
Capital intellectuel, Innovation et performance des entreprises

-Etude de contexte Algérien-

Intellectual capital, Innovation and business performance Algerian context study

Lounissa Mohamed Amin*

Fortas fatiha

Laboratoire de géographie économique et échanges
internationaux centre universitaire de Tipaza- Algérie

Laboratoire de géographie économique et échanges
internationaux centre universitaire de Tipaza- Algérie

dr.lounissa@gmail.com

fortas.fatiha@cu-tipaza.dz

Date de soumission:06/06/2021

Date d'acceptation: 01/07/2021

Date de publication:30/06/2021

Résumé:

L'objectif de cette étude consiste à démontrer l'importance du capital intellectuel dans la nouvelle économie, et plus particulièrement son influence sur la performance des entreprises à travers le rôle médiateur de l'innovation. L'étude a relevé la nécessité d'une consolidation des efforts publics en Algérie pour soutenir une politique systémique de promotion et de développement technologique dans le cadre d'un système national d'innovation, afin de qualifier les capacités innovatrices des entreprises algériennes et d'améliorer leur performance.

Mots clés: Capital Intellectuel ; Innovation ; Performance des Organisations ; Algérie.

Codes de classification Jel: D2; O36, O32 ; L63.

Abstract:

The objective of this study is to demonstrate the importance of intellectual capital in the new economy, and more particularly its influence on the performance of companies through the mediating role of innovation. The study noted the need for a consolidation of public efforts in Algeria to support a systemic policy of promotion and technological development within the framework of a national innovation system, in order to qualify the innovative capacities of Algerian companies and " improve their performance.

Keywords: Capital Intellectuel ; Innovations ; Performance ; Organisations ; Algérie.

Jel Classification Codes:D2; O36, O32 ; L63.

*Auteur correspondant.

1. Introduction:

Durant les Trente Glorieuses, le succès économique reposait essentiellement sur les biens tangibles (ressources en matières premières, équipement, capital, main-d'œuvre, production...). Mais de moins en moins. Aujourd'hui, la véritable richesse n'est pas concrète, elle est abstraite. Elle n'est pas matérielle, elle est immatérielle. C'est désormais la capacité à innover, à créer des concepts, à produire des idées, à maîtriser les technologies, la qualité des produits, la réputation, l'image de marque, ... en un mot le Capital Immatériel, qui est la plus importante source de création de valeur et l'avantage concurrentiel (Drucker, 1993; Grant, 1996), ainsi la source de l'innovation et de la performance (Miller, 1999).

L'innovation est une autre pierre angulaire de la performance au niveau de l'entreprise et a longtemps été reconnu comme un facteur clé de la croissance économique (Griffith et al., 2006). Pourtant, «Les innovations sont créés principalement par les investissements en actifs incorporels» (Lev, 2001). Le capital intellectuel et l'innovation semblent donc étroitement liés, dans la mesure où le capital intellectuel constitue un élément fondamental, qui contribue à l'amélioration du processus d'innovation et la performance des entreprises, dans un environnement économique mondialisé, ultra concurrentiel.

1.1. Problématique: La problématique de cette étude consiste à répondre à la question suivante : Comment le capital intellectuel peut-il favoriser l'innovation au sein des entreprises afin de les rendre performante?

1.2. Objectifs: l'objectif de cette étude, est démontrer l'influence du capital intellectuel (IC), sur la performance de l'innovation en construisant la relation fondée sur les trois composantes de (CI) à savoir le capital humain, organisationnel, et relationnel, dans le cadre de leur impact sur l'innovation, et ensuite sur la performance des organisations, notamment algériennes.

1.3. Méthodologie de l'étude : Pour atteindre notre but nous avons opté pour une analyse descriptive des concepts clés et des définitions de bases sur lesquels s'appuiera notre problématique. Nous avons également utilisé une approche analytique, afin de présenter la réalité de l'innovation dans le contexte algérien

2. Le concept de Capital Intellectuel (CI):

D'après (Brooking, 1996) Le CI est le terme donné à la combinaison des actifs intangibles du marché. Il désigne selon (Edvinsson, 1997) « la détention d'un savoir, d'une expérience concrète, d'une technologie d'organisation, de relations avec les clients et de compétences professionnelles qui confèrent un avantage compétitif sur le marché." (MHEDHBI Imen, 2010, pp 30-31). Les trois composants du (CI) se présentent alors comme suit :

2.1. Le capital humain : Le capital humain regroupe ce « qui est dans la tête des gens ». Il inclut donc les connaissances, les compétences, l'expérience professionnelle, l'intelligence, le savoir-faire, la capacité d'innovation, la créativité, la façon de travailler, la motivation, la satisfaction, la flexibilité des employés, la loyauté des employés, le niveau éducatif et la capacité d'apprentissage (GIGREF, 2006, P 33).

2.2. Le capital structurel : parfois dénommé aussi «Capital organisationnel ». Il désigne les actifs non humains détenus par l'entreprise tels que: la propriété intellectuelle (les brevets³⁰, les Secrets commerciaux, les Marques..), les actifs infrastructurels (les systèmes d'information, les processus, les bases de données, les logiciels..), l'organisation interne (les valeurs, la culture de l'entreprise, la Philosophie de gestion, la qualité des relations sociales dans l'entreprise..), ainsi que les manuels, les normes de contrôle de qualité...

2.3. Le capital relationnel: regroupe tout ce qui relie l'organisation à son environnement (CIGREF, 2006). Il s'agit des relations externes avec les clients, les liens avec les fournisseurs, les partenaires d'affaires, les actionnaires, les investisseurs, les entités financière et le gouvernement. Etant donné que, le capital humain, organisationnel et relationnel, sont souvent entrelacés dans les organisations. Ainsi, leurs interrelations jouent également un rôle important dans le renforcement ou la transformation des connaissances existantes de manière à influencer progressivement les capacités innovatrice des employés.

3. le concept de l'innovation:

Comme de nombreux vocables terminés par « — ation », le mot innovation désigne à la fois un processus et son résultat (Fernex-Walch & Romon, 2006). D'après son étymologie, le terme innovation signifie « introduire une chose nouvelle » dans un contexte existant (Christelle Lison, et autres, 2014, P 4). (Arnaud Groff, 2009) propose une autre définition, directement issue de la racine du mot, « innover », C'est pour une entreprise, la « capacité à créer de la valeur en apportant quelque chose de nouveau dans le domaine considéré tout en s'assurant que l'appropriation de cette nouveauté se fasse de manière optimale ».

Pour (Joseph Schumpeter ,1912), économiste hétérodoxe, l'innovation se distingue de l'invention dans le sens où sa validation par le marché et son utilisation effective induisent un changement économique et social d'une manière radicale ou progressive (MohieddineRahmouni, Murat Yildizoglu, 2011, P3). Cela signifie qu'une découverte technique non exploitée, ou qu'une idée non matérialisée par un produit ou un service, ne peut pas être considérée comme une innovation (Jérémy Gain, 2012.).

En conséquence l'innovation c'est un phénomène polymorphe et complexe qui peut prendre des formes multiples et trouver sa place dans les produits, les composants, les services, les procédés, la technologie, les relations clients-fournisseurs, les marchés et les financements. L'innovation peut être technique (touchent la technologie liée au produit, processus); mais également administrative (elle implique la structure organisationnelle et les processus administratifs). Les innovations peuvent être classées selon leur degré de changement: en innovations radicales (suscitent des changements fondamentaux dans les activités et les produits), ou incrémentales (elles impliquent de simples modifications et améliorations, parfois instrumentales ne touchant, par exemple, qu'une partie du produit ou du service).

(Schumpeter, 1934) distingue à ce titre 5 formes d'innovations: l'innovation de produits, l'innovation de procédés, l'innovation de modes de production, l'innovation de débouchés, l'innovation de matières premières (Lamia KERZAZI, 2015, P 95). Selon (le Manuel d'Oslo ,2005, P56) l'innovation recouvre quatre grandes catégories: L'innovation de produit (correspond à l'introduction d'un bien, ou d'un service nouveau, ou sensiblement amélioré) ; L'innovation de

procédé (la mise en œuvre d'une méthode de production, ou de distribution, nouvelle ou sensiblement améliorée); L'innovation de commercialisation (la mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation) ; L'innovation organisationnelle (correspond à la mise en œuvre de nouvelles méthodes d'organisation).

4. Capital Intellectuel et Innovation :

4.1. Capital Humain et innovation: Dans l'ère de l'économie de la connaissance, le capital humain, qui désigne la connaissance tacite incarnée dans les têtes des individus, est la source fondamentale de l'innovation ((Bontis., et al, 1999) (Stewart, 2000) (Nihaya El Telbani, 2013, P622). Le capital humain avec ses multiples domaines de connaissances, permet une interprétation variée des problèmes et des situations (Mohammad Rahmani et autres, 2013, P576). Ainsi (Barczak et Wilemon, 2003), ont réalisé que les expériences, les compétences professionnelles, la créativité, les capacités managériales dans une entreprise, ont un effet positif sur ses performances en matière d'innovation (MuammerZerenler, et al., 2008, P 34). Ce qui signifie qu'il existe une relation positive entre le capital humain et l'innovation (Dakhli et De Clercq, 2004).

(Peter Drucker, 1996), exprime que la production de nouvelles connaissances dépend de la connaissance détenue par l'individu, le groupe ou l'organisation. Ceci nous mène à supposer que la clé d'un processus d'innovation réussit se situe dans la mobilisation et la conversion de la connaissance tacite. Ce qui peut mener à l'amélioration du processus d'innovation. Ainsi selon la théorie de la conversion de la connaissance de (Nonaka et takeuchi, 1995), la connaissance tacite et explicite interactive entre les individus améliore les activités créatrices des êtres humains (SalimaBoutelitan, 2005,P 09).

4.2. Capital relationnel et Innovation: Le client est aujourd'hui le centre de l'activité de l'entreprise. En effet, le client est plus que jamais exigeant en ce qui concerne la qualité du produit ou du service acquis, les services associés, les délais de livraison...L'entreprise doit alors chercher à offrir le produit adéquat qui répond aux exigences de sa clientèle au niveau qualité, fiabilité et services rendus. Cette situation fait gagner à l'entreprise une clientèle fidèle et assure par conséquent une croissance régulière et à long terme des revenus.

Les relations de l'entreprise avec son environnement permettent d'enrichir les connaissances et les informations à travers la vision des clients, des fournisseurs, des investisseurs ou encore des partenaires. Ces savoirs doivent être diffusés horizontalement et verticalement au sein de l'entreprise afin de réagir plus rapidement à un changement du marché (Bontis, 2000). Toute amélioration de la connaissance sur le client ou le fournisseurs favorise ainsi une identification plus fine de ses attentes et favorise d'importantes innovations (Bonner et Walker, 2004) (Walter, 2003) (MuammerZerenler, et al., 2008, P 35).

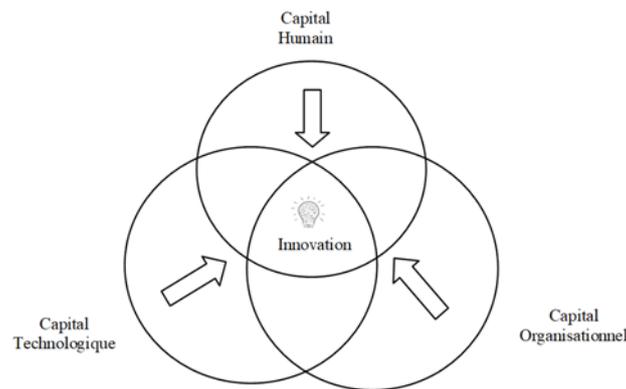
4. 3. Capital Structurel et Innovation: Les marchés modernes sont caractérisés par des changements rapides, dans les technologies, les conditions et les besoins sociaux consommation, et la diminution des cycles de vie des produits. En conséquence, les entreprises doivent envisager des stratégies pour améliorer leur performance d'innovation. Une organisation innovante nécessite une culture organisationnelle qui guide, sans cesse, ses membres à faire preuve d'innovation, et favorise un climat propice à la créativité. En effet les entreprises les plus innovantes de l'avenir seront ceux qui ont créé des cultures et de climats appropriés (Pervaiz K. Ahmed, 1998).

Pour (Stewart, 1999), le capital structurel est "l'emballage" qui enveloppe le capital humain et lui permet d'être utilisé pour créer de la valeur ou de la richesse pour l'organisation. Ainsi (Menon et al., 2002) (Marsh et Stock, 2003) ont constaté que les systèmes managériales, les processus de fonctionnement, l'infrastructure, les procédures influenceraient positivement ses capacités d'innovation (MuammerZerenler, et al., 2008, P 35).

D'autre part, les recherches de (Brentani et Kleinschmidt, 2004) ont suggéré que la culture organisationnelle, à un impact important sur la performance de son innovation. Ceci est particulièrement important que les propriétaires devraient conduire, encourager et favoriser une culture de l'innovation (MuammerZerenler, et al., 2008, P 35). De plus, (Brown, 2009) et Imran et al. (2010) découvrent que le climat organisationnel et le travail d'équipe favorisent les idées créatives et innovantes (Mohammad Rahmani et autre, 2013, PP 575-576).

Selon une étude récente menée auprès des grandes entreprises françaises sur « l'innovation dans l'entreprise numérique », l'intensité d'utilisation des TIC et les efforts consacrés à la gestion et au changement organisationnel ont un impact positif fort sur l'innovation.

Figure N° 01 : des principes complémentaires pour mieux innover



Source : CEFRIO, L'innovation et les technologies de l'information et des communications, 2010, P 30.

5. Innovation et Performance des entreprises :

La notion de performance au sein d'une entreprise intrigue et soulève pas mal de questionnements tout en générant des définitions diverses. (Bourguignon, 2000, P934), définit brièvement la performance organisationnelle comme « La performance désigne la réalisation des objectifs organisationnels, quelles que soient la nature et la variété de ces objectifs ». Cela signifie que la performance dans son sens global, s'entend comme le degré de réalisation des objectifs dans une entreprise (Angèle Renaud, Nicolas Berland. 2007,P5).

D'autre part Le concept de l'innovation fait apparaître, par ailleurs, une très grande diversité des indicateurs de performance utilisés dans la littérature : la qualité des produits ou services, la qualité des processus, rentabilité du capital, le bénéfice net, croissance des ventes, chiffres d'affaires, satisfaction client, productivité du travail, délai de livraison, turnover, la liquidité financière, les gains en parts de marché, l'efficacité,...

La relation entre l'innovation et la performance organisationnelle a été trouvée dans de nombreuses recherches (Hurley et Hult, 1998); (Kohli et Jaworski, 1993); (Keskin, 2006); (Atuahene-Gima, 2001); (Damanpour, 1991, 1996) ;(Berton et al., 2004); (Capon et al., 1992); (Desphande et al.,1993) ; (Hurley et Huit, 1998); (Slater, 1997) ; (Damanpour, 1991).

Plus particulièrement (Damanpour, 1991), à remarquer que l'adoption de l'innovation contribue généralement à la performance et l'efficacité de l'organisation innovantes. Il mentionne que les innovations sont adoptées pour améliorer la performance, ou éliminer l'écart de

performance pouvant être causé par les changements dans l'environnement interne ou externe, comme les fluctuations de la demande (SophiBohémier, 2006, P 40).

(Deshpande et al. 1993), ont constaté que les firmes qui ont une plus grande capacité d'innover sont capables de développer un avantage concurrentiel et atteindre un haut niveau de performance (SophiBohémier, 2006, P 41). Les études (Wolff et Pett, 2006 ; Montequin, 2006 ; Lee & Chen, 2007), ont aussi démontré une forte influence d'innovation sur la performance des organisations. Selon une vision plus stratégique de l'innovation, d'autres auteurs se sont intéressés au lien entre l'innovation et la performance organisationnelle, particulièrement l'entrée des firmes sur un marché. En effet, certaines organisations qui proposent un produit complètement nouveau créent un nouveau marché, elles sont qualifiées de pionnières (RohanaNgah, 2009, P 7).

Selon certains auteurs (Allaire et Firsirotu, 2004; Roberts, 1999; Robinson et al. 1994), (Griffin & Page, 1996), l'introduction de nouveaux produits a un impact positif sur la valeur et la rentabilité d'une organisation. Certains d'autres considèrent que plus les produits sont innovateurs, plus la valeur financière est importante (Blundell et al., 1999) (Sorescu, Chandy et Prabhu, 2003). De leur part, (Oke et al, 2007) ont constaté que le type de l'innovation a un impact significatif sur la performance des PME, notamment l'innovation incrémentale.

6. L'innovation dans le contexte Algérien :

6.1. L'innovation dans les PME algériennes: Avant les années 1980, les PME algériennes étaient marginalisées. Ce n'est qu'à partir des années 1990, avec l'introduction des réformes économiques en vue d'une libéralisation de l'économie, que les pouvoirs publics ont réellement commencé à accorder une attention particulière aux PME. Mais ce qui est frappant, selon l'avis de plusieurs auteurs c'est l'incapacité quasi générale à transformer l'effort de recherche en effort de développement. De nombreuses recherches (Khelfaoui, 1997, 1999, 2001 ; Djeflat, 2004, 2006, 2007 ; Yachir, 1983, 1992 ; Arabi, 2007) ont affirmé qu'en matière d'innovation, des blocages d'ordre organisationnels et institutionnels persistent encore en Algérie (Amina Leghima, Hassiba Djema, 2014, P 89).

En effet, le cadre global, aussi bien du point de vue économique que du point de vue institutionnel, est resté peu favorable à l'entrepreneuriat et à l'innovation. Les retards accumulés en

matière de technologie et d'innovation et ceux pris dans la restructuration, la privatisation des entreprises publiques font retarder le système national d'innovation algérien.

Selon l'indice mondial de l'innovation 2020, conjointement par l'Université Cornell, l'Insead et l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). L'Algérie est classée à la 121e place sur 131 pays, loin derrière la Tunisie qui occupe la 65e position, le Maroc qui arrive au 75e rang, ou l'Égypte classée à la 96e place. Elle a reculé de huit places par rapport au classement 2019 (113e).

L'Algérie a enregistré un retard important dans la plupart des indicateurs d'innovation, notamment en matière d'intrants d'innovation (111e rang), la 126e place quant au perfectionnement des entreprises et à la 125e position sur le plan des résultats liés au savoir et à la technologie. La meilleure performance de l'Algérie est observée dans le pilier « capital humain et recherche », où l'Algérie est classé au 74e rang. Concernant le perfectionnement des entreprises et les produits d'innovation, l'Algérie se classe à la 125 e place. En d'autres termes, l'Algérie produit moins de produits innovants par rapport à son niveau d'investissement dans l'innovation (la (61e) en matière des dépenses en R&D% du PIB). Elle est classée ainsi à la 118 e position sur le plan des résultats liés au savoir et à la technologie. En tenant compte du produit intérieur brut et d'énormes capacités du pays, l'Algérie affiche, en matière d'innovation, « des performances inférieures aux attentes ». Elle est à la traîne dans pratiquement tous les piliers de l'indice mondial de l'innovation, Comme le montre le tableau suivant:

Table N° (01) : Classement mondial de l'Algérie dans les indicateurs d'innovation (2020)

L'indicateur	rang
connaissances et produitstechnologiques	125
- nombre de brevets par origine	95
- dépenses en logiciels informatiques, % PIB	122
- Fabrication de haute et moyenne technologie	98
- création de nouvellesentreprises	105
- Certificats de qualité ISO 9001/md PPA\$ PIB	113
- Recettes de propriétéintellectuelle	100
- Exportations nettes de haute technologie	126
- savoir et technologie	118
- le nombre de marques par origine	109
- Exportation des produits haute technologie	126
- TIC et création de modèles d'organisation	111

Source: Global Innovation Index 2020, WIPO, https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf

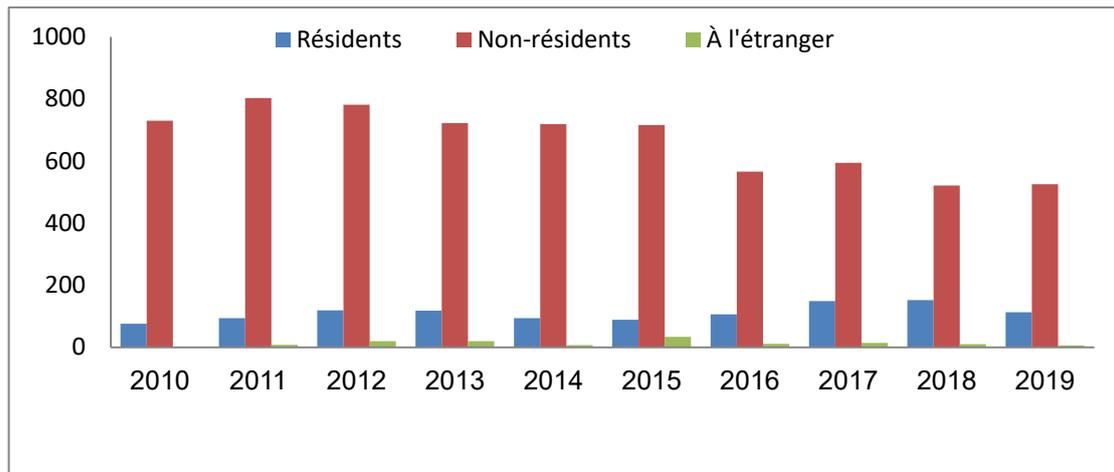
6.2. La recherche et développement (R&D) en Algérie: Dans ces différents plans de développement, l'Algérie a accordé une place prépondérante au développement humain et de recherche scientifique. Le secteur de la recherche scientifique académique s'est doté de moyens financiers importants qui ont permis de couvrir les besoins en matière de recherche, en vue d'une exploitation optimale des résultats de la recherche en faveur de l'économie nationale. Pour ce faire, les principales actions entreprises ont été consacrées à la mise en place de nouveaux Comités sectoriels permanents (CSP) (Amina Leghima, Hassiba Djema, 2014, P 91). Aussi l'installation du Conseil National pour l'évaluation de la recherche scientifique.

Ce Conseil est chargé de l'évaluation stratégique et du suivi des mécanismes d'évaluation de la politique nationale de recherche scientifique et de développement économique. De même qu'il constitue le cadre idéal pour la proposition de mesures permettant une meilleure compétitivité scientifique internationale, l'élaboration, au terme de chaque programme quinquennal, d'un bilan de synthèse de ses activités et l'évaluation de toutes les politiques sectorielles de recherche. Sans oublier aussi l'augmentation du nombre de laboratoires de recherche, et le lancement de nombreux programmes nationaux de recherche scientifique (PNR) dans des différents secteurs d'activité afin d'atteindre une recherche scientifique utile pour l'économie et la société.

Sur la base de ces chiffres, nous remarquons que l'État algérien joue un rôle crucial en investissant massivement dans l'enseignement supérieur et la recherche scientifique. En effet le nombre de chercheurs a connu une croissance. Cependant, malgré les intentions affichées par les pouvoirs publics pour l'activité recherche, celle-ci n'a jamais été intégrée au développement industriel (Amina Leghima, Hassiba Djema, 2014, P 92).

Parmi les indicateurs de l'innovation, du point de vue des ressources, le plus utilisé est la dépense en R&D. Et du point de vue des résultats de l'innovation, il s'agit du nombre des brevets déposés. Figure (02) montre le nombre de brevets demandé sur la période 2019-2019 :

Figure N° (02) : Demandes de brevet en Algérie (2010-2019)



Source : https://www.wipo.int/ipstats/fr/statistics/country_profile/profile.jsp?code=DZ

D'après les données demandes de brevet en Algérie est principalement le fait des entreprises et des chercheurs étrangers. En effet il existe plusieurs obstacles qui freinent l'innovation dans les entreprises Algériennes, tel que l'accès au financement, la concurrence du secteur informel, le taux d'imposition, et le problème de la corruption.

7. Conclusion :

Dans un marché globalisé et concurrentiel, l'innovation est devenue une exigence et une nécessité pour affronter l'augmentation du nombre des concurrents locaux et étrangers ainsi que les progrès incessants dans le monde du savoir et de la technologie aussi bien d'information que de production. À l'heure où l'innovation constitue un levier de compétitivité incontournable, miser sur le capital intellectuel, constitue un des plus importants leviers de création de la valeur ajoutée et l'amélioration de la performance des entreprises.

En raison du retard enregistré par l'Algérie dans presque tous les indicateurs de l'innovation, une consolidation des efforts publics demeure nécessaire pour soutenir une politique systémique de promotion et de développement technologique dans le cadre d'un système national d'innovation. De leurs, par les entreprises Algériennes doivent créer un environnement propice au management du capital intellectuel, en lien avec la stratégie, notamment au niveau de la gestion des ressources humaines dont le but d'améliorer ses capacités innovatrices.

8. Liste des références:

8.1. Article du Journal:

1. Amina Leghima, Hassiba Djema, PME ET INNOVATION EN ALGÉRIE : LIMITES ET PERSPECTIVES, 2014/1 N° 20 | pages 73 à 98, L'Harmattan.
2. Angèle Renaud, Nicolas Berland,(2007), mesure de la performance globale des entreprises «comptabilité et l'environnement» Cairn.info, France. pp.CD-Rom. ffhshs-00544875f, PP 1-23.
3. DorraJamoussi, (2008), GRH et performance : Revue de la littérature, https://www.memoireonline.com/04/08/1049/m_grh-et-performance-revue-de-litterature1.html
4. Christelle Lison,(2014), et autres, De l'innovation à un modèle de dynamique innovationnelle en enseignement supérieur, Revue internationale de pédagogie de l'enseignement supérieur, ISSN : 2076-8427, PP 1-21.
5. Lamia KERZAZI,(2015), L'innovation au cœur des écoles de pensée économique : une tentative d'analyse appliquée au secteur agroalimentaire québécois, La Revue Gestion et Organisation,93–105.
6. Marianne Chouteau, Ludovic Viévard ,(2007), L'innovation, un processus à décrypter , le centre ressources prospectives du grand Lyon, PP 1-24.
7. Mohammad Rahmani et autres ,(2013), The Relationship between Intellectual Capital and Innovation, International Journal of Business and Management Studies, CD-ROM. ISSN: 2158-1479: 2(1) PP:561 581.
8. MohieddineRahmouni, Murat Yildizoglu, (2011), Motivations et déterminants de l'innovation technologique: Un survol des théories modernes, UMR-CNRS 6579, HAL Id: halshs-00573686, Ecole des Hautes études en Sciences Sociales, Universités d'Aix-Marseille II et III <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00573686/document>, PP 1-58.
9. MuammerZerenler, et al., (2008), Intellectual Capital and Innovation Performance : Empirical Evidence in the Turkish Automotive Supplier, journal of technology management & innovation, Volume 3, Issue 4, PP 31-40.
10. Nihaya El Telbani, (2013),The Relationship Between Intellectual Capital and Innovation In Jawwal Company-Gaza, Jordan Journal of Business Administration, Volume 9, No. 3 PP 619- 650.
11. Oke, A., Burke, G. and Myers, A, (2007), Innovation types and their impact on performance in UK SMEs, International Journal of Operations and Production Management, Volume27, No. 7 , PP 735-753.
12. RohanaNgah, Abdul Razak Ibrahim, (2009), The Relationship of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Performance: a Preliminary Study in Malaysian SME, International Journal of Management Innovation Systems, ISSN 1943-1384, Vol. 1, No. 1: E1, PP 1-13.

8.2. Theses:

13. MHEDHBI Imen, (2010), Capital immatériel: interaction et création de valeur- Cas d'entreprises tunisiennes-, thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon 3, France, pp 32-33.
14. SalimaBoutelitane., (2005), Management des connaissances et processus d'innovation, hautes études commerciales, faculté des sciences économiques et sociales, université de Genève, PP 1-20.
15. SophiBohémier, (2006), la performance organisationnelle par l'intégration de l'orientation marché, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires, université du QUÉBEC À MONTRÉAL, PP 1-214.

8.3. Rapports

16. CIGREF, (2006), Capital immatériel - 7 jours pour comprendre, [http://www.CIGREF.fr/Capital immatériel-7- jours- pour- comprendre](http://www.CIGREF.fr/Capital%20immat%C3%A9riel-7-jours-pour-comprendre), France, PP 30-33.
17. CEFRIO, (2013), le centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, avec la collaboration du CIGREF réseau de grandes entreprises « L'innovation dans L'entreprise numérique: résultats d'une étude menée auprès des grandes entreprises françaises», PP 1-48.
18. CEFRIO, (2010), innovation et les technologies de l'information et des communications, Centre sur la productivité et la prospérité (HEC Montréal), PP 1-39.Global Innovation Index 2020, WIPO,
19. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf
20. Meritum, (2002), guidelines for managing and reporting on intangibles, Intellectual capital report, www.pnbukh.com/files/.../MERITUM_Guidelines.pdf
21. OCDE,(2005), le Manuel d'Oslo, Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation, Editions OCDE, 3e édition, <https://www.oecd.org/fr/sti/inno/2367523.pdf>, PP 1-103.