les bureaux d'études et les services de R&D, de marketing, de personnel, etc., et à innover dans le management, ce qui concerne toute l'entreprise à commencer par l'encadrement. Sans cette convergence des évolutions des outils, des méthodes et des relations humaines, l'échec est assuré, comme on l'a vu ces dernières années dans quelques entreprises dont la culture a été remise en cause trop brutalement (Renault, France Telecom,...).

L'innovation, c'est de la matière grise ajoutée. Depuis une quinzaine d'années, de nombreux auteurs se sont penchés sur les questions de knowledge management, qui consiste, pour faire court, à développer les capacités organisationnelles dans le but d'acquérir, d'accumuler et d'exploiter du savoir.

L'art des « managers du savoir » est de faciliter les apprentissages individuels, de veiller à ce que la constitution des équipes et les conditions de travail favorisent la transmission et les échanges dans le groupe, et d'adapter finement les organisations à l'élévation des compétences individuelles, afin de tenter de les transformer en compétences collectives. Cette innovation dans et par l'organisation, que l'on désigne habituellement par « apprentissage »<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Article micro

## **II- En quoi l'innovation constitue-t-elle un moteur de croissance durable ?**

Si Schumpeter fut le premier à montrer que le progrès technique est à l'origine d'une croissance de long terme, l'idée que l'innovation constitue un moteur de la croissance est désormais répondue et admise par tous.

Ainsi, on peut lire dans une publication de l'OCDE (Synthèses, novembre 2012) « L'innovation est un facteur déterminant de la croissance et des performances de l'économie mondialisée »<sup>6</sup>. Elle donne naissance à de nouvelles technologies et de nouveaux produits qui aident à répondre aux enjeux mondiaux comme ceux de la santé ou de l'environnement. En transformant les modalités de production des biens et de prestation des services, elle stimule la productivité, crée des emplois et contribue à améliorer la qualité de vie des citoyens. »

Philippe Aghion<sup>7</sup> ajoute que l'innovation constitue le moteur d'une croissance qu'il qualifie de durable. Il explique que lorsque la seule source de croissance provenait de l'accumulation du capital, il n'était pas possible de concevoir une croissance durable, l'accumulation du capital tend en finalité à épuiser les ressources. L'innovation, basée sur l'accumulation de connaissances, conduit à une croissance sur le long terme et ceci d'autant plus qu'elle oriente l'économie vers une utilisation rationnelle des ressources finies.

### **II-1- L'importance d'une économie de la connaissance pour l'innovation?**

Depuis les années 90, les pays développés sont progressivement passés d'une économie de type fordienne à une économie industrielle fondée sur la connaissance, qui plus est mondialisée et financiarisée. L'économie de la connaissance se définit<sup>8</sup> comme la généralisation d'un modèle productif, dans l'industrie et les services, fondé sur les technologies de la communication et les réseaux, couplés à des ressources intensives en connaissance (personnels hautement qualifiés, laboratoires de R&D, etc.) et une organisation réactive accordant une place centrale à l'innovation.

6 Études économiques de l'OCDE CANADA juin 2012 SYNTHÈSE

7 Philippe Aghion et Élie Cohen ; «Éducation et croissance » rapport rédigé avec la collaboration de Éric Dubois et Jérôme Vandenbussche édit La Documentation Française Paris 2004.

8 Maurice Lévy, Jean-Pierre Jouyet Rapport de la commission sur l'économie de l'immatériel décembre 2006

Il est à noter que l'économie de la connaissance<sup>9</sup>, renvoie simultanément à trois réalités :

- le passage à une économie industrielle intense en R&D et en innovation ;
- le développement des secteurs propres à l'économie de la connaissance (nouvelles technologies de l'information et de la communication) ;
- l'augmentation des activités de la connaissance au sein même des activités les plus traditionnelles.

De ce fait, l'économie de la connaissance repose sur la capacité à produire et à gérer les connaissances et les autres actifs intellectuels ainsi que sur la capacité à intensifier les relations entre la science et l'industrie.

### **II-2- L'innovation pour une croissance durable:**

Avant d'expliquer l'idée en question, il est important de se poser la question suivante :

*En quoi la recherche et l'innovation constitue-t-elle un moteur pour croissance durable ?*

L'innovation est conçue comme une interaction entre, d'une part, les possibilités offertes par le marché et, d'autre part, la base des connaissances technologiques et les moyens dont dispose l'entreprise.

Une vision de même inspiration mais peut-être plus large encore est la vision proposée par Porter. Celle-ci unit de façon indissociable compétitivité et innovation. Pour Porter l'effort d'innovation est le moyen de la recherche permanente d'avantages concurrentiels par les entreprises les plus dynamiques. Cette vision permet de mettre en relation l'innovation et ses principaux déterminants<sup>10</sup>.

Dans chaque pays, l'environnement de l'entreprise se révèle plus ou moins favorable à l'éclosion de ces avantages concurrentiels. Cet environnement qui commande le processus d'innovation et la conquête d'avantages concurrentiels peut-être caractérisé par quatre ensembles de paramètres<sup>11</sup> :

---

9 Ibid

10 Robert Boyer Michel Didier; « Innovation et Croissance » rapport préparé par l'INSEE, l'Observatoire des Sciences et des Techniques, Jean-Hervé Lorenzi et Dominique Bureau édit : la documentation française Paris 1998. P 16

11 Robert Boyer Michel Didier op cit p 18



• La structure de la rivalité entre les entreprises :

Le premier paramètre important pour l'innovation et la recherche d'avantages concurrentiels est la forme de la rivalité entre les entreprises. C'est-à-dire le contexte dans lequel les entreprises sont créées, sont dirigées et se font concurrence. Ce contexte, qui englobe mais dépasse la simple concurrence sur le marché des produits, influence directement les objectifs, le dynamisme et les performances économiques des entreprises et leur incitation comme leur capacité à innover.

• L'efficacité des facteurs de la production :

Le deuxième paramètre est l'efficacité des facteurs de production, c'est-à-dire la capacité à mettre en œuvre efficacement l'ensemble des ressources en hommes, en données naturelles et infrastructures, en capital, en savoirs et connaissances nécessaires à la production. La qualité des facteurs de production et de leur mise en œuvre détermine le potentiel d'efficacité ou productivité de la production.

• La demande adressée à l'entreprise ou à un secteur :

La demande, c'est-à-dire ce que le marché accepte d'acheter, détermine la mise en œuvre effective et le niveau de la production. Elle commande par sa composition et son rythme d'expansion la dynamique de l'effort d'innovation à entreprendre et des progrès effectivement accomplis.

• La compétitivité des industries proches :

Enfin le dernier paramètre qui détermine l'avantage concurrentiel d'une industrie est l'existence d'industries amont ou d'industries apparentées fortes et compétitives. Les industries amont transmettent en effet à leurs clients une partie de leur compétence et de leurs gains de productivité. Les industries apparentées à une industrie sont celles qui, bien qu'elles ne situent pas dans la même filière, peuvent partager avec elle une partie de leur chaîne de valeur. La dynamique innovatrice d'une industrie est dépendante de la nature de l'environnement industriel dans lequel elle opère.

**III- Les clefs de réussite de l'innovation :**

Afin de réussir l'innovation en entreprise, faut il la reconnaître comme une véritable clé d'attractivité et un facteur déterminant de compétitivité dans les territoires :

### III-1- L'innovation une clé d'attractivité des territoires

Comme le souligne le rapport Innovation et compétitivité des régions : « Géographie et innovation sont liées dans un mécanisme largement cumulatif. La tendance forte à la concentration spatiale des activités économiques est encore plus marquée quand il s'agit d'activités innovantes, du fait des externalités liées à la proximité et des rendements croissants, à l'échelle des entreprises comme des territoires. »<sup>12</sup> L'innovation résultant de processus d'agglomération conduisant à la création de centres de connaissances de taille critique, les territoires se doivent désormais d'être attractifs. Plus un territoire est innovant, plus il est attractif et réciproquement.

-Or, pour être innovant, un territoire doit offrir des conditions favorables au développement de l'innovation, c'est-à-dire tirer un capital humain hautement qualifié, favoriser la production et les échanges de savoirs, stimuler l'entrepreneuriat, etc

### III-2- L'innovation : une clé de compétitivité des entreprises ?

Dans un contexte concurrentiel et face aux perpétuels changements de leur environnement, les entreprises mènent une réflexion sur l'innovation qui est essentielle pour assurer leur croissance et leur développement. En effet, les entreprises peuvent grâce à l'innovation développer une compétitivité durable

Mais comprendre les liens entre compétitivité et innovation est beaucoup plus complexe que ne le laisserait penser. Ainsi, les entreprises cherchent à développer des innovations tout en prenant en compte les risques liés à la compétitivité. Que signifie donc la compétitivité durable et quels sont les risques liés à celle-ci

*III-2-1- Comment est ce que L'innovation renforce-t-elle la compétitivité de l'entreprise et influe-t-elle sur les stratégies mises en œuvre ?*

- A - L'Innovation, un maintien à l'avantage concurrentiel

**Porter** souligne que l'innovation est la clé de la compétitivité des entreprises parce qu'elle conditionne leur capacité à maintenir des avantages concurrentiels durables sur des marchés évolutifs.

12 Thierry Madiès et Jean-Claude Prager « Innovation et compétitivité des régions » édit La documentation française Paris 2008.

En effet, l'innovation permet aux entreprises de renforcer leur position concurrentielle sur les marchés. Elle permet aux entreprises d'augmenter leur productivité, d'améliorer la qualité de leurs produits ou de leurs services et de développer des compétences clés. L'innovation permet surtout aux entreprises d'améliorer leur compétitivité hors-prix.

- B - L'innovation, facteur déterminant de la rentabilité :

De ce fait, nous estimons que l'innovation est un facteur déterminant de la compétitivité et de la rentabilité des entreprises et est par conséquent un élément essentiel de la stratégie de l'entreprise. Ainsi, innover permet à l'entreprise d'avoir un avantage concurrentiel en termes de coût ou d'offre produit. Lorsque l'innovation concerne les procédés de production, elle confère à l'entreprise un avantage en terme de coût. Dans ce cas, l'entreprise pourra soit appliquer une stratégie de baisse des prix ou une stratégie d'accroissement des marges. Quand l'innovation porte sur les produits, l'entreprise se différencie de ses concurrents. La stratégie de différenciation est souvent adoptée par les PME innovatrices qui peuvent ainsi coexister à côté des grands groupes.

Même si l'innovation procure un avantage concurrentiel, sa rentabilité étant incertaine, elle risque d'entraver le développement de l'entreprise.

### ***III-2-2- Quelles sont les contraintes de l'innovation à faire éviter pour l'entreprise pour réduire les risques d'incertitude***

La rentabilité incertaine de l'innovation peut être liée aux contraintes de réalisation, au cadre institutionnel, aux risques dus au rythme de diffusions des innovations et aux risques liés au financement

- A - Les contraintes liées à la réalisation

Les incertitudes liées aux contraintes de réalisation peuvent être regroupées sous quatre rubriques :

- Le produit nouveau ;

En ce qui concerne le positionnement du produit nouveau; une attention insuffisante portée à cet aspect de la commercialisation entraîne l'échec du produit introduit. Tous les projets d'innovation ne sont pas forcément réalisables par l'organisation car ils ne correspondent pas aux besoins ou aux attentes des consommateurs.

- La protection de l'innovation :

Le monopole n'est que temporaire. En effet, quelle qu'en soit l'originalité, l'innovation introduite (brevet, marque de fabrique, modèle...) n'assure qu'un avantage compétitif provisoire, voire illusoire comme pour le cas du secteur de la grande cuisine tant l'efficacité des brevets est faible. Pour qu'il cesse de l'être, l'innovation doit être permanente au sein de la firme.

- La liaison marché-produit-technologie :

Elle doit être assurée quoiqu'il advienne. Elle suppose donc que l'entreprise adopte une stratégie de grappes technologiques<sup>13</sup>, c'est-à-dire d'activités liées par une même technologie.

- Le personnel :

Tout changement perturbe. Les chances de réussite de l'innovation sont donc fortement liées à la motivation du personnel qui le met en œuvre. Il doit être préparé à l'introduction du produit nouveau et, s'il y a lieu, aux tâches nouvelles qui lui incombent. Dans le cas contraire, l'innovation sera rejetée, directement ou par simple inertie.

• B - Les contraintes liées au cadre institutionnel :

L'innovation a un impact sur la structure (nb de concurrents) et sur la nature (concurrence hors-prix) de la concurrence; elle peut donc conduire à des distorsions par rapport au modèle concurrentiel traditionnel (concurrence pure et parfaite) et donc à des situations de non optimalité parétienne.

Soucieuses d'une allocation optimale des ressources, les autorités pourront concevoir une politique visant à surveiller les effets anti-concurrentiels de l'innovation, faisant ainsi disparaître les profits supplémentaires attachés à l'innovation.

**Exemple :** Cela s'est produit dans une affaire opposant le premier fabricant mondial de logiciels informatiques Microsoft aux autorités américaines et européennes. Bénéficiant au départ d'un avantage technologique, Microsoft avait d'une part réussi à imposer aux constructeurs de micro-ordinateurs ses systèmes d'exploitation (MS-DOS et Windows) et d'autre part signait des contrats avec ces derniers sur la base d'un système dit du «per processor» qui obligeait les constructeurs à équiper leurs matériels en logiciels de Microsoft.

13 Dossiers de l'environnement de l'INRA, n° 30 (2006) 29-51

La firme de Bill Gates s'est ainsi construite au cours des années 80 un quasi-monopole sur le marché des logiciels d'application en « tuant la concurrence ». Cela a normalement pris fin en juillet 1994 grâce à l'action combinée du ministère de la justice américain et de la Commission de Bruxelles.

- C - Les contraintes liées au rythme de diffusion des innovations

L'accélération des innovations qui contribue au raccourcissement du cycle de vie des produits rend les stratégies de leadership très risquées. Une stratégie donnée doit prendre le temps nécessaire pour mesurer sa réussite mais le dépassement de certaines étapes pour accélérer le rythme des innovations peut avoir des effets négatifs sur celles-ci et empêcher les entreprises d'être compétitives sur le marché.

**Exemple<sup>14</sup>** : Une grande entreprise comme Lockheed a été éliminée du marché des avions de ligne par Boeing et Douglas parce qu'elle avait misé sur le turbo-propulseur plutôt que sur le turbo-réacteur. Si une grande entreprise a les ressources suffisantes pour surmonter l'échec d'une innovation, cela n'est généralement pas le cas des PME qui doivent donc se montrer très vigilantes lorsqu'elles optent pour une stratégie de leadership.

- D - Les contraintes liées au financement

Pour éviter de tomber dans un gouffre financier qui pourrait menacer sa survie l'entreprise doit se montrer attentives aux modalités de financement car l'innovation absorbe beaucoup de ressources au cours de ses différentes phases qui sont lourdes. Les sources de financement sont limitées.

Un projet d'innovation peut ne pas voir le jour du fait simplement que l'innovateur peut trouver des difficultés liées au financement très lourd en matière de brevets.

Même s'il existe des incertitudes quant à la rentabilité de l'innovation, l'entreprise a intérêt à innover. L'innovation peut donner à l'entreprise un avantage décisif sur ses concurrents. Elle doit pour cela gérer le processus d'innovation pour la rendre dynamique. Quels sont donc les moyens pour la rendre ainsi ?

---

14 Frédérique Sachwald ; « Banalisation et restructuration des industries de défense » édit IFRI Paris 1999

#### IV – La Dynamique des politiques de soutien à l'innovation

Une fois acquise l'idée que l'innovation est la seule voie de création de richesse pour les entreprises quelque soit le pays et quelque soit la région, la question de la structure de la politique d'innovation reste toujours posée : est-il possible et comment peut-on stimuler l'innovation ?

##### IV-1- L'approche globale :

Cette question est posée selon trois axes qui ne sont pas indépendants :

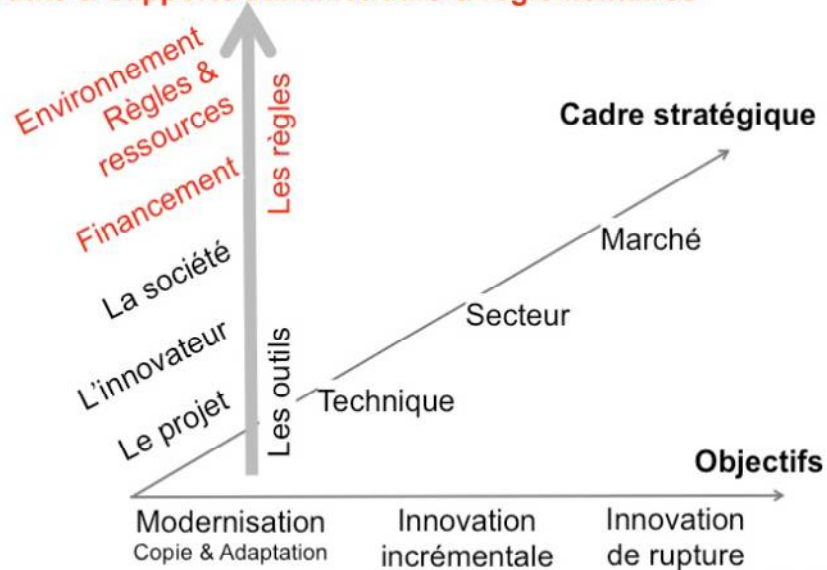
Sur quel support (l'homme, la société, le projet),

Dans quel cadre global (le secteur économique, Territoire ou le marché)

Et pour quel type d'innovation (de rattrapage, incrémentale ou de rupture)<sup>15</sup>

#### L'élaboration administrative d'une politique d'innovation

##### Outils & supports administratifs & réglementaires



©2012 - P. Noailles

Source : Patrice Noailles ; colloque 2012 Op cit p 24

15 . Innovation de Rattrapage : ceux sont toutes les création ou les améliorations destinées à rattraper le retard technologique d'une entreprise donnée par rapport à son marché.

. Innovation incrémentale ; c'est une innovation mineure (diesel : essence)

. Innovation de rupture : consiste en un changement de concept pour les clients. En général elle apporte aux clients des bénéfices radicalement supérieurs à un coût radicalement inférieur.

Dans les grandes entreprises le processus d'innovation est généralement très formalisé. A l'opposé dans les petites et moyennes entreprises (PME) le processus d'innovation résulte d'une démarche empirique.

#### **IV-2- Quatre propositions pour une dynamique de l'innovation**

La dynamisation de l'innovation est résultante de plusieurs actions à entreprendre dont :

##### ***IV-2-1- La reconnaissance de l'innovation de compétitivité***

De part son importance, la diffusion d'une culture de l'innovation s'avère nécessaire à tous les niveaux d'enseignements scolaire, universitaire et professionnel. Les entreprises doivent reconnaître cette importance pour faire en sorte que celle-ci soit un véritable sujet de R&D.

##### ***IV-2-2- La Valorisation du management de l'innovation.***

Pour survivre ou se développer, les entreprises doivent à présent pouvoir créer de la valeur et innover dans tous les aspects de leur organisation, soit dans leur gestion, leurs processus, leurs produits et services, de même que dans la commercialisation et leur modèle d'affaires.

L'innovation est un processus concret qui se planifie, qui est réalisable et qui doit s'adapter aux besoins de l'entreprise. L'innovation est un moyen d'atteindre ses objectifs stratégiques, d'améliorer sa compétitivité, de se différencier et de créer de la valeur.

Renforcer les écosystèmes de l'innovation, développer des pôles d'innovation autour de dynamiques collaboratives à objectifs divers (par exemple la mutualisation des coûts) entre acteurs variés (publics et privés, professionnels et académiques, locaux, territoriaux et nationaux).

##### ***IV-2-3- Faciliter le financement de l'innovation.***

Pour faire face à cette compétition internationale, le soutien à l'innovation doit devenir plus efficient et efficace en s'appuyant sur deux catégories de dispositifs vertueux :

Ceux ayant une capacité d'entraînement sur les financements privés par le biais d'avantages fiscaux ou d'effet de levier. Ils requièrent cependant de la stabilité pour prouver leur pleine efficacité

### Les voies durables d'une innovation compétitive

(Exemple : en France, le Crédit d'Impôt Recherche).

Ceux relevant d'une logique d'investissement par l'État dont l'objectif est de réunir sur des sujets stratégiques une masse critique de ressources et d'acteurs

(Exemple : en France, les Investissements d'Avenir)

Optimiser l'allocation des fonds entre les différentes natures d'innovation et les territoires (régionalisation des fonds d'innovation) ; favoriser le financement des PME innovantes; développer une finance durable de l'innovation.

#### *IV-2-4- Dynamiser l'environnement de l'innovation.*

Créer un environnement favorable à l'innovation, en matière de réglementation et de procédures (banques, assurances, institution spécialisées...), de technologies,...etc



**Conclusion :**

Dans tous ces passages démontrés, nous n'avons que confirmer l'importance de l'innovation pour l'entreprise et pour les nations qui trouvent en elle une véritable solution compétitive créatrice, de changement, de richesses et de croissance durable.

Il convient désormais de poursuivre cette réflexion et d'unir statisticiens, experts et chercheurs afin d'adapter, les outils nécessaires de connaissance et d'aide à la décision, et ce en fonction de la demande d'innovation au sein des entreprises.