

## **Innovation et partenariat entreprise-université en Algérie, quel rapprochement ?**

Filali Boumediene,  
Faculté des Sciences Economiques  
Université Djillali Liabes - Sidi.Bel.Abbes  
(Algérie)  
filali\_boumediene@yahoo.fr

### **Introduction :**

L'entreprise et l'université ont des structures spécifiques qui poursuivent des objectifs différents mais complémentaires. Si la première vise à produire des biens et des services afin de réaliser des bénéfices, elle offre également du travail et génère de la richesse grâce à la valeur ajoutée qu'elle incorpore dans son patrimoine.

L'université par contre, est un établissement public de formation. Sa fonction première est de développer des connaissances par l'enseignement et la recherche, mais elle remplit aussi, une mission de service public.

Cette différence dans les objectifs n'exclut pas la mise en place d'une collaboration nécessaire sous des formes variées entre les deux entités. Une telle coopération a connu un développement très rapide dans les pays développés<sup>(1)</sup>, par la mise en place de projets communs entre les deux types d'institutions. Ces projets se sont soldés par la signature d'une multitude de contrats de recherche très variables en nature et en complexité<sup>(2)</sup>. Malheureusement cette association demeure faible, parfois inexistante dans les pays en voie de développement et particulièrement en Algérie.

Il est certain, que le succès d'une l'entreprise, quelle que soit sa taille, est souvent lié à son innovation<sup>(3)</sup> et à sa différenciation par rapport aux concurrents aussi bien dans le domaine des produits, des services ou des procédés. Elle ne peut trouver de solutions face à ces défis que dans un partenariat dynamique avec une unité de recherche universitaire<sup>(4)</sup> à qui elle peut apporter beaucoup.

L'entreprise apporte à priori une meilleure connaissance des besoins sur les marchés actuels ainsi que d'éventuelles projections sur l'avenir. Elle donne également, la possibilité de mieux orienter l'enseignement et la formation afin d'améliorer les contacts étudiants-entreprises et faciliter ainsi leur recrutement. Elle présente aussi, des ressources précieuses en matière d'équipement et de moyens financiers qui restent parfois inexploités. Enfin elle dispose de professionnels qui ont acquis un savoir-faire et des compétences spécifiques.

Quant aux universités, qui ont accumulé un savoir-faire scientifique appréciable, elles souhaitent normalement valoriser et investir cette recherche sur le plan pratique<sup>(5)</sup>, ciblant les problèmes technologiques, économiques ou humains inhérents à la société algérienne. L'université peut apporter à l'entreprise un appui appréciable. Cet appui peut se traduire par la mise en place d'un personnel chercheur compétent, par une approche rigoureuse et pluridisciplinaire et surtout par une ouverture sur la recherche internationale par le biais des différents accords de coopération inter-universitaire.

L'objet de notre étude est de déterminer les caractéristiques d'un partenariat efficace entre l'entreprise et l'université en Algérie. L'objectif consiste à faire prendre conscience, à un plus grand nombre d'entrepreneurs et de chercheurs universitaires des avantages et des modalités de la recherche réalisée dans le cadre de ce partenariat. Cette collaboration est une base essentielle pour toute innovation dans le secteur économique et universitaire.

## 1- Caractéristiques d'un partenariat efficace.

La recherche dans l'entreprise se trace des objectifs spécifiques<sup>(6)</sup>. Elle doit, d'une part, développer impérativement des procédés ou des produits nouveaux. D'autre part, elle doit assurer à ses produits une compétitivité dans un marché de plus en plus ouvert à l'économie de marché et partant, faciliter l'accès à de nouveaux débouchés.

Quant à la recherche universitaire, celle-ci est plus fondamentale qu'appliquée, davantage orientée vers l'extension des connaissances, la formation de chercheurs pour tous secteurs confondus. La recherche universitaire n'a pas nécessairement un objectif de résultat à court terme.

Or, d'une manière concrète, dans un partenariat avec l'université, l'entreprise sera sensible à plusieurs aspirations et confrontée à certaines contraintes. L'entreprise aspire à une recherche qui doit aboutir à une innovation qui se traduirait en un avantage concurrentiel. Elle souhaite également, réaliser des résultats à des échéances planifiées, de façon à en permettre leur exploitation commerciale. Ce partenariat doit enfin, prendre en considération les contraintes légales et budgétaires, tant internes qu'externes à l'entreprise.

L'université, de son côté, dans une collaboration avec l'entreprise, veillera à son tour à l'originalité de la recherche et des méthodes utilisées, qui doivent aboutir à un progrès des connaissances. L'université doit s'assurer d'une part, de la diffusion des résultats de la recherche, tout en veillant, si nécessaire, à leur protection. D'autre part, elle insiste également, sur la durée de la recherche qui doit, de préférence, s'inscrire dans un contexte pluriannuel, pour garantir une certaine continuité à la fonction de recherche-formation. Enfin la finalité du choix des sujets de recherche doit tenir compte de l'exigence universitaire de service public surtout dans les implications éthiques de la recherche.

Ainsi, il apparaît que dans ce type de partenariat, plusieurs divergences peuvent resurgir qui ne sont toutefois pas des contradictions irréductibles. Car le respect mutuel de ces aspects inhérents à chaque secteur, conduit le plus souvent à une collaboration fructueuse.

## 2. Types de partenariat.

De nombreux types de partenariat existent, depuis la simple consultation ponctuelle jusqu'à des contrats de longue durée. Les exemples suivants nous permettront de comprendre la multitude de possibilités qui s'offrent aux entreprises et aux universités algériennes.

### 2.1 Partenariat en matière de recherche.

Confrontée à un problème de recherche de produits ou de procédés nouveaux, de mise en œuvre de connaissances récentes ou de solutions nouvelles, l'entreprise peut trouver l'aide nécessaire dans une unité universitaire de recherche<sup>(7)</sup> sous des formes variées. La première forme peut se traduire par une recherche effectuée par l'unité universitaire à la demande de l'entreprise, orientée vers un objectif précis. Les résultats de cette recherche sont directement utilisés. Elle apparaît également dans un projet commun de recherche. Les objectifs et les moyens sont fixés ensemble par l'entreprise et l'unité universitaire. Un contrat formel précise les apports et les responsabilités de chaque partenaire ainsi que la gestion du projet, la propriété et la valorisation des résultats. Certains projets sont développés dans le cadre d'appel à programmes nationaux lancé sur plusieurs années par les pouvoirs publics. Il existe aussi, des projets de portée internationale. L'entreprise qui souhaite participer à des projets internationaux, souvent dans la recherche pré-compétitive, trouvera dans les universités une bonne expérience de collaboration internationale, académique et industrielle.

Toutes ces formes d'aides peuvent aboutir à des collaborations de longue durée, où l'entreprise et l'université pourront exploiter ensemble un domaine scientifique bien déterminé.

## 2.2 Contrat en matière de valorisation des résultats.

L'entreprise qui a financé une recherche, en exploite les résultats avec une finalité commerciale, selon les modalités prévues dans le contrat de collaboration. Mais une entreprise peut également être intéressée par l'exploitation commerciale de résultats de recherches universitaires auxquelles elle n'a pas été impliquée. L'entreprise et l'université s'accordent alors, pour que la première exploite les résultats de la recherche, moyennant une rétribution forfaitaire ou proportionnelle au succès commercial.

Un autre moyen de valorisation auquel recourent les universités dans les pays développés est la création d'une entreprise nouvelle dont l'objet est d'exploiter commercialement les résultats de la recherche. Souvent, ces entreprises sont créées avec l'aide et l'apport financier de tiers, entreprises financières ou entreprises actives dans le domaine. Cette création est le fait aussi bien de jeunes chercheurs que de porteurs de projets expérimentés venant du secteur privé qui désirent utiliser l'université comme incubateur technologique.

Les entreprises créées à partir de résultats de la recherche universitaire mériteraient une attention plus soutenue de la part des entrepreneurs (banques, entreprises et pouvoir public) intéressés par l'exploitation et la rentabilisation de produits ou procédés novateurs<sup>(8)</sup>.

## 2.3 Autres partenariats possibles

L'entreprise peut recourir aux services d'une institution universitaire, et réciproquement, pour l'apprentissage ou l'utilisation d'un appareillage spécialisé ou d'un savoir-faire particulier.

Des travaux de fin d'étude (mémoires de licence, Ingéniorats etc....) axés sur des problèmes concrets de l'entreprise peuvent apporter un éclairage spécifique pour un coût généralement minime. De même on pourra organiser des consultations ponctuelles ou régulières pour faire le point sur les connaissances dans un secteur scientifique choisi ou participer à un club ou réseau spécialisé. Enfin, une entreprise ou un ensemble d'entreprises, peut aussi organiser avec une université ou un ensemble d'universités, des programmes de formation continue.

## 3. Comment préparer un partenariat ?

Il est essentiel de préparer judicieusement un accord de partenariat. Dans ce sens nous proposons quelques étapes qui sont importantes pour la concrétisation de ce dernier.

### 3.1 Identification des partenaires potentiels

Les universités, par le biais des structures administratives chargées de la recherche ou par le biais d'un réseau national rattaché par exemple au Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, doivent créer un système d'information<sup>(9)</sup> sur les différents projets de recherche qui pourraient intéresser des partenaires économiques. De même, les entreprises par le biais de leurs directions générales, des chambres de l'industrie, du commerce, de leurs confédérations, doivent mettre impérativement à la disposition des institutions universitaires plusieurs sources d'information leur permettant d'identifier un partenaire potentiel dans le cadre de la recherche-développement. Or, nous constatons que les équipes de recherche universitaires qui relèvent en principe de la même tutelle ne disposent pas d'une structure adéquate d'information sur les différents travaux réalisés ou en cours. L'information est parfois inexistante sur le plan régional et même sur le plan local.

### 3.2 Choix du partenaire

Le choix du partenaire peut être influencé par des aspects géographiques. De ce fait, le partenariat peut être local, régional, national, voire même international. Les moyens de communications tels que les sites Internet, qui sont de plus en plus une source pertinente d'information sur les partenaires potentiels, restent souvent inexploités. Les universités, dont le marketing n'est pas nécessairement très développé, doivent traduire leurs projets de recherche avec une visibilité maximale pour le secteur professionnel.

Les entreprises doivent tenir compte du fait que chaque université a ses propres priorités et que les points forts sont différents d'une université à une autre. Même les discussions initiales peuvent être soumises à un accord préalable de confidentialité, de façon à ce que les intérêts et les objectifs de chacun puissent être abordés en détail et très rapidement.

Par ailleurs, l'entreprise doit bien définir sa stratégie de recherche-développement et évaluer la capacité de l'université de comprendre et de mener à bien le projet de recherche, dans les délais impartis. L'université doit aussi évaluer la capacité de l'entreprise de partager l'information et de soutenir l'effort de recherche ainsi qu'une éventuelle exploitation des résultats.

Les intervenants après cette mise en confiance réciproque, pourront commencer à construire leur partenariat.

En conclusion, pour réussir l'innovation sur le plan technologique, des procédés et du management, l'entreprise économique est tenue d'établir un partenariat avec une unité de recherche universitaire. L'université doit également s'ouvrir sur le monde économique et répondre à ses aspirations dans le domaine de la recherche sous ses différentes formes.

---

(1) *Rapport du Conseil européen de Stockholm du 23-24 mars 2001.*

(2) *Ce même rapport constate une tendance à la baisse de la recherche développement des pays de la CEE face aux Etats-Unis. A titre d'exemple l'écart entre les deux est passé de 40 milliards d'Euros en 1994 à 75 milliards en 1999. Le commissaire européen BUSQUIN constate dans un article paru peu avant le Conseil de Stockholm que l'Europe investit proportionnellement de moins en moins dans la recherche elle consacre 1,8% de son PIB actuellement contre 2,8% pour les Etats-Unis et 2,9% pour le Japon.*

(3) *Nicolas, F et Krieger, L, 1995, "Innovation, clef du développement", ed. Masson, Paris, p 125.*

(4) *Frih, I, Laouedj, L et Abdiche, M, 1998, "L'université au service de l'innovation" in actes de la 3eme conférence Maghtech 98, Sfax (Tunisie).*

(5) *Zaidi, B, 1998, "Rôle du système d'enseignement supérieur dans la R&D et l'innovation en Algérie", in actes de la 3eme conférence Maghtech 98, Sfax (Tunisie).*

(6) *Miraoui, A, "Innovation, compétitivité et stratégie concurrentielle dans l'entreprise" in actes de la 3eme conférence Maghtech 98, Sfax (Tunisie).*

(7) *Djelfat, A et Zghal, R, "Science, technologie et croissance au Maghreb", Sfax (Tunisie), 1995, p 197.*

(8) *Zawdie, G et Djelfat, A, 1997, "Technology and transition: the Maghreb at the crossroads", London, p 74.*

(9) *El Qasmi, J et Abdelaziz, M, 2003 "Stratégie /système d'information", revue de l'innovation, 12 sept.*

\* PNRU : programmes nationaux de recherche universitaire.

\* ANDRU : agence nationale de développement de la recherche universitaire.

\* ANDRS : agence nationale de développement de la recherche en santé.