

*UNIVERSITE A.MIRA DE BEJAÏA*  
*Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences*  
*commerciales*  
*Département: Sciences de gestion*

---

---

*Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de*  
**Magister en sciences de gestion**  
*Option :*  
**Management économique des territoires et entrepreneuriat**

## **Thème**

**Essai d'analyse de la relation Université- Entreprise**  
**au niveau de la wilaya de Béjaïa**

---

---

**Soutenu publiquement le 28/10/2010**

**Par :**  
**KERAI Hocine**

Devant le jury composé de :

**Président** : DAHMANI Abdenasser, Professeur, Université de Béjaïa.

**Examineur** : AIT SAIDI Hamid, Docteur, Maître de conférences, Université de Béjaïa.

**Examineur** : BOUKRIF Moussa, Docteur, Maître de conférences, Université de Béjaïa.

**Rapporteur** : KHERBACHI Hamid, Professeur, Université de Béjaïa.

- Année 2010 -

## Remerciements

---

Je tiens à exprimer ma sincère gratitude à l'égale de toutes celles et tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce travail. Je remercie particulièrement à mon directeur de mémoire, monsieur le Professeur. KHERBACHI Hamid, d'avoir accepté d'assurer la direction du présent mémoire. Je le remercie infiniment pour sa grande contribution à l'aboutissement de ce travail, sa disponibilité, ses judicieuses remarques et sa rigueur scientifique. Pour tout cela, je tiens à lui exprimé ma vive reconnaissance.

Je tiens à remercier le président de jury le professeur DAHMANI Abdenasser et les membres de jury le docteur AIT SAIDI Ahemed et le docteur BOUKRIF Moussa qui ont accepté d'évaluer et d'examiner notre travail.

## Dédicaces

---

---

Je dédie ce modeste travail à ceux qui ont participé de près ou de loin à sa réalisation.

La vie d'étudiant m'a permis de connaître des gens sympas, que par souci d'oublier quelques uns parmi eux, j'ai préféré de ne pas citer leurs noms.

*HOCINE KERAI*

## Table des matières

<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Première Partie : Partenariat Université - Entreprise</b>	
<b>Chapitre I : Notion de partenariat, de l'université et de l'entreprise</b> .....	5
1. Généralité sur la notion du partenariat .....	5
2. Généralités sur la notion de l'entreprise .....	12
3. Généralités sur la notion de l'université .....	17
<b>Chapitre II : Le cadre théorique de la relation Université-Entreprise</b> .....	22
1. La place de la connaissance dans l'économie .....	22
2. Le cadre théorique de l'entrepreneuriat.....	27
3. La formation et l'innovation dans le cadre de la théorie économique.....	33
3.1. La formation .....	33
3.2. L'innovation .....	37
<b>Chapitre III : La mobilisation du partenariat Université-Entreprise</b> .....	42
1. Nécessité du partenariat entre l'université et l'entreprise, ses principes et ses conditions d'efficacité .....	42
2. Types et avantages d'un partenariat Université-Entreprise .....	50
3. Les réformes économiques des entreprises et de l'université et la réalité du partenariat Université-Entreprise en Algérie .....	54
<b>Deuxième Partie : Partenariat Université - Entreprise -Dimension locale-</b>	
<b>Chapitre IV: Présentation de la wilaya, de l'université et des entreprises de Béjaïa</b> .....	67
1. Présentation de la wilaya de Béjaïa .....	67
2. Présentation de l'université de Béjaïa .....	71
3. Présentation des entreprises de la wilaya de Béjaïa .....	79
<b>Chapitre V: Enquête de terrain</b> .....	85
1. Actions préalables au lancement de l'enquête et présentation de l'échantillon d'étude ..	85
2. Traitement et analyse des résultats .....	97
<b>Conclusion générale</b> .....	116
<b>Bibliographie</b> .....	118
<b>Liste des tableaux, des figures et des graphes</b> .....	124
<b>Annexes</b> .....	126

## Liste des acronymes

<b>Abréviation</b>	<b>Désignation</b>
<b>ANGCM</b>	Agence Nationale de la Géologie et Contrôle Minier
<b>ANSEJ</b>	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
<b>AS</b>	Année Secondaire
<b>AUF</b>	Agence Universitaire de la Francophonie
<b>BTP</b>	Bâtiment et travaux publics
<b>CAP</b>	Certificat d'Aptitude Professionnelle
<b>CJCE</b>	Cours de Justice de la Communauté Européenne
<b>CMP</b>	Certificat de Maîtrise Professionnelle
<b>CNAS</b>	Caisse National des assurances Sociales
<b>CNPE</b>	Conseil National des Participation de l'Etat
<b>CNRC</b>	Caisse National du Registre de Commerce
<b>CREAD</b>	Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement.
<b>CSE</b>	Conseil Supérieur de l'Education
<b>DES</b>	Diplôme des Etudes Supérieures
<b>DEUA</b>	Diplôme des Etudes Universitaires Appliquées
<b>DPAT</b>	Direction de la Planification et de l'Aménagement des Territoires
<b>DRH</b>	Direction des Ressources Humaines
<b>E.N.A.G</b>	Entreprise Nationale des Arts Graphiques
<b>EMP</b>	Ecole Militaire Polytechnique.
<b>ENACT</b>	Entreprise Nationale d'Agréage et de Contrôle Technique
<b>ENPEC</b>	Entreprise Nationales des Produits Electroniques
<b>EURL</b>	Entreprise Uniforme a Responsabilité limitée
<b>EPB</b>	Entreprise Portuaire de Béjaïa
<b>EPE</b>	Entreprise Publique Economique
<b>EPL</b>	Entreprise Publique Locale
<b>FERPHOS</b>	Entreprise Nationale de Fer et Phosphate
<b>INAPI</b>	Institut National Algérien de la Propriété Industrielle
<b>I.N.H.C</b>	Laboratoire National de l'Habitat et de la Construction
<b>LMD</b>	Licence Master Doctorat
<b>NTIC</b>	Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication
<b>OCDE</b>	Organisation de Coopération et Développement Economique
<b>ONS</b>	Office National des Statistiques
<b>OPU</b>	Office des Publications Universitaires
<b>ORGM</b>	Office de Recherche Géologique et Minière
<b>PCN</b>	Plan Comptable National.
<b>PDG</b>	Président Directeur Général
<b>PIB</b>	produit intérieure brute.
<b>PME/PMI</b>	Petites et Moyennes Entreprises/ Petites et Moyennes Industries.
<b>R&amp;D</b>	Recherche et Développement
<b>ROC</b>	Réseau d'Ouverture et de Collaboration
<b>SARL</b>	Société autonome a responsabilité limitée
<b>SNC</b>	Société Nom Collectif
<b>SOMACOB</b>	Société des matériaux de construction de Béjaïa
<b>SPA</b>	Société par action
<b>TPE</b>	Très Petites Entreprises
<b>TS</b>	Technicien Supérieur

# **Introduction générale**

## Introduction générale

---

L'université est un établissement d'enseignement supérieur dont la mission est la production du savoir. L'entreprise est considérée comme le noyau central de l'activité économique, est une unité économique regroupant des facteurs de production matériels et immatériels en vue de produire des biens et des services destinés à être échangés sur un marché.

L'entreprise et l'université ont des structures spécifiques, qui poursuivent des objectifs différents mais complémentaires. 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. Par contre, l'université est un établissement public de formation. Sa première fonction est de développer des connaissances par l'enseignement et la recherche.

Cette différence dans les objectifs n'exclut pas la mise en place d'un partenariat nécessaire sous des formes variées entre les deux entités. Le succès d'une entreprise est souvent lié à son innovation et à sa différenciation par rapport aux concurrents aussi bien dans le domaine des produits, des services que des procédés. Elle peut trouver des solutions face à ces défis dans un partenariat dynamique avec les unités de recherche universitaire qui ont accumulé un savoir-faire scientifique appréciable et souhaitent valoriser et investir cette recherche sur le plan pratique, en ciblant des problèmes technologiques, économiques, humains, etc. Le partenariat entre l'université et l'entreprise est extrêmement important et est un passage obligatoire dans le contexte actuel marqué par les mutations économiques que connaît le monde actuellement. Elle est plus que nécessaire si on veut s'adapter aux nouvelles exigences et présenter un produit de qualité. Il s'agit d'un moyen parmi d'autres pour faciliter l'atteinte de certains objectifs éducatifs liés à la mission de l'université.

Le partenariat Université-Entreprise 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. L'Algérie, à l'instar des autres pays du tiers-monde, a déployé des efforts pour améliorer ces

---

<sup>1</sup> Rapport du Conseil européen de Stockholm du 23-24 mars 2001.

liens par l'organisation de séminaires, de rapports<sup>2</sup>, de conférences<sup>3</sup>, de forums, de colloques, etc.

L'objectif de ce travail consiste à mettre en exergue les diverses formes et avantages du partenariat université-entreprise, les conditions nécessaires pour le réussir ainsi que les rapports existant entre l'université et l'entreprise, et d'analyser la nature de la relation de l'université avec des entreprises au niveau de la wilaya de Béjaïa.

Le choix de cette wilaya est motivé par l'existence d'un tissu industriel très important, une université implantée au chef lieu et l'organisation par cette université des forums d'entreprises<sup>4</sup>, ainsi que la signature par l'université de Béjaïa de cinq conventions avec les entreprises de la région. Dans ce sens, il s'agira d'analyser le degré de complémentarité de l'université de Béjaïa avec son tissu industriel.

Notre travail de recherche essayera de répondre à la question suivante:

- Quelle est la nature de la relation entre l'université et les entreprises de Béjaïa?

Dans notre hypothèse, nous considérons qu'il n'y a pas de relation formelle permettant l'émergence d'un partenariat mettant en relation les acteurs de l'université avec les entreprises.

Dans ce cadre, nous allons opter, dans une première étape, pour une approche théorique, à travers des lectures sur le thème et les recherches (mémoires, colloques, séminaires, documents électronique, reportages, forums, etc.) qui ont été faites sur l'université et les entreprises. Dans une deuxième étape, il s'agit de faire une investigation du terrain et d'analyser les interactions entre l'université et l'entreprise. Nous allons opter pour l'approche empirique. Cela, se réalisera à travers les déplacements sur le terrain au niveau de quelques entreprises de la wilaya, pour savoir le degré de recours de ces entreprises à l'université afin d'accéder à la recherche et l'innovation ainsi que par des entretiens et questionnaires adressés aux chefs d'entreprise, aux responsables, etc. La prise de contact avec les différents services concernés au niveau de l'université de Béjaïa se fera avec le service des stages, les services de formation, le service des relations extérieures, etc. Cette enquête permettra de voir le degré

<sup>2</sup> - DJELFAT .A et ZGHAL .R, « *Science, technologie et croissance au Maghreb* ». Tunisie, 1995, page 197.

- El QASMI. J, et ABDELAZIZ. M, « *Stratégie /système d'information* ». Revue de l'innovation, 12 sept 2003.

- DAHMANE .M, « *La problématique de la communication dans la relation université /recherche/entreprise* ». Actes des journées d'études Algéro- Britannique : Relation formation - recherche – industrie.Ed : CERIST, Alger, février 1993, PP 41-54.

<sup>3</sup> ZAIDI .B, « *Rôle du système d'enseignement supérieur dans la R&D et l'innovation en Algérie* ». Actes de la 3<sup>ème</sup> conférence de Sfax. 1998. Tunisie.

<sup>4</sup> 1<sup>er</sup> Forum de Bejaia sur le thème « *L'université et le monde productif* ». Organisée par l'université de Bejaia les 03 et 04 Juillet 2007.

d'implication de cette université avec les entreprises locales et d'évaluer l'interaction entre l'université et les entreprises de cette wilaya.

Le présent travail de recherche est composé de deux parties portant successivement sur les axes de réflexion concernant la relation université-entreprise et les mesures de renforcement de l'action partenariale.

La première partie traite, au niveau de son premier chapitre, des généralités sur les notions de partenariat, entreprise et université. Le deuxième chapitre examine le cadre théorique de la relation entreprise-université tels que l'économie des connaissances comme une nouvelle discipline, le cadre théorique de l'innovation ainsi que le cadre théorique de la formation. Le troisième chapitre sera consacré à la mobilisation de la relation entre l'université et l'entreprise par la nécessité de partenariat entre l'université et l'entreprise, par le traitement des contenus et des avantages portés par le partenariat entreprise- université. En dernier lieu, on va voir le contexte des réformes économiques des entreprises et de l'université Algérienne ainsi que le partenariat entreprise-université en Algérie.

La deuxième partie est consacrée à l'étude de cas, au niveau de la wilaya de Béjaïa en tant que mode de rapprochement des entreprises avec l'université à l'heure actuelle. De ce fait, le quatrième chapitre présentera la wilaya de Béjaïa, ses entreprises et l'université. Le cinquième chapitre sera une enquête de terrain.

Elles sont les grandes lignes de notre travail de recherche qui nous permettra de mieux comprendre un côté de la réalité de la relation existante entre l'université de Béjaïa et ses partenaires dans le monde productif.

## **Première Partie**

Partenariat Université- Entreprise :  
Aspects théoriques

## **Introduction de la première partie**

---

Quelque soit la taille ou la nature de l'entreprise, cette dernière existe pour produire des biens ou des services. Elle offre aussi du travail à son personnel, produit des bénéfices et génère de la richesse grâce à la valeur ajoutée incorporée dans son action. L'université apporte des connaissances par l'enseignement et la recherche scientifique. Elle remplit aussi une mission de service à la société. Cette différence entre ces deux structures peut représenter une source de synergies profitables.

La collaboration entre les entreprises et les universités, sous ses formes variées, a connu un développement très rapide au cours de ces vingt dernières années. Aujourd'hui, le partenariat université-entreprises est devenu un des thèmes prioritaires dans un contexte économique en pleine mutation. De ce fait, divers pays prennent de plus en plus conscience de l'importance de l'université en tant qu'acteur stratégique du développement économique national et régional. Désormais, l'université et les entreprises, sont pour diverses raisons, appelées à entreprendre des relations partenariales.

Pour parvenir à clarifier cette relation, on essaye de traiter au niveau de cette première partie, dans son premier chapitre, une présentation des notions de partenariat, de l'entreprise ainsi que de l'université. Dans le deuxième chapitre, on va présenter le cadre théorique de la relation Université-Entreprise et dans le troisième chapitre on va traiter la mobilisation de la relation entre l'université et l'entreprise.

Cela nécessite des lectures sur le sujet qui est un thème nouveau dans son traitement en Algérie. Nous nous basons beaucoup plus sur les documents électroniques, les mémoires de masters qui traitent quelques côtés de notre thème et la consultation des enseignants au niveau de notre faculté. Concernant le cadre théorique de cette relation, nous avons consulté les livres qui traitent de l'économie de la connaissance, de l'entrepreneuriat, de l'innovation et de la formation.

# **Chapitre I**

**Notion de partenariat, de l'université et  
de l'entreprise**

## Chapitre I : Notion de partenariat, de l'université et de l'entreprise

---

Il est convenable avant de mettre en exergue les différents acteurs en partenariat, l'université d'une part et l'entreprise d'autre part, de donner un aperçu sur la notion de partenariat, de l'université ainsi que de l'entreprise.

Au cours de ce présent chapitre, nous allons essayer d'illustrer ces notions. Nous l'avons décomposé en trois sections.

### 1. Généralité sur la notion du partenariat

Pour mieux comprendre la notion de partenariat, nous commençons par donner les définitions les plus utilisées, puis les différents types du partenariat. Nous allons traiter la relation existante entre partenariat-développement local, voir les objectifs de partenariat, et citer les critères d'un bon partenariat et sa construction.

Le partenariat, à la fois en tant que concept et comme pratique, peut être important dans la dynamisation des processus de développement local, particulièrement dans la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale. Le succès de cette dynamisation dépend largement de la capacité des agents de développement local à bénéficier du partenariat. Ce dernier a deux significations distinctes. Il est d'abord entendu comme un processus de collaboration et de coopération relativement informel, émergent et structuré par le niveau local. L'origine remonte à la période autoritaire. Il est aussi compris comme processus formel de collaboration et de coopération.

Cette notion est utilisée dans divers champs politique, économie, éducation et en formation. C'est pour ces raisons que la notion de partenariat est difficile à discerner et nous proposons trois définitions les plus utilisées.

Le partenariat peut se définir comme "*le minimum d'action commune négociée visant à la résolution d'un programme reconnu commun*"<sup>5</sup>. Cela veut dire que le partenariat ne se situe

---

<sup>5</sup> BARBIER J-M, « *Les Tendances d'évolution de la formation et place du partenariat* », Actes du colloque « *Etablissements et partenariats. Stratégies pour des projets communs* », Paris INRP (Janvier 1993), PP.43-55.

pas dans le projet mais réellement dans l'action, dans une action commune et négociée (qui n'a rien avoir avec la délégation et ou la sous-traitance).

Selon le Conseil Supérieur de l'Education (CSE), « *le partenariat est une forme exigeante de collaboration. Il résulte d'une entente des parties égalitaires dans le traitement d'un même objet, tout en respectant les prérogatives de leur mission respective, et qui mettent en commun des ressources complémentaires financières, matérielles ou humaines, en vue de la réalisation d'une action commune* »<sup>6</sup>.

La définition qui se trouve plus adéquate et qui correspond bien à notre travail est celle du Petit Robert qui considère le partenariat comme étant une association d'entreprises, d'institutions en vue de mener une action commune. Le partenariat implique un prolongement ou un complément de l'activité. Il faut préciser que la notion de partenariat fait appel à des acteurs de différents secteurs de la société. De ce fait, la notion de partenariat s'inscrit dans une logique de l'action et suppose la mobilisation de plus d'un acteur.

Les actions partenariales s'organisent autour de trois types de Réseaux d'Ouverture et de Collaboration (ROC)<sup>7</sup> à partir des interconnexions non stabilisées d'acteurs. Il est possible de dresser une cartographie de chaque réseau à partir des indicateurs suivants :

- Le type d'ouverture mis en place;
- La durée de l'action;
- La forme du réseau;
- Les enjeux de l'action.

Le premier Réseau d'Ouverture et de Collaboration (ROC1) est un réseau d'action de type "regard". Il s'agit d'aller voir à l'extérieur ou de faire venir quelqu'un à l'intérieur pour rencontrer ou pour entendre. La durée du regard est ainsi posée sur une pratique très courte, puisqu'il s'agit d'une rencontre de deux à trois heures qui s'organise autour d'un témoignage ou d'une visite. Ce réseau est centré sur le commanditaire afin de faciliter la circulation de l'information. Sa durée courte implique une absence de dispersion, de la rigueur (donner le bon rendez-vous, à la bonne heure, à la bonne adresse, etc.). Il faut être clair de façon que le

---

<sup>6</sup> CHOUKIR. J, « *Le partenariat : une pratique et une notion en définition* ». Les cahiers de l'ERGE n° 6, FSEG Sfax, CSE, 1995, Page 23.

<sup>7</sup> MERINI. A, Maître de conférences à l'IUFM de Versailles, « *Le partenariat : histoire et essai de définition* ». Actes de la Journée nationale de l'OZP, organisée le 5 mai 2001.

partenaire tire le maximum des bénéfices de cet apport. L'enjeu est d'informer, explique la structure centralisée du réseau et est un complément d'information qui s'intègre dans une démarche pédagogique plus large. Le réseau repose sur l'hypothèse "associationniste" de l'apprentissage qui est d'apprendre sa structure autour de la somme d'informations prises dans des contextes différents supposés complémentaires.

Le deuxième Réseaux d'Ouverture et de Collaboration (ROC2) est un réseau de type "action". Le temps de l'action va être moyennement long (6 à 12 semaines). Il s'agit d'agir-apprendre/entreprendre. Nous sommes dans le domaine de la formation. Le partenaire apporte son savoir faire ou son terrain, et offre une mise en œuvre en dimension réelle. Il y a transplantation des apprentissages sur le territoire physique ou symbolique du partenaire. La pédagogie de l'action est appuyée sur l'hypothèse constructiviste de l'apprentissage qui fonde l'organisation d'un réseau de type 2. Le sujet identifie dans l'action les événements pertinents et favorables à ses progrès. La transplantation de la situation pédagogique sur les lieux de "production" des conduites sociales entraîne un déplacement de l'objet d'étude vers les pratiques sociales de référence.

Le troisième Réseaux d'Ouverture et de Collaboration (ROC3) est un réseau de type "synergique", avec une forte centration sur un objectif commun. La durée de la collaboration est très longue (20 ans). C'est un réseau de forme foisonnante et de type recherche-innovation qui vise la transformation des pratiques ainsi que des connaissances. Les responsabilités sont partagées entre les partenaires. Ils sont propriétaires indivis non seulement du système d'action mais aussi de développements. Les intérêts et les compétences de chacun sont au service de la collectivité mais vont aussi dans une perspective de développement du système d'action. Le modèle cognitiviste sous-tend le pilotage de ce réseau. Les savoirs en cause sont le résultat d'une construction active due à la transformation des modes de réponses antérieurs. Ces transformations sont analysées afin de repérer le processus de transformation, de le formaliser pour le transférer ou le réguler dans une perspective de développement de l'action. Il vaut mieux, dans ce cas, travailler sur le processus que sur le produit car si on sait contrôler, évaluer un produit, on sait peu évaluer un processus qui se déroule dans le temps et ne laisse pas de trace. Il est donc difficile de parler d'évaluation en matière de partenariat.

Dans un contexte de mondialisation de la sphère économique, la notion de partenariat tient une nouvelle signification. Après l'ère de la consultation et de la concertation, le partenariat a une dimension locale ou régionale et s'impose de plus en plus comme l'une des

réformes sociales et économiques très importantes. Ces réformes se caractérisent par un recentrage des rapports sociaux économiques autour d'un territoire par un consensus de tous les acteurs autour du partenariat local.

Le partenariat en développement local est un engagement contractuel entre les acteurs sociaux d'une collectivité, qui acceptent d'entreprendre un projet conjoint dans le cadre d'une structure organisationnelle. En effet, le niveau local constitue un lieu de création de synergie et dynamisme entre les partenaires soit des producteurs, des décideurs locaux et des citoyens, etc. Au niveau local, il se configure comme des réseaux de collaboration et de partage qui contribuent à territorialiser les rapports sociaux et économiques. Le partenariat local a des caractéristiques que l'on retrouve dans les structures partenariales :

- Une structure formelle pour l'élaboration des décisions et leur mise en œuvre;
- La mobilisation d'une coalition d'intérêts et l'engagement de différents partenaires;
- Un ordre du jour et un programme d'action multidimensionnel commun;
- Un but ou une finalité de lutte contre le chômage, la pauvreté, l'exclusion sociale, de promotion de la cohésion sociale et de l'intégration.

GAGON Christiane et KLEIN Juan- Luis (1991) ont classé les répercussions du partenariat au niveau local dans les points suivants<sup>8</sup>:

- La création de l'emploi;
- Les espaces locaux constituent des lieux de création de synergies positives et dynamiques entre les parties prenantes;
- Autour des territoires, se configurent des réseaux de collaboration et de partage qui contribuent à territorialiser les rapports sociaux et économiques.

Le partenariat au niveau local peut prendre plusieurs formes, selon les mêmes auteurs. Ils ont regroupé ces formes en quatre grands types<sup>9</sup>. Le partenariat politique interétatique résulte du nouveau partage de pouvoir entre des dispositifs centraux de l'administration étatique ainsi que des dispositifs régionaux et locaux. Ces deux partenaires convergent vers une gestion associée des espaces locaux. Le partenariat mixte techno productif est établi depuis plusieurs années plus au moins selon le pays, essentiellement entre les entreprises, les universités et les gouvernements locaux. Ces collaborations portent sur la maîtrise locale de la technologie et sur la création d'un climat stimulant pour l'entreprise et pour l'investissement dans l'objectif d'organiser l'économie locale. Le Partenariat corporatiste de base privée (la

---

<sup>8</sup> GAGON Christiane et KLEIN Juan- Luis, « *Le partenariat dans le développement local : tendance actuelle et perspective de changement social* ». Article des cahiers de géographie. Département des sciences humaines université de Québec, n° 95, 05 septembre 1991, page 248.

<sup>9</sup> IDEM, PP 244-246.

stimulation de l'entrepreneuriat) concerne la constitution de corporations de développement dont le but est la promotion et le financement de l'entrepreneuriat. Le partenariat public-communautaire (contre la marginalisation sociale) s'établit entre des institutions gouvernementales et, dans certains cas, des entreprises. Dans un partenariat public-communautaire, les associations conçoivent et mettent en œuvre des programmes de développement social ainsi que des opérations spécifiques en vue d'améliorer les conditions des conditions de certains groupes sociaux ou des quartiers marginalisés.

Le développement est un processus complexe, multidimensionnel et évolutif. Sa mise en œuvre nécessite la création de synergies à travers la conjugaison des efforts entre les différents acteurs et la mise en place des mécanismes et des dispositifs de participation et de coordination. Le contexte actuel de ce développement, allié à la diversité des initiatives de durabilité, semble favorable au déploiement d'une coordination inter-initiative accrue, susceptible de récompenser les efforts mis en œuvre. En réunissant les producteurs, l'industrie, la société civile, les législateurs, les chercheurs, etc., le partenariat tend à développer une approche véritablement intégrée et globale des aspects de durabilité dans tous les domaines du partenariat qui demeure un levier fondamental pour canaliser ces efforts vers le changement souhaité. Les objectifs d'un partenariat sont multiples<sup>10</sup>. L'objectif principal est de promouvoir le recours aux pratiques durables de production et de commerce et de recherche afin d'améliorer le bien-être social et économique. Il y a d'autres objectifs secondaires où le partenariat devra fournir un forum spécifique en vue d'atteindre le principal objectif susmentionné, en permettant notamment :

- L'apprentissage partagé et l'échange des informations entre les partenaires;
- La mise en place de directives sur la réglementation en vigueur dans le partenariat;
- La responsabilité et la cohérence des initiatives de durabilité existantes;
- Le développement d'une stratégie de durabilité globale pour les deux partenaires;
- Le développement d'une définition globale, basée sur le consensus, des pratiques durables de production, des recherches techniques et scientifiques;
- Des efforts de recherche partagés et l'identification de projets pilote concrets;
- L'identification des instruments de réglementation favorables à la durabilité dans le domaine de partenariat;

---

<sup>10</sup> Un guide pratique d'information des associations, sous le titre « *La construction des partenariats* ». Document téléchargé du site : [http://www.tanmia.ma/article.php3?id\\_article=6610](http://www.tanmia.ma/article.php3?id_article=6610) . Page 60 et 61.

- La clarté et la transparence des normes de durabilité pour les deux parties prenantes;
- La génération de ressources pour promouvoir et instaurer la durabilité dans le domaine de partenariat à l'échelle nationale et internationale;
- La mobilisation de ressources et de la recherche pour coordonner des initiatives spécifiques de durabilité.

Le partenariat est perçu comme une relation entre un ou plusieurs organismes pour la mise en œuvre d'un projet qui repose sur la coopération et l'échange. Ce partenariat obéit à des critères pour construire un partenariat solide et efficace<sup>11</sup> : le partage du pouvoir, le respect mutuel, la confiance réciproque, la coresponsabilité et le respect de l'engagement. Ensuite, le partenariat est un processus dynamique qui doit s'inscrire dans la durée, se base sur des compétences données et une vision partagée d'un objectif commun. Tous les éléments annoncés précédemment renvoient à un ensemble de valeurs et de principes, que chaque relation de partenariat doit mettre en œuvre. Il s'agit du respect de l'identité de chaque partenaire, de la transparence dans les relations entre les partenaires, du respect des engagements, du partage et de participation dans la prise de décision, de la confiance mutuelle, de la négociation pour dépasser les problèmes et les malentendus qui peuvent surgir dans une relation de partenariat, du partage et de l'échange des expériences et de partager les risques et des responsabilités.

La construction des partenariats est la collaboration avec d'autres pour réaliser ce qu'une seule partie ne peut réaliser seule. Le partenariat est donc un projet à construire et à renforcer. Quelle que soit la nature du partenariat, sa construction, selon un guide d'association, passe par deux grandes étapes<sup>12</sup>.

La première étape est l'étude de l'environnement. Avant qu'une institution commence à élaborer son projet, il est important qu'elle procède à l'étude de son environnement. Cette étude lui permet à la fois d'identifier les acteurs qui interviennent dans le même environnement et d'évaluer ses relations avec eux. Ce dernier élément a pour but de voir les opinions et les perceptions des autres, surtout celles qui sont négatives ou concurrentielles et qui peuvent constituer des obstacles à toute construction du partenariat. L'étude de

---

<sup>11</sup> FRANK Flo et SMITH Anne, « *Guide du partenariat* ». Document téléchargé du site : <http://www.hrdc-drhc.gc.ca/common/partnr.shtml>. Page 25.

<sup>12</sup> Un guide pratique d'information des associations, sous le titre « *La construction des partenariats* ». Op.cit. Page 63 et 64.

l'environnement aide un acteur économique à décider de travailler ou de ne pas travailler avec tel ou tel acteur, par ce qu'il n'y a pas suffisamment d'éléments qui le justifient.

La deuxième étape est l'élaboration d'un projet de partenariat. Toute construction de partenariat doit passer par les étapes suivantes. La première est l'analyse de la situation actuelle. Elle permet à l'acteur, de s'arrêter sur les problèmes et les besoins des attributaires sur tous les plans, de classer les problèmes et besoins selon un ordre de priorité et enfin de faire des prévisions sur les ressources qui peuvent être mobilisées. La deuxième est d'identifier les défis et les opportunités. L'acteur doit déterminer, dans un premier temps, les défis à relever et dans un deuxième temps dessiner une carte de partenariat pour désigner les possibilités qui peuvent être exploitées et les menaces à éviter. L'acteur ne doit pas se contenter seulement des partenaires déjà existants mais aussi des partenaires potentiels. La troisième est de hiérarchiser les objectifs du partenariat. La hiérarchisation des objectifs du partenariat ne doit pas se faire en tenant compte seulement des opportunités mais aussi des moyens, des compétences et des ressources humaines. Pour ce faire, l'acteur doit revenir sur les défis et les opportunités identifiés dans l'étape précédente et transformer chaque défi en objectif spécifique, pour établir un partenariat. La quatrième est d'élaborer un plan d'action. Cette étape consiste à décliner chaque objectif spécifique en un ensemble de programmes à entreprendre. Ces derniers constituent le plan d'action de l'acteur. Il est important que ce plan d'action porte sur une durée qui permettra à l'acteur d'avoir une vision plus globale et de bien évaluer son projet du partenariat. La cinquième est le choix des partenaires. L'acteur peut envisager une large gamme d'activités qui pourraient être réalisées avec chaque partenaire et choisir celles qui sont appropriées. L'acteur a plus de chance de réussir avec le partenaire choisi si les activités sont réalistes et bien étudiées plutôt qu'ambitieuses et complexes. La sixième est de déterminer la façon dont on abordera les partenaires. Au niveau de cette étape, l'acteur peut se demander comment il va aborder chaque partenaire. C'est en général à l'association de prendre l'initiative du contact avec les partenaires. En abordant un partenaire, il est très utile que l'acteur exprime clairement ce qu'il attend de son partenaire et ce qu'il va apporter à ce partenariat. Dans une discussion de partenariat, l'acteur doit privilégier l'intérêt commun. La dernière est de choisir une équipe de prise de contact. A cette étape, on doit élaborer des critères de choix de l'équipe qui sera chargée de présenter le plan d'action et de le défendre.

## 2. Généralités sur la notion de l'entreprise

L'entreprise est une notion polymorphe, qui trouve sa source essentiellement dans les domaines économiques. On va traiter sa définition, son rôle et objectif, ses fonctions, sa relation avec son environnement et enfin sa relation avec la notion du partenariat.

Plusieurs définitions sont données à la notion de l'entreprise. Nous avons proposé trois définitions selon trois approches différentes : l'approche économique, l'approche sociologique et l'approche juridique.

Selon l'approche économique, dans son acception la plus simple, l'entreprise considérée comme le noyau central de l'activité économique peut être définie comme une unité économique qui regroupe des facteurs de production matériels et immatériels en vue de produire des biens et des services destinés à être échangés sur un marché et par conséquent d'atteindre des objectifs préalablement fixés. L'entreprise est toute organisation sociale autonome exerçant une activité qui a pour but de produire des biens et des services destinés à être vendus sur des marchés en vue de générer des profits.

Selon l'approche sociologique, l'entreprise est composée de trois acteurs principaux: apporteurs de capitaux, dirigeants et salariés. Ces trois acteurs ont des objectifs et des stratégies individuelles différentes. La logique des apporteurs de capitaux est purement financière. Ils recherchent avant tout la rentabilité de leurs placements et leur but est de garantir leurs gains et si possible les augmenter. Les apporteurs de capitaux sont attirés par des placements de plus en plus rentables. Leur source de pouvoir est le capital. Ils élaborent ainsi une stratégie d'investissement ou de retrait (en cas de perte). En ce qui concerne les dirigeants, leur logique est la maximisation des performances de l'entreprise évaluées par la rentabilité économique des capitaux. Leur but consiste à garantir leur place et à élargir leur pouvoir (capital et organisation). Pour les salariés, leur logique est l'épanouissement et la sécurité de l'emploi. Ils ont pour but de garantir leur emploi, si possible en réalisant un travail intéressant dans de bonnes conditions matérielles et psychologiques.

L'entreprise, selon l'approche juridique, est le destinataire privilégié d'un grand nombre de dispositions normatives tant internes que communautaires. Elle ne fait pourtant l'objet d'aucune définition légale. C'est donc à la jurisprudence qu'est revenu le soin de définir la notion. La Cour de Justice de la Communauté Européenne (CJCE) a consacré une approche fonctionnelle plutôt qu'organique. Sur le plan interne, et suivant le principe de

primauté, la Cour de Cassation adopte une même conception. L'entreprise est ainsi une notion-cadre, plus économique que juridique, dont l'attrait essentiel est d'élargir autant que possible le champ d'application de la loi qui en fait utilisation. La protection du marché implique l'appréciation la moins restrictive qui soit. Cette notion-cadre dépasse en effet les structures juridiques habituelles pour viser de façon très large toute organisation dotée d'une autonomie décisionnelle du moment qu'elle a pour objet une activité économique.

L'entreprise joue un rôle dynamique dans le milieu économique et social dès lors qu'elle associe les facteurs de production, à savoir le travail, le capital, les biens et les services intermédiaires et les emploie pour alimenter le marché de biens et de services. Elle distribue des salaires, des revenus aux apporteurs de capitaux et aux prêteurs de fonds, des impôts et cotisations sociales. En outre, l'entreprise est un facteur de progrès et d'innovations et un acteur de développement économique. Pour s'adapter à son environnement, survivre et croître, l'entreprise doit se fixer des objectifs, elle peut notamment maximiser le profit, augmenter la part du marché, atteindre un équilibre social, mettre au point un nouveau produit, dominer un concurrent, etc.

Pour être efficace, une entreprise doit répartir toutes les tâches de façon précise, structurée et spécialisée. Plus l'entreprise est importante, plus sa structure est compliquée. Le cycle productif de l'entreprise est constitué des activités indispensables au fonctionnement de cette entité. Il faut s'approvisionner, stocker, produire, vendre.etc. Le premier pas de l'organisation consiste à regrouper les activités qui ont le même but afin d'assurer le déroulement le plus harmonieux du cycle productif. On définit des catégories de tâches vitales concourant au même objectif et qui sont les grandes fonctions de l'entreprise. Il s'agit notamment de<sup>13</sup>:

- Produire. C'est le rôle de la fonction technique. L'activité productive s'analyse par toutes les tâches ayant pour vocation la mise en place des moyens de production et la surveillance de la production et les opérations d'approvisionnement en matières premières, de stockage intermédiaire des produits en cours de fabrication et de contrôle des produits;

---

<sup>13</sup> ISTA HAY Riad et RAFI MOHAMED. M, « *Concept et finalité des entreprises* ». PP 1-2. Document électronique téléchargé de : [http://www.google.fr/search?as\\_q=RAFI+MOHAMED&hl=fr&num=10&btnG=Recherche+Google&as\\_epq=C+oncept+et+finalit%C3%A9+des+entreprises&as\\_oq=&as\\_eq=&lr=&cr=&as\\_ft=i&as\\_filetype=&as\\_qdr=all&as\\_occt=any&as\\_dt=i&as\\_sitesearch=&as\\_rights=&safe=images](http://www.google.fr/search?as_q=RAFI+MOHAMED&hl=fr&num=10&btnG=Recherche+Google&as_epq=C+oncept+et+finalit%C3%A9+des+entreprises&as_oq=&as_eq=&lr=&cr=&as_ft=i&as_filetype=&as_qdr=all&as_occt=any&as_dt=i&as_sitesearch=&as_rights=&safe=images) .

- Créer, développer et entretenir des relations de l'entreprise avec les clients. C'est le rôle de la fonction commerciale. A côté des actions de vente proprement dites, cette fonction regroupe, en premier lieu, les tâches préparatoires à la vente à savoir l'étude du marché, la recherche des clients, la publicité et la promotion et en deuxième lieu les tâches postérieures à la vente comme la formation, le service après-vente, les relations avec les clients;
- Réaliser les tâches complémentaires à la production : C'est le rôle de la fonction logistique. Ces fonctions regroupent les tâches qui ne concourent pas directement à la production, mais qui permettent le déroulement du cycle productif telles que les tâches de sécurité, d'entretien des bâtiments et des matériels et les tâches d'administration qui visent à organiser la circulation des informations au sein de l'unité;
- Gérer les flux de monnaie, de crédit et de capitaux. C'est le rôle de la fonction financière. Il s'agit essentiellement de collecter les fonds puis de les affecter à l'achat du matériel, de marchandises, aux paiements des factures entrant dans l'unité;
- Organiser et gérer les Ressources Humaines. C'est le rôle de la fonction sociale. Les activités de cette fonction consistent à gérer le facteur travail mais aussi, et de plus en plus souvent, à aménager les conditions de vie des salariés au sein de l'entreprise ;
- Gouverner l'entreprise. C'est le rôle de la fonction de direction dont les missions consistent à réunir l'information indispensable à la prise de décisions, à donner les grandes orientations de l'unité et les transmettre aux fonctions chargées de les mettre en œuvre et enfin à contrôler en vue de s'assurer du mode de réalisation des choix opérés.

En tout état de cause ainsi qu'en matière de division de l'entreprise en fonctions, il n'existe pas de normes. Tout dépend de l'importance et de l'utilité de ses activités et de sa taille. Ces fonctions peuvent être classées en fonctions principales et fonctions auxiliaires.

Les fonctions principales d'une entreprise sont :

- L'approvisionnement à savoir l'expression des besoins, la recherche et sélection des fournisseurs, la passation des commandes, la réception et le stockage des achats;
- La production qui est la conception des processus et procédés, le planning de production et sa réalisation, le contrôle de la production et de la qualité ;
- La distribution qui est l'étude du marché, le marketing (prix, produit, réseaux de distribution, publicité, force de vente), la vente, l'emballage, la livraison, la facturation, etc.

Les fonctions auxiliaires concernent notamment les fonctions d'administration, de finance, de gestion des ressources humaines, d'entretien, de transport, etc.

L'entreprise ne vit pas en autarcie. Elle est conditionnée par le milieu dans lequel s'insère son activité et entretient des relations constantes avec son environnement. L'analyse de cet environnement est particulièrement complexe étant donné qu'il comprend de multiples facettes qui influencent néanmoins la vie, les décisions et les actions de l'entreprise. L'environnement est constitué par tous les éléments extérieurs à l'entreprise et qui ont une influence sur elle. Il regroupe tous les facteurs économiques, politiques, juridiques, socioculturels, technologiques et écologiques qui ont une incidence sur la vie de l'entreprise.

L'entreprise est en rapport étroit avec son environnement auquel elle est reliée par ses facteurs de production et ses produits. Pour adapter ses produits et ses techniques, elle doit le connaître dans l'ensemble de ses composantes. Les dites composantes, selon E. PENROSE Tilton (1963), relèvent notamment des éléments suivants:<sup>14</sup>

- Juridique par l'ensemble des lois et des règlements.
- Economique par le niveau de développement général à savoir la croissance, l'évolution des prix, la politique économique,...etc.
- Commercial par l'adaptation des produits et des prix de l'entreprise à ceux des concurrents et aux habitudes commerciales des clients;
- Financier. Les établissements financiers et la réglementation financière déterminent les conditions d'accès au crédit;
- Sociologique par les croyances sociales et forces sociales (syndicat);
- Ecologique par la détérioration du milieu physique qui réduit le bien-être social (pollution);
- Technologique par l'évolution des connaissances, les nouveaux produits, le développement technologique, l'innovation, les brevets, etc.

Les finalités ou missions de l'entreprise sont les raisons pour lesquelles elle est acceptée par son environnement. Ce sont des buts plus durables que les objectifs avec des échéances imprécises. Elles répondent à des questions du type « que voulons nous devenir? » et «Quelles sont nos motivations ? ». Les finalités contribuent à la cohésion de l'entreprise et orientent les décisions stratégiques.

On trouve, au niveau des finalités, les mêmes orientations que pour les objectifs : des finalités économiques, des finalités humaines et des finalités sociales.

---

<sup>14</sup> PENROSE. E.Tilton, « *Facteurs, condition et mécanismes de la croissance de l'entreprise* ». Ed : Paris, Hommes et Techniques, 1963, Page 223.

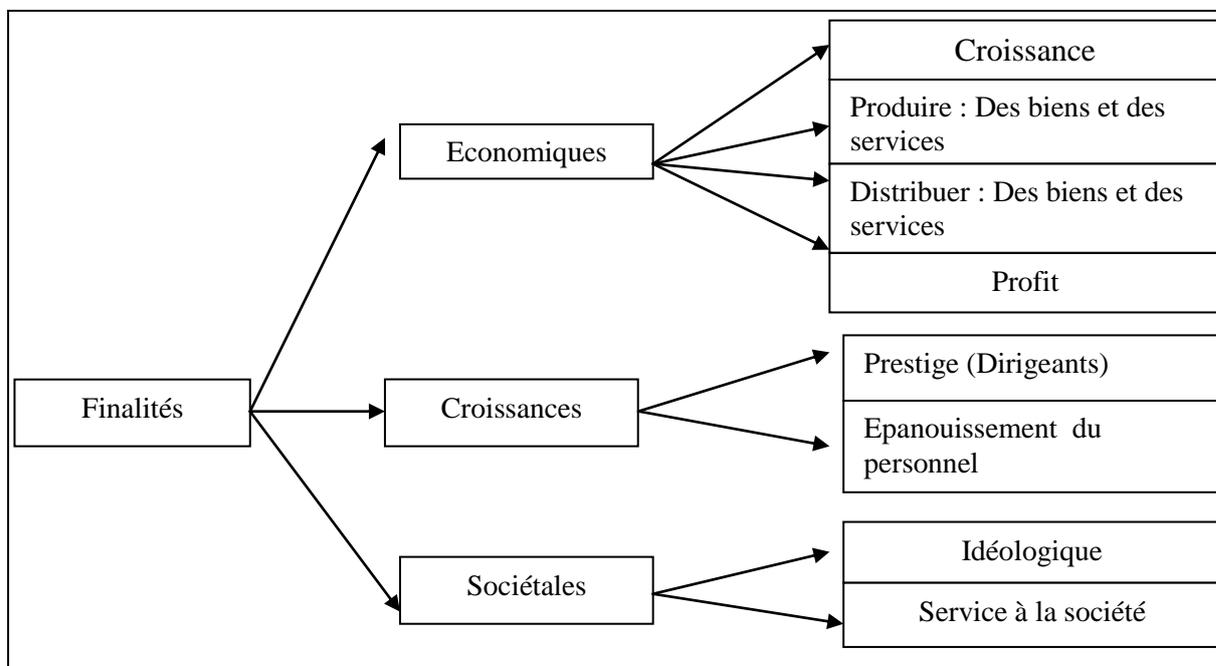
Les finalités économiques sont de trois ordres. Il s'agit<sup>15</sup>:

- de produire et distribuer des biens et services. Les entreprises industrielles produisent et commercialisent des biens. Les entreprises commerciales redistribuent les biens acquis auprès des producteurs et les entreprises de services fournissent des services marchands ou non-marchand aux entreprises ou aux consommateurs;
- D'assurer la croissance et le progrès, excepté dans certaines entreprises qui sont créées pour une mission précise et temporaire;
- De produire un profit et de préserver le patrimoine qui sont des buts majeurs. Cette recherche du profit distingue, les entreprises privées, les entreprises publiques et les associations.

Les finalités humaines concernent aussi bien les ambitions des dirigeants (prestige par exemple) que l'épanouissement du personnel (bonnes conditions de travail, bien-être des salariés, participation au pouvoir de gestion, etc.).

Les finalités sociétales peuvent coexister avec les autres finalités dans la plupart des entreprises. Pour certaines, elles constituent des finalités primordiales. Le service public ou l'indépendance nationale sont des finalités principales des entreprises publiques. La figure n° 01 ci-dessous récapitule les différentes finalités de l'entreprise.

**Figure n° 01** : Récapitulation des différentes finalités de l'entreprise.



**Sources** : Etabli par nous mêmes, à partir des finalités citées

<sup>15</sup> ISTA HAY Riad et RAFI MOHAMED. M, « *Concept et finalité des entreprises* ». Op.cit. Page 05.

Aujourd'hui, la firme ne peut faire l'économie d'une réflexion générale visant à optimiser les liens existant entre sa chaîne de valeur et celles de ses partenaires. Dans cette optique, elle a l'obligation de recourir à des compétences extérieures afin de construire ou de conforter l'offre destinée au client final. Le recours à la coopération et à la coordination de plusieurs partenaires s'impose alors afin d'optimiser le processus de création de valeur de l'entreprise par la fourniture des efforts et des compétences qui constituent une source de différenciation et un avantage concurrentiel pour l'entreprise qui saura les maîtriser. Cependant, devant la difficulté, le coût, la durée et l'incertitude de l'environnement entouré, le recours à la formation de relations de coopération avec les centres de recherches et de développement semble bien être une voie privilégiée pour atteindre une certaine excellence dans ce domaine.

L'entreprise est généralement en relation avec un grand nombre de partenaires qui participent à son fonctionnement. Elle est un pôle d'échanges au sein du réseau économique et en contact avec de nombreux partenaires tels que les clients, les fournisseurs, les apporteurs des capitaux et prêteurs, le personnel et les organismes publics. Les clients achètent et assurent des débouchés à l'entreprise. Les fournisseurs assurent l'approvisionnement de l'entreprise en matières premières et services. Les apporteurs de capitaux et prêteurs assurent le risque financier et fournissent les capitaux nécessaires au développement en contrepartie d'un profil ou d'un intérêt. Le personnel apporte son travail et ses compétences et perçoit un salaire et l'Etat assure les infrastructures nécessaires au fonctionnement, prend en charge la formation initiale des personnels et perçoit des taxes et des impôts.

De nos jours, un autre partenaire vient s'ajouter à ceux précédemment cités. L'entreprise a besoin de compétences hautement qualifiées afin de gagner l'atout de l'innovation et de la recherche-développement. Ces compétences ne peuvent voir le jour que par le biais du soutien de l'université. A cet effet, l'entreprise doit être consciente que son avenir dépend de l'université.

### **3. Généralités sur la notion de l'université**

L'université prend différents sens et définitions, dus à la variété des objectifs ainsi qu'à la nature de la mission d'une région à une autre et d'un pays à un autre. Dans cette section, nous allons traiter de la notion de l'université à travers sa définition, sa mission, son rôle et ses fonctions ainsi que l'université en tant qu'acteur important dans le développement local.

L'université est un établissement d'enseignement supérieur dont l'objectif est la production du savoir (recherche), sa conservation et sa transmission (études supérieures). Il est très difficile de cerner ou donner une définition exacte de l'université. Pour cela, on peut définir l'université par les communautés qui la constituent ou bien par les fonctions qui lui sont dévolues. Les communautés qui constituent l'université sont essentiellement des communautés d'étudiants, de chercheurs et d'enseignants. A l'heure actuelle, il est plus usuel définir l'université par ses missions, fonctions et rôles. Traditionnellement, l'université poursuit deux objectifs essentiels, à savoir accroître les connaissances par la recherche et les transmettre aux étudiants par l'enseignement. L'université s'achemine vers de nouveaux objectifs plus utilitaires, plus adaptés à la demande économique et sociale à savoir former des jeunes qui seront capables de s'intégrer sur le marché du travail et assurer la formation continue afin de permettre à tous une formation le long de la vie.

Un peu partout dans le monde, s'élabore une réflexion sur les nouvelles missions de l'université dans un monde caractérisé par des défis économiques inédits. Les universités sont amenées à s'ouvrir à un plus grand nombre d'étudiants pour lesquels elles doivent organiser des formations nouvelles et plus professionnelles.

Il en ressort que la restructuration des missions des universités est une résultante immédiate de deux phénomènes essentiels :

- La massification de l'université avec toutes les transformations qui en découlent tel que les besoins financiers croissants, l'insuffisance de locaux, etc.
- L'évolution rapide du marché du travail. Les profils qu'exigent les offres d'emplois sont de plus en plus choisis conformément aux besoins futurs des entreprises dans des conditions de travail réelles et non stimulées. Par conséquent, une formation théorique basée sur le savoir au fil du temps devient obsolète. L'université, à l'heure actuelle, est invitée à s'activer pour dépasser cette logique d'enseignement où l'étudiant est écarté et a un rôle de récepteur passif.

Les missions de l'université d'aujourd'hui peuvent être récapitulées par ce qui suit:

- La formation initiale et continue. Le service public de l'enseignement supérieur offre des formations scientifiques, culturelles et professionnelles dans le cadre de la formation initiale et continue, accueille et oriente les étudiants, assure la formation des formateurs et s'intègre dans le tissu économique;
- La recherche scientifique et technologique. A travers cette mission, l'université est appelée à développer et valoriser la recherche fondamentale, la recherche appliquée et la technologie, à participer à la politique de développement scientifique et technique en liaison avec les

grands organismes nationaux de recherche, à développer la culture et à diffuser les connaissances et la coopération internationale en contribuant au débat des idées, au progrès de la recherche et à la rencontre des cultures au sein de la communauté scientifique et culturelle internationale.

L'institution universitaire est considérée comme l'une des organisations les plus stratégiques dans les sociétés modernes en sa qualité de productrice principale des ressources humaines qualifiées avec lesquelles elle alimente les autres institutions sociétales. C'est pourquoi une importante particularité a été accordée aux universités. Il y a prise de connaissance du rôle positif qu'elles accomplissent pour le développement aussi bien de l'individu que de la société, en ce sens qu'elles constituent des sous systèmes liés fonctionnellement aux autres systèmes de la société représentés dans les différentes institutions sociétales.

L'enseignement supérieur, à travers les universités, assure un certain nombre de fonctions nouvelles qui viennent s'ajouter à ces fonctions traditionnelles d'enseignement de formation et de recherche. On assiste, de plus en plus, à une métamorphose globale qui change complètement le rôle et les fonctions des établissements d'enseignement supérieur.

Ainsi, l'université occupe diverses fonctions. Elle contribue à satisfaire les besoins en ressources humaines d'une société cognitive ou de savoir tant par la formation initiale que par la formation continue. Elle a donc un rôle à jouer dans le (long life learning) qui s'impose de plus en plus. Elle dispense une formation spécialisée de niveau doctoral qui a pour but de préparer les futurs professeurs d'université et de renforcer la recherche dans les domaines vers lesquels il faut diriger les ressources pour pouvoir améliorer la productivité ainsi que les résultats économiques. Comme dans tous les pays en développement, le secteur de l'enseignement supérieur en Algérie est l'objet d'une demande sociale importante, il joue un rôle décisif dans la vie économique, sociale et culturelle du pays<sup>16</sup>. Les pouvoirs publics, en Algérie, sont conscients de cette importance. Les programmes gouvernementaux reflètent de plus en plus cet intérêt et viennent d'inscrire l'enseignement supérieur comme priorité nationale en vue de faire jouer à ce secteur le rôle qui lui échoit dans le développement économique et social du pays. Depuis moins de cinquante années après l'indépendance, l'université algérienne a connu une très forte croissance de l'ensemble de ses principaux

---

<sup>16</sup>TOU Amar, Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique de l'Algérie, Conférence mondiale sur l'enseignement supérieur « *L'enseignement supérieur en Algérie* ». UNESCO, Paris, 05 – 09 octobre 1998.

indicateurs<sup>17</sup>, comme le montrent le nombre d'établissements universitaires et leur répartition géographique, les effectifs étudiants et de diplômés, la diversification des filières de formation et l'activité de recherche scientifique.

La recherche apparaît, ainsi, comme la fonction principale de l'université. En Algérie, par exemple, un débordement de textes promulgués qui expriment une volonté des pouvoirs publics de valoriser la recherche et d'harmoniser la recherche universitaire et la recherche publique<sup>18</sup>, on compte l'adoption des lois et la promulgation de décrets exécutifs portant sur la recherche scientifique<sup>19</sup>.

Le rôle principal de l'université est celui de la diffusion du savoir car, dans une économie fondée sur la compétition et la concurrence, le savoir devient un enjeu stratégique. Ainsi, l'université doit se remplir pleinement son rôle comme catalyseur de développement surtout dans les régions. De même, le rôle de l'université ne se restreint plus exclusivement à la transmission du savoir mais s'élargit au savoir-faire nécessaire pour augmenter l'employabilité des nouveaux diplômés.

L'université n'est plus une tour d'ivoire réservée à une élite intellectuelle mais devient peu à peu un lieu de formation qui s'adresse aux masses populaires.

Aujourd'hui, le thème de l'université ainsi que la place qu'elle occupe dans la société sont devenus prioritaires dans les programmes d'orientation de l'enseignement supérieur et les gouvernements prennent de plus en plus conscience de l'importance des établissements

---

<sup>17</sup> « *Projet de charte d'éthique et de déontologie universitaires* ». Document téléchargé du site : <http://www.unc.edu.dz/vf/index.php/actualites-et-informations/archives/89-annee-universitaire-2009-2010/492-projet-de-charte-dethique-et-de-deontologie-universitaires>

<sup>18</sup> KHELFAOUI Hocine, « *La science en Algérie* ». Edition: Paris, le 21 décembre 2001.

<sup>19</sup> - Décret exécutif N°95-177 du 24 novembre 1995, portant modalité de fonctionnement du (Fonds National de développement de la Recherche Scientifique et technologique), modifié et complété par le décret exécutif N° 99-73 du 11 avril 1999;

- Loi N° 98/11 du 22 août 1998 portant Loi d'orientation et de programme à projection quinquennale sur la recherche scientifique et le développement technologique 1998-2002;

-Loi N° 98/12 du 31/12/1998 portant réorganisation des universités;

- Décret exécutif N° 99/73 du 11/04/1999 modifiant le fonctionnement du décret N° 95/177 du 26/6/1995, portant modalité de fonctionnement du Fonds national de la recherche scientifique et du développement technologique ;

- Décret exécutif N° 99/243 du 31/10/1999 portant sur le fonctionnement des comités sectoriels permanents de recherche scientifique et de développement technologique ;

- Décret exécutif N°99/244 du 31/10/1999 portant création, organisation et fonctionnement du laboratoire de recherche, etc.

d'enseignement supérieur en tant qu'acteur stratégique du développement économique régional ou national.

Comme les espèces vivantes qui se développent prolifèrent et se diversifient, l'université transforme son propre environnement. Ses diplômés occupent des postes clés. Les universités produisent de nouveaux savoirs qui sont la marque de la société contemporaine.

Les entreprises se dirigent aussi vers les universités pour avoir les connaissances pertinentes dont elles ont besoin pour de nouveaux brevets, biens et services. En tant que productrices de nouveaux savoirs, les universités sont devenues les principaux agents des transformations sociales. Cependant, les nouveaux savoirs créent de nouvelles demandes. Avant l'invention du laser, personne ne demandait de câbles à fibres optiques, des codes-barres ou des CD. Aujourd'hui, l'influence des universités sur leur environnement rebondit non seulement sous la forme de nouveaux débouchés mais aussi de nouveaux risques.

En conclusion, on peut dire que le rôle de l'université ne se réduit pas exclusivement à la transmission du savoir, mais s'élargit encore à la transmission du savoir-faire nécessaire pour améliorer le recrutement de ses nouveaux diplômés. L'entreprise se transforme, se redéploie et mise à fond sur l'innovation, pour faire face à la concurrence qui tient sa vitalité de l'ouverture aux nouvelles technologies et d'un dynamisme commercial remarquable. La mise en place d'un partenariat entre ces deux institutions a un effet positif évident sur les deux et sur la société dans son ensemble.

# **Chapitre II**

## **Le cadre théorique de la relation Université-Entreprise**

## Chapitre II : Le cadre théorique de la relation Université-Entreprise

---

Quand on parle de cadre partenarial entre l'université et l'entreprise, il est très utile de donner un aperçu sur les phénomènes résultant de ce partenariat tels que l'économie de la connaissance, l'entrepreneuriat, la formation et l'innovation. Il faut aussi présenter les théories économiques qui l'ont traité.

### 1. La place de la connaissance dans l'économie

FORAY. D (2004) écrit : « *La connaissance est un bien économique étrange, possédant des propriétés différentes de celles qui caractérisent les biens conventionnels et notamment les biens tangibles. Ces propriétés sont ambivalentes : d'un côté, elles font que les activités de production de connaissances ont en général un "rendement social" très élevé et sont donc un mécanisme puissant de croissance économique. D'un autre, elles posent des problèmes redoutables d'allocation de ressources et de coordination économique* »<sup>27</sup>.

L'économie de la connaissance décrit à la fois une discipline de l'économie dont l'objet de recherche est la connaissance utilisée ou produite dans les activités économiques et un phénomène propre à la période contemporaine qui se traduit par un changement dans le fonctionnement des économies, tant en ce qui concerne les processus de croissance que l'organisation des activités économiques. L'économie de la connaissance résulte d'une relation étroite entre l'accroissement de la part du capital intangible (éducation, formation, recherche et développement, etc.) et la diffusion de nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Cette relation a changé considérablement la vitesse de l'innovation et du changement technologique.

L'économie de la connaissance est devenue le pilier principal dans toutes les économies des pays, dans l'affirmation de secteurs stratégiques pour toutes les économies (éducation, recherche, innovation, services, culture, industries créatives, internet, etc.), par des changements dans les méthodes d'innovation, de production, de communication et d'échange

---

<sup>27</sup> FORAY. D, « *L'économie de la connaissance* ». Ed: Casbah, Alger .2004. Page 59.

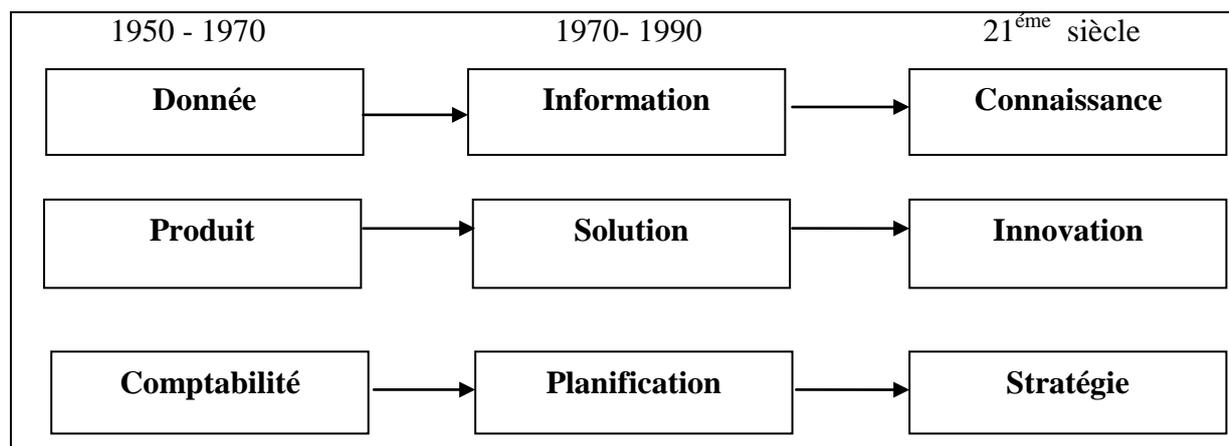
qui concernent toutes les économies. Aujourd'hui, les circuits devenus courts entre les recherches scientifiques et les marchés, l'ascension du capital dit "intangible" et l'explosion de la communication moderne par l'internet induisent des changements structurels. L'apparition de l'économie de la connaissance placera en débat des analyses et des expériences relatives à quatre grandes tendances:

- L'évolution relationnelle entre les sciences, les techniques et le marché;
- L'émergence de nouvelles organisations du travail et de production (innovation, production distribuée, commercialisation, etc.);
- L'apparition de réseaux interterritoriaux qui contribuent dans la production et la circulation des connaissances;
- L'apparition de nouvelles règles de propriété et les modèles d'affaires de l'Internet.

Aujourd'hui, la mondialisation des économies se conjuguant avec l'émergence des économies fondées sur la connaissance, provoque une accélération du rythme des innovations. La connaissance est née il y a environ dix ans. Avant, cette notion est connue sous le nom de donnée jusqu'aux années 1970 où elle a pris un autre nom (une information). De même, l'innovation connue sous le nom de produit a pris le nom de solution.

La figure n° 02 illustre le parcours d'évolution de phénomènes connaissance, innovation et stratégie.

**Figure n° 02 :** Evolution de concepts, connaissance, innovation et stratégie.



**Source:** DEBRA M. Amidon «*Innovation et management de connaissances*».Ed : organisation 2001, page 33.

La connaissance est perçue de plus en plus, comme une nouvelle richesse au niveau des organisations. Sa gestion devient une fonction primordiale et permet d'offrir une meilleure visibilité sur le patrimoine de l'organisation. Elle donne du contenu et du sens aux actions qui peuvent être menées dans un environnement en permanence mutation. Une bonne visibilité sur ses propres savoirs ou savoir-faire permet de mieux s'adapter et confronter les exigences de son environnement.

DEBRA M. Amidon (2001) définit l'innovation à partir de la connaissance comme « *la création, l'évolution, échange et l'application de nouvelles idées pour créer des biens et des services commercialisables, en vue du succès d'une entreprise, la vitalité économique d'une nation et le progrès de l'ensemble de la société* »<sup>28</sup>.

La conception économique du changement technique et d'innovation a connu un certain changement et modification ces dernières décennies. Il a introduit un nouveau modèle d'innovation dit non linéaire pour compléter le modèle dit linéaire qui n'est qu'une simplification d'un processus beaucoup plus complexe. Le modèle non linéaire ou interactif met l'accent sur les effets de rétroactions entre les différentes étapes de l'innovation comme le montre la figure n°03.

Deux aspects principaux remettent en cause le modèle linéaire. L'organisation interne de l'entreprise et la relation de cette dernière avec son environnement. Le modèle linéaire d'innovation est compatible avec la structure classique hiérarchique où toutes les stratégies de l'entreprise portaient essentiellement sur la recherche de rendement croissant permettant une réduction des coûts. Par contre, le non linéaire d'innovation est compatible avec nos économies contemporaines où l'innovation nécessite une intense communication entre l'entreprise, les consommateurs, les laboratoires et les universités. Cette communication entre les différents acteurs aide les entreprises à minimiser les risques dûs à l'innovation entre l'ensemble de ces acteurs que nous avons cité déjà.

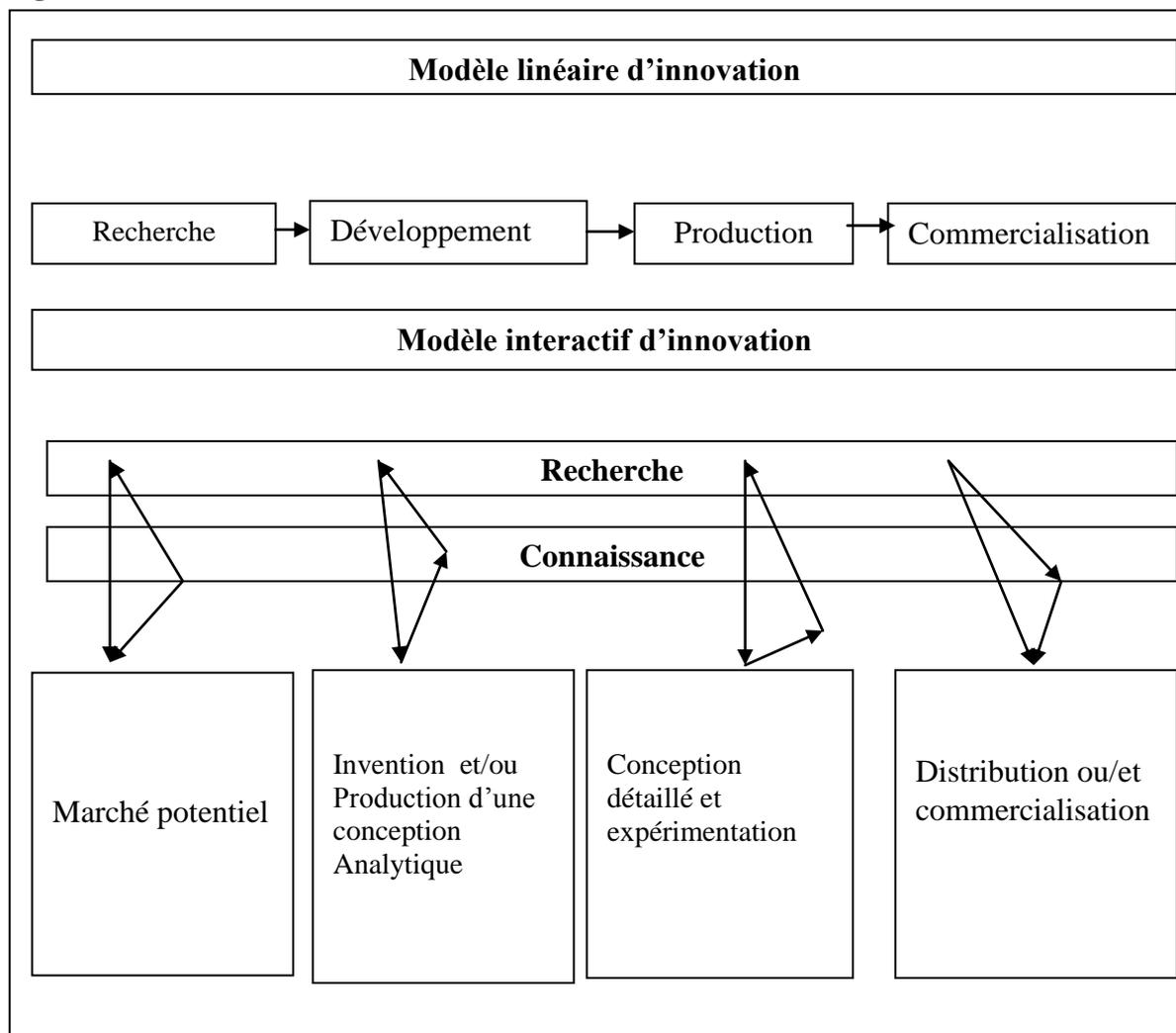
La mesure de l'économie de la connaissance est importante au moins pour deux raisons. Elle aide à se prononcer sur l'existence d'une nouvelle dynamique de croissance fondée sur la connaissance et sur le rythme auquel les économies évoluent vers ce nouveau

---

<sup>28</sup> DEBRA .M.A, « *Innovation et management des connaissances* ».Ed: Organisation, 2001, page 33.

régime. Elle permet d'évaluer les performances d'un pays et d'identifier ces forces et ces faiblesses par rapport à ses partenaires.

**Figure n° 03 :** Modèle linéaire et interactif de l'innovation



**Source:** KLEIN .S et ROSENBERG, « *La société fondée sur le savoir* », OCDE. N° 1986. 1996, Page 16.

Depuis 1999, l'OCDE et la commission européenne ont fourni une évaluation quantitative de l'économie de la connaissance par des indicateurs synthétiques. L'OCDE a conçu une indication approximative de l'investissement dans le savoir et du poids de l'industrie fondée sur la connaissance. L'investissement dans le savoir est défini par trois ensembles de dépenses. Les dépenses publiques et privées consacrées à l'enseignement supérieur ainsi que les dépenses dans la recherche et développement et les dépenses de logiciel.

Les industries fondées sur la connaissance sont définies comme étant les secteurs qui emploient intensément de la technologie et/ou le capital humain. Il s'agit des industries manufacturières de haute et de moyenne haute technologie mais aussi de trois catégories de services qui sont les services fournis à la collectivité (sociaux, personnels), les activités de la banque (assurances et autres services aux entreprises) et les services de communication.

Quant à l'indice de l'innovation fourni par la commission européenne, il est destiné à classer les pays selon leur performance relative en matière d'innovation. Il repose sur 17 indicateurs reflétant quatre dimensions de l'innovation technologique, à savoir les ressources humaines, la création de nouvelles connaissances, la transmission et la mise en œuvre du savoir, le financement, la production et les marchés de l'innovation.

L'intérêt porté à l'économie fondée sur la connaissance part du constat que certaines activités (immatérielles) liées à la recherche et à l'éducation tendent à prendre une importance croissante dans l'économie mondiale. Cette importance se manifeste dans les parts relatives de ces activités dans le PIB qui ont tendance à croître, l'expansion des industries intensives en connaissance et de la montée des emplois hautement qualifiés.

L'économie de connaissance résulte aussi d'un choc d'une relation étroite entre une tendance relative à l'accroissement de la part du capital intangible (la formation, le capital humain, recherche, développement, etc.) et la diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Ces dernières produisent en générale trois effets. Elles permettent des gains de productivité, en particulier dans domaine de traitement, du stockage et de l'échange d'information (domaine fondamental de l'économie de connaissance). Elles favorisent l'émergence de la croissance des nouvelles industries, comme le multimédia, le commerce électronique, le téléphone, etc. Elles poussent à l'adaptation de modèles organisationnels originaux en vue d'une meilleure exploitation des nouvelles possibilités de distribution et de diffusion de l'information.

Avec les nouvelles technologies de l'information et la communication, l'économie de la connaissance a trouvé une base technologique adéquate menant à un renforcement mutuel entre le commencement des activités intensives en connaissance et la diffusion de nouvelles technologies qui produisent trois effets sur l'économie. Un effet sur les gains de la productivité, particulièrement dans le domaine du traitement, du stockage et de l'échange d'information. Un effet sur les industries, par l'émergence et la croissance de nouvelles industries (commerce électronique, téléphone, industrie de réseaux, etc.) et un effet sur les

modèles organisationnels en vue d'avoir une meilleure exploitation des nouvelles possibilités de distribution et de diffusion de l'information.

L'introduction des NTIC au sein d'un système économique s'accompagne de fortes interactions entre le changement technique et le changement organisationnel dans les entreprises. Cette introduction est passée par trois étapes : d'une informatique centralisée (calculé les tâches) à une informatique répartie (automatisation des tâches) puis à une informatique en réseau (interaction des savoirs).

## 2. Le cadre théorique de l'entrepreneuriat

La définition de l'entrepreneur a connu une évolution selon les théories économiques. L'entrepreneuriat est un phénomène qui existe depuis longtemps (dés la fin de XVI<sup>ème</sup> siècle)<sup>29</sup>, mais il reste très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité. Nombre d'auteurs abordent cependant l'entrepreneuriat à partir de l'acte d'entreprendre initié par un auteur/acteur principal (l'entrepreneur) et suivant un processus déposé.

De nos jours, l'entrepreneuriat devient un processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable. Ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise. Remarquons que certains restreignent le sens du mot au fait de lancer une nouveauté, un nouveau service, un nouveau produit, une nouvelle technologie, etc. Mais la création d'un commerce ne devrait pas être considérée comme un acte entrepreneurial.

Les caractéristiques de l'entrepreneuriat peuvent se résumer ainsi :

- Il y a un leader, l'entrepreneur, qui est la force motrice à l'origine des faits économiques;
- Dans l'esprit de cet entrepreneur il y a une vision de l'avenir qui est préférable à celle de l'état présent;
- Tout au long d'un processus partiellement conscientisé d'intuitions et de lucidité qui trouvent leurs racines dans l'expérience, l'entrepreneur développe une vision ainsi qu'une stratégie afin de la mettre en pratique;

---

<sup>29</sup> OUSALEM. A, ARHAB. B et BELATAF. M, « *L'incidence de l'entrepreneuriat sur l'emploi en Algérie : Cas de la région de Bejaia* ». Colloque international, « *Entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement* ». Khemis Miliana, le 13 et 14 Novembre 2007.

- Cette vision est mise en œuvre rapidement et avec enthousiasme par l'entrepreneur. Le travail réalisé peut procurer le sentiment de vivre pleinement ou la satisfaction de rendre service à la société;
- La stratégie est délibérée et la vision d'ensemble est claire, en revanche les détails sont malléables, incomplets et émergents;
- Les stratégies entrepreneuriales s'accompagnent souvent de structures simples et centralisées qui répondent rapidement aux directions que donne l'entrepreneur
- Les stratégies entrepreneuriales tendent à se développer dans des marchés de niche qui ne sont pas pris en compte par les acteurs dominants du marché.

La création d'entreprises a été fréquemment reléguée et même évitée dans les études sur les entreprises. Ce n'est que ces dernières années qu'on a commencé à prendre conscience de leur importance<sup>30</sup>. Elles font l'objet d'un intérêt croissant dans les différentes analyses sur l'entreprise. L'entrepreneuriat, en tant que champ disciplinaire, consiste à chercher à comprendre comment, par qui et avec quelles conséquences les opportunités créent des biens et des services.

Dans le phénomène de l'entrepreneuriat, il ya deux facteurs qui peuvent jouer un rôle clé dans l'explication de cette notion : l'entrepreneur qui adopte la décision de création et le milieu dans lequel celle-ci se produit.

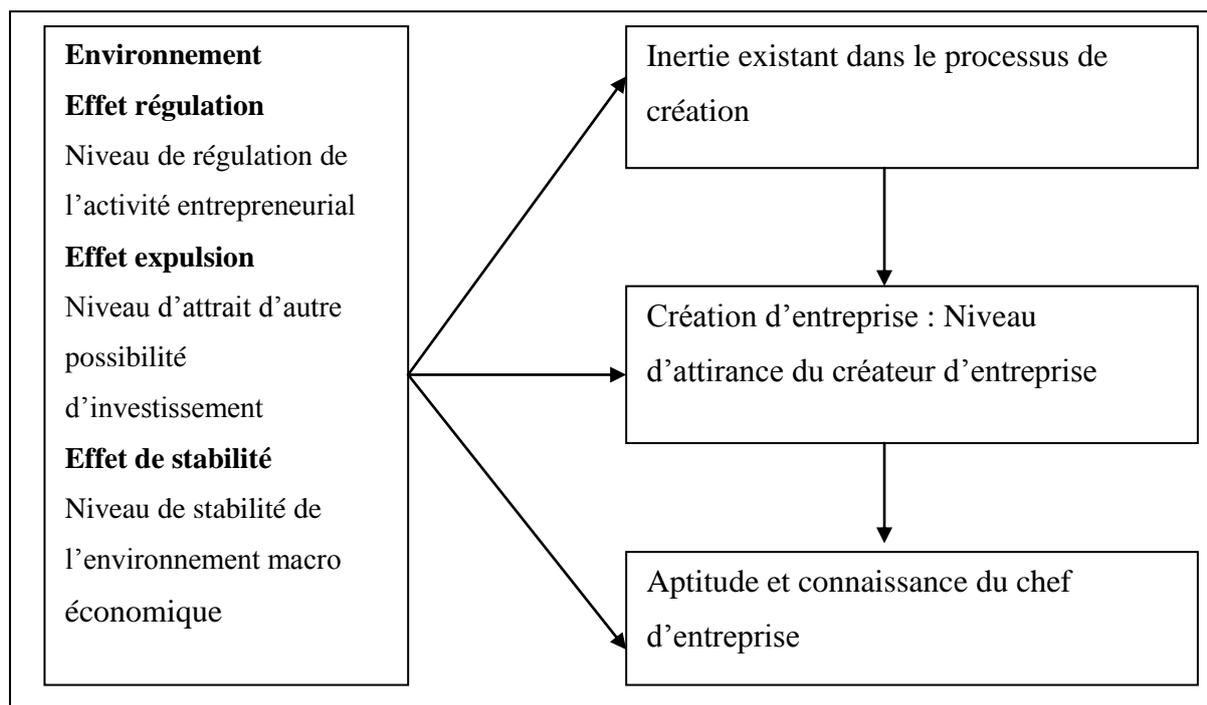
Le premier facteur développe une fonction de nature presque artistique où l'entrepreneur apparait ainsi comme l'axe autour duquel pivotent la richesse et le développement économique des nations modernes. L'entrepreneur est un en premier lieu, celui qui entreprend, désignant lui-même le fait de mettre à exécution un projet nécessitant de longs efforts. En second lieu et au sens économique du terme, l'entrepreneur est une personne qui engage des capitaux et utilise une main d'œuvre salariée en vue d'une production déterminée. Son travail de mobilisation de ressources et de recherche d'opportunité, mais aussi son travail d'allocation de ces ressources de même que l'attention constante qu'il prête au positionnement correct de l'entreprise dans les affaires auxquelles elle participe sont les composantes essentielles de l'action organisée que nous appelons entreprise dont le caractère volontaire et conscient est associé à la main visible du chef d'entreprise. On peut parler de

---

<sup>30</sup> AIT-ZIANE Houria et AIT-ZIANE Kamel, « *La promotion des compétences entrepreneuriales en Algérie* ». Colloque international, « *L'entrepreneuriat et l'innovation dans les pays en voie de développement* », Khemis Miliana, le 13 et 14 Novembre 2007.

chef d'entreprise-proprétaire et de chef d'entreprise-professionnel. Le premier cherche des opportunités et des ressources à mobiliser pour obtenir une nouvelle combinaison dont on puisse recueillir les avantages temporaires et des revenus extraordinaires. Le second est chargé de superviser l'allocation et l'usage correct des ressources apportées et obtenues par l'entrepreneur ainsi que de contrôler le positionnement correct des affaires de la compagnie pour faire en sorte que le fonctionnement de l'entreprise soit efficient. La perversion de l'entrepreneur est due à l'existence d'un cadre régulateur ou bien à des règles de jeu (la concurrence). Il faut avouer que la libéralisation et la dérégulation des activités économiques encouragent le processus créateur et l'Etat devrait se limiter à son rôle d'arbitre dans les rapports entre particuliers et ne pas intervenir directement comme agent de production. La figure n°4 au dessous, montre la relation existante entre l'entrepreneuriat et quelques facteurs qui ont une influence sur son environnement : l'effet de régulation, l'effet expulsion et l'effet de stabilité.

**Figure n° 04** : La relation entre l'entrepreneuriat et quelques facteurs de son environnement.



**Source** : Revue d'économie industrielle n° 89- Troisième Trimestre.1999

On peut dire que l'environnement a des incidences sur l'entrepreneur et l'entrepreneuriat. L'exercice de la fonction créatrice de l'entrepreneur ne dépend pas exclusivement des aptitudes et des connaissances de cet agent. Fréquemment, l'inertie

inhérente au processus de création et surtout l'environnement devient des déterminants essentiels de la création ou de la disparition de l'entreprise car ils favorisent l'attraction ou la répulsion de l'entrepreneur.

Nous pouvons distinguer plusieurs approches dans les théories de l'entrepreneuriat<sup>31</sup>.

Schumpeter constate au 19<sup>ème</sup> siècle que le travail de l'entrepreneur est fréquemment qualifié par le terme anglais de management qui est un terme générique pour regrouper des fonctions aussi hétérogènes que le contrôle, la représentation, la discipline, etc. Ces fonctions ne constituent, pour Schumpeter, que du travail d'administration qui n'est qu'un travail comme un autre et n'est pas adapté pour caractériser un type particulier de sujet économique.

Pour être un entrepreneur schumpétérien, il ne suffit pas de créer une entreprise visant seulement à copier un concept existant. L'entrepreneur est celui qui favorise l'émergence et le développement de nouvelles possibilités non encore connues dans l'environnement économique. L'entrepreneur se situe au cœur du processus d'innovation. Si la création d'entreprise ne débouche pas sur une innovation, elle ne conduit donc pas selon lui à exercer la fonction d'entrepreneur.

Pour cet auteur, l'entrepreneur est le produit d'un système socio-économique, à savoir les situations créées par ce dernier obligeront les individus à adopter tels ou tels comportements. L'entrepreneur schumpétérien réalise de nouvelles combinaisons de moyens de productions qui peuvent prendre diverses formes. En d'autres termes, cet auteur distingue cinq types d'innovation qui sont :

1. La fabrication de nouveaux biens, ou d'amélioration de la qualité d'un bien existant;
2. L'introduction d'une nouvelle méthode de production;
3. L'ouverture de nouveaux marchés, en particulier l'exportation;
4. La conquête d'une nouvelle source de produits intermédiaires (matières premières ou produits semi-finis);
5. La réalisation d'une nouvelle forme d'organisation.

L'entrepreneur schumpétérien est caractérisé par les éléments suivants. Son indépendance est limitée. Il doit « vaincre le conformisme » du banquier, l'entrepreneur n'a pas toujours des relations durables avec une exploitation individuelle. Il s'introduit dans

---

<sup>31</sup>MELIANE Zoubida, « Rôle et place de l'entrepreneuriat dans l'économie d'aujourd'hui ». Colloque international « L'entrepreneuriat et l'innovation dans les pays en voie de développement ». Khemis Miliana, le 13 et 14 Novembre 2007.

une entreprise pour la transformer et être entrepreneur ne se réduit pas à combiner les facteurs de production. En principe, il va à l'encontre d'un certain statut quo économique.

PENROSE (1959) présente une théorie de la firme dynamique. Son analyse porte sur l'importance de la création et l'utilisation de l'information dans la croissance de la firme. L'intérêt porté à l'entrepreneur réside dans les qualités personnelles de l'entrepreneur comme origine de la croissance de la firme. Ces caractéristiques peuvent être résumées dans les sept points suivants :

1. La souplesse d'adaptation qui donne à l'entrepreneur un horizon d'affaires plus vaste et l'encourage à tenter des expériences avec de nouveaux produits;
2. L'effort d'imagination;
3. Le sens du « timing » c'est-à-dire calendrier;
4. La reconnaissance instinctive de ce qui réussira;
5. L'ingéniosité dans la collecte de fonds (qu'est particulièrement fondamentale dans le cas de petite entreprise);
6. Le sens du jugement;
7. L'ambition.

Selon GILDER. G (1985), l'entrepreneur mène un combat juste qui est celui de lutter contre la pauvreté en créant des emplois. Il se retrouve dans tous les groupes sociaux à savoir les savants, les artistes et les chefs d'entreprises (signifiant que ce n'est pas tous les chefs d'entreprise qui sont entrepreneurs). Pour GILDER, posséder une fortune personnelle est un handicap pour devenir entrepreneur. Ce dernier bouscule les pratiques établies, n'hésite pas à remettre en question nombre de dogmes en économie et en production. Il ne possède pas toujours les connaissances qu'il valorise, mais il sait s'entourer des personnes compétentes. Selon l'approche de cet auteur, l'entrepreneur se caractérise par sept traits majeurs qui sont les suivants :

- Appartenance à des groupes socioprofessionnels très variés (artistes, artisans, savants, chefs d'entreprises, etc.);
- Motivation principale réside dans le fait de se prouver quelque chose à soi-même;
- D'origine sociale modeste;
- Change les choses en allant à l'encontre des pratiques économiques établies;
- Ne possède pas nécessairement des connaissances scientifiques et les techniques indispensables à la création d'une entreprise ;

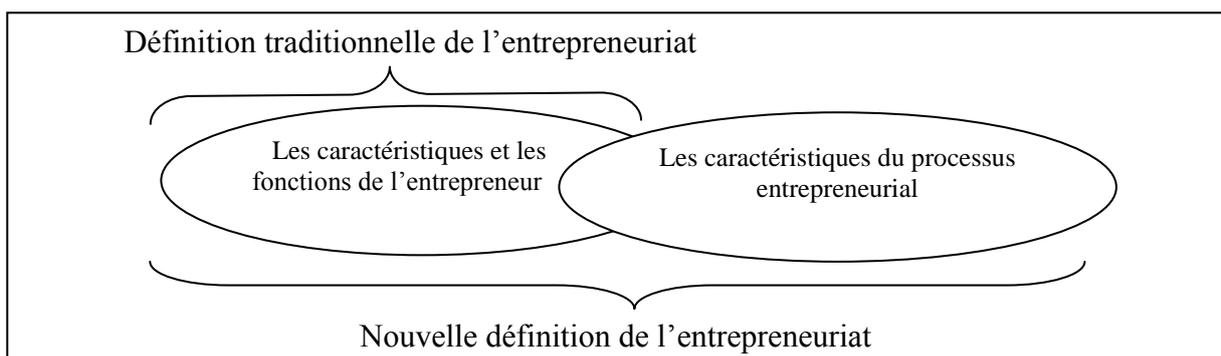
- Animé par l'esprit d'entreprise, c'est dire qu'il agit en premier, ne réagit pas en d'autre terme il prend les initiatives, n'attend pas les réalisations des événements pour agir;
- Guidé par des valeurs nobles tels le don de soi et le sacrifice.

L'approche par les traits est centrée sur l'individu entrepreneur, les gestionnaires viendront compléter cette vision en intégrant l'environnement et surtout l'organisation.

GARTNER en 1989 dans une publication<sup>32</sup>, sous le titre « *what is an entrepreneur ? Is the wrong question* » qui veut dire « *qu'est ce que un entrepreneur ? C'est une fausse question* » conscient de l'insuffisance de l'approche par les traits, se propose d'étudier ce que fait l'entrepreneur et met l'accent sur la création d'une organisation, résultat de multiples influences intervenant dans un processus complexe. « *La recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non ce qu'il est* ». Dans cette ligne, Bygrave (1989) puis Bygrave et Hofer (1991) proposent une définition de l'entrepreneur comme étant quelqu'un qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour l'exploiter. Cette dernière fondée sur les deux sous définitions suivantes :

- Un événement entrepreneurial entraîne la création d'une nouvelle organisation pour l'exploiter ;
- Le processus entrepreneurial comprend toutes les fonctions, activités et actions inhérentes à la perception d'opportunités et à la création d'organisations pour les exploiter. Cette évolution a été ainsi représentée :

**Figure n° 05** : Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer, 1991



**Source** : LYON. E, ECULLY. M, « *Cadre de l'entrepreneuriat, mythes et réalité* ». Actes de la journée d'étude organisée par Groupe de recherche CADRES n° 2334,06 juin 2002. France. Page 09.

<sup>32</sup>LYON. E, ECULLY. M « *Cadre de l'entrepreneuriat, mythes et réalité* ». Actes de la journée d'étude organisée par Groupe de recherche CADRES n° 2334, 06 juin 2002. France. Page 09.

### 3. La formation et l'innovation dans le cadre de la théorie économique

La formation et l'innovation sont devenues aujourd'hui deux concepts primordiaux dans la science économique contemporaine.

#### 3.1. La formation

La formation contribue au progrès économique et à la promotion sociale des individus en les préparant à la vie professionnelle. C'est un outil de transformation des savoirs nécessaires à l'apprentissage d'un métier ou bien d'une profession. La définition de la formation qui nous paraît la plus exhaustive, est celle de Raymond VATIER (1985), dans la mesure où elle cerne les principales facettes de cette fonction. Selon cet auteur, la formation est l'ensemble des actions capables de mettre les individus et les groupes en état d'assumer avec compétences leurs fonctions actuelles ou celles qui leur seront confiées pour la bonne marche de l'entreprise. Un premier élément de cette définition met en relief l'idée que la formation ne doit pas être un phénomène de mode réalisé à un moment précis pour copier ce qui se fait dans d'autres entreprises mais doit plutôt constituer « *un ensemble d'action cohérentes dont les effets sont cumulatifs et qui s'inscrivent dans un plan précis* »<sup>33</sup>.

Pendant longtemps, on attendait de la formation qu'elle apporte une réponse à quatre types principaux de problèmes : Le manque de connaissance, la préparation à une promotion, l'adaptation à des structures nouvelles d'organisation, et un rendement insuffisant.

La situation classique se caractérise par la prise en charge d'un manque de connaissances et fait appel aux méthodes traditionnelles d'enseignement pour lequel il est facile d'organiser une formation en dehors du travail. Toutefois, malgré leur importance permanente, de telles méthodes ne doivent pas conditionner de façon excessive l'approche totale de la formation qui doit tenir compte d'autres problèmes.

La formation reste également un objectif essentiel de l'entreprise. Répondant au départ à un manque de connaissances, on se rend de plus en plus compte que l'expérience dans le travail est un facteur déterminant dans ce domaine. On vient dès lors chercher à modifier certaines conceptions traditionnelles, comme par exemple les systèmes de rotations dans les fonctions. Les changements dans l'entreprise représentent, depuis longtemps,

---

<sup>33</sup> VATIER Raymond, « *Développement de l'entreprise et promotion des hommes* ». Edition : Entreprises Modernes (EMI), 4<sup>ème</sup> édition, 1985, Paris. Page 34.

l'une des préoccupations constantes du responsable de formation dans l'entreprise. Beaucoup d'auteurs considèrent en effet que les actions de réorganisation et de formation sont étroitement liées. Mais il semble, que l'on a cherché davantage, à travers la formation, à répondre aux conséquences du changement qu'à se préoccuper d'influencer le processus du changement lui-même. Autrement dit, pendant longtemps, on a considéré séparément les changements de structure de l'entreprise et les changements requis chez les individus. De ce fait, on débouchait souvent sur une inefficacité des efforts de formation mis en œuvre.

La formation doit objectivement contribuer à améliorer les capacités, les connaissances et les compétences en rapport avec les responsabilités individuelles. C'est donc essentiellement une question de recyclage. Mais, les responsables de la formation ont peu cherché à adapter les individus à des situations concrètes qui ont évolué au delà de leur compétence. En effet, la formation qui s'attaque aux problèmes posés par un changement de structure est sans doute plus importante que celle qui vise uniquement l'adaptation à une organisation nouvelle. Il s'agit pour le responsable de la formation d'analyser plus sérieusement les problèmes fondamentaux d'organisation qui se posent à l'entreprise, que de chercher à mettre en œuvre une formation de pure routine, correspondant à des problèmes traditionnels.

Les avantages de la formation pour l'organisation et pour l'individu, peuvent être décrits de la manière suivante. Elle entraîne une augmentation des profits ou des attitudes plus favorables vis-à-vis de la recherche du profit. Elle améliore les connaissances et les habiletés nécessaires pour l'emploi, à tous les niveaux de l'organisation. Elle améliore le climat organisationnel. Elle aide plus de personnes à s'identifier aux buts de l'organisation. Elle favorise la création d'une meilleure image de l'organisation. Elle encourage l'authenticité, l'ouverture et la confiance. Elle satisfait les besoins personnels des employés formés et des agents de la formation. Elle offre à l'employé formé des possibilités de croissances personnelles et de maîtrise de son avenir. Elle développe un sentiment de croissance par l'apprentissage. Elle aide l'individu à développer des habiletés à communiquer oralement et par écrit lorsque ces exercices sont requis, ainsi qu'à écouter. Elle aide à éliminer les peurs associées à des tâches nouvelles.

Les avantages de la formation pour l'individu en termes de relations intra-groupes, et intra organisationnelle sont également nombreux. Ils permettent d'améliorer la communication des nouveaux employés et de ceux qui sont mutés ou promus, de générer de l'information sur les programmes d'équité en emploi ou l'égalité des chances. Génère de

l'information sur les lois et règlements gouvernementaux et sur les politiques administratives, d'améliorer les habiletés, d'assurer la viabilité des politiques organisationnelles, des réglementes et des procédures, d'améliorer le climat organisationnel, de développer la cohésion au sein des groupes, de Créer un bon climat pour l'apprentissage, la croissance et la coordination entre les travailleurs au niveau de l'entreprise et de faire de l'organisation un endroit où il fait bon travailler et vivre.

On peut distinguer trois grands courants de pensée concernant la formation : La théorie du capital humain, la théorie du filtre et du signal ainsi que la théorie de la concurrence pour l'emploi.

BECKER Gary en 1964, (prix Nobel 1992), a développé la théorie du capital humain. Ce dernier se définit comme l'ensemble des capacités productives qu'un individu acquiert par l'accumulation de connaissances générales ou spécifiques, de savoir-faire. La notion de capital exprime l'idée que c'est un stock immatériel imputé à une personne pouvant être accumulé, s'user. Il est un choix individuel, un investissement personnel. Comme tout investissement, il s'évalue par la différence entre des dépenses initiales, le coût des dépenses d'éducation et les dépenses complémentaires. Le coût d'opportunité, c'est-à-dire le salaire qu'il recevrait s'il était entré dans la vie active, et ses revenus futurs actualisés. L'individu fait donc un arbitrage entre travailler et suivre une formation qui lui permettra de percevoir des revenus futurs plus élevés qu'aujourd'hui. Est pris en compte aussi le maintien en état de son capital physique (santé, nourriture, etc.). Il optimise ses capacités en évitant qu'elles ne se déprécient trop du fait soit de la dévalorisation de ses connaissances générales et spécifiques ou de la dégradation de sa santé physique et morale. Il investit de façon à augmenter sa productivité future et ses revenus. Comme tous les investissements, l'individu doit faire face à loi des rendements décroissants et au caractère irréversible de ces dépenses.

La théorie du capital humain distingue deux formes possibles de formation : La formation générale et la formation spécifique.

La formation générale acquise dans le système éducatif, élève son transfert et son attachement au travailleur explique le fait qu'elle soit financée par ce dernier car il peut la faire valoir sur l'ensemble du marché du travail. De son côté, la firme n'est nullement encouragée à supporter les coûts de formation d'une personne susceptible de s'en prévaloir dans une autre entreprise prête à mieux le rémunérer et qui pourrait l'inciter à quitter la firme. Pour éviter cela, le financement de l'activité prendra la forme d'une rémunération plus faible

que sa productivité marginale. L'accord entre le travailleur et l'entreprise consiste donc à l'achat par cette dernière de la force de travail d'une part, et à l'achat de formation par le travailleur d'autre part.

La formation spécifique acquise au sein d'une unité de production ou de service, élève la productivité du travailleur au sein de l'entreprise mais pas ou peu en dehors de celle-ci. Dans ce cas, le financement est assuré à la fois par la firme et le travailleur. Pendant la période de formation, le salaire reçu par le travailleur est inférieur à celui qu'il aurait pu recevoir à l'extérieur de l'entreprise. Cette différence mesure sa contribution à la formation spécifique, mais il reste supérieur à sa productivité en valeur nette des coûts économiques de la formation. Cette différence là exprime la contribution de la firme au financement de cette formation. BECKER (1964) pose comme hypothèses que l'éducation augmente le salaire, le marché de travail est homogène et l'information parfaite. Il a suscité les critiques d'autres auteurs qui ont remis en cause la théorie du capital humain dans ses hypothèses.

Pour la théorie du filtre et la théorie du signal, les employeurs peuvent choisir leurs employés selon les attributs de chaque candidat. Les tests empiriques ont montré que la théorie du capital humain explique peu les faits. En particulier, des individus de même niveau obtiennent des gains très différents. La théorie de Becker a été remise en cause à la fois dans son développement et ses hypothèses. La formation, en particulier le diplôme, sert à apporter de l'information sur les qualités des individus (intelligence, capacité de travail...). L'éducation ne sert donc pas à accroître les capacités des individus mais à les identifier afin de pouvoir les filtrer. Le système productif filtre les individus en fonction des qualités qu'il recherche. Des tests à l'embauche pourraient toutefois servir eux aussi de filtres, à un coût inférieur à celui du système éducatif.

La théorie du signal, fondée par Michael SPENCE en 1973, est considérée comme un prolongement au travail de filtre. SPENCE part d'une hypothèse différente de celle de BECKER concernant l'information parfaite sur le marché du travail et considère l'information sur la productivité du travailleur imparfaite dont les employeurs sont considérés en asymétrie d'information vis-à-vis des employés. Ils disposent de données intangibles, comme le niveau de qualification, qui peuvent au contraire être modifiées par les individus à la recherche d'un emploi. Le diplôme constitue donc un signal envoyé aux employeurs potentiels. Il reste aux individus à choisir la formation qui permet d'envoyer le meilleur

signal, soit celle qui offre le plus de possibilités pour trouver un poste de travail, soit le meilleur taux de rendement.

L. THUROW en 1975 a rejeté que la productivité est apportée par les travailleurs<sup>27</sup>. Pour THUROW, deux éléments sont essentiels dans l'entreprise: La capacité d'adaptation du travailleur à la structure de l'entreprise et le degré d'efficacité du travailleur à son poste de travail. Plus le niveau d'instruction du travailleur est élevé plus qu'il offre de meilleures possibilités d'adaptation aux caractéristiques de poste de travail à occuper. Selon cette théorie, il existe deux marchés de travail, l'un interne et l'autre externe où la politique du recrutement peut s'effectuer sur l'un ou l'autre des deux marchés.

### 3.2. L'innovation

L'innovation est un moyen mis en œuvre pour acquérir un avantage compétitif. Elle répond aux besoins du marché. L'innovation permet de créer de nouveaux produits, de développer ou d'améliorer des produits existants, d'optimiser un système de production ou encore d'adopter des technologies nouvelles.

L'innovation se distingue de l'invention dans le sens où sa mise en application induit un changement social, radical ou progressif, et qu'elle a une utilisation effective. Ainsi, le terme d'innovation s'adresse aux inventions qui ont « accédé au stade d'un produit nouveau, effectivement réalisé et économiquement viable, et produit en série plus ou moins limitée.

Les différentes formes d'innovation les plus connus sont : L'innovation de processus concerne essentiellement la mise au point de méthodes d'organisation nouvelles, de méthodes de production ou de distribution nouvelles. L'innovation de rupture modifie complètement les usages d'une technique ou introduit une technologie qui bouleverse les habitudes sociales de façon radicale. (Par exemple, le passage de la disquette au flash disk). L'innovation incrémentale ne bouleverse pas des habitudes sociales. Souvent, elle est déjà installée sous une autre forme (moins perfectionnée). En revanche, elle les modifie ou les améliore un peu, nous pouvons citer le passage du téléphone à fil au téléphone sans fil, celui de la télévision à tube cathodique à l'écran plasma, même utilisation pour un produit amélioré. L'innovation perturbatrice présente des caractéristiques sous performantes par rapport aux besoins du marché mais qui finissent cependant par s'imposer au détriment de la technologie dominante

---

<sup>27</sup> TRAMBLAY Dianne- Gabrielle, Professeur et directrice de la recherche, « *Innovation, management et économie : Comment la théorie économique rend-elle compte de l'innovation dans l'entreprise* », Octobre 2003. Université de Québec.

et concurrente du moment. L'expression grappe d'innovation provient de Schumpeter. Selon lui, lorsqu'une innovation technique ou scientifique apparaît et provoque un bouleversement majeur (par exemple : la vapeur, l'informatique, les circuits, l'Internet, etc.), elle entraîne avec elle d'autres innovations, ses cycles industriels mettent alors en place. Après l'innovation majeure, les entreprises passent en phase d'expansion et de création de biens et d'emplois, puis les innovations chassent les entreprises dépassées qui entrent dans une phase de dépression ainsi que de perte d'emplois. C'est pour cette raison que Schumpeter parle de destruction créatrice.

Nous pouvons distinguer quatre approches économiques d'innovation : l'approche de J. SCHUMPETER, l'approche évolutionniste, l'approche de la diffusion de l'innovation ainsi que l'approche de M. Porter.

J. Schumpeter (1934) considère l'innovation comme génératrice de profit pur, en plus de l'évolution économique et dont l'instigateur est l'entrepreneur. Pour cet auteur, l'entrepreneur est le produit d'un système socio-économique, à savoir les situations créées par ce dernier obligent les individus à adopter tels ou tels comportements. L'entrepreneur schumpétérien réalise de nouvelles combinaisons de moyens de productions qui peuvent prendre diverses formes. En d'autres termes, cet auteur distingue cinq types d'innovation :

1. La fabrication de nouveaux biens, ou d'amélioration de la qualité d'un bien existant;
2. L'introduction d'une nouvelle méthode de production;
3. L'ouverture de nouveaux marchés, en particulier l'exportation;
4. La conquête d'une nouvelle source de produits intermédiaires (matière première ou de produits semi-finis);
5. La réalisation d'une nouvelle forme d'organisation.

Plusieurs critiques ont été adressées à cette théorie. Schumpeter n'analyse pas le conditionnement social des phénomènes économiques et ne tient pas compte des institutions. La vision schumpétérienne ne voit dans l'entreprise ou la production qu'une simple combinaison de facteurs. Schumpeter n'a pas développé le sujet des rapports de pouvoir qui peuvent exister dans l'entreprise entre l'exploitant- l'entrepreneur-innovateur. La vision de Schumpeter est axée sur l'innovation dans les nouvelles entreprises. Le champ d'application de la théorie d'innovation de Schumpeter est limité et restreint au champ du capitalisme concurrentiel.

Selon l'analyse évolutionniste, l'innovation n'est pas seulement centrée sur la dimension micro-économique mais traite aussi de la dimension macro économique, à savoir la contribution de l'innovation dans la croissance économique, le processus de diffusion de l'innovation d'un secteur à l'autre.

L'analyse économique orthodoxe voit l'innovation ou le changement technologie comme une boîte noire. Parmi les évolutionnistes les plus célèbres, on trouve C. FREEMAN (1982) et G. DOSI (1988) considèrent l'innovation comme un processus, comme le cœur de la dynamique technologique ainsi que comme une dynamique économique globale par son effet sur les phénomènes de la croissance.

Pour Schumpeter, les petites et moyennes entreprises étaient le lieu d'innovation alors que la concentration du capital aurait au fil des années amènes la domination des grandes entreprises. Mais, chez les évolutionnistes, les deux types d'entreprises (PME et grandes entreprises) ne se succèdent pas dans le temps mais peuvent au contraire coexister. Cela nous semble correspondre à la réalité actuelle et ce sont les PME et les grandes entreprises qui dominant le processus d'innovation.

Dans l'analyse évolutionniste, l'innovation est également vue comme un processus social, qui se rattache aux technologies ou systèmes techniques. Le processus d'innovation technologique est ainsi incertain et l'entreprise opère à l'interface entre les divers éléments. Elle effectue alors des médiations, des choix dans le cadre de cet ensemble et des faits sociaux dans lequel elle s'inscrit.

Une autre caractéristique fondamentale de la vision évolutionniste est qu'elle est considérée comme le premier aspect pour lequel l'analyse évolutionniste est reconnue. Elle considère l'innovation comme un processus d'apprentissage ou un processus cognitif. Ils ont traité l'innovation comme processus cognitif qui renvoi à des ajustements, des évolutions au sein de l'organisation innovante. Ce processus permettait aussi de choisir les meilleures stratégies, en fait celles qu'elles jugent les plus satisfaisantes en fonction de leurs objectifs.

Enfin, la vision évolutionniste voit l'innovation comme un processus interactif très complexe entre la recherche scientifique et les différentes dimensions. L'innovation, les ingénieurs de la recherche et développement sont en étroite relation avec les ouvriers, le personnel de marketing et de production notamment, à cause de l'importance du rôle des acteurs qui apprennent dans le cadre du processus d'innovation, contrairement à la vision orthodoxe qui voit l'innovation comme un modèle linéaire et séquentiel.

La théorie de la diffusion de l'innovation proposée en 1962 par ROGERS. E a été appliquée autant sur le plan individuel que sur le plan organisationnel. Bien que ne concernant pas uniquement les technologies informatiques, elle offre un cadre conceptuel au concept d'acceptabilité car son but est d'expliquer comment une innovation technologique évolue du stade d'invention à celui d'utilisation élargie. Selon ROGERS (1995), il existerait cinq éléments qui détermineraient l'adoption ou la diffusion d'une nouvelle technologie :

1. L'avantage relatif est le degré auquel une innovation est perçue comme étant meilleure que celles qui existent déjà. Il n'est pas nécessaire que cette innovation possède beaucoup plus d'avantages que les autres mais ce qui est important, c'est que l'individu la perçoive comme étant avantageuse ;
2. La compatibilité est une mesure du degré, auquel une innovation est perçue comme étant consistante avec les valeurs existantes, les expériences passées, les pratiques sociales et les normes des utilisateurs. Une idée qui serait incompatible avec les valeurs et normes actuelles prendrait plus de temps à être adoptée qu'une innovation compatible. De même, dans certains cas, l'adoption d'une innovation compatible, nécessitera l'adoption au préalable d'un nouveau système de valeur ce qui peut prendre un temps considérable ;
3. La complexité est une mesure du degré auquel une innovation est perçue comme étant difficile à comprendre et à utiliser. Les nouvelles idées qui sont simples à comprendre vont être adoptées beaucoup plus rapidement que d'autres qui nécessitent de développer de nouvelles compétences avant de pouvoir les comprendre ;
4. La testabilité consiste en la possibilité de tester une innovation et de la modifier avant de s'engager à l'utiliser. L'opportunité de tester une innovation va permettre aux éventuels utilisateurs d'avoir plus de confiance dans le produit car il aura eu la possibilité d'apprendre à l'utiliser ;
5. L'observabilité est le degré auquel les résultats et bénéfices d'une innovation sont clairs. Plus les résultats de l'adoption de l'innovation seront clairs et plus les individus l'adopteront facilement.

Par ailleurs, TORNATZKY et KLEIN (1982) ont réalisé une méta-analyse de la littérature portant sur la théorie de la diffusion de l'innovation. Ils ont démontré que trois de ces cinq caractéristiques influençaient davantage l'adoption d'une innovation. En effet, la compatibilité et les avantages relatifs seraient positivement liés à l'adoption tandis que la complexité y serait négativement liée.

L'innovation, vue sous l'angle du management stratégique, est considérée comme une réponse d'adaptation à un environnement concurrentiel. M. PORTER considère l'innovation comme le résultat de développement des ressources et des compétences interne à la firme. Il construit un modèle explicatif où les choix stratégiques sont souvent déterminés par l'environnement externe. L'innovation y est présentée comme un choix stratégique que l'entreprise (dans un secteur donné) peut privilégier en fonction de la perception des forces concurrentielles qui s'exercent sur elle. Selon cette approche, les entreprises acquièrent et conservent un avantage concurrentiel en raison de leur capacité à constamment innover et améliorer ce qui est à l'origine de cet avantage concurrentiel. Selon PORTER, l'innovation peut être considérée comme une stratégie.

Nous avons traité au niveau de ce chapitre, les concepts de l'économie de connaissances, de l'entrepreneuriat, de l'innovation ainsi que de la formation, parce que ce sont les domaines d'échange les plus connus entre l'université et le monde d'entreprise, cela ne veut pas dire qu'ils sont les seules théories économiques issues de cette relation mais il y a d'autres théories comme celles de la propriété intellectuelle, la diffusion des résultats, la théorie de convention, la théorie de contrat, etc. Même les théoriciens que nous avons cités ne sont pas les seuls à traiter des notions de l'entrepreneuriat, de l'innovation et de la formation.

# **Chapitre III**

## **La mobilisation du partenariat Université - Entreprise**

## **Chapitre III : La mobilisation du partenariat Université-Entreprise**

---

Le partenariat Université-Entreprise, extrêmement important, est un passage obligatoire dans le contexte actuel marqué par les mutations économiques que connaît le monde actuellement. Il est plus que nécessaire si on veut s'adapter aux nouvelles exigences et présenter un produit de qualité. Il s'agit d'un moyen parmi d'autres pour faciliter l'atteinte de certains objectifs éducatifs liés à la mission de l'université. Ce partenariat demeure faible, parfois inexistant dans les pays en voie de développement et particulièrement en Algérie.

On va tout au long du présent chapitre mettre en relief la nécessité du partenariat entre l'université et l'entreprise, le contenu ainsi que les avantages de l'action partenariale et enfin les réformes économiques des entreprises et de l'université et la réalité du partenariat Université-Entreprise en Algérie.

### **1. Nécessité du partenariat entre l'université et l'entreprise, ses principes et ses conditions d'efficacité**

Le partenariat entre l'université et l'entreprise n'est pas une finalité en soi. Il s'agit plutôt d'un moyen parmi d'autres pour faciliter l'atteinte de certains objectifs éducatifs liés à la mission de l'université et de certains objectifs productifs liés à la mission de l'entreprise. A ce stade, nous avons jugé utile de présenter, au niveau de cette section, la nécessité de ce partenariat pour chaque institution.

Le partenariat entre l'université et l'entreprise est une collaboration nécessaire sous des formes variées entre les deux entités. Multiples relations se tissent entre l'université et les entreprise : définition d'objectifs de formation, interventions sous forme de cours, séminaires, conférences, contrats d'apprentissage et de professionnalisation, accueil d'étudiants lors des stages, participation aux jurys de diplômes, sans oublier les multiples partenariats construits dans le domaine de la recherche et de la valorisation. Ainsi l'université et l'entreprise contribuent en synergie et complémentarité à la professionnalisation tout au long de la vie des acteurs actuels et futurs qui participent au développement culturel, social et économique des territoires.

Une telle coopération a connu un développement très rapide dans les pays développés, par la mise en place de projets communs entre les deux types d'institutions. Cette collaboration est nécessaire aussi bien pour l'université que pour l'entreprise.

Une multitude de facteurs a conduit en faveur de l'ouverture de l'université sur son environnement. L'université n'est plus une cellule inviolable réservée aux jeunes élites. A ce niveau, les mobilités suivantes sont envisageables :

- La privatisation accrue de l'enseignement supérieur qui est accompagnée d'une ouverture de plus en plus orientée vers le marché;
- L'existence d'une volonté insistante des pouvoirs politiques à nouer des relations entre l'université et l'industrie;
- La nécessité d'assurer à leurs diplômés une insertion professionnelle de qualité et donc d'adapter les formations aux besoins économiques. L'université est amenée à rechercher le contact avec les entreprises pour mieux connaître leurs attentes.

Pour les entreprises, les chefs d'entreprises sont souvent prudents vis-à-vis du partenariat. Toutefois, certains motifs les poussent à adopter une démarche partenariale constructive :

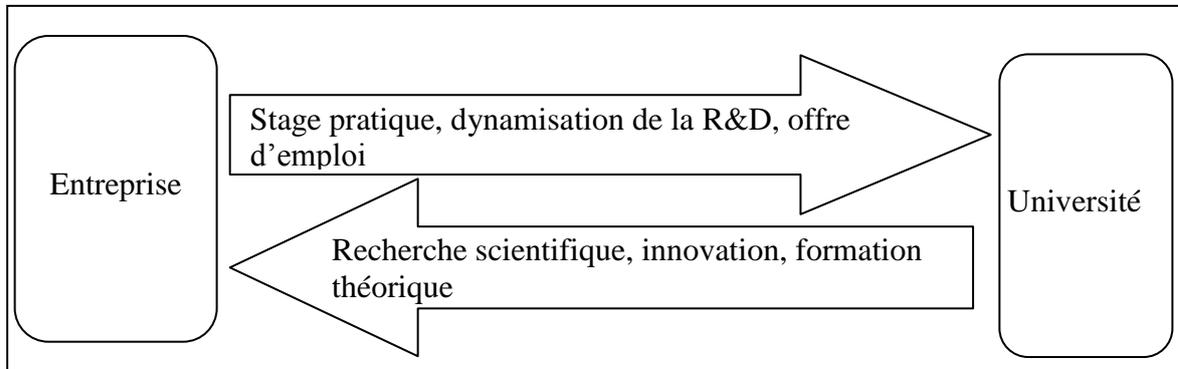
- L'internationalisation croissante des économies;
- Les entreprises évoluent de plus en plus dans des environnements où les avancées technologiques et l'innovation sont des facteurs essentiels pour l'obtention d'avantage concurrentiels;
- le risque croissant découlant des incertitudes technologiques et scientifiques;
- les compressions des ressources expertes conduisant à une concurrence très vive sur les marchés.

Cette situation impose aux entreprises de connaître les résultats les plus récents de la recherche, d'innover en permanence et de disposer de ressources humaines mieux qualifiées. L'entreprise ne trouvera de tels soutiens que si elle collabore avec les compétences universitaires qui sont en mesure d'apporter des solutions radicales aux problèmes relatifs à la concurrence, au cycle de production, à la commercialisation de ses produits, à l'intégration des nouvelles technologies, etc.

D'après les lectures que nous avons faites sur la nature de la relation entre l'université et l'entreprise, nous avons essayé de construire un schéma explicatif de la nature des domaines de cette relation.

Les deux figures n° 06 et n° 07 représentent les domaines les plus importants dans les échanges entre le monde universitaire et le monde industriel.

**Figure n° 06 :** Récapitulation des domaines d'échange Université-Entreprises.

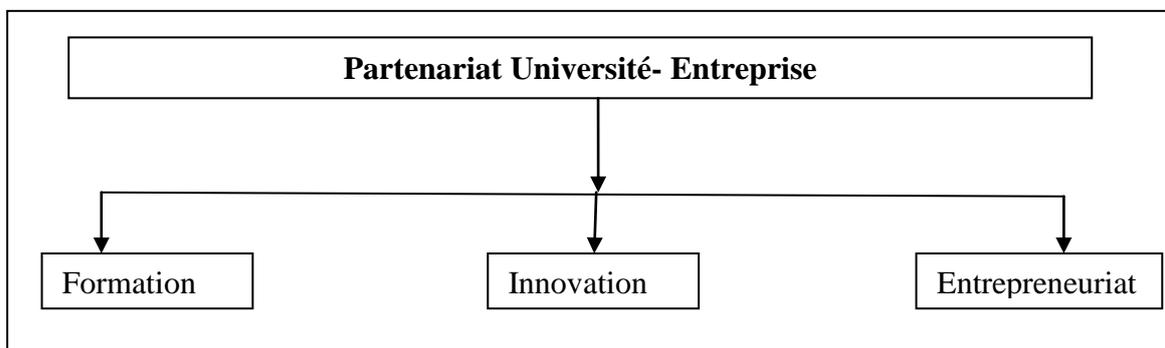


Source : Réalisé par nous mêmes

L'université fournit à l'entreprise des recherches scientifiques, des innovations et des formations du personnel. L'entreprise de son côté fournit des stages pratiques pour les acteurs de l'université, la dynamisation de la R&D et de l'emploi pour les diplômés de l'université.

Pour être bien précis, nous avons récapitulé dans la figure n° 07 l'ensemble des domaines d'échange entre l'université et l'entreprise en trois grands domaines : en termes d'innovation, en termes de formation et en termes de création des entreprises.

**Figure n° 07:** Récapitulation de la nature des domaines du partenariat université-entreprises d'une manière générale



Source : Réalisé par nous-mêmes.

Cette figure récapitule d'une manière générale, la nature des domaines du partenariat Université-Entreprise. On peut résumer les apports des entreprises en matière de formation au profit de l'université à deux niveaux d'abord à travers les stages que les

étudiants sont appelés à effectuer en entreprise, ensuite, par le biais de l'intervention directe des cadres d'entreprise dans la formation à l'université. Nous avons :

1. Le placement des stagiaires dans l'entreprise : La formation actuelle révèle l'absence de la dimension pratique indispensable à la préparation de l'entrée dans la vie professionnelle. Ce handicap que connaissent pratiquement toutes les filières de formation assurées par l'université algérienne, provient aussi bien du caractère très théorique des programmes que des difficultés pour l'étudiant de bénéficier de stages efficaces dans le milieu du travail. Les conséquences sur les diplômés universitaires sont de deux ordres : D'abord une réelle inadaptation lors de leur entrée dans la vie active ainsi qu'une phase de maturation plus longue (inadéquation formation-emploi). Ensuite et par incidence une plus grande réticence des entreprises à procéder à leur recrutement (d'où un chômage en hausse des diplômés universitaires). Ce qui précède milite donc en faveur de l'octroi d'un complément pratique à la formation, lequel ne peut naturellement être assuré que par l'entreprise. Cette formation complémentaire passe notamment par le placement des étudiants des cycles courts, en stage pratique dans l'entreprise, étant entendu que cette formation ne soit plus une simple panacée. Le rôle prépondérant des cadres d'entreprise dans l'encadrement de ces rapports de stage est indéniable, dans la mesure où cela permet d'inscrire les thèmes abordés par les étudiants dans les préoccupations concrètes des responsables.

2. L'intervention directe dans la formation universitaire : On peut envisager un autre mode plus directe d'intervention des praticiens d'entreprise dans la formation universitaire. Cette intervention prendrait deux formes : D'abord la forme de séminaires et autres travaux pratiques de graduation, la formule actuelle des "enseignants-associés" représentés en principe par des praticiens, peut être affinée et généralisée. Ensuite, la forme d'une participation active à l'encadrement des mémoires de graduation, voire de post-graduation, formule qui constituerait un véritable trait d'union entre le monde de la recherche universitaire et les préoccupations concrètes des entreprises.

Cependant pour que les deux types d'intervention soient réalisables, il faut créer les conditions sinon d'une collaboration étroite entre les cadres d'entreprise et les enseignants universitaires du moins d'une contribution effective des premiers dans la formulation des programmes et la définition des profils de formation.

On peut aussi résumer les apports de l'université au profit de l'entreprise. L'université de son côté est potentiellement capable de fournir en matière de formation deux types de services :

1. Le perfectionnement et recyclage des cadres et autres personnels de l'entreprise : La multiplication, ces dernières années, de formations ciblées de cadre d'entreprise par des écoles de statut privé, indique qu'il existe aujourd'hui un créneau porteur en matière de formation dans lequel l'université peut largement s'investir. Qu'il s'agisse de formation en management, en marketing, en gestion des ressources humaines, en droit des affaires, etc. Les besoins potentiels sont énormes. Par ailleurs ce type de formation peut également concerner les cadres moyens d'entreprise en vue de leur recyclage ou perfectionnement dans les profils pointus tels l'informatique, les assurances, la banque, le droit douanier, la fiscalité, etc.

2. Formation des cadres maitrise et les cadres moyens de l'entreprises : La formation anarchique actuelle en matière de cycles courts a montré ses limites : inadéquation flagrante de cette formation avec les besoins qui s'expriment sur le marché du travail. Les raisons de cette inadéquation consistent principalement dans l'absence de concertations en matière de définition des profils et programmes, entre les universités et le secteur utilisateur. A l'heure actuelle, la nature des filières (notamment de cycles court) à domicilier dans telle ou telle structure de formation et l'importance des effectifs à former, sont des choix qui relèvent moins de raisons objectives aux exigences du marché local du travail, que de considérations d'ordre tactique, interne à la structure universitaire. En effet, ces choix s'opèrent souvent en fonction du profil dominant dans le corps enseignant, de l'importance des disponibilités en places pédagogiques, des moyens logistiques existants, ensemble de critères qui sont sans rapport avec les besoins réels des entreprises de la région. Dans le cadre d'une concertation réelle avec le secteur utilisateur l'on pourra dépasser les contraintes du moment : en réalisant une meilleure adéquation formation-emploi dans l'intérêt bien compris de l'entreprise, et en contribuant à réduire les effectifs de jeunes chômeurs par les formations bien ciblées.

En termes d'innovation, les universités jouent un rôle très important dans ce domaine. Les universités jouent un rôle majeur dans la formation d'une main-d'œuvre hautement qualifiée au niveau des entreprises. Elles contribuent de façon importante à la recherche fondamentale et appliquée, créant un savoir qui peut mener à des percées et même à l'établissement de nouvelles industries. Ciblant les problèmes technologiques,

économiques ou humains inhérents à la société contemporaine. Aujourd'hui on trouve les entreprises se tournent de plus en plus vers ces institutions de recherche, c'est-à-dire les universités, les institutions d'enseignement technique, les laboratoires et les centres de transfert technologique, pour y puiser les connaissances et la main d'œuvre nécessaires au développement de nouveaux produits et procédés qui, à leur tour, permettent d'être plus compétitif. De la même façon, les institutions de recherche intensifient leurs collaborations avec le milieu industriel afin d'obtenir des ressources financières supplémentaires dans une conjoncture où le financement public de la recherche stagne. Dans ce nouveau contexte, les notions de partenariat et d'interaction entre les acteurs de la recherche, de l'industrie et de l'innovation technologique prennent une importance centrale dans les travaux des chercheurs qui s'intéressent à l'innovation. Pour ceux-ci, les relations qui se nouent entre ces acteurs tiennent souvent le rôle de variable explicative pour rendre compte des caractéristiques de l'innovation technologique et des succès ou des échecs d'une société en cette matière. À un autre niveau, l'étude des relations entre l'université et les entreprises en termes d'innovation s'avère intéressante dans la mesure où elles peuvent avoir un effet sur la nature même des institutions impliquées, institutions qui retiennent d'ailleurs depuis fort longtemps l'attention des chercheurs.

En dernier lieu, et en termes d'entrepreneuriat, l'université forme des cadres prêts pour faire face aux changements incertains de l'environnement actuel qui se caractérise par une concurrence avère et une grande fréquence d'innovation et un grand changement technologie. Pour cela, on peut dire que l'université est un élément vecteur pour la réussite de l'entrepreneuriat par la fourniture des formations théoriques et pratiques dans le domaine. L'université forme des cadres ayant un goût d'entreprendre, en les initiant à la création d'entreprises et plus généralement la création d'activité. T. VERSTREATE et B. SABARTA (2006) ont considéré l'entrepreneur chercheur comme le vrai réalisateur du succès et la survie de l'entreprise, en reposant essentiellement sur six dimensions<sup>28</sup> très importantes telles que: la bonne gestion de ses ressources ainsi que sa vision stratégique, toute en prenant en considération son positionnement sur le marché, sa méthode de planification organisationnelle, les qualifications et compétences techniques, les réseaux d'information et de communication demeurant très évolutives, l'esprit de coopération et de cohésion du groupe et la solidarité autour des objectifs de l'entreprise.

---

<sup>28</sup> CHOUAIB. B et BOUZIDI. S, « *L'entrepreneuriat et le développement économique, cas des PME wilaya de Tlemcen* ». Colloque international « *L'entrepreneuriat et l'innovation dans les pays en voie de développement* », Khemis Miliana, Le 13 et 14 Novembre 2007.

Un entrepreneur chercheur est conscient de la place de l'université dans la recherche et le développement, dans une économie de marché et une mondialisation inévitable. Il reste que l'environnement actuel des universitaires (forums, stages proposés, conférenciers, professeurs praticiens, etc.) et la nature des cours poussent encore massivement les étudiants vers une carrière type, celle de cadre. Les besoins en ingénieurs des PME, ainsi que pour la création d'une entreprise sont donc soumis à une très forte concurrence. Par contre, un entrepreneur non diplômé n'a aucune vision stratégique ni en termes concurrentielles ni en termes stratégiques. Bien que bien avant, la création d'entreprises fût réservée à des personnes de profil très particulier dont une bonne fraction n'avait pas de diplômes d'enseignement supérieur<sup>29</sup>, cela a été dans une économie où l'offre a été supérieure à la demande, dans un environnement certain et la concurrence parfaite.

La mise en place d'un partenariat Université-Entreprises sous ses différentes formes est très importante. Pour que ce partenariat réussisse, il doit être fondé sur des principes qui peuvent se résumer comme suit:

1. Le principe d'intérêt mutuel est le principe moteur de la relation partenariale. Le partenariat n'est possible que si chaque partenaire soit l'université ou bien l'entreprise trouve ses avantages respectifs et satisfaisants.
2. Le principe d'égalité. La relation entre les partenaires est de type égal à égal et non hiérarchique, c'est à dire que ni l'entreprise est responsable sur l'université, ni l'université est responsable sur l'entreprise.
3. Principe d'autonomie. Les différents partenaires demeurent libres dans leurs actions.
4. Principe de coopération. La relation partenariale s'inscrit dans un projet partagé entre les deux parties prenantes et celui-ci n'a de sens que s'il y a entraide et échanges significatifs entre les partenaires.
5. Principe d'évolution. Le partenariat université-entreprise s'inscrit au sein d'un espace-temps limité nécessitant une évaluation continue dont la résultante peut se traduire par des changements ou une cessation de l'entente de coopération. Cette évaluation continue sera suivie par les deux partenaires.

---

<sup>29</sup> BERANGER. J, CHABBAL. R et DAMBRINE. F, « *La formation entrepreneuriale des ingénieurs* ». Rapport de Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, Octobre 1998. France. Page 13- 17

Les principales conditions d'un partenariat que les deux parties prenantes soit l'université ou bien l'entreprise, doivent suivre sont la promotion des enseignements, l'encouragement aux études orientées vers les applications pratiques, le perfectionnement du corps enseignant par les relations avec les entreprises, le domaine de la formation continue, l'utilisation des laboratoires de recherche et les services de recherche et d'information.

La promotion des enseignements consiste à adapter l'enseignement aux besoins d'une économie en voie d'industrialisation. Il s'agit essentiellement de concilier des objectifs qui semblent parfois contradictoires, ceux de l'université et ceux de l'industrie. L'encouragement aux études orientées vers les applications pratiques est essentiel pour l'application des connaissances techniques ainsi que leurs acquisitions. Il faut associer l'expérience réelle à l'enseignement théorique et ceci nécessite une liaison entre université et entreprise.

Le perfectionnement du corps enseignant par les relations avec les entreprises contribué efficacement pour détacher temporairement des enseignants dans les entreprises, réviser les critères d'avancement de manière à récompenser non seulement l'érudition, mais aussi la collaboration efficace avec les entreprises et envoyer les enseignants à l'étranger, non seulement pour y compléter leurs études universitaires, mais aussi pour y acquérir méthodiquement une expérience pratique.

Le domaine de la formation continue offre un terrain fertile à la collaboration Université-Entreprise et une mise à jour des connaissances et des aptitudes des gens dont les études. Lorsque le corps enseignant est suffisamment qualifié, il peut établir des programmes de formation destinés aux entreprises ou à des groupes de sociétés.

Les laboratoires de recherche et les bibliothèques peuvent améliorer leur utilisation et faire bénéficier les deux parties des avantages qui peuvent en découler.

Dans les pays en voie de développement, l'université constitue l'une des rares ressources valables dans le domaine car les services de recherche-développement des entreprises n'ont que des possibilités limitées. Le rôle que peut jouer une action partenariale entre l'université et l'entreprise dans ce domaine est évident.

## 2. Types et avantages d'un partenariat Université-Entreprise

Le partenariat Université-Entreprise peut prendre plusieurs formes. Quelque soit la forme de ce partenariat, il est avantageux pour l'université, pour l'entreprise et pour la société dans son ensemble. Il a des limites d'application aussi.

L'initiative d'établir un partenariat provient soit de l'université ou des entreprises et, quelque soit l'initiateur, il est toujours nécessaire d'établir un mécanisme de communication.

Les besoins des entreprises sont très variés. Qu'ils s'agissent d'une multinationale, de grandes ou petites entreprises, elles expriment toutes leurs besoins en formation, en recherche, en développement et tout autre service du milieu universitaire. La nature du partenariat et l'équilibre des rôles varieront selon la taille et la nature des entreprises et du prestige des universités.

Les relations partenariales Université-Entreprise peuvent être classées en cinq formes principales qui peuvent par la suite prendre diverses formes envisageables, en partant des plus ponctuelles et limitées en temps à celles ayant un caractère durable. Ces formes sont notamment les suivantes:

1. Services de consultation. D'une part, la prise de contact est discrète et discontinue en temps. D'autre part, l'expérience montre que les missions de consultation ont fait naître de nouvelles idées et de nouveaux projets de recherche.
2. La formation. Allant d'un simple échange d'avis sur le contenu des programmes d'enseignements, l'action commune en formation peut avoir diverses formes en termes de formation initiale, de formation continue, de formation en alternance et de parrainage.
3. La recherche-développement. Sous cette forme, la recherche universitaire est essentiellement fondamentale servant à alimenter le contenu en savoir des programmes pédagogiques. A l'heure actuelle, des formes de recherches collectives interdisciplinaires se construisent et sont de plus en plus valorisées par des organismes extra universitaires.
4. La création d'entreprise. Considérée comme un moyen pour valoriser la recherche universitaire, la création d'entreprises constitue un facteur de croissance économique et de générateur d'emploi. De ce fait, plusieurs établissements d'enseignement supérieur ont choisi d'abriter pour une période limitée des entreprises industrielles.
5. Le transfert de technologie. Diverses définitions ont été avancées à la notion du transfert de technologie, dont celle de BELL et SADLAK (1992) présentant le transfert de

technologie comme étant un mouvement d'idées et d'innovations, qui va des laboratoires universitaires et des centres de recherche vers le secteur industriel et de là vers le marché.

A travers cette définition, on peut dire que le transfert de technologie peut s'entendre comme toute propagation ponctuelle de techniques nouvelles. Dans le contexte actuel, le transfert englobe toutes les activités qui visent à assurer la diffusion d'idées, d'informations, de connaissances et d'inventions entre établissements d'enseignement supérieur et le tissu industriel.

Il est essentiel de bien préparer un accord de partenariat. Mais pour le réussir, quelques étapes importantes doivent être suivies, à savoir :

- Identifier les partenaires potentiels. Les universités et les entreprises ont à leur disposition des sources pour identifier un partenaire potentiel. Le choix peut être influencé par des aspects géographiques et le partenariat pouvant être international, national ou local.
- Les universités dont le marketing n'est pas nécessairement très développé doivent traduire leur projet de recherche avec une visibilité maximale pour le secteur professionnel qu'elles souhaitent contacter;
- 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 que les intérêts et les objectifs de chacun puissent être abordés en détail très rapidement;
- L'entreprise doit bien définir sa stratégie en matière de Recherche-Développement et évaluer la capacité de l'université de comprendre et de mener à bien le projet de recherche, dans les délais exigés;
- L'université doit évaluer la capacité de l'entreprise de partager l'information et de soutenir l'effort de recherche et l'éventuelle exploitation des résultats;

Quelle que soit la nature des projets, ils ne peuvent véritablement réussir qu'en s'appuyant sur un travail en partenariat. Celui-ci est considéré comme porteur d'une efficacité supérieure (effet de synergie) et peut procurer des avantages multiples pour les deux parties prenantes et pour la société dans son ensemble.

Le partenariat avec l'entreprise peut apporter à l'université la possibilité d'évaluer les besoins de l'économie et de développer en conséquence les activités universitaires, la possibilité de placer les étudiants dans les entreprises et de compléter l'enseignement théorique par une expérience pratique, la participation des entreprises à l'élaboration des programmes pédagogiques, qui va permettre de les adapter aux conditions locales, la qualification du personnel en donnant aux universitaires l'occasion d'acquérir une expérience pratique, l'accès aux entreprises pour la recherche tant fondamentale qu'appliquée, la stimulation d'avancement des recherches et développements à l'université et un lieu d'emploi pour les étudiants sortants.

Les avantages offerts à l'entreprise ne sont pas moins concrets et comprennent entre autres, un recrutement en diplômés plus qualifiés et mieux adaptés du fait que l'on aura tenu compte des besoins de l'industrie, un accès à toute une série de dispositifs de formations complémentaires dispensées par l'université, un accès aux installations matérielles des universités et aux compétences de son personnel, un accès aux archives de recherche, de consultation et d'information de l'université et une amélioration de son image de marque dans la société où elle fonctionne et qui va attirer plus d'étudiants dans le secteur industriel.

L'économie dans son ensemble bénéficie de la collaboration Université-Entreprise grâce à l'amélioration du rendement des investissements dans l'enseignement supérieur, l'efficacité accrue de la contribution apportée par l'enseignement au développement économique, une meilleure utilisation des ressources humaines et matérielles, une diminution des tensions sociales et politiques qui accompagnent le chômage des diplômés.

En outre, une action partenariale Université-Entreprise, à travers la balise des stages, est génératrice d'avantages non moins importants aux étudiants. Elle facilite leur orientation professionnelle par une meilleure connaissance de la vie des entreprises dans sa dimension économique et humaine, son organisation, ses métiers et leurs évolutions. Elle acquiert une plus grande lisibilité des attentes des entreprises, des opportunités offertes et des débouchés proposés. Elle favorise leur insertion professionnelle en optimisant la qualité des processus de professionnalisation et d'intégration.

L'importance des avantages du partenariat est telle que nous sommes amenés, à nous demander pourquoi il ne se réalise pas plus souvent. La raison en est que la

coopération dans ce domaine se heurte à divers obstacles caractéristiques qu'il faut délibérément surmonter.

Les universités ont souvent leurs propres préoccupations principales: financement, recrutement, augmentation rapide des étudiants. Certains universitaires ont parfois peu d'expérience pratique et sont souvent opposés aux milieux d'affaires. Les règlements universitaires et certaines conventions rigides peuvent décourager le personnel de collaborer avec les entreprises

Les entreprises ont, elles aussi, leurs préoccupations principales, crises des affaires, ventes, contrôle des changes, réglementations officielles...etc., qui risquent de leur faire négliger ces objectifs à long terme que sont le perfectionnement de la gestion, de la recherche et de la formation. Quelques propriétaires des entreprises qui n'ont pas fait d'études supérieures ont parfois une position anti l'universitaire. Les chefs de petites entreprises ne se rendent pas compte de son importance et se disent parfois qu'ils n'ont pas les moyens de consacrer du temps et de l'argent à son perfectionnement, c'est-à-dire un problème de financement.

Ces obstacles sont risqués, mais la création d'un comité consultatif Université-Entreprise aidera à résoudre ces problèmes. Lorsqu'on n'y touche pas, les obstacles à la coopération subsistent, et se renforcent même à mesure que l'université et l'entreprise prennent des voies divergentes à la recherche de leurs objectifs propres.

Si on veut établir une liaison efficace, il faut élaborer une stratégie consciente qui repose essentiellement sur l'engagement mutuel et les activités communes. Sans cela, les comités, les associations et les fondations ne servent pas à grand-chose.

L'initiative de réunir les deux parties peut émaner de l'université, de l'entreprise, de l'Etat ou d'un organisme international. En tout cas, de nombreux contacts officieux sont nécessaires avant qu'on puisse monter le mécanisme des conversations. Il est probable qu'un engagement véritable puisse être obtenu si on essaie de mettre sur pied immédiatement un vaste programme de collaboration. Il a plus de chance de résulter d'activités communes dans des domaines limités qui deviendront ensuite des liaisons plus complètes.

### **3. Les réformes économiques des entreprises et de l'université et la réalité du partenariat Université-Entreprise en Algérie**

Au niveau de cette section, on va traiter la nature du partenariat entre le monde universitaire et les entreprises Algériennes. Nous commençons par un petit aperçu sur les grandes réformes des entreprises et de l'université Algériennes, puis le partenariat Université-Entreprise en Algérie.

L'Algérie a connu une mutation économique très importante en raison du passage de l'économie administrée à l'économie de marché à partir de la fin des années 80. C'est dans un contexte politico-économique très difficile, caractérisé par une instabilité institutionnelle, le choc pétrolier qui a annihilé la principale source de financement extérieur de l'industrialisation et une crise sécuritaire grave qu'une série de réformes (encore inachevées) ont permis au secteur privé de voir la lumière. Sitôt né, le jeune secteur privé doit évoluer dans un cadre institutionnel instable, et en même temps faire face au phénomène de mondialisation qui le menace sérieusement. Cette période est constituée une phase charnière pour les réformes économiques en Algérie. Le principal changement qui y est apporté concerne le mode de régulation de l'économie nationale<sup>30</sup>. C'est une période de la planification centralisée où la croissance et le fonctionnement de l'entreprise publique faisaient l'objet de décisions volontaristes, actuellement, ce sont les mécanismes de marché qui devraient sinon prédominer, du moins agir. Ces réformes mises en œuvre s'inscrivent en grande partie dans le cadre du programme d'ajustement structurel adopté par l'Algérie en concertation avec le FMI et la Banque Mondiale.

Deux grandes périodes des réformes, depuis la fin des années quatre-vingt, celle de 1988- 1995 et celle de 1995-2001. Nous intéressons dans notre cas à l'impact de ces réformes sur les entreprises Algériennes et sur l'enseignement supérieur, car une économie compétitive doit reposer sur une entreprise libre disposant des moyens humains de bonne qualité.

Dans les années quatre-vingt, l'entreprise Algérienne souffre de l'inefficacité des investissements. A ce moment, les entreprises n'arrivent pas à financer les investissements et l'Etat n'a pas maîtrisé la situation ni sur son plan de production et ni sur plan stratégique, encore les entreprises Algériennes sont tenues de se mettre à niveau assez rapidement pour pouvoir affronter la concurrence et assurer sa pérennité. En effet, les unités de production ne prennent aucune initiative dans la décision de produire. Tout était prévu par le plan annuel

---

<sup>30</sup> BIA. C, « *Les réformes monétaires et financières et leur impact sur l'entreprise algérienne* ». Revue d'Economie et Statistiques Appliquées, l'I.N.P.S, Mai 2006. Page 08.

comme les prix de production et de consommation fixés a priori par les pouvoirs publics ne reflètent pas la notion de rareté des ressources.

Ces réformes ont porté sur la restructuration organique et financière qui furent, selon certains auteurs<sup>31</sup>, la déstabilisatrices pour les entreprises publiques. La restructuration organique a contribué cependant à altérer des dynamiques au niveau des équipes de gestionnaires s'occupant surtout des projets et qui ont pu acquérir une expérience riche dans certains domaines technologiques. La restructuration organique a comme principal objectif la recherche de la qualité et la flexibilité dans la gestion. Cette dernière consistait à un découpage des sociétés d'Etat, une déconcentration régionale avec la création de sièges des nouvelles Sociétés Nationales dans certaines wilayas, un contrôle et une rationalisation des effectifs notamment d'encadrement. La restructuration financière était initiée à partir de 1982 parallèlement à la restructuration organique. Elle a prévu notamment pour la consolidation des dettes à court terme (découvert bancaire) et l'injection de fonds (plan de financement).

D'après la loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 relative à l'orientation des entreprises publiques économiques a entraîné des modifications dans la forme juridique des entreprises « *la transformation du statut juridique des entreprises d'Etat et leur soumission aux règles du droit privé est un préalable nécessaire à leur restructuration et à leur privatisation, car cette transformation contribue à expliciter et préciser les droits de propriété sur les actifs publics* »<sup>32</sup>. Cette loi, les Sociétés Nationales deviennent des entreprises publiques économiques (EPE), sociétés par actions (SPA) et les entreprises locales se transforment en entreprises publiques locales (EPL). Au même temps il y a eu la création des Fonds de Participation (FP) en tant qu'agents fiduciaires de l'Etat, sous l'autorité du Conseil National des Participations de l'Etat (CNPE). Un code des investissements libérant les initiatives a été mis en place pour la première fois en Algérie en 1993. En 1995, enfin, ont été prises deux ordonnances, l'une relative à la privatisation, l'autre à la gestion des capitaux marchands de l'Etat. Nous sommes ainsi passés en quelques années d'un modèle dirigiste, essentiellement d'Etat, à un modèle d'économie de marché. En 1994 un accord stand-by été signé entre l'Algérie et le FMI en avril 1994 ont touché les domaines de l'organisation du système monétaire et bancaire grâce à la mise en œuvre de la loi n° 90-10 sur la monnaie et le crédit, l'adoption de la banque d'Algérie a la

---

<sup>31</sup> BENISSAD .H, « *Les réformes économiques ou l'indicible ajustement structurel* ». 2<sup>ème</sup> édition, OPU, Alger, 1991, Page 22.

<sup>32</sup> ANDRAF. W, « *Le secteur public à l'Est : Restructuration industrielle et financière* ». Ed : L'Harmattan, Paris, 1995, Page 28.

convertibilité du dinar pour les opérations courantes conformément à l'article 08 des statuts du FMI, sur le plan douanier, il y a une simplification des procédures douanières, grâce à la mise en fonctionnement du système informatisé de gestion de la douane (SIGAD).

La deuxième période fait suite à la promulgation de deux ordonnances liées directement à la structure et à l'organisation de l'entreprise publique, d'une part, à savoir de l'ordonnance n° 95-22 relative à la privatisation. Pour cela, deux lois fondamentales ont été prises au second semestre de l'année 1995 : la loi de privatisation des entreprises publiques et la loi sur la gestion des capitaux marchands de l'Etat. Cette dernière institue 11 holdings<sup>33</sup> publics pour la gestion des EPE, auxquels viendront s'ajouter, plus tard, 5 autres holdings régionaux (holding Est, holding Ouest, holding Centre, holding Sud- Est, et holding Sud- Ouest) pour les entreprises publiques locales (EPL). Les entreprises publiques économiques (EPE) sont désormais soumises totalement aux règles du droit commercial. L'objectif recherché à travers ce processus était l'amélioration de l'efficacité et de la compétitivité des activités ainsi que la modernisation de l'appareil de production. Ce processus impliquait, en particulier, le recentrage des entreprises sur leurs activités principales avec une externalisation des activités périphériques et annexes, l'amélioration des taux d'utilisation des capacités de production, une reconversion des actifs visant soit à l'intégration nationale où l'exportation est une meilleure gestion. Elle prévoit notamment deux modalités : la privatisation totale et la privatisation partielle par l'intermédiaire de la Bourse. D'autre part, il y a l'ordonnance n°95-25 relative aux capitaux marchands de l'Etat, créant les holdings qui contrôlaient les entreprises publiques ainsi que le Conseil National des Participations de l'Etat (CNPE). Un nouveau dispositif à trois niveaux - stratégique, institutionnel et opérationnel - est mis en place. Les entreprises publiques sont désormais soumises sans restriction aux dispositions du code de commerce. Le capital est cessible et l'entreprise publique est susceptible de faillite. Les difficultés financières des entreprises s'aggravant en raison de la chute du dinar et de la hausse des taux d'intérêt, les pouvoirs publics mettent en place en 1996 le dispositif banques/entreprises, conçu comme l'ultime étape de préparation des EPE à la privatisation. Il s'agit notamment de permettre aux banques d'intervenir plus activement dans l'accompagnement des entreprises publiques et d'alléger les obstacles majeurs qui freinaient l'activité des entreprises : réduction des sureffectifs, cessions d'actifs, filialisation des activités, recentrage de l'entreprise sur ses

---

<sup>33</sup>. Transformés en comité des participations de l'Etat à partir de 2001.

métiers de base. Le travail accompli produit certes des résultats encourageants, mais il demeure insuffisant. L'ordonnance 95-22, rédigée sur le modèle de textes similaires dans d'autres pays et principal texte d'ancrage du programme de privatisations, ne constitue pas l'unique canal des opérations de privatisation ; la cession d'actifs est en effet rendue possible par l'existence de deux autres canaux officiels.

Cette situation, caractérisée par la multiplication des intervenants et la confusion de leurs attributions dans le processus de privatisation, conduit à la création, en 1999, d'un ministère de la Participation et de la Coordination des réformes doté de larges attributions. L'ordonnance promulguée le 20 août 1999 est fondée sur les principes directeurs suivants :

- La mise en œuvre d'un cadre législatif unique pour la gestion de l'ensemble des privatisations;
- La prise en charge par le Ministère de toutes les opérations relatives à la privatisation ;
- La mise en œuvre de l'intéressement des salariés aux entreprises à privatiser.

La modernisation du secteur public a un coût, mais les privatisations partielles ou totales constituent les moyens les plus sûrs de la conduire. Ce chantier exige à la fois des moyens financiers, une technologie avancée, un savoir-faire technique et un management de qualité de nombreuses perspectives de partenariat.

Les réformes économiques Algérienne ont des influences sur l'université Algérienne, par son ampleur le système scolaire et universitaire algérien a exercé des effets socio-économiques importants sur la société algérienne conjointement aux investissements économiques réalisés en Algérie en particulier durant les années soixante dix, les institutions éducatives, notamment celles de l'enseignement supérieur ont contribué au développement d'une classe moyenne influente, formée de cadres administratifs d'enseignants, de médecins, d'ingénieurs, etc. Jusqu'aux années soixante- dix où les effectifs d'étudiants sont demeurés contrôlables mais dans la période qui a suivi l'université a connu une croissance très rapide de la population estudiantine et conjointement avec la crise économique la possibilité de contrôle de l'emploi est diminuée<sup>34</sup>.

La réforme de l'enseignement de 1971 (une année après la création du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique en 1970) est considérée jusqu'à aujourd'hui comme la seule réforme globale du secteur de l'enseignement D. FEROUKHI en 2005 écrit « *Dans le domaine de l'emploi et de la formation, l'Etat était le*

---

<sup>34</sup> ROUG. H, « *Pour une introduction rationnelle pédagogique des TIC dans la formation universitaire* ». Les cahiers de CREAD, n° 71/2005.

*principal entrepreneur. La refonte de l'enseignement supérieur de 1971 a fait de l'université l'instrument privilégié du développement économique et social... »*<sup>35</sup>. L'université est intégrée dans le processus global de planification du développement économique et social. Dans le domaine de la planification des ressources humaines, le modèle de référence est l'approche en besoins de main d'œuvre qui vise la recherche d'équilibre et de correspondance à moyen et à long terme entre, d'une part, les besoins de l'appareil de production en qualification par niveau et par secteur et, d'autre part, le volume et les structures de sortie de l'appareil de formation (Carte universitaire de 1984 et loi sur la planification des flux de 1984).

Deux objectifs principaux ont été fixés<sup>36</sup>. Le premier objectif consiste le remplacement des enseignants étrangers qui exerçaient alors, par des enseignants algériens<sup>37</sup>. Au niveau quantitatif, cet objectif a été rapidement atteint, puisqu'à partir des années 1985/1986, la majorité des enseignants universitaires était des algériens, toutes disciplines confondues. Les contrats des enseignants coopérants n'étaient plus renouvelés.

Les établissements d'enseignement supérieurs Algériens ont réussi, dans un contexte parfois difficile, à satisfaire les besoins de l'économie nationale en cadres, à construire un corps d'enseignements universitaires national, etc. Toutefois, l'université algérienne connaît depuis le début des années 80 une crise qui révèle des dysfonctionnements importants dont voici quelques causes<sup>38</sup>:

- La concentration des effectifs dans les filières de formation générale, moins coûteuses en fonctionnement et en équipement que les filières scientifiques et technologiques ;
- L'inadéquation tant quantitative que qualitative des diplômés avec le marché du travail, aggravée par l'arrêt des recrutements dans le secteur public ;
- Malgré l'extension de l'offre de formation supérieure, les taux de scolarisation restent très faibles et ne représentent que 12% en 1995 et 15,6% en 1999 ;
- La faiblesse de la recherche dont les résultats doivent contribuer au développement du pays et sans laquelle il ne peut y avoir véritablement d'enseignement supérieur ;
- Dépendance quasi exclusive des universités de l'Etat pour leur fonctionnement.

<sup>35</sup> FEROUKHI .D, « *La problématique de l'adéquation Formation – Emploi : Mode d'insertion et trajectoires professionnelles des diplômés des sciences exactes et de la technologie*, Ed. CREAD, Alger, (2005), page 10.

<sup>36</sup> KHAOUA Nadji, « *L'entreprise, l'université et le Marché du Travail en Algérie : tentative d'analyse* ». بوحال باحث. عدد 06 - مجلة الباحث. 2008. Page 14.

<sup>37</sup> JEKOUNE Abdelhamid, « *La réforme LMD en Algérie Etat des lieux et perspectives* ». Acte du colloque international, « *Système LMD entre implémentation et projection* ». Alger 30 et 31 Mai 2007. Page 19.

<sup>38</sup> BERKANE Yousef et BOUADAM Kamel, « *Les effets de la mondialisation sur l'éducation et l'emploi en Algérie* », Revue des Sciences Economiques et de Gestion N°4. Faculté des Sciences économiques et gestion université Farhat Abbas - Sétif, (2005). Page 91.

D'autant plus qu'en période de crise, les décideurs, pris en étau entre l'aggravation des conditions économiques et les pressions sociopolitiques de la population en faveur du maintien de certains acquis, sacrifient certains aspects importants de l'éducation au profit d'autres aspects moins importants afin d'éviter l'agitation populaire et acceptent, par conséquent, certains compromis. Ceci donne l'impression que le système d'enseignement continue de bénéficier de la même attention. Cependant, les effectifs ont augmenté beaucoup plus rapidement que les capacités de l'Etat à financer cette croissance. Si les dépenses d'éducatives ont été multipliées, en prix constants, par un facteur 2,48 entre 1975 et 1987, elles ont subi un net fléchissement à partir de cette date et la dotation, par étudiant et par an, évaluée à 36 000 D.A, a diminué en dinars constants d'un facteur 3,8 entre 1987 et 1997.<sup>39</sup>

Ceci a eu pour conséquence une détérioration des conditions d'enseignement qui se traduit par : Le manque de moyens matériels financiers et humains, une détérioration des conditions de travail, la baisse des salaires des enseignants et du personnel administratif entraînant leur démobilisation, l'augmentation de l'absentéisme et la baisse des exigences de recrutement. Cette situation se répercute inévitablement sur la qualité de l'enseignement et provoque le mécontentement de tous les acteurs. Pour les étudiants et leurs familles, l'université n'est plus un moyen de promotion sociale et d'accès à des places rémunératrices (HUGON, 1995). Les universitaires et les chercheurs considèrent que la rareté des postes comprenant des fonctions de recherche, la multiplication des établissements qui se consacrent uniquement à l'enseignement, les mauvaises conditions de travail ainsi que l'absence de stimulants constituent des signes de mauvaise qualité de l'enseignement (BALAN et TROMBETTA, 1996). Enfin, pour les entreprises, la performance professionnelle médiocre des jeunes diplômés est un signe révélateur de la mauvaise qualité des enseignements dispensés à l'université.

En 2002, ces préoccupations et ces problèmes peuvent trouver leur solution dans le système L-M-D qui est considéré comme la dernière réforme jusqu'à nos jours. La présente réforme s'est voulue être une réponse à l'ancien système d'enseignement

---

<sup>39</sup> Conseil supérieur de l'éducation. 1999. Page 11.

supérieur déconnecté des réalités de l'environnement socioéconomique du pays<sup>40</sup>, on fait ressortir :

- Une architecture tubulaire qui ne prend pas en compte les capacités intellectuelles, émotionnelles et cognitives de nos étudiants.
- Des parcours de formation cloisonnés qui augmentaient le taux de déperdition des étudiants sans faciliter le transfert vers les autres formations (filières).
- Une mauvaise gestion du temps pédagogique qui influençait sur les compétences globales et le développement personnel des étudiants.

Ce nouveau système connaît un début d'application dans l'espace euro-méditerranéen en général. Dans ce contexte, l'Algérie affiche sa volonté de rejoindre ce courant universel de rénovation de l'enseignement supérieur, La mise en place de la nouvelle architecture des enseignements à trois cycles Licence, Master, Doctorat (LMD) entre dans le cadre de la «stratégie décennale » arrêté par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique pour la période 2004-2013. Les objectifs de cette réforme sont<sup>41</sup> :

- Concilier les exigences légitimes de la démocratisation de l'accès à l'enseignement supérieur avec celles nécessaires d'une formation de qualité;
- Donner aux notions de compétition et de performance tout leur sens;
- Asseoir les bases d'une bonne gouvernance des établissements fondée sur la participation et la concertation;
- Faire participer l'université au développement durable du pays;
- Permettre à l'université algérienne de redevenir le pôle de rayonnement culturel et scientifique au niveau national, régional et international.

Malgré les réformes d'entreprise et d'université algériennes, importantes, que connut le pays durant les années passées, ces institutions vivent des problèmes multiples à savoir sur, le plan financier, le plan de gestion, le plan stratégique, etc.

A nos jours, les entreprises Algériennes souffrent pour se développer et faire face à la concurrence internationale intense sur plusieurs plans. Les plus importants pour notre étude sont ceux liés aux plans d'entrepreneuriat, d'innovation et son financement et de la formation du personnel.

---

<sup>40</sup> Lettre de HARRAOUBIA Rachid, Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, lors de colloque international « *Le système LMD entre implémentation et projection* », Alger 30 et 31Mai 2007. Page 08.

<sup>41</sup> [www.mesrs.dz](http://www.mesrs.dz).

Concernant l'innovation, les nouvelles idées proviennent plus de l'extérieur que de l'intérieur, même les dépenses en matière de recherche et développement en Algérie représentent moins de 1% du PIB<sup>42</sup>. Cette faible part s'explique en grande partie par la faiblesse du secteur privé dans l'investissement en recherche. L'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI) a enregistré, jusqu'à la fin de l'année 2005, plus de 2000 inventions protégées par des brevets, dont 80% sont d'origine étrangère, les 20% restantes concernent les grandes entreprises nationales et très rarement les PME<sup>43</sup>. La recherche et le développement à la base de l'innovation permet à l'entreprise de produire des nouveaux savoirs et d'acquérir des connaissances et des savoir-faire spécifiques qu'exige des ressources financières suffisantes, en Algérie, à ce jour, des insuffisances en ce domaine<sup>44</sup>.

Les souffrances des universités Algériennes ne sont pas moins importantes que celles de ses entreprises. Malgré les progrès considérables enregistrés depuis l'indépendance et les réformes engagées pour améliorer la formation en générale et la formation universitaire en particulier, l'université Algérienne souffre toujours, à savoir:

- L'université Algérienne forme, aujourd'hui, des candidats au chômage. D. FEROUKHI 2005 note : « *La détention d'un diplôme n'est plus une garantie contre le chômage. Pendant très longtemps, en effet, on considérait que la population sans emploi était composée essentiellement de personnes sans instruction ou exclues du système éducatif...* »<sup>45</sup>;
- L'université peine à atteindre le niveau requis sur le plan régional et encore moins sur le plan international, l'université algérienne occupe toujours la queue du classement selon le dernier classement des universités mondiales;
- Manque d'encadrement. Pour plus de 1,4 million d'étudiants inscrits en 2008-2009, il n'y a que 27 500 enseignants ;
- La formation universitaire Algérienne est purement théorique, les étudiants trouvent des difficultés même pour l'accès à des stages pratique pour mémoire fin de cycle, etc.

---

<sup>42</sup> Abdallah ALI et BELBOULA Imen, « *Finance des PME innovantes* », Colloque international de, « *Le système LMD entre implémentation et projection* ». Université de Mentouri constantine, Le 31 mai 2007. Page78.

<sup>43</sup> IDEM.

<sup>44</sup> IDEM.

<sup>45</sup> FEROUKHI. D, « *La problématique de l'adéquation Formation – Emploi : Mode d'insertion et trajectoires professionnelles des diplômés des sciences exactes et de la technologie* ». Ed : CREAD, Alger, 2005. Page 26.

Pour que les entreprises et l'université Algérienne fassent face aux difficultés que nous avons déjà cité, il faut confronter chaque partie dans l'exercice de ses fonctions. L'université doit être en mesure de bien diagnostiquer la situation et de détecter notamment ses besoins en formation, en recrutement et en stage pratique. L'entreprise doit détecter les besoins en termes d'innovation, de formation théorique ainsi que de recherche scientifique. Autrement dit, un partenariat entre ces deux institutions est devenu inévitable.

Après avoir parler des principales réformes des entreprises et les réformes universitaire en Algérie, il très utile de parler des démarches de partenariat entre ces deux institutions. Historiquement et du fait de l'absence dans le système administré d'une régulation par le marché, les entreprises ne se sont jamais senties concernée par les problèmes de la croissance et le développement. Les instruments à la base de cette croissance, et notamment les questions d'innovation, de lancement de nouveaux produits, d'amélioration des techniques, méthodes et procédures n'apparaissent pas comme des critères de performance indispensables pour le maintien en vie de ces entreprises. Ceci s'est traduit par une insuffisance caractérisée des moyens mis en œuvre par les entreprises économiques dans la recherche-développement.

Toutefois, les nouvelles règles du jeu imposées par la transition vers l'économie de marché supposent que les entreprises, pour supporter une concurrence future implacable, investiront davantage dans une recherche scientifique et technologique susceptible de les doter des outils théoriques et pratiques indispensable à leur croissance. L'université se présente alors comme le partenaire incontournable pour optimiser les ressources investies en cette matière par l'entreprise.

La réalité du partenariat Université-Entreprise est sans doute insuffisamment développée en Algérie<sup>46</sup>. Les marges de progression sont limitées et ne permettront certainement pas de résoudre les nombreux et profonds problèmes des systèmes de recherche ainsi que pour permettre pas de faire face à la concurrence internationale. Pour cela, le partenariat<sup>47</sup> qu'impose les contingences permettra de relever un double défi en Algérie : d'une part, il donnera un nouveau souffle à la recherche universitaire en l'orientant vers les préoccupations plus pragmatiques susceptibles de contribuer aux

---

<sup>46</sup> SADOUDI Mouloud, « *Le partenariat entre l'université et sons environnement socio- économique* ». Revue campus de l'université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou, Le 28 et 29 Juin 2005.

<sup>47</sup> BELLADI Salah, « *Relations université-entreprise : Quel diagnostic pour quel management ?* ». Séminaire, « *Vers une nouvelle culture managériale* ». Ministère de la restructuration industrielle et de la participation, OPU.1996. Pages 433 et 434.

solutions concrètes aux problèmes posés par le développement du pays, d'autre part, l'introduction dans l'entreprise, par le biais des chercheurs universitaires, de la recherche scientifique et technologique, élargira l'horizon des managers et leur ouvrira des perspectives nouvelles en matière d'innovation, diversification, amélioration technique, etc.

Mises en commun, les compétences des uns, la logistique et les problèmes des autres, il ne fait pas de doute que ces potentialités bénéficieront d'un effort certain de synergie au profit des deux partenaires.

## Conclusion de la première partie

---

L'université connaît divers changements et doit faire face à une multitude de défis. Ces derniers constituent la principale cause de l'orientation du monde universitaire, vers un partenariat pour son profit et celui de toute la société avec les entreprises. Ces dernières années, avec la croissance de la concurrence internationale et la complexité de comportement des consommateurs, exige une mise à jour avec le monde d'innovation et des recherches et développement.

Réellement, le cadre théorique est plus vaste comparativement à notre étude théorique de la relation université-entreprises. Même les théoriciens que nous avons cités ne sont pas les seules qui ont traité le phénomène de l'entrepreneuriat, de l'innovation et de la formation, mais sont seulement les plus connus.

Le souci de l'université ne doit pas se limiter à élargir l'éventail des actions en direction des entreprises, car l'université constitue un ensemble plus large avec des compétences diversifiées et des possibilités multiples de collaboration qui nécessitent la délimitation de la relation dans un cadre bien déterminé. A travers diverses formes de partenariat : de services de consultation, de formation, de recherche et de transfert de technologie, l'université porte, d'une part, des solutions globales aux problèmes complexes des entreprises et d'une autre part, à travers les accords, les contrats et les conventions établis avec les entreprises, elle amène profit sur plusieurs niveaux : perfectionnement des enseignants, professionnalisation de la formation et ressources financières supplémentaires, qui servent à acquérir les moyens nécessaires à l'enseignement.

En Algérie, Il faut que ce partenariat apparaisse en urgence aujourd'hui sous toutes ses formes que la recherche, l'enseignement supérieur et la formation, d'une part et les entreprises économiques, d'autre part est imposée par la logique économique libérale en construction. Ceci se produit dans un contexte économique difficile qui impose la synergie entre ces deux partenaires, au-delà du fait que ce partenariat doit se réaliser désormais par des relations de marché offre et demande : des produits, des services a contenu scientifique et technique et même en terme d'entrepreneuriat.

**Deuxième Partie**  
**Partenariat Université- Entreprise**  
**-Dimension locale-**

## **Introduction de la deuxième partie**

---

Rendre la relation Université-Entreprise à sa dimension locale n'est pas une méthode facile vue la difficulté de limiter l'espace local, de faire l'adéquation entre les aspects théoriques avec l'étude pratique et la non correspondance des caractéristiques de l'échantillon au général.

Notre choix de la wilaya de Béjaïa comme lieu d'investigation est motivé par l'existence d'un tissu industriel très important, une université implanté au chef lieu de cette wilaya, l'organisation par cette université des forums d'entreprises, ainsi que la signature par l'université de Béjaïa de plus de vingt conventions avec de grandes entreprises nationales et des conventions de partenariat avec les entreprises locales. Dans ce sens, il s'agira d'analyser le degré de complémentarité de l'université de Béjaïa avec son tissu industriel.

Nous avons choisi d'effectuer notre étude pratique sur les entreprises de trois zones industrielles de Béjaïa, car ces dernières ont un poids économique très important au niveau de la wilaya. En plus, nous avons choisi les entreprises qui ont une adéquation entre notre étude théorique et les manifestations scientifiques de ces entreprises, de formation pour leur personnel, d'innovation, réception des étudiants pour des stages pratiques de fin de cycle.

Pour ce faire et rendre cette relation concrète, on propose au niveau de cette partie une étude à dimension locale. Dans ce sens, nous avons présenté dans notre quatrième chapitre les acteurs prenants: la wilaya de Béjaïa comme un milieu de vie pour les deux acteurs, université et entreprises de la wilaya, comme des acteurs principaux. Dans le cinquième chapitre, on va aborder les procédures où faire notre enquête de terrain.

Cela nécessite la confection de deux questionnaires, qui sont respectivement destinés aux responsables des entreprises enquêtées et au service des relations extérieures de l'université et aux chefs de service des stages pratiques de chaque faculté.

Le questionnaire adressé aux responsables des entreprises enquêtées pour objectif de voir :

- La nature de la relation de ces entreprises avec l'université de Béjaïa;
- Le degré du respect de ces entreprises à leurs conventions signées avec l'université;
- Les causes de la rupture existante en termes d'innovation, de formation et de réalisation de projets.

Le questionnaire adressé au service des relations extérieures de l'université et les chefs de service des stages pratiques de chaque faculté a les mêmes objectifs par rapport au questionnaire précédent.

# **Chapitre IV**

**Présentation de la wilaya, de  
l'université et des entreprises de Béjaïa.**

## **Chapitre IV: Présentation de la wilaya, de l'université et des entreprises de Béjaïa**

---

Nous avons consacré ce chapitre pour la présentation de la wilaya de Béjaïa comme un milieu de vie pour les deux acteurs ( les entreprises et l'université) sous ses différentes facettes ( géographique, démographique, les bases économiques, éducation et la formation ,etc.) , après nous va présenter l'université de Béjaïa comme une source de la recherche et du développement (sa création, ses différents organes, sa relation avec le monde extérieur) et en dernier lieu les entreprises, comme un acteur économique très important dans le développement de la région.

### **1. Présentation de la wilaya de Béjaïa**

Au niveau de cet élément, Nous limiterons notre présentation seulement à quelques points qui nous semblent importants.

La wilaya de Béjaïa a été créée par ordonnance n° 74/69 de 02 juillet 1974 avec 05 daïra et 28 communes. La wilaya de Béjaïa est réorganisée en 07 Daïra et 52 communes par la loi 84/09 février décret 86/310 de 16 décembre 1986 et en 19 daïra avec 52 communes par le décret 31/306 de 24/08/1991.

La wilaya de Béjaïa est située au Nord- Est de l'Algérie. Elle est délimitée par la wilaya de JIJEL à l'Est, les wilayas de Bouira et de Tizi-Ouzou à l'Ouest, les wilayas Bordj Bou Arreridj et Sétif au Sud. Au nord, elle est ouverte sur la Méditerranée sur une longueur qui avoisine 100 km. Le relief de la wilaya se compose de trois zones bien distinctes :

1. La plaine côtière, d'une largeur de 30 km s'étend de l'embouchure de l'Oued Soummam à l'Ouest et de l'embouchure de l'Oued Agrioun à l'Est.
2. La vallée de la Soummam, d'une longueur de 80 km et d'une largeur maximale de 04 km sépare les deux ensembles de montagnes (Bibanes) à l'Est et (Akfadou), (Gouraya) à l'Ouest.
3. La zone montagneuse prédominante occupe les trois quarts (3/4) de la superficie totale

de la wilaya et présente des pentes supérieures à 25%, les sols en majorité siliceux sont érodés.

Selon l'ONS, la population totale de la wilaya issue des résultats préliminaires du RGPH d'avril 2008 est estimée à 904 220 habitants<sup>48</sup>, à la fin de la même année, elle a atteint 915 000 individus. La densité est de 284 habitants/Km<sup>2</sup> avec des pointes de 1 799 dans les communes de Bejaia, Sidi Aich et Akbou avec 1799 habitants/Km<sup>2</sup>, 1 476 et 1 022 respectivement et des creux de 59 habitants/Km<sup>2</sup> à Toudja, 49 habitants/Km<sup>2</sup>, à Ighil Ali et 24 habitants/Km<sup>2</sup> dans la commune de Beni K'sila. Selon la même source La distribution de la population fait ressortir que 61 % des habitants vit dans les chefs-lieux, 26 % dans les agglomérations secondaires et le reste dans des hameaux et les zones éparses. Ainsi, la population vivant en agglomération représente 87,64 % et la population urbaine est de l'ordre de 314 230 habitants soit 34,34 % de la population totale de la wilaya et l'essentiel de cette dernière est concentré dans les villes situées dans la vallée de la Soummam et son prolongement vers le Nord.

La wilaya de Béjaïa renferme des bases économiques très importantes, des zones industrielles : contient trois grandes zones industrielles qui sont la zone industrielle de Béjaïa 122 Has, la zone industrielle d'Akbou 40,24 Has, la zone industrielle de Elkseur 70 Has. Des zones d'activités 26 zones d'activités. Ici, il très utile de citer la différence entre les deux types de zones, cette distinction faite sur la base de deux critères, la superficie occupée et le nombre d'investisseurs et/ou d'opérateurs économiques installés.

Elle possède d'autres zones qui sont les zones de montagnes, les zones de piémonts et les zones plaines. Les zones de montagnes occupent 80% des terres agricoles qui représentent trois quarts (¾) de la superficie totale de la wilaya de Béjaïa. Avec des pentes majoritairement supérieures à 25% avec des sols en grande partie siliceux érodés et argilo- calcaires. Prédominance de l'arboriculture rustique (dont 50,900 Has d'olivier et 13,700 Has de figuier) associée à l'élevage de type familial (caprin, bovin et ovin). Ces zones sont caractérisées par un relief accidenté, un morcellement prononcé des exploitations le plus souvent dans l'indivision ajoutée à l'enclavement, ne concourant pas à l'intensification vu la contrainte posée à la mécanisation des travaux. Les zones de piémonts occupées principalement par l'association céréaliculture et fourrage secs. La jonction avec les zones de plaine faite que dans ces zones se pratique l'élevage bovin laitier en semi-

---

<sup>48</sup> Il faut signaler que il ya un grand décalage (de 100 000 habitants) entre les données de la DPAT et les données de ONS en même date de recensement, nous avons pris les données de ONS par ce que c'est l'organisme le plus fiable et spécialisé dans le domaine.

intensif, alors que l'élevage avicole chair et ponte y sont bien implantés. Les zones plaines sont divisées en deux sous zones, les plaines côtiers et la vallée de la Soummam. Les plaines côtiers de Béjaïa à Melbou à l'Est sur 2 000 Has environ, et de Béjaïa à Beni- Ksila à l'Oust sur 1 000 Has environ, sur de sols limono sableux. La vallée de la Soummam une bande étroite sinuant sur plus de 70 km de long et 2 km au maximum de large, avec des versants Sud ; en pentes relativement douces et développées, cette zone est décomposée en petites unités de type alluvionnaire. Dominance d'une agriculture intensive dont 6000 Has de maraîchage et 1600 Has d'agrumes et de céréaliculture, intensive 1500 Has. L'irrigation y est pratiquée par réseaux (02,500 Has équipés) et de pompage des Oueds.

Selon les données de la DPAT nous avons constaté que l'éducation, la formation et l'enseignement supérieur à Béjaïa sont des secteurs en progression d'une année à une autre. Le secteur d'éducation a enregistré des progrès, depuis l'indépendance à nos jours, où les écoles primaires et secondaires ont été basées seulement dans les grandes villes comme (Béjaïa ville, Sidi Aich et Akbou), les élèves des autres régions étaient obligés de se déplacer pour rejoindre ses écoles dans des mauvaises conditions par fois. Mais, aujourd'hui, on constate que presque toutes les régions de la wilaya possèdent des écoles primaires, fondamentales et des lycées (au moins un lycée d'enseignement général ou bien technique), le tableau n°01 récapitule le nombre des élèves et des écoles de différents niveaux (primaire, fondamental et secondaire) dans la wilaya de Béjaïa.

**Tableau n° 01 :** Secteur de l'éducation à Béjaïa selon le niveau en 2008.

Niveau	Nombre des élèves	Nombre des écoles
Enseignement primaire	100871	567
Enseignement fondamental moyen	72458	137
Enseignement secondaire et technique	40278	049

**Source :** Etabli à partir des données de l'annuaire de Béjaïa 2008.

L'enseignement supérieur a connu un développement très rapide depuis l'ouverture de ce secteur à Béjaïa en 1983/1984 quantitativement (nombre des étudiants) et qualitativement (ouverture des nouvelles spécialités). Ce point on va le développer au niveau la deuxième section de ce chapitre.

Selon les données de la DPAT année 2008 de la wilaya de Béjaïa concernant la formation professionnelle, il y a 54 établissements sont distribués sur le territoire de la wilaya avec une capacité d'accueil totale de 8 281 stagiaires dont: 23 établissements relatifs à la formation professionnelle avec une capacité d'accueil de 6 400 stagiaires pour chaque promotion. 04 établissements pour les autres formations (formation maritime, formation paramédicale, chambre de commerce.) d'une capacité d'accueil de 370 stagiaire chaque promotion et 27 établissements privés d'une capacité d'accueil de 1 511 stagiaires pour chaque promotion.

**Tableau n° 02 :** La capacité d'accueil des établissements de formation professionnelle

<b>Etablissements de la formation</b>	<b>Nombre d'établissements</b>	<b>Capacité d'accueil</b>
Etablissements publics	23	6 400
Etablissements privés	27	1 511
Etablissements hors FP	04	0 370
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>8 281</b>

**Source :** Etabli à partir de l'annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, 2008.

Les établissements publics sont constitués de CFPA implantés dans les communes les plus peuplées ou bien dans les chef- lieu de chaque Daïra. Ces centres de formations dispensées pus de 49 formations différents avec des durées différentes selon la nature et l'importance de la formation de 03 mois jusqu'à 03 ans. Les diplômes qu'ils ont fourni sont :

- Technicien supérieure (TS) : Ces diplômes sont réservés souvent pour les élèves de niveau 3<sup>émé</sup> année secondaires (03° AS);
- Technicien (T) : Pour les élèves de niveau (02° AS);
- Certificat d'Aptitude Professionnelle (CAP) : pour les élèves de niveau 9<sup>émé</sup> année fondamentale ;
- Certificat de maîtrise professionnelle (CMP) : Pour les élèves de moins de 9<sup>émé</sup> année.

## **2. Présentation de l'université de Béjaïa**

Cette section est une présentation de l'université de Béjaïa comme un acteur principal dans notre thème de recherche, la présentation sera basée seulement sur les éléments les plus importants pour notre étude : son histoire, ses différentes facultés, son évolution et en fin ses relations avec le monde extérieur.

L'université de Béjaïa a ouvert ses portes en 1983, sous l'égide de deux institutions : Institut d'électrotechnique par le décret 83-624 de Novembre 1983 et l'institut des sciences de la nature (décret 83-625 du 05 Novembre 1983). Ces deux instituts sont devenus par (le décret 92-294 du 07 juillet 1992) un centre universitaire. En Décembre 1996, le centre universitaire de Béjaïa a été dénommé au nom du martyr de la révolution Abderrahmane Mira. Le Centre universitaire a été érigé en Université par le décret (98-396 du 02 Décembre 1998) comprenant 03 facultés, chacune comportant plusieurs départements conformément au décret (98-253 du 17 Octobre 1998) portant statut de l'université. Suite au nombre considérable des étudiants de la faculté des sciences et des sciences de l'ingénieur, l'université de Béjaïa a été réorganisée par le décret exécutif (01-268 du 18 Septembre 2001) en 04 facultés composées de 26 départements pédagogiques. Dans l'université de Béjaïa et conformément aux dispositions de l'article 03 du décret exécutif (N°03-279 du 23 Août 2003), le nombre de facultés est passé à 07 facultés (faculté médecine et faculté de droit et sciences juridiques en 2007/2008). La rentrée universitaire 2008-2009 a été faite avec 07 facultés et 28 départements comme le montre le tableau n° 03. L'université a accueilli, pour la même année, près de 34 107 étudiants (algériens et étrangers) soit un accroissement de 16,66 % par rapport à l'année 2007 / 2008.

**Tableau n°03:** Les facultés de l'université de Béjaïa

<b>Faculté</b>	<b>Département</b>
<b>Faculté des sciences exactes</b>	Département d'informatique Département de chimie Département de physique Département de recherche opérationnelle Département de math
<b>Faculté de droit</b>	Département des sciences juridiques et administratives
<b>Faculté des lettres et des sciences Humaines</b>	Département d'arabe Département de français Département de sociologie Département de langue et culture amazigh Département d'anglais
<b>Faculté de technologie</b>	Département d'électrotechnique Département de génie des procédés Département d'électronique Département de génie mécanique Département d'hydraulique Département de génie civil Département sciences techniques
<b>Faculté de médecine</b>	Département de médecine
<b>Faculté des sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales</b>	Département des sciences économiques Département des sciences de gestion Département SEGC LMD Département des sciences commerciales
<b>Faculté des sciences de la nature et de la vie</b>	Département de microbiologie Département de biologie physico-chimie Département des sciences alimentaires Département de biologie organisme et population Département tronc commun

**Source :** Vice rectorat chargée de la pédagogie.

L'université de Béjaïa, depuis 1983, connaît d'une année à une autre une croissance considérable multiforme, notamment par l'accueil de milliers d'étudiants venant de toutes les régions du pays et le recrutement de centaines d'enseignants comme le montre le tableau n° 04.

**Tableau n° 04:** L'évolution, de nombre des étudiants, de nombre des enseignants et le taux d'encadrement.

Statut	Année universitaire	Effectifs étudiants	Effectifs enseignants	Taux d'encadrement
INES	1983/1984	204	40	05
Centre universitaire	1992/1993	8629	205	18
Université	2004/2005	22214	622	36
université	2006/2007	25523	754	34
université	2008/2009	34107	870	39

**Source :** Vice rectorat chargé de la pédagogie.2009.

Depuis son ouverture, l'université de Béjaïa a connu une croissance très importante en termes de nombre des étudiants (34 107 étudiants durant l'année universitaire 2008/2009). Nous constatons une augmentation dans le nombre d'étudiants encadrés par enseignant 39 étudiants/enseignant en 2008/2009. Cette augmentation est due à une croissance considérable de nombre des étudiants (16,66 % l'année 2008/2009 par rapport à l'année précédente) et l'insuffisance dans le recrutement des enseignants.

L'université de Bejaia a délivré des diplômes de graduation dans cinq types de formation à savoir : le DEUA (diplôme des études universitaires appliquées), le DES (Diplôme des Etudes Supérieures, diplôme de la licence et diplôme d'ingénieur. Le tableau n°05 donne, en détail, le nombre de diplômés en graduation, par types et par année universitaire, dans les deux systèmes d'enseignement à compter de cinq dernières années 2003/2008.

**Tableau n° 05 :** Bilan quinquennal des diplômes de l'université de Béjaïa par types de diplômes

Année universitaire	DEUA	DES	Licence	Ingénieure	Système LMD	Total
2003/2004	426	141	1513	314	0	2349
2004/2005	667	175	1746	408	0	2996
2005/2006	740	185	1847	492	0	3264
2006/2007	808	283	2043	504	1054	4694
2007/2008	736	243	2005	480	2018	5482

**Source :** Etabli à partir des données de vice rectorat chargé de la pédagogie

Nous constatons que le diplôme de licence occupe la place prédominante durant les cinq dernières années. Ce type de diplôme est fourni au niveau de la faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, la faculté de droit et la faculté des lettres et des sciences humaines. Le plus faible nombre de diplômes est celui de DES, obtenu après 04 années d'étude.

La majorité de ces types de diplômes sont obtenus après que l'étudiant ait passé un stage pratique, généralement d'une durée d'un mois, au niveau d'une entreprise. L'accès à ces entreprises est effectué par un contact entre le service chargé de stage au niveau de la majorité des facultés. Mais, sur le terrain, on trouve que ce contact est effectué à travers le déplacement personnel de l'étudiant à l'entreprise. Le tableau n°06 est un bilan quinquennal des stages pratiques des étudiants fin de cycle par faculté.

**Tableau n°06 :** Bilan quinquennal des stages pratiques des étudiants fin de cycle par facultés.

Faculté/ Année	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009
FSE	-	154	167	134	118
FD	0	0	0	0	0
FLSH	0	0	0	0	0
FT	314	363	371	378	206
FM	0	0	0	0	0
FSEGC	559	581	644	646	1006
FSNV	-	257	321	337	296

**Source:** Etabli à partir des données des services de stage de chaque faculté.

Une lecture de ce tableau illustre que la faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales prend la place primordiale en termes des stages pratiques au niveau des entreprises de la wilaya, suivie par la faculté des sciences technologies. La dernière place est réservée à la faculté des sciences exactes. On constate encore une diminution en 2008/2009 du nombre des étudiants en stage pratique au niveau des facultés des sciences technologies, des sciences de la nature et de la vie. D'après les chefs de services concernés, cela revient à la décision prise par les doyens des facultés de ne prendre en stage pratique que les fins de cycle.

A l'instar des autres établissements de l'enseignement supérieur, l'université de Béjaïa en janvier 2004, s'est mise en harmonie des nouvelles orientations de

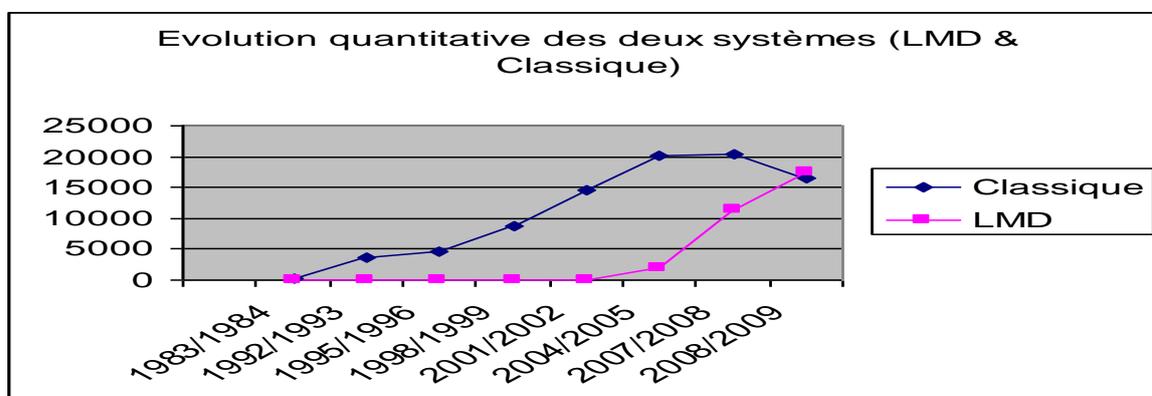
l'enseignement supérieur, par l'implantation du système LMD qui a connu une grande croissance par rapport à l'ancien système. Notre traitement de cet élément n'est pas aléatoire et cela pour deux raisons: la première est que ce nouveau système dans son contenu consiste à renforcer la relation Université-Entreprise et la deuxième est que l'université de Béjaïa est classée parmi les premières universités qui ont introduit ce système LMD au niveau national. Ce nouveau système a connu une évolution dans le nombre des étudiants d'une année à une autre depuis son implantation à Béjaïa. On va représenter cette évolution comparativement au système classique, dans le tableau n°07 qui illustre l'évolution du nombre des étudiants selon le système Classique et le système LMD par année.

**Tableau n°07:** Evolution du nombre des étudiants selon le système (unité de mesure étudiant)

Année	Classique	LMD	Total
1983/1984	204	0	204
1992/1993	3 567	0	3 567
1995/1996	4 562	0	4 562
1998/1999	8 629	0	8 629
2001/2002	14 524	0	14 524
2004/2005	20 184	2 030	22 214
2007/2008	20 312	11 485	31 797
2008/2009	16 515	17 485	34 000

**Source :** Etabli à partir des données du vice rectorat chargé de la pédagogie/Service de système LMD. 2009.

**Graphe n° 01 :** Evolution de nombre des étudiants selon le système (classique et LMD)



D'après ce graphe, la croissance du système LMD, comparativement au système classique, connaît une évolution rapide malgré son apparition tardive, ce qui reflète la volonté de son implantation comme un système de référence.

Ces dernières années, l'université de Béjaïa s'est fixée pour but de développer ses compétences en synergie avec le monde socioéconomique qui l'entoure. L'université de Bejaia tient de plus en plus à élargir ses relations avec les entreprises industrielles afin d'intégrer les jeunes diplômés dans le monde de travail.

Aujourd'hui, une vingtaine d'accords de partenariat sont signés avec des entreprises nationales et des centres de recherche, sous forme de conventions de financement des mémoires de Magister et de collaboration en matière d'expertise scientifique et de formation. Les entreprises partenaires sont résumées dans le tableau n°08 comme suit :

**Tableau n°08:** Les entreprises algériennes partenaires avec l'université de Béjaïa.

n°	Entreprise
01	Entreprise Portuaire de Béjaïa (EPB)
02	Groupe SAIDAL
03	COSIDER Travaux publics
04	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)
05	Entreprise AMIMER Energie
06	Laboratoire National de l'Habitat et de la Construction
07	Entreprise Nationale de Fer et Phosphate (FERPHOS)
08	Agence Nationale de la Géologie et Contrôle Minier (ANGCM)
09	Office de Recherche Géologique et Minière (ORGM)
10	Entreprise Nationales des Produits Electroniques (ENPEC)
11	Entreprise Nationale d'Agréage et de Contrôle Technique (E.N.A.C.T)
12	Laboratoire National de l'Habitat et de la Construction (I.N.H.C)
13	Entreprise Nationale des Arts Graphiques (E.N.A.G)
14	Entreprise Nationale des Granulats (ENG)
15	Entreprise EEPAD
16	Entreprise VERITAL
17	Groupe CEVITAL

**Source :** Etabli à partir des données des services des relations extérieures.

Les centres de recherches sont, au niveau national, le centre de recherche en économie appliquée pour le développement (CREAD) et l'agence nationale de valorisation de la recherche au développement.

Même au niveau international, l'université de Béjaïa a essayé de nouer des relations de coopération scientifique, essentiellement avec les universités européennes, qui ont permis d'accroître les échanges interuniversitaires de haut niveau à travers les cotutelles de thèses, l'organisation de conférences et colloques, les écoles doctorales, etc. L'avènement du système LMD a permis aussi de lancer certaines filières et spécialités en Co-diplomate avec notamment les universités Paris XIII, et Jules Verne Picardie de France.

D'une manière générale, les différents accords de partenariat signés avec les universités étrangères portent sur des projets qui sont :

- TEMPUS MEDA (FIE, RIBU, INTERMED, GIBU, MEMAGRAL et GAFM);
- ERASMUS MUNDUS;
- CMEP;
- DEF/CNRS et autres.

L'université de Béjaïa dispose, d'après la même source, de 29 conventions internationales en 2008. La liste des conventions signées en exécution selon les données fournies par la direction des relations extérieures est résumée dans le tableau n°13 ci-dessous.

La première remarque que nous pouvons donner de ces conventions signées est que presque tous les accords sont faits avec la France et que seulement deux sont signés avec la Roumanie. On peut généraliser cette remarque pour toutes les universités algériennes et ça nous permet de dire que la France est pratiquement le seul partenaire de l'Algérie en matière de recherches scientifiques. Pour la majorité de ces conventions signées, ce n'est que de l'encre sur papier, la deuxième est l'absence de la volonté de pouvoir local de diversifier ses conventions avec les autres pays pour bénéficier de leur, de savoir-faire, des recherches scientifiques et des cultures des autres nations.

**Tableau n° 09** : La liste des conventions signées l'université de Béjaïa avec les universités étrangères.

n°	Université	Pays
01	Université de Picardie Jules Verne	France
02	Université de Paris 13	
03	Université Jean Monnet de Saint Etienne	
04	Université de Marne la vallée	
05	Université Paris XII Val de Marne	
06	Université de Caen Basse- Normandie	
07	Université de Reims Champagne Ardenne	
08	Université de Pierre et Marie Curie	
09	Institut de Chimie et de Technologie des Polymères	
10	Institut National Polytechnique de Grenoble	
11	Faculté de Médecine de Montpellier	
12	Université de Versailles / Saint-Quentin-En-Yvelines	
13	Université des Sciences et techniques de Lille I	
14	Université de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis	
15	Université de Littoral Côte d'Opale	
16	Université de la Rochelle	
17	Université de la Rochelle	
18	Institut National des Sciences Appliquées de Lyon	
19	Agro campus de Rennes	
20	Institut National de la Recherche Agronomique (INRA)	
21	Université de Perpignan	
22	Conservatoire National des Arts et Métiers	
23	Ecole des Mines d'Alès	
24	Université Paul Sabatier de Toulouse III	
25	Université Cézanne Aix- Marseille II	
26	Université Panthéon- Assas Paris II	
27	Université Bretagne Sud- Lorient	
28	Université de Poitier	
29	Université VALAHIA de Targoviste	Romanie
30	Institut de la Recherche en Génie Electronique de Bucarest	

**Source** : Etabli à partir des données des services des relations extérieures.

Selon les données de la direction des relations extérieures, les conventions projets sont récapitulées dans le tableau n°10. Nous remarquons que les conventions projets sont essentiellement signées avec quatre (04) pays dont l'Espagne, la France, l'Italie et la Russie.

**Tableau n°10** : Les conventions projets signées avec l'université de Béjaïa.

n°	Université	Pays
01	Université de PALMA	Espagne
02	Université de ROUEN	France
04	Ecole des Mines de DOUAI	
05	Université de Naples	Italie
06	Université de l'environnement de Moscou	Russie
07	Institut National KOSTIKOV de la Russie de l'irrigation	

Source : Etabli à partir des données des services des relations extérieures

### 3. Présentation des entreprises de la wilaya de Béjaïa

Au niveau de la wilaya de Béjaïa nous nous intéresserons aux petites et moyennes entreprises et petites et moyennes industries (PME/ PMI), car cette catégorie des entreprises est majoritaire par rapport à la totalité des entreprises de la wilaya .Selon les données du centre national du registre de commerce (CNRC), le nombre total des entreprises, en Juin 2009, est de 10 274 entreprises dont 10 005 sont des PME/ PMI.

Malgré les conditions naturelles contraignantes (trois quart (3/4) de sa superficie sont montagneux), la wilaya de Béjaïa connaît un dynamisme économique très important au niveau national mesuré à travers le nombre des PME/ PMI. Le nombre total des PME, dans la wilaya de Bejaïa, arrêté à Juin 2009 , déclarées auprès de la caisse nationale des assurances sociales (CNAS), s'élève à 10 005 PME/ PMI contre 8 820 enregistrées à la fin de l'année 2008, soit une croissance de 13,43 %. Elle occupe la 4<sup>ème</sup> place au niveau national en 2009 comme le montre le tableau n°11.

**Tableau n° 11**: Répartition des PME/ PMI par wilaya en 2009 (les 10 premières wilayas)

Rang	Wilaya	N <sup>bre</sup> des PME 2008	N <sup>bre</sup> des PME 2009	% d'évolution
01	Alger	37 103	40 009	7,83
02	Tizi- Ouzou	17 179	19 024	10,74
03	Oran	18 971	16 867	(-11,09)
<b>04</b>	<b>Béjaïa</b>	<b>13 231</b>	<b>14 946</b>	<b>12,96</b>
05	Sétif	13 047	14 469	10,90
06	Tipaza	10 964	12 452	13,57
07	Boumerdes	10 527	11 523	9,46
08	Blida	9 905	10 854	9,55
09	Constantine	9 838	10 732	9,09
10	Annaba	8068	8 651	7,23

Source : Etabli à partir du bulletin d'information, Ministère de PME. 2009.

Les entreprises de la wilaya de Béjaïa sont distribuées d'une façon inégale sur tout le territoire. On trouve que les communes ayant la plus grande proportion d'entreprise sont les plus peuplées. Presque la moitié des entreprises (46,89%) sont localisées dans les 03 communes (Béjaïa, Akbou, El kseur) et le reste (53.11%) se répartit entre les communes de la wilaya, voire le tableau n°12.

**Tableau n°12 : La répartition spatiale des PME/ PMI de la wilaya de Béjaïa**

N°	Commune	Nbre PME/ PMI	%	Emploi	%	N°	Commune	Nbr PME/ PMI	%	Emploi	%
01	Béjaïa	3483	34,81	17 086	43,69	27	Melbou	84	0,84	319	0,82
02	Akbou	821	8,21	3 579	9,15	28	Chemini	80	0,80	146	0,37
03	EL Kseur	387	3,87	1 697	4,34	29	Amalou	79	0,79	155	0,40
04	Tazmalt	347	3,47	1 168	2,99	30	Chellata	71	0,71	132	0,34
05	Kherrata	338	3,38	975	2,49	31	Boudjellil	71	0,71	346	0,88
06	Sidi-Aich	307	3,07	1 046	2,67	32	F.Ilemathen	67	0,67	303	0,77
07	Amizour	247	2,47	937	2,40	33	Tamridjet	65	0,65	121	0,31
08	S. El-Tenine	224	2,24	617	1,58	34	M'cisna	64	0,64	313	0,80
09	Timezrit	223	2,23	515	1,32	35	Beni K'sila	64	0,64	327	0,84
10	Seddouk	201	2,01	655	1,67	36	B- Maouche	59	0,59	179	0,46
11	Aokas	175	1,75	585	1,50	37	Elflaye	58	0,58	165	0,42
12	Beni- Djellil	175	1,75	433	1,11	38	Ighram	49	0,49	200	0,51
13	Oued Ghir	174	1,74	561	1,43	39	Tinebdhar	47	0,47	74	0,19
14	I.Ouzellaguen	172	1,72	869	2,22	40	Kendira	47	0,47	88	0,23
15	Tichy	162	1,62	929	2,38	41	Ighil Ali	47	0,47	77	0,20
16	Taskriout	153	1,53	463	1,18	42	Toudja	46	0,46	237	0,61
17	D. El-Kaid	150	1,50	524	1,34	43	Bouhamza	43	0,43	176	0,45
18	Semaoun	132	1,32	335	0,86	44	Sidi-Ayad	43	0,43	87	0,22
19	Ait Smail	121	1,21	353	0,90	45	Tibane	42	0,42	112	0,29
20	Tala Hamza	108	1,08	299	0,76	46	Tifra	41	0,41	69	0,18
21	Darguina	101	1,01	353	0,90	47	T. N'berber	41	0,41	119	0,30
22	Feraoun	97	0,97	191	0,49	48	Akfadou	38	0,38	52	0,13
23	Ait R'zine	95	0,95	271	0,69	49	T. Ighil	33	0,33	81	0,21
24	Souk-Oufela	90	0,90	160	0,41	50	Boukhelifa	30	0,30	75	0,19
25	Barbacha	88	0,88	152	0,39	51	B. Melikech	20	0,20	26	0,07
26	Adekar	86	0,86	296	0,76	52	Tamokra	19	0,19	78	0,20
<b>Total</b>										<b>10 005</b>	<b>100%</b>

Source : La CNAS, Juin 2009.

La lecture du tableau n°16 fait apparaître une répartition inégale des entreprises sur le territoire de la wilaya. Presque la moitié des entreprises de la wilaya sont localisées dans les 03 communes (Béjaïa, El kseur et Akbou) et l'autre moitié sont réparties sur le reste des communes de la wilaya (49 communes).

Selon le statut juridique, les PME/ PMI de la wilaya de Béjaïa sont réparties comme suit : 98.26% sont des entreprises privées et uniquement 1.73% entreprises

publiques. Le nombre des PME/ PMI privées s'élève à 9 831 PME/ PMI privées contre 8 650 enregistrées à la fin de l'année 2007. Ces entreprises constituent la composante majeure de la population des PME, soit 98,27 % et emploient, selon la même source, un effectif total de 31 262 employeurs déclarés. Selon la même source, le nombre total des PME/PMI publiques pour la même année est de 174 PME, soit 1,73 % par rapport au total cumulé. Les PME/ PMI publiques emploient un effectif total de 7 844. Les 98,26% PME/ PMI privées sont réparties selon la forme juridique comme suit :

**Tableau n°13:** Répartition des PME/ PMI privées selon la forme juridique.

Forme juridique	Nombre des PME/ PMI 2008	%
Entreprise Individuelle	6 534	66,46
S.A.R.L	751	07,64
Fonction libérale	568	05,78
S.N.C	468	04,76
E.U.R.L	252	02,56
S.P.A	045	00,46
Autres	1 213	12,34
<b>Total</b>	<b>9 831</b>	<b>100</b>

**Source :** Service des PME et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia 2008

Presque deux tiers (2/3) des PME/ PMI de la wilaya sont des entreprises individuelles. Les propriétaires préfèrent gérer seul leurs entreprises au lieu de prendre des risques en collaboration, comme le cas des SNC ou bien des SPA. Même au niveau national, on trouve que cette est la forme la plus répandue.<sup>49</sup>

La répartition selon le secteur d'activité laisse apparaître un déséquilibre. Le secteur tertiaire occupe plus de la moitié de la totalité des entreprises PME/ PMI comme le montre le tableau n°14.

<sup>49</sup> NEDJADI. N, KHABBACHE .K et BELATTAF .M, « *L'impact de l'entrepreneuriat sur le développement territorial et régional : cas d'El kseur* ». Colloque international, « *Entrepreneuriat et Innovations dans les pays en voie de développement* ». Khemis Miliana, le 13 et 14 November, 2007.

**Tableau n° 14** : La répartition des PME/ PMI de Béjaïa par secteur d'activité.

Groupes de secteurs	Nombre des PME/ PMI	Taux	Contenu
Services	5 677	56,73%	- Transport et communication, commerces, hôtellerie et restauration, Services fournis aux entreprises Services fournis aux ménages, Etablissements financiers, affaires immobilières et services pour collectivités
Bâtiment et travaux publics	2 415	24,14%	- Bâtiment et travaux publics
Industries	1 615	16,15%	- Mines et carrières, ISMME, Matériaux de construction, Chimies, Plastiques, Industries Agroalimentaires, Industries du textile, Industries du cuir, Industries du bois et papier et Industries diverses
Agriculture et pêche	289	2,89 %	- Agriculture et pêche
Services liés aux industries	09	0,09%	- Services et travaux pétroliers, Eaux et énergie et hydrocarbures
<b>Total</b>	<b>8 820</b>	<b>100 %</b>	

**Source** : Service des PME de la wilaya de Béjaïa 31/12/2008

(56.73%) des entreprises de la wilaya sont dans les activités de transport et communication, commerce, hôtellerie et restauration, services fournis aux entreprises, services fournis aux ménages, établissements financiers, affaires immobilières et services pour collectivités. Nous remarquons aussi que pour le secteur secondaire (industrie), presque la moitié de ces entreprises sont artisanales.

En juin 2009, la population des PME/ PMI, dans ses principales composantes, se présente selon le tableau n°15 suivant :

**Tableau n°15** : La population des PME/ PMI de la wilaya de Béjaïa.

Nature des PME/ PMI	Nombre des PME/ PMI Année 2008	%
PME/ PMI privées	9 831	57,35
PME/ PMI publiques	174	1,02
Activités artisanales	7 137	41,63
Total	17 142	100

**Source** : Etabli a partie des données de la CNAS 06/2008

Les pourcentages obtenus illustrent que plus de la moitié des PME/PMI sont des PME/PMI privées soit 57,35%, suivi de 41,63% des activités artisanales tandis que les PME/PMI publiques sont représentées avec un taux symbolique de 1,02%. Ces entreprises ont participé dans la création des emplois et le développement local de la wilaya. Le tableau n°16 illustre le taux de participation de ses entreprises selon leur nature (privée / publique).

**Tableau n°16** : L'emploi dans les PME/ PMI de la wilaya de Béjaïa.

Nature des PME/ PMI		Année 2007	Année 2008	Evolution	%
PME/PMI Privées	Salariés	28 955	31 262	2 307	07,96
	Employeurs	8 650	9 831	1 181	13,65
PME/ PMI Publiques		7 730	7 844	114	01,47
S/ Total		45 335	48 937	3 602	23,08
Activités artisanales		10 225	10 620	395	03,86
<b>Total</b>		<b>55 560</b>	<b>59 557</b>	<b>3 997</b>	<b>07,19</b>

**Source** : Etabli a partir des données de la CNAS 31/12/2008.

Nous constatons, d'après le tableau ci-dessus, une évolution de 07,19 % des emplois créés pendant la période 2007-2008, avec une participation importante des PME/ PMI privées et d'un pourcentage de 93,63% contre un taux significatif de 06,36% pour les PME/ PMI publiques ( y compris les salaires et employeurs) par rapport au total des PME/ PMI de la wilaya, sans compter les activités artisanales. On peut expliquer cette augmentation par le soutien, de l'Etat Algérien, à la création des PME/PMI ainsi que son encouragement au processus de privatisation de ces entités par la mise à leur disposition des moyens financiers ( accord des crédits bancaires ) et des agences pour le développement comme le Conseil National de la Concertation, le Fonds de Garantie des Crédits et les Programmes de la mise à niveau, l'Agence nationale de développement des

PME/ PMI, les Centres de Facilitations et les Pépinières d'entreprises, le Centre d'Etudes et de Recherches de la PME/ PMI et le Comité National de la Promotion de la Sous-traitance.

L'université de Béjaïa et le tissu industriel qui l'entoure constituent deux piliers très importants qui peuvent jouer un rôle dans le développement de la wilaya de Béjaïa. Un vrai partenariat entre ces deux institutions peut encore rendre le territoire plus compétitif et toute la région bénéficiera de l'effet du à ce partenariat (synergie).

# **Chapitre V**

## **Enquête de terrain**

## Chapitre V: Enquête de terrain

---

Dans ce chapitre, nous allons présenter l'enquête de terrain que nous avons menée auprès de quelques entreprises et quelques responsables de l'université de la wilaya Béjaïa. Nous avons divisé ce chapitre en deux sections, la première section est une explication aux actions préalables au déroulement de l'enquête l'administration de notre questionnaire, l'explication des différentes parties du questionnaire et la présentation des échantillons enquêtés, la deuxième section est un traitement et évaluation du partenariat entre l'université de Béjaïa et les entreprises enquêtées selon les données recueillies.

### 1. Actions préalables au lancement de l'enquête et présentation de l'échantillon d'étude

Nous présentons, dans cette section, la démarche suivie pour réaliser notre enquête tel que : l'objectif de l'enquête, le choix de l'échantillon, les difficultés rencontrées lors de l'enquête depuis son lancement jusqu'à l'analyse des données.

Nous avons consulté plusieurs travaux, d'ouvrages de méthodologie<sup>50</sup> et d'études ayant porté sur presque les mêmes procédures, afin d'en tirer le maximum d'informations et de profiter de l'expérience acquise, bonne ou mauvaise. Nous considérons cette enquête comme étant le moyen à travers lequel nous arriverons à notre objectif, « *L'enquête de terrain se conduit le plus souvent dans un milieu d'interconnaissance où l'on recueille des données par des observations, des entretiens ainsi que des recherches documentaires. Le travail de terrain permet d'observer les comportements sociaux et les représentations*

---

<sup>50</sup> - NOUIRI Abdennour, « *Réussir mon mémoire et ma thèse* ». Ed : OPU. Alger, 2008.

- WACHEUX. F, « *Méthodes qualitatives et recherche en gestion* ». Ed : Economica, Paris, 1996.

- BROSSIER Gilder et DUSSAIRE Anne- Marie, « *Enquête et sondage, méthodes, modèle, applications et nouvelles approches* ». Ed : DUNOD, Paris, 1999.

- BZRTHER. N, « *Les techniques d'enquête en sciences sociales* ». Ed : Armand colin, Paris 2002.

- RODOLPHE Ghiglione et BENJAMIN Matalon, « *les enquêtes sociologiques théories et pratique* ». Ed : ARMAND COLIN, 6<sup>ème</sup> édition, 2008.

- SINGLY. F, « *l'enquête et ses méthodes* ». Ed : ARMAND COLIN, 2<sup>ème</sup> édition. Paris. Sept 2006.

*culturelles (en situation), dans leurs contextes concrets de production »<sup>51</sup>. C'est un fil conducteur à suivre pour aboutir à confirmer ou bien à infirmer notre hypothèse de départ dont elle constitue le noyau central de notre recherche et c'est un moyen pour mieux comprendre la réalité de la relation Université-Entreprise dans la dimension locale de la wilaya de Béjaïa, car notre thème de recherche est considéré comme un sujet d'actualité qui mérite une mise à jour, bien qu'il soit traité par nos enseignants et nos camarades, il reste toujours un thème très vaste et contient plusieurs angles pour le traiter.*

Cette enquête nous permet de connaître l'intérêt de chaque institution du partenariat dans sa dimension locale. Pour l'intérêt de l'université, il s'agit de motiver ses chercheurs pour travailler et tester leurs recherches théoriques, un bon réceptionniste pour ses étudiants diplômés sortants, un lieu de stage pour les étudiants en fin de cycle, un stimulateur pour les recherches scientifiques du fait de leur poids économique très important dans la région et leur proximité. Pour les entreprises, il s'agit de bénéficier de formations théoriques pour son personnel, une source de la main d'œuvre qualifiée, une source fiable très proche des innovations et des recherches scientifiques, de partager les points de vue des enseignants et des chercheurs de l'université, une plate-forme de publicité pour la commercialisation de leurs produits, un milieu (l'université) de progression et de développement des connaissances et le partenariat peut se traduire en avantage concurrentiel. Même la région dans son ensemble peut tirer des avantages procurés par ce partenariat qui sont les suivants : Rendre le territoire plus attractif et compétitif, profiter du phénomène de synergie dû à la coopération entre les deux institutions, faire avancer la recherche et le développement, réduire la dépendance vis-à-vis de l'étranger en termes d'innovation et de recherche scientifique, diffuser et promouvoir l'utilisation de la nouvelle technologie de l'information et de la communication (NTIC). Il est nécessaire de préciser que cette enquête ne prétend pas apporter des solutions aux problèmes de dysfonctionnement du partenariat ni de conduire une investigation d'envergure, car nous ne disposons ni de temps ni de moyens.

Il aurait été souhaitable, afin d'établir une représentation assez fidèle de la réalité du partenariat, de prendre un nombre plus important d'entreprises localisées au niveau de

---

<sup>51</sup> MISCHI. J, « *l'enquête de terrain* ». Séminaire de méthode Sciences-Po. Paris. France. Document électronique téléchargé du site: [mischi@enesad.inra.fr](mailto:mischi@enesad.inra.fr).

la wilaya pour constituer notre échantillon. Ceci est hors de notre portée, du fait du manque de temps et des moyens de transport et financiers, mais nous avons essayé, dans la mesure du possible, de constituer un échantillon représentatif de la population mère. Pour cela, nous avons utilisé des critères pour délimiter notre échantillon d'étude. Il s'agit, en termes de localisation des entreprises, de deux aspects qui sont retenus, à savoir la concentration et le rapprochement. En termes de la nature des entreprises, deux autres aspects ont été puis tenus en compte, à savoir l'activité et la taille de l'entreprise.

Le premier aspect de notre choix est celui du rapprochement où nous avons choisi la majorité des entreprises les plus proches pour la raison de manque de moyens de déplacement ainsi que du manque des moyens financiers que les déplacements répétés vers les entreprises suggèrent : d'abord pour avoir l'accès, pour le dépôt des questionnaires, pour le suivi et enfin pour la récupération des réponses.

Notre deuxième aspect de choix concerne la nature de l'activité de l'entreprise enquêtée, cette dernière a été choisie sur la base d'innovation, de la formation de leur personnel et la réception des étudiants en fin de cycle pour effectuer leur stage pratique. Le manque de ressources qui sont à notre disposition et la difficulté d'accès à l'intérieur des entreprises nous ont contraints à limiter notre étude au niveau de trois régions de la wilaya les plus industrialisées (les trois zones industrielles de la wilaya). Le nombre important des entreprises de la wilaya nous a facilité le choix de l'échantillon le plus adéquat pour notre étude théorique de la relation Université-Entreprises en termes d'innovation, formation stages pratiques, entrepreneuriat. Nous avons constitué notre échantillon en nous appuyant sur les sources documentaires suivantes :

- Annuaires de la wilaya de Béjaïa 2007/2008 et 2008/2009 ;
- Registre de commerce de la wilaya ;
- Direction de PME / PMI de la wilaya de Béjaïa ;
- Des dépliants de l'université pour connaître les directions responsables de ces relations.

Nous avons choisi un échantillon dont la taille est de (30) entreprises. Compte tenu de notre souci de prendre des informations sur les diverses entreprises de la région de différents secteurs d'activités, nous avons subdivisé l'échantillon en plusieurs secteurs ou groupes d'activités: l'agroalimentaire, les industries et les services. L'échantillon est constitué soit des PME/PMI soit des grandes entreprises dont le but est d'identifier la

nature des entreprises qui sont en relation avec le milieu de la recherche scientifique et de l'innovation.

Pour choisir les personnes à interroger au niveau des deux organismes, nous avons posé quelques questions comme critères de sélection. Quelles seraient les personnes à interroger dans notre étude? Quels sont les critères retenus et pourquoi ? Ces questions ont pour objectif de choisir les personnes qui ont la capacité et la confiance de nous répondre objectivement et d'une manière scientifique. Du côté des entreprises, les personnes interrogées sont le PDG, le directeur, directeur des ressources humaines, le chef de service de la formation et des relations extérieures. Du côté de l'université, nous avons choisi les responsables qui ont des contacts avec les entreprises : les doyens, les chefs de service des stages pratiques de chaque faculté et le chef de service des relations extérieures.

Dans le but de trouver des réponses à nos préoccupations, nous avons opté pour une technique de recherche que nous trouvons plus utile et plus fiable. Il y a lieu de montrer les différentes étapes que nous avons suivi par lesquelles nous atteindrons nos objectifs. L'enquête de terrain a été menée en deux phases qualitative et quantitative. La phase qualitative est faite par le rapprochement avec les responsables des deux entités afin de réunir toutes les informations nécessaires à notre mémoire, la consultation des conventions signées entre l'université de Bejaia avec quelques entreprises de la wilaya et des entretiens avec les personnels des différentes directions de la hiérarchie que ce soit de l'université ou des entreprises.

Deux grandes difficultés ont été des obstacles dans notre phase qualitative, à notre niveau et au niveau des institutions enquêtées. A notre niveau, il s'agit de la difficulté de s'éloigner de la culture du questionnaire : On veut poser des questions dans l'ordre, au lieu de mener une véritable conversation et la difficulté de dégager au fur et à mesure de l'entretien ce qui est pertinent de ce qui n'est pas par rapport à l'enquête dans les propos de l'interlocuteur, ce qui se manifeste aussi par les difficultés de faire des synthèses. Au niveau des organismes enquêtés, les difficultés résident dans le fait que les interlocuteurs sont parfois absents, ce qui exige de nous une grande patience et un temps considérable du fait que le statut social et le comportement de l'enquêté posent parfois des problèmes.

Dans le but d'obtenir des informations précises, quantifiées et exploitables pour notre thème de recherche, nous avons opté pour une technique que nous trouvons plus utile

et plus fiable, et qui est bien l'étude quantitative qui repose sur un sondage aléatoire simple<sup>52</sup>. C'est une enquête ponctuelle réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population étudiée, dont les résultats obtenus auprès de l'échantillon sont ensuite extrapolés à la population étudiée. Pour cela, nous avons utilisé deux (02) questionnaires, l'un destiné aux personnels des entreprises enquêtées et l'autre affecté aux responsables de service de stage de l'université, toute en suivant la méthodologie de la recherche scientifique. Notre recours à ces questionnaires se justifie par deux raisons : L'absence des données détaillées et actualisées, même si elles existent elles sont toujours confidentielles. L'absence d'études fiables au sein des organismes publics concernés, notamment en matière de suivi des conventions signées et l'existence des services spécialisés dans le domaine de partenariat avec les institutions entourées. Notre questionnaire répond à un besoin d'information. Il est donc un ensemble de questions construites dans le but de gérer l'information nécessaire à l'accomplissement des objectifs de l'étude.

Parmi les deux types d'administration de questionnaire, nous avons adopté une administration indirecte<sup>53</sup>. Dans ce cas, c'est l'enquêteur qui note les réponses existantes dans le questionnaire, car l'administration indirecte permet d'obtenir de meilleurs résultats. Nous avons précédé le début de notre questionnaire avec une courte introduction qui présente l'enquête et de le terminons par un remerciement à l'enquêté. Il est composé d'une vingtaine de questions qui devraient nous permettre de recueillir auprès d'une trentaine d'entreprises ainsi que de l'université les informations correspondantes aux objectifs visés par notre étude.

Nous avons veillé, lors de l'élaboration de notre questionnaire, à ce que nos questions répondent à un certain nombre d'impératifs :

1. Comporte des termes dans le domaine du partenariat (projet, réalisation, convention, recherche scientifique, la durée, etc.) ;
2. Etre posées en style simple dont le sens est clair pour tout le monde ;
3. Ne comporte qu'une seule idée bien précise.

---

<sup>52</sup> Sondage aléatoire simple : Une liste de toutes les unités de sondage est dressée et on procède à un tirage au sort. Sondage systématique : À partir de la liste de toutes les unités de sondage, on en tire une sur n. Sondage stratifié : Si la population peut être divisée en groupes homogènes, le tirage au sort se fait à l'intérieur des différents groupes.

<sup>53</sup> Il faut noter que les questionnaires d'administration directe : C'est la personne interrogée note elle-même ses réponses sur le questionnaire. Les questionnaires d'administration indirecte : C'est l'enquêteur qui note les réponses que lui fournit le sujet.

Le fait que notre questionnaire est destiné à être rempli à l'intérieur des organismes enquêtés (les entreprises et l'université), nous avons pris le soin à ce que notre questionnaire soit bien élaboré et il doit être agréable, suffisamment lisible pour les personnes ayant des problèmes de vue. Afin de collecter le maximum d'information en un temps rapide et de ne pas lasser le questionné (le responsable) nous avons posé des questions formulées le plus simplement possible. Les questionnaires<sup>54</sup> que nous avons élaboré se complètent. Ils sont munis d'un petit texte expliquant le contexte de l'étude en bref et d'une façon motivante. Nos questions contiennent des questions fermées et des questions ouvertes. Ces dernières sont des questions dont la formulation laisse au répondant toute latitude pour construire librement sa réponse et la donner avec ses propres mots. Par contre, les questions fermées contiennent les modalités de réponse attendues entre lesquelles le répondant doit impérativement choisir sa réponse à l'exclusion de toutes autres possibilités<sup>55</sup>.

Le premier axe du questionnaire adressé aux responsables des entreprises enquêtées est réservé à l'identification de la personne et de l'entreprise (présentation de la personne enquêtée, la nature de l'activité de l'entreprise, son statut juridique et son domaine d'activité). Cet axe a pour objectif de voir la place, le niveau d'instruction et l'ancienneté de la personne enquêtée car il est aberrant de questionner une personne qui n'a rien à voir avec le domaine ou bien un nouveau recruté ne possédant aucune information dans le domaine.

Le deuxième axe est réservé à l'entreprise et sa relation avec le domaine d'innovation et de la formation pour déterminer si cette entreprise a une relation avec les domaines issues de l'université et des centres de recherches. Cet axe nous permet de passer au troisième axe ou bien de nous arrêter à ce niveau. Il est considéré comme un pont de passage au troisième axe ou bien un point d'arrêt.

Le troisième axe illustre la nature de la relation de l'entreprise enquêtée avec le monde universitaire, particulièrement avec l'université de Bejaia, afin de comprendre la nature de cette relation et de l'évaluer par rapport à notre étude théorique concernant le

---

<sup>54</sup> Les deux questionnaires adressés aux entreprises et à l'université sont en annexes. Page 126.

<sup>55</sup> Nous avons utilisé dans notre questionnaire les différents types de questions fermées : La question fermée à choix multiples. La question fermée à réponse unique qui oblige le prospect à choisir une seule réponse parmi les différentes modalités qui lui sont proposées. La question fermée dichotomique énonce deux propositions de réponses entre lesquelles le prospect en choisit une seule. La question fermée multi réponses : énonce plusieurs propositions entre lesquelles le prospect doit en choisir une et une seule.

domaine de l'innovation, de la formation, de l'entrepreneuriat et des recherches scientifiques.

Le questionnaire adressé aux responsables de l'université est décomposé en trois grands axes. Le premier axe est une présentation de la personne enquêtée comme : le poste occupé et la durée d'expérience pour voir si elle peut répondre à nos questions, puis on passera au deuxième axe. Ce dernier est une illustration de la relation de l'université de Bejaia avec le tissu industriel entouré dans les mêmes domaines que nous avons déjà cité dans le questionnaire. Ainsi nous avons détaillé un peu l'angle des stages pratiques tels que : l'accès des étudiants et des chercheurs de l'université aux données, aux informations et aux laboratoires des entreprises. Le troisième axe est une évaluation de la relation entre l'université et les entreprises enquêtées au niveau de la wilaya de Bejaia, en termes d'innovation, de la formation, des stages pratiques, des recherches scientifiques et des rencontres. Cet axe contient aussi des questions concernant les obstacles qui font face à ce partenariat et son avancement et des questions sur les points de vue des responsables relatifs à l'avenir du partenariat entre les deux entités.

Il est nécessaire de s'assurer que le questionnaire répond effectivement à notre recherche. Pour cela, nous avons effectué un test sur quatre entreprises choisies au hasard selon nos moyens, parmi les entreprises que nous avons sélectionné pour être enquêtées. Ceci nous a permis de mesurer le niveau de compréhension des questions et surtout de valider l'hypothèse de travail définie et aussi de l'enrichir éventuellement. La réticence, les difficultés éprouvées par quelques responsables enquêtés, le questionnaire jugé par quelques uns comme étant trop long et l'exigence par certains enquêtés d'assurer l'anonymat de leur personnalité nous ont amené à revoir nos ambitions et à éliminer certaines questions que nous avons jugé négligeables telles que celles qui concernent l'identification de l'enquêté ainsi que la reformulation de certaines questions pour les rendre plus simples et précises.

Le test réalisé précédemment nous a permis de réduire le nombre de questions adressées aux entreprises à 25 tandis que le nombre de questions affectées au personnel de l'université reste comme il a été (21 questions). Ces deux questionnaires définitifs comportent des questions fermées, semi- fermées et filtres, dans le but de faciliter la tâche aux réponders et surtout de leur épargner des réflexions inutiles.

Pour cela, une série de vérifications est indispensable grâce à ce pré-test, car cette étape est très importante pour corriger et perfectionner les questionnaires avant leur lancement final (le nombre de questions, leur ordre, leur libellé).

Le nombre d'exemplaires du questionnaire destiné au personnel des entreprises est de trente (30), contre huit (08) exemplaires de questionnaires destinés aux responsables de l'université selon le nombre des chefs de service des stages (sept pour les chefs de services et un pour le responsable des relations extérieures). Précisons que la liste des trente (30) responsables des entreprises retenues contient les indications suivantes : le numéro du questionnaire, le nom et le prénom de l'interrogé, la fonction occupée. Une autre liste pour les responsables de l'université, porte aussi les mêmes indications et la signature de l'interrogé.

Le questionnaire nous a obligé à établir et à poser des questions pour mener à bien notre travail de recherche et à analyser le point de vue des responsables des entreprises enquêtées et les responsables de l'université ainsi que pour collecter le maximum d'informations jugées utiles pour notre thème de recherche. *« Le questionnaire constitue un instrument privilégié de la collocation des informations....l'enquête par questionnaire est aujourd'hui une technique courante des sciences sociale. La bonne compréhension et la bonne maîtrise de la construction de cet outil, ainsi que ses conséquences sur l'attitude des répondants, constituent des enjeux majeurs »*<sup>56</sup>.

En même temps, pour bien confirmer et valider les réponses, nous avons choisi un autre mode d'enquête par interview directe (la méthode face à face / auto administrée). Le « face à face » est un mode simple, rapide et efficace, le taux de non réponse est faible et il permet de mieux comprendre les opinions et les attentes des responsables des deux entités. *« L'entretien revêt des processus fondamentaux de communication et d'interaction humaine. L'entretien engage deux personnes en vis-à-vis et à ce titre ne peut être considéré comme un questionnaire où on est dans une relation anonyme »*<sup>57</sup>. L'entretien présente plusieurs avantages. Il permet :

---

<sup>56</sup> BROSSIER Gilder et DUSSAIRE Anne- Marie, « *Enquête et sondage, méthodes, modèle, applications et nouvelles approches* ». Ed : DUNOD. Paris, 1999, Page 272.

<sup>57</sup>Nicolas Lefèvre, « *Méthodes et techniques d'enquête* », Document téléchargé du site : [http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=res&cd=2&ved=0CB0QFjAB&url=http%3A%2F%2Fstaps.univlille2.fr%2Ffileadmin%2Fuser\\_upload%2Fressources\\_peda%2FMasters%2FSLEC%2FPlan\\_biblio.pdf&rct=j&q=M%20C3%A9thodes+et+techniques+d%E2%80%99enqu%C3%AAt+&ei=8VnqS5iWC6D00gSI28iEAw&usg=AFQjCNGxgfczN-KJaQwvdWfCUJiKa9UZGQ](http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=res&cd=2&ved=0CB0QFjAB&url=http%3A%2F%2Fstaps.univlille2.fr%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Fressources_peda%2FMasters%2FSLEC%2FPlan_biblio.pdf&rct=j&q=M%20C3%A9thodes+et+techniques+d%E2%80%99enqu%C3%AAt+&ei=8VnqS5iWC6D00gSI28iEAw&usg=AFQjCNGxgfczN-KJaQwvdWfCUJiKa9UZGQ).

- D'analyser le sens que les acteurs donnent à leur pratique et aux événements auxquels ils sont confrontés : leurs systèmes de valeurs, leurs repères normatifs, leurs interprétations de situations conflictuelles, etc.
- D'analyser un problème précis tel que : ses données, ses enjeux, les différentes parties en présence, les systèmes de relations, etc.
- De reconstituer le processus d'actions, d'expériences ou d'événements du passé.

Nous avons essayé de bien préparer notre entretien, car la qualité des informations obtenues dépendra de la préparation de l'entretien mais également de la façon dont les différents points seront abordés et dont l'interviewé sera guidé vers les situations et les comportements à décrire. Nous avons utilisé un moyen simple durant notre entretien avec les responsables des deux côtés, les propos des interviewés sont portés sur une feuille puis analysés, car la meilleure évaluation de l'entretien ne se réalise pas au cours de l'entretien mais après. Durant l'entretien, l'interviewé sera le plus descriptif possible, c'est-à-dire qu'il relatera des faits. Il se contentera de noter ce qu'il a entendu ou observé, sous forme de jugements ou d'évaluations immédiates. Ces évaluations pourraient s'avérer par la suite improbables et empêcheraient toutes rectifications ou tout contrôle faute de pouvoir remonter aux sources objectives de l'interprétation.

L'enquête a été réalisée par nous-mêmes, et à l'aide de quelques amis de la région enquêtée. Elle s'est déroulée sur une durée de plus de deux mois, de 20 Janvier à Mars 2010.

Il est très utile, avant de traiter les données, de donner une présentation de l'échantillon des entreprises et des responsables de l'université enquêtés à savoir la liste des entreprises, les problèmes rencontrés lors de la distribution des questionnaires et la collection des informations, les difficultés de traitement des informations et leur classement.

L'échantillon que nous avons choisi, parmi toutes les entreprises de la wilaya, est constitué de 30 entreprises. Ces dernières se situent au niveau de trois zones industrielles (Bejaia, El kseur et Akbou). Le tableau n°17 ci-dessous, illustre cet échantillon tout en déterminant : Le nom de l'entreprise, le lieu de localisation, son statut juridique, la nature de son activité et le nombre de travailleurs, selon les données de chaque entreprise et l'exploitation des données de la DPAT, 2009).

**Tableau n° 17:** La liste des entreprises enquêtées au niveau de la wilaya de Béjaïa.

N°	L'entreprise	Lieu de localisation	Nature juridique	Domaine d'activité	Nombre de travailleurs
1	Groupe CEVITAL	Port de Bejaia	SPA	agroalimentaire	886
2	Bejaia Emballage	Z.I Route des Aurès Bejaia	SPA	Toile jute, Sacherie jute, Ficelle corde	346
3	ICOTAL Industrie Cotonnière Algérienne	Arrière-port Bejaia	SPA	Bonneterie, Vêtements sport,	410
4	ALCOST Algérienne du Costume	Z.I Route des Aurès Bejaia	SPA	Articles de villes, Tenues et uniformes, Articles	484
5	TRANSBOIS Société transformation du bois	Arrière-port Bejaia	SPA	Panneau contre-plaqué, Panneau latté, Panneau	385
6	Complexe COGB/La Belle Complexe Corps	Z.I. Ihaddaden	SPA	Raffinerie, Savonnerie, Margarine, Glycérine,	561
7	NAFTAL DISTRICT COM	Arrière-port Béjaïa	SPA	Distribution Produits Pétroliers et Dérivés	528
8	SONELGAZ	Route de Jijel Béjaïa	SPA	Fourniture d'Electricité et Gaz	464
9	Entreprise KAHRIF	Z.I. Bejaia	SPA	Transport par canalisations pétrole brut	037
10	Le Meunier	ZI Bejaia	EURL	Farine panifiable	011
11	SICAM Boutons jeans	Z.I. Béjaïa	SARL	Boutons jeans, Bts-pression	016
12	TCHIN-LAIT	RN12 Bir Slam Béjaïa	SARL	Lait UHT	234
13	S.E.P Extrusion plastique	Z.I Bejaia	SARL	Graine électrique bâtiment Tubes et tuyaux	013
14	SIMB	Z.I. Béjaïa	SPA	Unité de charpente	88
15	Candia	Z.I Béjaïa	SPA	Lait, jus	336
16	SOMACOB Société des Matériaux	Z.I de Bejaia	SPA	Matériels de construction	480
17	Laiterie Fromagerie DJURDJURA	Taharacht, Akbou	Sarl	Lait, yaourt	066
18	ITHRI HAMMIDOUCHE	Akbou	SARL	Eau minérale OVITALE	056
19	Akkouche & Frères Limonaderie RODEO	Akbou	SNC	Boissons gazeuses	014
20	Amra Salim Golden Drink	Akbou	SNC	Mise en bouteille jus	015
21	GENERAL EMBALLAGE	Taharacht Akbou	SARL	Plaques en carton ondulé	115
22	Akbou Plastique ZAC Belhoul Braham	Taharacht, Akbou	SARL	Transformation plastique Emballage	087
23	BATELEC	Taharacht Akbou	SARL	Accessoires électricité bâtiment	034
24	Condi Volaille	Taharacht Akbou	SARL	Abattage conditionnement	059
25	NOMADE Bouzeroual	Akbou	SARL	Eaux minérales gazéifiées	031
26	Grands Moulins de la Vallée	Taharacht Akbou	SARL	Semoules & dérivés	028
27	Savonnerie Gueldamene	Taharacht Akbou	SARL	Détergents	065
28	Benseba Karim Betonex	Taharacht Akbou	SARL	Production de béton et agglomérés	085
29	COJEK	EL-kseur Route de la gare BP66	EURL	Conserverie	126
30	DRIES	Z.I El Kseur	SARL	Chaises et mobilier scolaire	054

**Source :** Réalisé par nous mêmes à l'aide des données de chaque entreprise et les données de la DPAT de Béjaïa 2009.

Nous remarquons, selon la taille de l'entreprise<sup>58</sup>, que la majorité des entreprises enquêtées (90%) sont les PME/PMI et seulement 03 entreprises sont de grandes entreprises.

Plus de la moitié (soit 56,66% de l'échantillon global) est localisée au niveau de la commune de Béjaïa (16 entreprises parmi les 30 entreprises enquêtées), puis la commune d'Akbou avec 11 entreprises et seulement 02 entreprises au niveau de la commune d'El kseur. Ce choix est motivé par le rapprochement de ces entreprises de l'université et de notre résidence universitaire et même de notre habitation concernant le choix des entreprises d'Akbou. La deuxième remarque qu'on peut attribuer à notre échantillon est que la totalité des entreprises selon leur statut juridique, ont un caractère privé (14 SARL, 12 SPA, 02 EURL et 02 SNC). L'autre et dernière remarque qu'on a pu tirer de notre échantillon d'étude est que la majorité des entreprises selon leur nature d'activité sont des entreprises industrielles, 25 parmi les 30 entreprises à enquêter, soit un pourcentage proche de 84% contre 05 entreprises opérant dans le secteur tertiaire (services).

Notre échantillon, au niveau de l'université de Bejaia, est constitué de responsables de service des stages de chaque faculté (sauf la faculté de médecine puisqu'elle est nouvelle et la faculté de droit et des sciences juridiques parce qu'elle ne possède aucun service des stages) et le responsable des relations extérieures de l'université.

**Tableau n° 18 :** Les responsables enquêtés au niveau de l'université

n°	L'enquêté	Local
01	Le chef de service de relations extérieures	Université de Béjaïa
02	Le chef de service de stage	Faculté des sciences exactes
03	Le chef de service de stage	Faculté des lettres et des sciences Humaines
04	Le chef de service de stage	Faculté de technologie
05	Le chef de service de stage	Faculté des sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales
06	Le chef de service de stage	Faculté des sciences de la nature et de la vie

**Source :** Réalisé par nous-mêmes.

<sup>58</sup> Il faut souligner que nous avons classifié les entreprises selon leurs effectifs comme suit :

- De 1 jusqu'à 499 sont de PME/PMI;
- Plus de 500 sont de grandes entreprises.

Au cours de notre enquête, nous nous sommes confrontés à plusieurs difficultés. D'abord, nous n'avons pas pu faire une administration directe des questionnaires, car les chefs d'entreprises ne sont pas toujours disponibles. Soit ils sont très occupés, soit ils sont en mission. Certains d'entre eux ont même refusé de prendre le questionnaire. Malgré toutes nos explications de l'intérêt de l'étude pour leur entreprise, leur réponse a été simplement « nous n'avons pas de temps à vous consacrer », ce qui nous a obligé à recourir à des intermédiaires pour parvenir à les convaincre de remplir notre questionnaire.

Une autre difficulté plus importante, était la perte des questionnaires par les enquêtés. Nous étions dans l'obligation de leur proposer d'autres exemplaires et de les prier de répondre. Autres chefs d'entreprises ont perdu beaucoup de temps dans la recherche des questionnaires dont ils ont oublié la destination. Cet état de chose a été occasionné par la mauvaise affectation des questionnaires. En effet, dans certaines entreprises, les questionnaires ont été affectés à des services qui n'ont pas l'habilité de fournir les informations recherchées pour simplement dégager la responsabilité.

En aucun cas, nous n'avons imaginé, avant de commencer notre enquête de terrain, de rencontrer des difficultés au niveau de l'université. Les difficultés rencontrées sont la non disponibilité des responsables que nous voulions questionner. Quelques chefs de service concernés expliquent leur refus de nous répondre par le fait qu'ils pourraient avoir des problèmes avec leurs supérieurs hiérarchiques. Pour pallier à cette contrainte, nous avons adressé un autre questionnaire à leur hiérarchie. Ceci ne nous a pas évité quelques problèmes tels que le refus de répondre à quelques questions, notamment celles relatives au poste occupé. De ces faits, nous avons déduit que le grand problème rencontré est celui de la peur des questionnés de nous répondre sur nos questions pour diverses raisons.

Par ailleurs, la taille réduite de l'échantillon ainsi que les non-réponses pour certaines questions et les non-retours de quelques questionnaires peuvent constituer aussi une limite pour nos résultats. Lors de la collection des questionnaires, nous avons rencontré quelques problèmes que nous pouvons résumer dans les points suivants :

- La négligence, caractéristique de certains responsables questionnés (surtout ceux des entreprises), nous a causé une perte de temps ainsi que des va-et-vient;
- Des problèmes d'accès au sein des entreprises enquêtées ;
- L'indisponibilité de quelques dirigeants ;

- Le refus direct de quelques responsables de répondre sur le questionnaire affecté pour plusieurs raisons.

Tout ceci ne fait pas perdre au travail sa substance.

## 2. Traitement et analyse des résultats

Dans cette section, nous allons extraire les résultats nécessaires pour notre recherche à partir du traitement et de l'analyse des données collectées. Nous avons utilisé des tableaux statistiques simples et éventuellement d'autres outils statistiques comme les histogrammes et graphes, fin d'évaluer la relation existante entre l'université de Bejaia et les entreprises enquêtées. Le traitement et l'analyse des résultats ont été effectués à l'aide du logiciel SPSS.

MATALON. G (1970) dit « *Toute enquête, qu'elle soit qualitative ou quantitative pose, d'une part, le problème de l'agrégation des réponses individuelle et d'autre part, celui de leur généralisation ....* »<sup>59</sup>. L'étape de la collection des réponses nous a nécessité un grand effort de concentration afin de comprendre et de trier les réponses de tous les interrogés pour chaque question posée dans le but d'arriver à l'organisation et au classement des réponses.

Nous avons choisi parmi les réponses possibles celles que nous avons jugé adéquates. Nous nous sommes concentrés beaucoup plus sur les réponses des questions de deuxième et troisième axe, car ils constituent le noyau de notre sujet, tandis que le premier axe regroupe l'ensemble des questions dont l'objectif est d'identifier la personne interrogée.

Il est important, avant de commencer l'évaluation, de souligner que, parmi les 30 entreprises, 05 ne veulent pas répondre à notre questionnaire (02 SPA, 02 SARL et une SNC). Pour cela, notre évaluation a été réduite à 25 entreprises dont SARL ,10 SPA, 03 EURL et une SNC.

Nous soulignons que notre évaluation a été effectuée selon l'ordre des questions dans le questionnaire axe par axe, pour les entreprises et l'université.

Le premier axe est considéré comme une identification des deux entités enquêtées. Nous récapitulons les réponses dans des tableaux avec des pourcentages, des fréquences et nous avons même effectué un tri croisé des données. A ce niveau, nous étalerons l'étude

---

<sup>59</sup> In Olivier de Sardan. JP, « *L'enquête socio-anthropologique de terrain : synthèse méthodologique et recommandations à usage des étudiants* ». Laboratoire d'études et recherches sur les dynamiques sociales et le développement local. Etudes et Travaux n° 13 .Octobre 2003. Page 38.

seulement sur l'identification des entreprises enquêtées (voir tableau n°19), car nous avons identifié l'université dans le chapitre précédent (chapitre 04, section 02).

**Tableau n°19** : Classification des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Agroalimentaire	08	32	32
Industriel	12	48	80
Service	03	12	92
Travaux publics	02	08	100
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Si nous voulons classer les entreprises de notre échantillon selon le secteur d'activité, nous trouvons 32% des entreprises activant dans le secteur agroalimentaire, 48% dans l'industrie, 12% dans le secteur tertiaire et enfin 08% dans le domaine des travaux publics. La constitution de notre échantillon selon le statut juridique est illustrée dans le tableau n°20.

**Tableau n°20** : Classification des entreprises enquêtées selon leur statut juridique.

	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
SPA	10	40	40
SARL	12	48	88
EURL	02	08	96
SNC	01	04	100
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Une lecture de ce tableau montre que la majorité des entreprises de notre échantillon sont des SARL et SPA 88 % des entreprises enquêtées et seulement 12% entre EURL et SNC. Le tableau n°21 classe les entreprises selon le statut juridique et le secteur d'activité.

**Tableau n°21** : Classification des entreprises enquêtées selon le statut juridique / secteur d'activité.

		Secteur d'activité				Total
		Agroalimentaire	industriel	service	travaux publics	
Statut juridique	SPA	05	04	01	-	<b>10</b>
	SARL	03	07	01	01	<b>12</b>
	EURL	-	01	01	-	<b>02</b>
	SNC	-	-	-	01	<b>01</b>
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>12</b>	<b>03</b>	<b>02</b>	<b>25</b>

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Le deuxième axe, des deux questionnaires, élaborés est réservé à la relation de l'entité étudiée avec le domaine de l'innovation et de la formation.

Les réponses des responsables d'entreprises relatives à la place de l'innovation dans leurs entreprises sont illustrées dans le tableau n°22 et le graphe n° 02. 64% fait de l'innovation.

**Tableau n°22** : L'innovation dans les entreprises enquêtées.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Oui	16	64,0	64,0
Non	07	28,0	92,0
Pas de repense	02	8,0	100,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

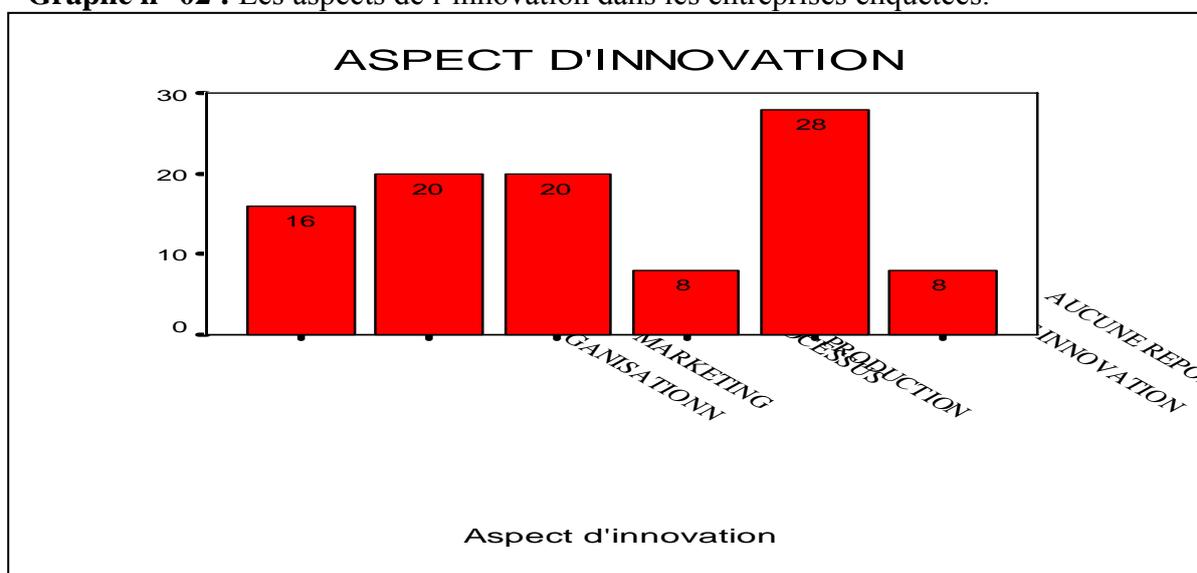
Les entreprises où l'innovation est présente, concernent spécialement quatre domaines : organisationnel, marketing, production et processus. Les différents aspects de l'innovation des entreprises enquêtées sont présentés dans le tableau n°23 et le graphe n° 02.

**Tableau n°23** : Les différents aspects de l'innovation des entreprises enquêtées

	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
Aspect organisationnel	04	16,0	16,0
Aspect marketing	05	20,0	36,0
Aspect de production	05	20,0	56,0
Processus	02	8,0	64,0
Aucune innovation	07	28,0	92,0
Aucune réponse	02	8,0	100,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

**Graphe n° 02** : Les aspects de l'innovation dans les entreprises enquêtées.



Nous remarquons que les aspects de l'innovation les plus dominants sont ceux de la production et de marketing (40% de la totalité des aspects), et cela montre que ces entreprises cherchent à satisfaire leurs clients et à gagner de plus en plus des parts de marché.

L'innovation, dans notre échantillon d'étude, concerne plusieurs aspects et les entreprises innovantes appartiennent aux différents secteurs d'activité. Le tableau ci-dessous nous fournit la répartition des aspects de l'innovation en fonction des secteurs d'activité.

**Tableau n° 24:** Tableau croisé secteur d'activité / innovation / aspect d'innovation

Aspect d'innovation	Secteur d'activité		Innovation			Total
			Oui	Non	Pas de réponse	
Aspect organisationnel	Secteur d'activité	Agroalimentaire	03	-	-	<b>03</b>
		Industriel	01	-	-	<b>01</b>
	<b>Total</b>		<b>04</b>	-	-	<b>04</b>
Aspect marketing	Secteur d'activité	Agroalimentaire	01	-	-	<b>01</b>
		Industriel	02	-	-	<b>02</b>
	Travaux publics	02	-	-	<b>02</b>	
<b>Total</b>		<b>05</b>	-	-	<b>05</b>	
Aspect de production	Secteur d'activité	Agroalimentaire	01	-	-	<b>01</b>
		Industriel	02	-	-	<b>02</b>
	Service	02	-	-	<b>02</b>	
<b>Total</b>		<b>05</b>	-	-	<b>05</b>	
Processus	Secteur d'activité	Industriel	02	-	-	<b>02</b>
<b>Total</b>		<b>02</b>	-	-	<b>02</b>	
Aucune innovation	Secteur d'activité	Agroalimentaire	-	02	-	<b>02</b>
		Industriel	-	04	-	<b>04</b>
	Service	-	01	-	<b>01</b>	
<b>Total</b>		-	<b>07</b>	-	<b>07</b>	
Aucune réponse	Secteur d'activité	Agroalimentaire	-	-	01	<b>01</b>
		Industriel	-	-	01	<b>01</b>
<b>Total</b>		-	-	<b>02</b>	<b>02</b>	

**Source :** Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

S'agissant du secteur agroalimentaire, l'aspect de l'innovation le plus répandu est l'innovation organisationnelle. Le secteur des travaux publics innove beaucoup plus dans les aspects marketing, tandis que les entreprises activant dans le champ industriel, innoveraient pratiquement dans tous les aspects avec une fréquence moindre pour les aspects organisationnels.

S'agissant des questions relatives à la formation, les réponses des responsables d'entreprises sont mentionnées dans le tableau n°25.

**Tableau n°25** : La formation au niveau des entreprises enquêtées

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Oui	15	60,0	60,0
Non	09	36,0	96,0
Aucune réponse	01	4,0	100,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

D'après ce tableau, les entreprises qui font de la formation une pratique de gestion sont au nombre de 15 entreprises. Neuf ne recourent pas à la formation. Une des entreprises enquêtées ne nous a pas fourni de réponse. Le tableau n° 26 donne le croisement de l'innovation et de la formation par statut juridique.

**Tableau n°26** : Tableau croisé Statut juridique/Innovation / Formation.

		Innovation				Total	
			Oui	Non	Pas de réponse		
La formation	Oui	Statut juridique	SPA	04	02	-	<b>06</b>
			SARL	04	02	01	<b>07</b>
			EURL	-	01	-	<b>01</b>
			SNC	01	-	-	<b>01</b>
	<b>Total</b>		<b>09</b>	<b>05</b>	<b>01</b>	<b>15</b>	
Non	Statut juridique	SPA	04	-	-	<b>04</b>	
		SARL	01	02	01	<b>04</b>	
		EURL	01	-	-	<b>01</b>	
	<b>Total</b>		<b>06</b>	<b>02</b>	<b>01</b>	<b>09</b>	
Aucune réponse	Statut juridique	SARL	01	-	-	<b>01</b>	
	<b>Total</b>		<b>01</b>	-	-	<b>01</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Ce tableau montre que 09 entreprises innovantes recourent à la formation de leur personnel, elles sont composées de : 04 SPA, 04 SARL et une SNC. Le reste des entreprises innovantes ne recourent pas à la formation du personnel. Elles sont constituées de 04 SPA, 01 SARL et 01 EURL. Par contre, 05 entreprises recourent à la formation pour l'intérêt de leur personnel, mais elles n'innovent pas. Elles sont constituées de 02 SPA, 02 SARL et une EURL. Deux SARL ne recourent ni à la formation ni à l'innovation.

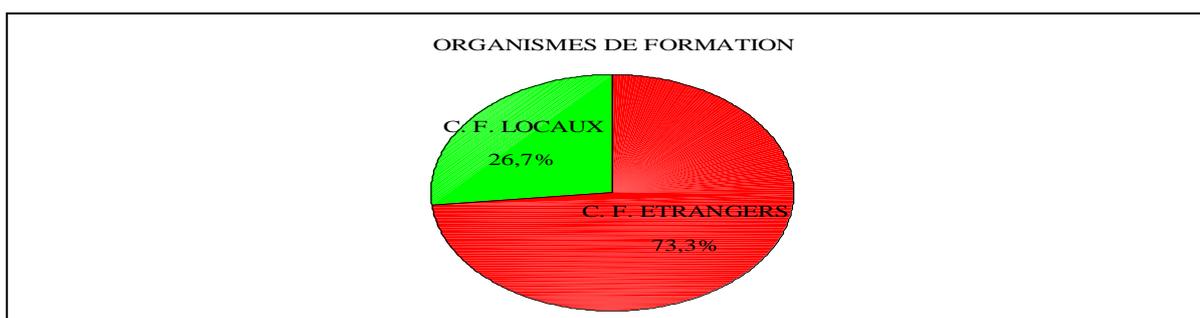
Les entreprises qui recourent à la formation font appel aux différents organismes de formation. Le tableau n°27 nous donne la nature de ces organismes de formation.

**Tableau n°27** : La nature des organismes de formation pour le personnel des entreprises.

	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
Centre de formation. étrangers	11	44,0	44,0
Centre de formation locaux	04	16,0	60,0
Aucune réponse	01	4,0	64,0
Pas de formation	09	36,0	100,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Parmi les 15 entreprises qui recourent à la formation, 11 font appel aux centres de formation étrangers et 4 aux centres de formation locaux. D'après les réponses fournies par les responsables, l'université ne constitue pas un lieu de formation pour le personnel de leurs entreprises. La figure n°08 représente la nature des organismes de formation en pourcentage.

**Figure n° 08** : La nature des organismes de formation pour le personnel des entreprises.

Selon les réponses fournies par les responsables de l'université, cette dernière assure des formations pour son personnel. La nature des établissements où le personnel de l'université effectue leur formation est présentée dans le tableau n° 28.

**Tableau n°28** : Nature des établissements de formation pour le personnel de l'université.

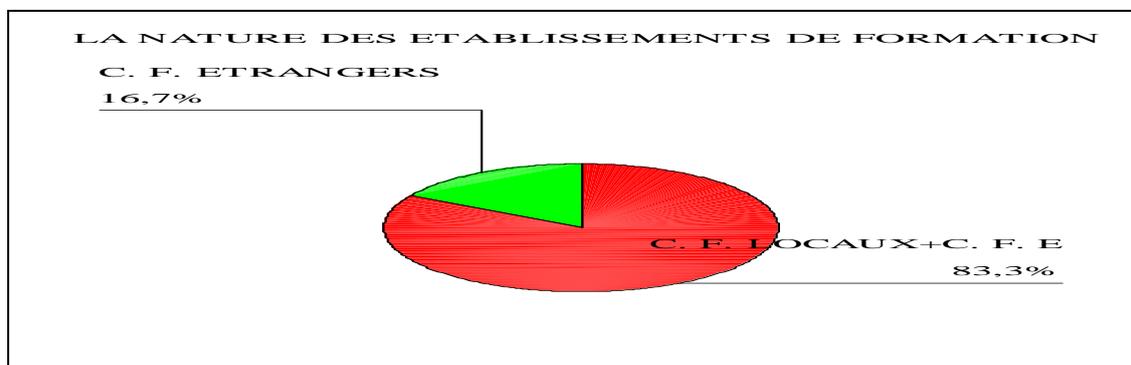
	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
Centre de formation locaux + Centre de formation étrangers	05	83,3	83,3
Centre de formation étrangers	01	16,7	100,0
<b>Total</b>	<b>06</b>	<b>100,0</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Les données du tableau indiquent que l'université a recours aux centres de formation locaux et étrangers pour former son personnel. Les 05 responsables affirment

que la formation est assurée par des organismes de formation locaux et étrangers. Un seul parmi eux confirme que la formation est dispensée par des centres de formation étrangers.

**Figure n° 09 :** Nature des établissements de formation pour le personnel de l'université.



Si l'université ne constitue pas un lieu de formation pour les entreprises, ces dernières assurent des stages pratiques pour les étudiants en fin de cycle. Le tableau n°29 présente le nombre d'entreprises accueillant les étudiants stagiaires issus de l'université de Béjaïa.

**Tableau n°29 :** Stages destinés aux étudiants de l'université de Béjaïa.

	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
Oui	13	52,0	52,0
Non	09	36,0	88,0
Aucune réponse	03	12,0	100,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>	

**Source :** Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Parmi les 25 entreprises étudiées, 13 entreprises assurent des stages au profit des étudiants en fin de cycle, 03 ont refusé de répondre à notre question et 09 entreprises de notre échantillon n'accueillent pas les étudiants stagiaires.

Le fait que 52% des entreprises enquêtées assurent des stages pour les étudiants en fin de cycle, ne sous-entend pas que les étudiants ne rencontrent pas des difficultés durant la durée de leurs stages. Interrogés sur cette question les réponses fournies par les responsables de l'université sont récapitulées dans le tableau n°30.

**Tableau n° 30:** L'accès aux données durant les stages effectués au sein des entreprises.

	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
Oui	03	50,0	50,0
Difficilement	02	33,3	83,3
Non	01	16,7	100,0
<b>Total</b>	<b>06</b>	<b>100,0</b>	

**Source :** Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Trois responsables jugent que les entreprises fournissent les données et les informations dont les étudiants et les enseignants chercheurs ont besoins dans leurs travaux de recherche (50% de l'échantillon). Deux responsables estiment que l'accès aux données et informations est difficile et ceci entrave les travaux de recherche effectués par les étudiants et les chercheurs (33,3% de l'échantillon). Un seul responsable considère que les entreprises ne fournissent pas les données et les informations nécessaires aux étudiants (16,7% de l'échantillon).

Nous remarquons, dans le tableau n° 31 que presque la totalité (92,30 %) des entreprises qui recourent à la formation pour l'intérêt de leur personnel assure des stages pratiques pour les étudiants de l'université de Béjaïa en fin de cycle.

**Tableau n° 31:** Tableau croisé Formation / Stages destinés aux les étudiants

La formation	Stages destinés aux les étudiants			Total
	Oui	Non	Aucune réponse	
Oui	12	02	01	<b>15</b>
Non	01	07	01	<b>09</b>
Aucune réponse	-	-	01	<b>01</b>
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>09</b>	<b>03</b>	<b>25</b>

**Source :** Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Le tableau n° 32 donne la relation université- entreprise en termes de projets réalisés et de projets à réaliser, le questionnaire rempli par les responsables des entreprises<sup>60</sup> (la 20<sup>ème</sup> et 21<sup>ème</sup> question du questionnaire destiné pour les entreprises).

**Tableau n° 32 :** La relation université- entreprise en termes de réalisation des projets

	PME/PMI		Grandes entreprises	
	Existence des projets	Inexistence des projets	Existence des projets	Inexistence des projets
<b>Les projets réalisés</b>	01	21	01	02
<b>Les projets à réaliser</b>	03	19	01	02

**Source :** Réalisé par nous-mêmes, à partir de l'enquête terrain

Presque la majorité (23 entreprises entre PME/PMI et Grandes Entreprises) partage l'opinion qu'il n'existe pas de projets réalisés en collaboration avec l'université (la 18<sup>ème</sup>, 19<sup>ème</sup> question pour l'université). Nous avons récapitulé les arguments avancés par les responsables des entreprises enquêtées dans deux points essentiels :

- L'orientation du travail se fait beaucoup plus avec les institutions et les entreprises étrangères;

<sup>60</sup> Voir l'annexe 01, questionnaire pour les entreprises, Page 129.

- L'université n'a pas une volonté de coopération en termes d'innovation, malgré qu'elle soit la source de l'innovation.

De leur côté, les responsables de l'université interrogés sur le sujet des projets réalisés avec les entreprises locales, émettent les points de vue illustrés dans le tableau n°33.

**Tableau n° 33 :** L'existence de projets réalisés avec les entreprises locales.

	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
Oui	05	83,3	83,3
Non	01	16,7	100,0
<b>Total</b>	<b>06</b>	<b>100,0</b>	

**Source :** Réalisé par nous-mêmes d'après notre enquête terrain

L'existence de projets réalisés avec les entreprises locales est un point de vue partagé par 05 responsables interrogés<sup>61</sup>. Un seul responsable juge qu'il n'y a aucun projet réalisé avec les entreprises locales. Ceci peut être expliqué par le fait que la personne interrogée est nouvelle dans son poste et qu'elle ne dispose pas d'informations sur ce sujet.

Malgré l'inexistence de projets réalisés en collaboration avec les entreprises enquêtées, l'université de Béjaïa a des projets de recherche au niveau de ses différentes facultés. Le tableau n° 34 ci-dessous illustre nos propos.

**Tableau n° 34 :** Situation récapitulative des bilans finaux des projets de recherches pour les années 2007 et 2008.

Désignation	Nombre des projets	
	2007	2008
Faculté des sciences et des sciences de l'ingénieur	19	20
Faculté des sciences de la nature et de la vie	03	06
Faculté de droit et des sciences économiques	Néant	01
Faculté des lettres et sciences humaines	Néant	01
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>28</b>

**Source :** Conseil scientifique de l'université de Béjaïa du 02 mars 2008

Le tableau n° 35 ci-dessous illustre les points de vue des responsables de l'université concernant l'existence de projets à réaliser avec les entreprises locales.

<sup>61</sup> Voir l'annexe 01, questionnaire pour l'université. Page 134.

**Tableau n° 35** : L'existence de projets à réaliser avec les entreprises locales.

	Fréquence	Pourcentage (%)	Pourcentage cumulé
Oui	04	66,7	66,7
Aucune réponse	02	33,3	100
<b>Total</b>	<b>06</b>	<b>100</b>	

**Source** : Réalisé par nous-mêmes d'après notre enquête terrain

Quatre responsables affirment l'existence de projets à réaliser avec les entreprises locales, alors que deux ne nous ont fourni aucune réponse.

Les réponses fournies par les deux entités enquêtées relatives à la nature de la relation entre l'université de Béjaïa et les entreprises (la 16<sup>ème</sup> question pour les entreprises et la 09<sup>ème</sup>, 10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> pour l'université)<sup>62</sup>, sont récapitulées dans le tableau n°36.

**Tableau n° 36**: La nature de la relation entre l'université de Béjaïa et les entreprises enquêtées selon le statut juridique.

		La nature du partenariat					Total
Statut juridique		Stages pratiques + financement des rencontres scientifiques + convention signées	Stages pratique + financement des rencontres scientifiques	Convention signées + Stages pratiques	Stages pratiques	Néant	
		SPA	01	04	-	02	03
	SARL	-	01	01	04	06	<b>12</b>
	EURL	-	-	-	-	02	<b>02</b>
	SNC	-	-	-	-	01	<b>01</b>
<b>Total</b>		<b>01</b>	<b>05</b>	<b>01</b>	<b>06</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

**Source** : Réalisé par nous mêmes d'après notre enquête terrain

Nous remarquons que la totalité des entreprises SPA occupent la première place en termes de relation avec l'université (07/10) puis les SARL (06/12). Les EURL et les SNC n'ont aucune relation avec l'université de Béjaïa sous tous les types.

En avançant encore plus loin dans la lecture de ce tableau, nous disons que la relation en termes de stages pratiques accordés pour les étudiants en fin de cycle occupe la première place. Nous remarquons que toutes les entreprises qui nous ont répondu accueillent les étudiants stagiaires. Le financement des rencontres scientifiques vient en second position. En dernier lieu, nous comptons la relation en termes de signature des

<sup>62</sup> Voir l'annexe 01, questionnaire pour les entreprises et pour l'université. Page 129 et Page 133 successivement.

conventions avec l'université. Le contenu de ces conventions consiste à accueillir des étudiants en fin de cycle pour effectuer des stages pratiques et le financement des mémoires de Magisters. Nul ne peut nier que le contenu des conventions signées entre l'université et ces entreprises partenaires est riche, mais, sur le terrain, nous avons constaté une autre réalité. Les conventions signées ne sont pas suivies d'application. Les vrais domaines de partenariat entre ces deux institutions jusqu'à nos jours sont les stages pratiques qui passent par l'intermédiaire de personnes travaillant au niveau de l'entreprise. Le tableau n°37 nous donne la nature de partenariat par statut juridique et par secteur d'activité.

**Tableau n° 37:** Tableau croisé : La nature du partenariat/ statut juridique / secteur d'activité

La nature du partenariat	Statut juridique		Secteur d'activité				Total
			Agroalimentaire	Industriel	Service	Travaux publics	
Stage pratiques, financement et convention signées	SPA		01	-	-	-	01
<b>Total</b>			<b>01</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>01</b>
Stages Pratiques, financement des rencontres scientifiques	Statut juridique	SPA	03	01	-	-	04
		SARL	01	-	-	-	01
<b>Total</b>			<b>04</b>	<b>01</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>05</b>
Convention et Stages Pratique	Statut juridique	SARL	-	-	-	01	01
<b>Total</b>			<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>01</b>	<b>01</b>
Stages pratiques	Statut juridique	SPA	-	01	01	-	02
		SARL	-	03	01	-	04
<b>Total</b>			<b>-</b>	<b>04</b>	<b>02</b>	<b>-</b>	<b>06</b>
Néant	Statut juridique	SPA	01	02	-	-	03
		SARL	02	04	-	-	06
		EURL	-	01	01	-	02
		SNC	-	-	-	01	01
<b>Total</b>			<b>03</b>	<b>07</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>12</b>

**Source :** Réalisé par nous mêmes d'après notre enquête terrain

Une seule entreprise SPA qui active dans l'agroalimentaire pratique en collaboration avec l'université tous les types de partenariat (Stage pratiques, financement et convention signées). 05 entreprises ont des relations avec l'université en termes de

stages pratiques et de financement des rencontres scientifiques et sont, selon le statut juridique, 04 SPA et une SARL. Elles sont, selon le secteur d'activité, 04 entreprises agroalimentaires et une industrielle. Si nous considérons la relation en termes de stages pratiques, nous comptons seulement 06 entreprises, dont 02 SPA et 04 SARL selon le statut juridique, et 03 entreprises industrielles et une de prestation de service selon le secteur d'activité.

Concernant le partenariat entre l'université et les entreprises enquêtées conventionnées, notre évaluation a été faite sur la base des principes de partenariat, du type de partenariat et enfin de la forme de partenariat université-entreprise. Dans cet élément, nous allons analyser aussi le point de vue des responsables de l'université de Béjaïa et ceux des responsables d'entreprises concernant l'avenir de ce partenariat.

Pour que le partenariat Université-Entreprise soit fiable, il doit respecter un certain nombre de principes, notamment le contexte dans lequel il vient d'être conclu. Nous allons traiter ces principes un par un, selon notre cas, de la manière suivante:

- Principe d'intérêt mutuel des partenaires : Ce principe est toujours mentionné dans l'Article (02) dans les conventions signées entre l'université de Béjaïa et toutes les entreprises conventionnées, où les deux parties ont l'avantage de ce partenariat ;
- Principe d'égalité des partenaires : les mêmes conventions signées, nous ont montré que les deux partenaires sont égaux et aucune partie n'a d'autorité sur l'autre;
- Principe d'autonomie des partenaires : L'université et les entreprises enquêtées constituent deux institutions, chacune indépendante de l'autre. Juridiquement, l'université est un établissement public et la majorité des entreprises ont un statut privé (SPA);
- Principe de coopération des partenaires : Selon ce principe, la relation partenariale s'inscrit dans un projet partagé entre les deux parties prenantes. D'après le questionnaire que nous avons distribué, aucun projet n'a été réalisé entre l'université et les entreprises enquêtées. Concernant les projets à venir, nous constatons qu'aucune stratégie n'a été tracée;
- Principe d'évolution entre les partenaires : Depuis la signature des conventions entre l'université et quelques entreprises enquêtées, il semble qu'il n'y a ni évolution ni évaluation de la part des deux entités, pour améliorer le contenu de la convention afin d'attirer d'autres partenaires ou bien de concrétiser la convention qui a été déjà signée,

ainsi que la cessation de l'entente de coopération. Même dans le cas des entreprises qui ne sont pas conventionnées, nous avons constaté une absence totale de la volonté de signature des conventions avec l'université.

Le partenariat a plusieurs types. De ce fait, quel est le type qui correspond au partenariat existant entre l'université de Béjaïa et les entreprises enquêtées ?

Si nous nous référons aux types des actions partenariales que nous avons étudié dans la première partie, les trois types de Réseaux d'Ouverture et de Collaboration (ROC), on peut classer le partenariat université de Béjaïa et les entreprises enquêtées dans le premier type (ROC1), car le partenariat s'applique beaucoup plus à ce type avec les caractéristiques suivantes :

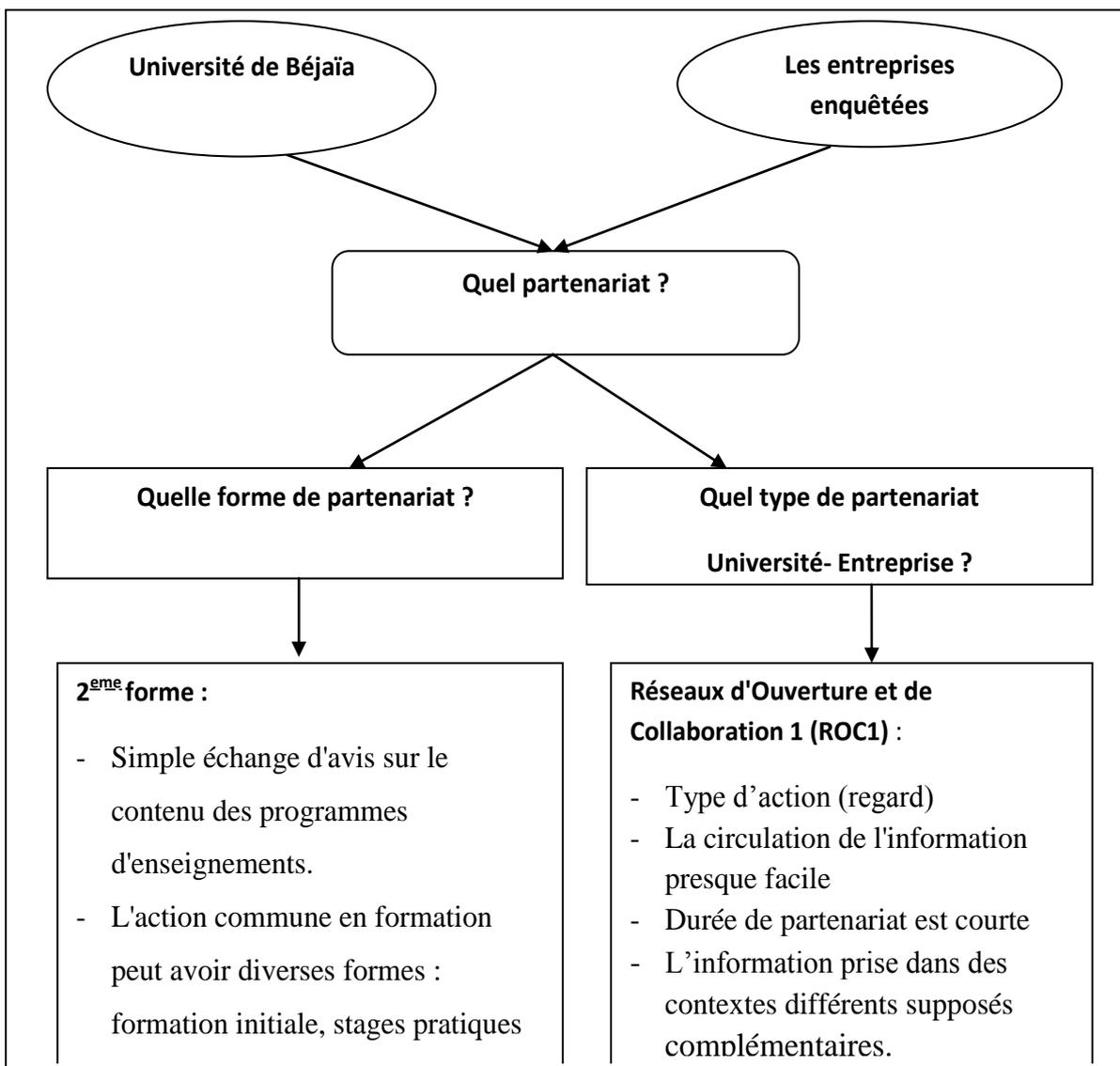
- La durée de l'action : C'est un réseau d'action de type "regard", qui consiste à aller voir à l'extérieur ou à faire venir quelqu'un à l'intérieur pour se rencontrer ou pour s'entendre. C'est une action qui repose sur une pratique très courte puisqu'il s'agit d'une rencontre de deux à trois heures qui s'organise autour d'un témoignage ou d'une visite ;
- La forme du réseau : C'est un réseau pour faciliter la circulation de l'information. Sa durée est courte et d'avènement occasionnel;
- Les enjeux de l'action : Premièrement, chaque partenaire tire le maximum de bénéfices de cette relation. L'enjeu est d'informer, ceci explique la structure centralisée du réseau. C'est un complément d'information qui s'insère dans une démarche pédagogique plus large. Deuxièmement, le réseau repose sur l'hypothèse "associationniste" de l'apprentissage. Apprendre se structure autour de la somme d'informations prises dans des contextes différents supposés complémentaires.

Parmi les cinq formes de partenariat Université- Entreprise que nous avons cité dans la première partie (chapitre III), nous trouvons que le type de partenariat Université- Entreprise que nous considérons identique au partenariat étudié est celui de la deuxième forme, où les partenaires allant d'un simple échange d'avis sur le contenu des programmes d'enseignement, engagent une action commune en formation qui peut avoir diverses formes : formation initiale, formation continue, formation en alternance et de parrainage.

Le partenariat entre l'université de Béjaïa et les entreprises enquêtées ne coïncide pas avec la première forme car les contacts ne sont pas discrets et discontinus en temps, ne prend pas aussi la troisième forme où la recherche universitaire est essentiellement fondamentale servant à alimenter le contenu en savoir des programmes pédagogiques, ni la

quatrième forme qui repose sur la création d'entreprises, considérée comme un facteur clé dans la croissance économique. Il ne peut pas enfin prendre la cinquième forme, c'est-à-dire le transfert de technologie, car ce partenariat entre les deux parties n'a pas atteint un degré suffisant pour permettre des échanges d'idées et d'innovations. La figure n°10 récapitule le type et la forme de partenariat entre l'université et les entreprises.

**Figure n° 10 :** Type de partenariat et forme de partenariat entre l'université de Béjaïa et les entreprises enquêtées conventionnées.



**Source :** Réalisée par nous même.

La meilleure évaluation est celle faite par rapport aux objectifs tracés. Dans ce cas, nous allons procéder à l'évaluation de la relation entre l'université de Béjaïa et les entreprises enquêtées, et ça en termes d'innovation, de formation et enfin en termes de rencontres scientifiques.

Les responsables de l'université sont tous (06 responsables) d'accord sur le fait qu'il n'existe pas des projets réalisés en collaboration avec les entreprises de la wilaya mais qu'ils peuvent exister à l'avenir.

Concernant le partenariat en terme de formation, l'université de Béjaïa n'a pas encore reçu les personnels des entreprises dans le cadre d'une formation théorique, même avec les entreprises conventionnées, comme il est mentionné dans les conventions signées entre les deux institutions. De l'autre côté, on trouve le même cas pour les autres entreprises. En dehors des stages pratiques assurés pour les étudiants en fin de cycle, le personnel de l'université, que ce soit les enseignants ou bien les administrateurs, n'effectue pas de formations pratiques au niveau de ces entreprises.

Pour déterminer quelles sont les raisons de cette rupture en termes de formation, nous avons formulé encore des questions<sup>63</sup> (la 13<sup>ème</sup> pour les entreprises et la 13<sup>ème</sup> pour l'université) adressées à la fois aux responsables de l'université et aux responsables des entreprises.

Les responsables des entreprises enquêtées voient que la rupture en termes de formation est causée par :

- L'indisponibilité des cadres pour accompagner et encadrer les enseignants et les administrateurs au niveau de leurs entreprises ;
- Le personnel de l'université préfère aller vers les institutions étrangères pour s'instruire et pour être mieux pris en charge ;
- L'insuffisance de la formation dispensée par l'universitaire de Béjaïa par rapport à leurs attentes en termes de formation.

De leur côté, les responsables de l'université considèrent que la rupture résulte des faits suivants:

- Le personnel des entreprises optent pour les institutions étrangères plutôt que pour les institutions locales pour effectuer leurs stages, ceci pour des raisons multiples et personnelles ;
- Manque de budget pour financer la formation du personnel.

---

<sup>63</sup> Annexe 01, questionnaire pour les entreprises et pour l'université . Page 128 et Page 135 successivement.

D'après l'analyse des questionnaires adressés aux deux institutions, les points de vue des responsables des entreprises enquêtées et des responsables de l'université, concernant l'avenir de cette relation (la 25<sup>ème</sup> question pour les entreprises) sont résumés dans le tableau n°38 de la manière suivante:

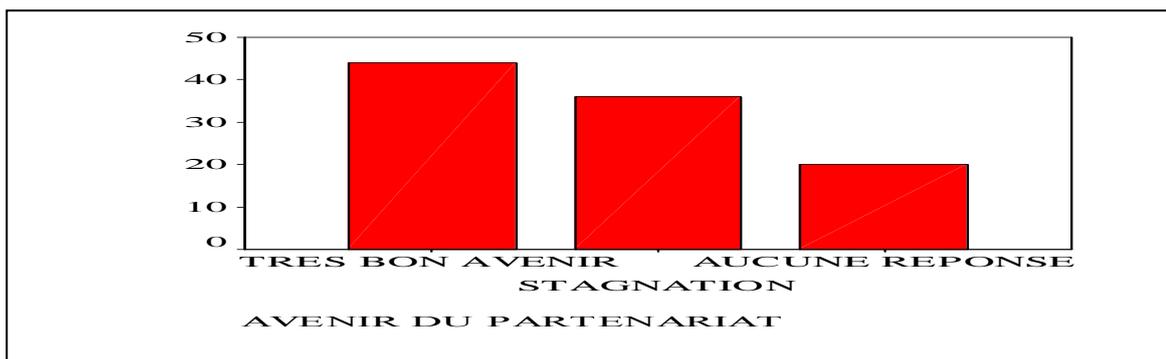
**Tableau n°38** : Appréciation de l'avenir du partenariat par les responsables d'entreprises

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très bon avenir	11	44,0	44,0
Stagnation	09	36,0	80,0
aucune réponse	05	20,0	100,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>	

**Source** : Réalisé par nous mêmes d'après notre enquête terrain

S'agissant des points de vue des responsables des entreprises, les résultats obtenus sont les suivants (voir le tableau n°38 et le graphe n°04) :

- Très bon avenir : Parmi les (25) responsables interrogés, onze (11) responsables sont optimistes pour l'avenir de la relation entre l'université et le monde industriel. Ils ont justifié leurs points de vue par les arguments suivants. Nous voyons l'université comme une source de main d'œuvre qualifiée. La relation avec cette institution est exigée par l'industrie moderne. Notre personnel besoin de formations théoriques et l'université de Béjaïa constitue un centre très proche pour ce motif. La proximité géographique entre les deux institutions constitue une synergie profitable.
- Une stagnation de la relation : Neuf (09) responsables, parmi les (25) que nous avons interrogé, ont confirmé que cette relation entre l'université et leur entreprise restera dans sa nature et continuera avec le rythme habituel les stages pratiques des étudiants en fin de cycle, les séminaires, les forums et les journées d'études. Ils ont argumenté leurs points de vue par l'insuffisance des infrastructures nécessaires pour développer le partenariat. La routine dans les pratiques de cette notion nous amène à penser que le partenariat entre les deux institutions ne se développera jamais. Notre entreprise réceptionne les stagiaires de l'université mais cette dernière n'a jamais réceptionné nos stagiaires.
- Aucun point de vue : cinq responsables n'ont donné aucun point de vue.

**Graph n° 03** : Appréciation du partenariat par les responsables d'entreprises enquêtées.

Le tableau n° 39 récapitule les réponses par statut juridique en ce qui concerne l'avenir du partenariat.

**Tableau n° 39** : Tableau croisé statut juridique / Avenir du partenariat.

		Avenir du partenariat			Total
		Très bon avenir	Stagnation	Aucune réponse	
Statut juridique	SPA	07	02	01	<b>10</b>
	SARL	04	04	04	<b>12</b>
	EURL	-	02	-	<b>02</b>
	SNC	-	01	-	<b>01</b>
Total		<b>11</b>	<b>09</b>	<b>05</b>	<b>25</b>

Source : Réalisé par nous mêmes d'après notre enquête terrain

Une lecture de ce tableau montre que 70% des SPA enquêtées prévoient un bon avenir du partenariat avec l'université contre 20% qui prévoient une stagnation de ce dernier. 33,33% des SARL envisagent un très bon avenir du partenariat et le même nombre envisage une stagnation.

Les six responsables de l'université que nous avons questionné sont tous d'accord que le partenariat entre l'université de Béjaïa et le tissu industriel a un avenir propice (question n° 21 pour l'université)<sup>64</sup>.

Plusieurs obstacles bloquent l'avancement ainsi que le développement de la relation entre l'université et les entreprises qu'elles soient partenaires ou non. Les principaux obstacles sont :

1. La différence entre les objectifs des deux institutions: L'entreprise est un monde productif qui vise à produire des biens et des services. Par contre, l'université est un établissement public de formation.

<sup>64</sup> Annexe 01, questionnaire de l'université. Page 134.

2. Le manque des moyens matériels ou immatériels pour réaliser ce partenariat tels que les infrastructures et les services spécialisés dans le domaine de partenariat ;
3. L'absence de suivi du partenariat aussi bien du côté de l'université que du côté des entreprises;
4. L'université de Béjaïa et tous les établissements d'enseignement supérieur ont souvent leurs propres problèmes urgents : financement, recrutement, augmentation rapide du nombre des étudiants ;
5. Les entreprises ont aussi leurs problèmes immédiats tel que la crise des affaires, le contrôle des changes, les réglementations officielles qui risquent de leur faire négliger leurs objectifs à long terme, que ce soit le perfectionnement de la gestion, la recherche ainsi que la formation;
6. Le manque de la vision du développement en termes de stratégie (pas de visions futures) ;
7. La domination du principe de tout faire par elle-même ; produire, vendre, étudier, rechercher, innover, développer, etc. ;
8. L'adéquation recherche et développement ne constitue pas pour eux un axe principal ;
9. La nouveauté de la stratégie partenariale en Algérie<sup>65</sup>;
10. La nature de la production de nos entreprises, ne nécessite pas l'utilisation de la haute technologie et les stratégies de long terme comme le partenariat avec les institutions de développement et de la technologie<sup>66</sup>.

A l'issue de cette enquête, il est utile de mettre en œuvre les recommandations qui nous jugeons très utiles pour renforcer et avancer le partenariat entre les entreprises et l'université de Béjaïa. Il est dans l'intérêt de l'université de Béjaïa de :

- Construire et fonder des infrastructures pour étudier, planifier et exécuter ce partenariat;
- Chercher d'attirer un nombre très important de partenaires locaux et/ou étrangers pour assurer des stages pratiques pour ses étudiants, des formations pratiques pour son personnel et des postes de travail pour ses diplômés ;

---

<sup>65</sup> FILALI Boumediene, « *Innovation et partenariat entreprise-université en Algérie, quel rapprochement ?* » Article n°03. Revue de l'innovation : La Revue de « *l'innovation dans le secteur public* ». Volume 10 (02), 2005. Page 01.

<sup>66</sup> KHAOUA Nadji, « *L'entreprise, l'Université et le Marché du Travail en Algérie : tentative d'analyse* » مجلة الباحث , 2008, Page 09.

- Donner au partenariat son propre sens, et ne pas limiter le partenariat seulement dans les stages pratiques, les séminaires et les forums ;
- Disposer au niveau des bibliothèques d'ouvrages, publications, communications relatifs au partenariat et ses avantages.
- Faire apprécier aux entreprises les avantages du partenariat ;
- Former un personnel spécialisé dans le partenariat, les méthodes, les stratégies et les moyens utilisés;
- Ne pas considérer le partenariat avec les entreprises comme étant un aspect secondaire par rapport à la mission principale de l'université ;
- S'assurer régulièrement que les actions partenariales ne se réalisent pas au détriment de la mission première de l'enseignement et qu'elles constituent une source d'apprentissage et un gain réel, compte tenu des efforts investis ;
- Développer les programmes de formation pour la création d'entreprises, la gestion de la technologie et la propriété intellectuelle.

Au sujet des entreprises de la wilaya, elles peuvent prendre en considération les recommandations suivantes:

- Mettre à la disposition des étudiants et chercheurs universitaires les données et les informations nécessaires à leurs recherches;
- Renforcer les infrastructures nécessaires pour faire avancer cette relation;
- Former un personnel compétant pour s'occuper de la question du partenariat sous ses différentes formes;
- Créer un comité consultatif université-entreprise, afin d'élaborer une stratégie consciente qui repose essentiellement sur l'engagement mutuel et les activités communes ;
- Donner la possibilité au personnel d'effectuer des formations théoriques au sein de l'université ;
- Essayer de profiter le maximum possible de la main d'œuvre qualifiée sortante de l'université ;
- Revoir le budget consacré pour renforcer cette relation en le considérant comme un investissement à long terme ;
- Renforcer les rencontres des deux entités par l'organisation d'un nombre très important de manifestations scientifiques pour tirer profit de l'expérience de l'université dans le

domaine de la recherche scientifique et technologique, et ainsi prolonger cette relation à d'autres domaines tel que : l'innovation, la formation et l'entrepreneuriat ;

- Profiter de ce partenariat avec l'université en faisant des rencontres avec d'autres entreprises, c'est-à-dire utiliser l'université comme un carrefour dans le but de renforcer leurs relations avec les autres entreprises au niveau national et même international;
- Avoir toujours l'esprit que le partenariat constitue un processus évolutif où les attentes sont variables dans le temps et au fil des événements et ceci qui nécessite une évaluation continue des résultats obtenus.

D'après l'étude des informations collectées et l'analyse des résultats de l'enquête de terrain réalisée, nous pouvons dire que l'université de Béjaïa et le tissu industriel environnant sont loin d'être deux institutions en partenariat au sens propre du terme. L'université doit être en mesure de bien diagnostiquer la situation et de détecter les besoins en termes de formation, d'innovation et de recherche du milieu industriel et des affaires. Les entreprises doivent être en symbiose avec le milieu universitaire afin de faire face aux difficultés que chaque partie rencontre dans la pratique du partenariat.

## Conclusion de la deuxième partie

---

Dans cette deuxième partie nous avons pu dresser une analyse et un état des lieux du partenariat université-entreprise de Béjaïa, pour clarifier le partenariat existant entre ces deux entités.

La wilaya de Béjaïa a un tissu économique qui lui permet de réaliser de meilleurs rendements dans différents secteurs. Ce territoire constitue un climat profitable pour que les entreprises et l'université rentrent dans un partenariat sous ses différentes formes et qui peut aller jusqu'à la dernière forme de partenariat (le transfert technologique).

Les conventions signées entre l'université de Béjaïa avec quelques entreprises de la wilaya sont riches dans leurs contenus, mais la majorité des articles restent juste de l'encre sur papier. Le vrai partenariat existant entre l'université et les entreprises sur le terrain se limite uniquement aux stages pratiques accordés aux étudiants en fin de cycle.

L'université de Béjaïa et les entreprises constituent deux institutions économiques très importantes dans le développement de la région et sa compétitivité. Le manque de volonté de coopération entre les deux mondes est causé par la domination de l'intérêt personnel sur l'intérêt collectif.

Enfin, nous pourrions dire que l'université est un ensemble plus large avec des compétences diversifiées et des possibilités multiples de collaboration. De ce fait, le souci de l'université ne doit pas se limiter à élargir l'éventail des actions en direction des entreprises, mais aussi de bien définir les options possibles de partenariat et de déterminer par la suite les conditions y afférentes.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

---

Il est très important, avant d'exposer les résultats obtenus, de synthétiser notre travail qui constitue une analyse de la relation existante entre l'université et le monde des entreprises. A ce titre, nous avons présenté, dans la première partie, des généralités sur la notion du partenariat, de l'université et de l'entreprise, puis le cadre théorique des phénomènes résultant de ce partenariat. Dans la deuxième partie, nous avons analysé la nature du partenariat entre l'université et les entreprises partenaires au niveau de la wilaya de Béjaïa. Cette analyse est effectuée de manière synthétique par la comparaison entre le vrai contenu du partenariat et sa réalité au niveau de la wilaya.

L'ouverture des universités sur leur milieu socio-économique et l'apparition des formes du partenariat entre celles-ci et les entreprises, apparaît aujourd'hui comme une nouvelle discipline très importante. L'adaptation de l'université aux besoins des entreprises et vice-versa et l'instauration d'une véritable synergie entre l'université et les entreprises est devenue, de nos jours, plus que nécessaire.

Le partenariat université-entreprise est devenu, aujourd'hui, comme une passerelle obligatoire où la concurrence intense, l'apparition d'une économie contemporaine basée sur la connaissance, l'exigence progressive du consommateur donne une vitesse importante à la fréquence d'innovation et la mondialisation devient un chemin inévitable.

Le partenariat apparaît comme une activité universitaire aux côtés de l'enseignement et de la recherche ainsi que comme activité industrielle aux côtés de la production et la commercialisation. Le rendement de ce partenariat n'apparaît pas à court terme mais est très important à long terme pour l'université, pour les entreprises et même pour toute la société.

La transition de l'économie Algérienne d'une économie planifiée vers une économie de marché incite de plus en plus à la création d'entreprises et à l'émergence de

diverses structures favorisant ce chemin appuyé par divers acteurs du monde universitaire et celui des entreprises. La faiblesse de ce partenariat entre les deux entités en Algérie a été une entrave pratique.

Au niveau de la wilaya de Béjaïa, le partenariat entre l'université et les entreprises s'éloigne largement du vrai contenu de cette notion. Pour cela, il est de l'intérêt de l'université de sortir de ce recoquillement des relations routinières (les séminaires, les journées d'étude et les forums) à d'autres formes qui donnent au terme partenariat son vrai sens et prouvent que c'est une institution très importante dans le domaine de la science et de la technologie. Elle est considérée, aussi, comme l'une des institutions les plus stratégiques dans les sociétés modernes par sa qualité productrice principale des ressources humaines qualifiées par lesquelles les autres institutions sociétales sont alimentées.

L'université et les entreprises doivent sortir du cadre théorique au cadre plus pratique dans le but de concrétiser ce phénomène sur le terrain. A l'université encore de jouer son rôle comme un monde d'information et de communication pour convaincre d'autres entreprises de rejoindre ce monde.

En outre, durant notre enquête nous avons révélé quelques obstacles. Ces derniers peuvent être résumés dans les points suivants:

- L'enquête de terrain a été très difficile, surtout en ce qui concerne l'accès aux informations, particulièrement de la part des entreprises enquêtées et des institutions étatiques spécialisées dans les statistiques (CNAS, Chambre de commerce, etc.), ce qui rend de simples informations confidentielles ;
- Les travaux sur la relation entre l'université et les entreprises, en Algérie, sont relativement rares, ce qui donne une idée sur la nouveauté de notre thème de recherche;
- Manque de documentation au niveau de notre bibliothèque sur ce sujet;
- La peur des responsables, surtout ceux de l'université, de déclarer et de fournir des données numériques ainsi que de donner des informations exactes.

Pour conclure, il est important de noter que notre travail est loin de cerner tous les aspects du partenariat université-entreprise parce que c'est un domaine très large, complexe et nécessitant plus de temps. Notre travail n'est qu'un appui à ce propos qui mérite d'être encore traité sous d'autres angles.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

---

### Ouvrages

1. AMENDOLA Mario et GAFFARD Jean-Luc, « *La dynamique économique de l'innovation* ». Ed : Economica, 49 rue Héricart 75015, Paris. 1998.
2. ANDRAF. W, « *Le secteur public à l'Est : Restructuration industrielle et financière* ». Ed : L'Harmattan, Paris, 1995.
3. BENISSAD .H, « *Les réformes économiques ou l'indicible ajustement structurel* ». 2<sup>ème</sup> édition, OPU, Alger, 1991.
4. BOUNFOUR. A, « *Le Management des ressources immatérielles : maîtriser les nouveaux leviers de l'avantage compétitif* ». Ed : Dunod, Paris 1998.
5. BOUTILIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, « *L'entrepreneur une analyse socio-économique* » Ed : Economica, 49 rue Héricart 75015, Paris. 2002.
6. DEBRA .M.A, « *Innovation et management des connaissances* ». Ed: Organisation, 2001.
7. FAVRY Jean, « *Mythologie d'entreprise et formation* ». Ed: Paris: L'Harmattan, 2000.
8. FILION Louis Jacques, « *Réaliser son projet d'entreprise* ». Ed : Transcontinentale, 3<sup>ème</sup> édition, 2001.
9. FORAY. D, « *L'économie de la connaissance* ». Ed: Casbah, Alger .2004.
10. GUILLAUME Fedil, « *Le guide de création d'entreprise* ». Paris: L'Étudiant, 1998.
11. JEAN- Claude et RUANO- Borbalan, « *Savoir et compétences: En éducation, formation et organisation* ». Ed: Paris, Demos. 2000.
12. KHELFAOUI Hocine, « *La science en Algérie* ». Edition: Paris, le 21 décembre 2001.
13. KHERDJMIL. B, PANHUYS. H et ZOUAL. H, « *Territoires et dynamique économiques* ». Ed : L'Harmattan, Paris. 1998.
14. LANDIER Hubert, « *Université d'entreprise* ». Edition : Liaison, 1 avenue Edouard-Belin 92856 Rueil- Malmaison. 2001.
15. PAGE. A, « *l'économie de l'éducation* ». Ed : PUF, Paris, 1971.
16. PECQUEUR. B, « *Développement local, mode ou modèle* ». Ed : Syros, Paris, 1989.
17. PENROSE. E.Tilton, « *Facteurs, condition et mécanismes de la croissance de l'entreprise* ». Ed : Paris, Hommes et Techniques, 1963.

18. PIERRE André julien et MICHEL Marchesnay, «*L'entrepreneuriat* ». Ed : Economica Paris, 1996.
19. PLANQUE. B, «*Innovation et développement régional* », Ed. Economica, Paris, 1983.
20. RAJEM. N, «*L'industrialisation et le système éducatif Algérienne*», Ed : OPU, Alger, 1986.
21. RICHARD. F, «*Recherche, invention et innovation* ». Ed : Economica, Paris, 1998.
22. ROBERT J- Barro, «*Les facteurs de la croissance économique: Une analyse traversable par pays* ». Ed: Economica, Paris, 2000.
23. SADI Nacer-Eddine, «*La privatisation des entreprises publiques en Algérie, objectifs, modalités et enjeux* ». Ed : Office des publications universitaires, 2<sup>ème</sup> édition 2006. Université pierre MENDES. France.
24. TEISSERENC. P, «*Les politiques de développement local, une approche sociologique* », Ed : Economica, Paris, 1994.
25. TEMMAR. H, «*Stratégie de développement indépendant : Le cas de l'Algérie* », Ed. OPU, Alger, 1983.
26. THIERRY Verstraete, «*Histoire d'entreprendre: les réalités de l'entrepreneuriat* ». Ed: l'ADREG, 2001.
27. THIERRY Verstraete, «*Entrepreneuriat: Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*». Paris: L'Harmattan, 1999.
28. THUDEROZ Christian, «*Sociologie des entreprises* ». Ed : La découverte, 09 Bis, Rue Abel- Hovelogue, 75013, Paris.
29. TRAMBLAY Dianne- Gabrielle, Professeur et directrice de la recherche, «*Innovation, management et économie : Comment la théorie économique rend-elle compte de l'innovation dans l'entreprise* ». Université de Québec Octobre 2003.
30. UZUNIDIS Dimitri, «*L'innovation et l'économie contemporaine*». Ed: BOECK, 2004.
31. VATIER Raymond, «*Développement de l'entreprise et promotion des hommes* ». Edition : Entreprises Modernes (EMI), 4<sup>ème</sup> édition, 1985, Paris.

### Ouvrages de la méthodologie

32. BOAUD. M, « *L'art de la thèse, comment préparer et rédiger une thèse de doctorat, de magister ou un mémoire de fin de licence* ». Edition : Casbah, Alger 1999.
33. BROSSIER Gilder et DUSSAIRE Anne- Marie, « *Enquête et sondage, méthodes, modèle, applications et nouvelles approches* ». Ed : DUNOD, Paris, 1999.
34. BZRTHER.N, « *Les techniques d'enquête en sciences sociales* ». Ed : Armand colin, Paris. 2002.
35. NOURI Abdennour, « *Réussir mon mémoire et ma thèse* ». Ed : OPU. Alger, 2008.
36. RODOLPHE Ghiglione et BENJAMIN Matalon, « *Les enquêtes sociologiques théories et pratique* ». Ed : ARMAND COLIN, 6<sup>ème</sup> édition, 2008.
37. SINGLY. F, « *l'enquête et ses méthodes* ». Ed : ARMAND COLIN, 2<sup>ème</sup> édition. Paris. Sept 2006.
38. WACHEUX. F, « *Méthodes qualitatives et recherche en gestion* ». Ed : Economica, Paris, 1996.

### Colloques Séminaires et Rapports

1. Abdallah ALI et BELBOULA Imen, « *Finance des PME innovantes* », Colloque international, « *Le système LMD entre implémentation et projection* ». Université de Mentouri constantine, Le 31 mai 2007.
2. AIT-ZIANE Houria et AIT-ZIANE Kamel, « *La promotion des compétences entrepreneuriales en Algérie* ». Colloque international, « *L'entrepreneuriat et l'innovation dans les pays en voie de développement* », Khemis Miliana, le 13 et 14 Novembre 2007.
3. BARBIER J-M, « *Les Tendances d'évolution de la formation et place du partenariat* », Actes du colloque « *Etablissements et partenariats. Stratégies pour des projets communs* », Paris INRP (Janvier 1993).
4. BELLADI Salah, « *Relations université-entreprise : Quel diagnostic pour quel management ?* ». Séminaire, « *Vers une nouvelle culture managériale* ». Ministère de la restructuration industrielle et de la participation, OPU.1996.
5. BENIABDELLAH Abdesselam, MEKAMCHA Ghaouti et SOUFI Menaouar, « *Réflexion sur une perspective de développement des rapports université-entreprises* »

- économiques* » Séminaire, « *Vers une nouvelle culture managériale* ». Ministère de la restructuration industrielle et de la participation, OPU.1996.
6. BERANGER. J, CHABBAL. R et DAMBRINE. F, « *La formation entrepreneuriale des ingénieurs* ». Rapport de Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, Octobre 1998. France.
  7. BOUABDALLAH Khaled, ROCHETTE J. A., « *l'impact de l'université Jean Monnet sur l'économie locale*», Etude de l'ERT, St Etienne, septembre 2003.
  8. CHOUAIB. B et BOUZIDI. S, « *L'entrepreneuriat et le développement économique, cas des PME wilaya de Tlemcen* ». Colloque international « *L'entrepreneuriat et l'innovation dans les pays en voie de développement* », Khemis Miliana, Le 13 et 14 Novembre 2007.
  9. CHOUKIR. J, « *Le partenariat : une pratique et une notion en définition* ». Les cahiers de l'ERGE n° 6, FSEG Sfax, CSE, 1995.
  10. GAGON Christiane et KLEIN Juan- luis, « *Le partenariat dans le développement local : tendance actuelle et perspective de changement social* ». Article des cahiers de géographie. Département des sciences humaines université de Québec, n° 95, 05 septembre 1991.
  11. GHOULAMLLAH .M, « *L'université Algérienne : Genèse des contraintes structurelles, condition pour une mise à niveau* ». Les cahiers de CREAD, n° 77/2006.
  12. JEKOUNE Abdelhamid, « *La réforme LMD en Algérie Etat des lieux et perspectives* ». Acte du colloque international, « *Système LMD entre implémentation et projection* ». Alger 30 et 31 Mai 2007.
  13. LYON. E, ECULLY. M « *Cadre de l'entrepreneuriat, mythes et réalité* ». Actes de la journée d'étude organisée par groupe de recherche CADRES n° 2334, 06 juin 2002. France.
  14. MELIANE Zoubida, « *Rôle et place de l'entrepreneuriat dans l'économie d'aujourd'hui* ». Colloque international « *L'entrepreneuriat et l'innovation dans les pays en voie de développement* ». Khemis Miliana, le 13 et 14 Novembre 2007.
  15. NEDJADI .N, KHABBACHE .K et BELATTAF .M, « *L'impact de l'entrepreneuriat sur le développement territorial et régional : cas d'El kseur*». Colloque international, « *Entrepreneuriat et Innovations dans les pays en voie de développement* ». Khemis Miliana, le 13 et 14 November, 2007.
  16. OUSALEM. A, ARHAB. B et BELATAF. M, « *L'incidence de l'entrepreneuriat sur l'emploi en Algérie : Cas de la région de Bejaia* ». Colloque international,

« *Entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement* ». Khemis Miliana, le 13 et 14 Novembre 2007.

17. ROUG. H, « *Pour une introduction rationnelle pédagogique des TIC dans la formation universitaire* ». Les cahiers de CREAD, n° 71/2005.
18. TOU Amar, Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique de l'Algérie, Conférence mondiale sur l'enseignement supérieur « *L'enseignement supérieur en Algérie* ». UNESCO, Paris, 5 – 9 octobre 1998.

### Revues scientifiques

19. BELATTAF. Matouk, « *L'aide à la création de micro-entreprises et dynamique de l'emploi : Evolution de l'expérience de la micro-entreprise dans la wilaya de Bejaia* », Revue du CREAD N°58, Alger, 4<sup>ème</sup> trimestre, 2001.
20. BERKANE Yousef et BOUADAM Kamel, « *Les effets de la mondialisation sur l'éducation et l'emploi en Algérie* », Revue des Sciences Economiques et de Gestion N°4. Faculté des Sciences économiques et gestion université Farhat Abbas - Sétif, 2005.
21. BIA. C, « *Les réformes monétaires et financières et leur impact sur l'entreprise algérienne* », Revue d'Economie et Statistiques Appliquées, l'I.N.P.S, Mai 2006.
22. EL QASMI. J, et ABDELAZIZ. M, « *Stratégie /système d'information* ». Revue de l'innovation, 12 sept 2003.
23. FEROUKHI. D, « *La problématique de l'adéquation Formation – Emploi : Mode d'insertion et trajectoires professionnelles des diplômés des sciences exactes et de la technologie*, Ed. CREAD, Alger, 2005.
24. FILALI Boumediene, « *Innovation et partenariat entreprise-université en Algérie, quel rapprochement ?* ». Article n°03. Revue de l'innovation : La Revue de « *l'innovation dans le secteur public* ». Volume 02, 2005.
25. KHAOUA Nadji, « *L'entreprise, l'université et le Marché du Travail en Algérie : tentative d'analyse* ». مجلة الباحث – عدد 06 – 2008.
26. OUSSALEM Mohand Ouamar, « *entrepreneuriat privé et développement local. Eléments d'analyse à partir du cas de Tizi-Ouzou,* » Revue Insaniyat n°16, Avril 2002.
27. ROUG. H, « *Pour une introduction rationnelle pédagogique des TIC dans la formation universitaire* ». Les cahiers de CREAD, n° 71/2005.
28. SADOUDI Mouloud, « *Le partenariat entre l'université et sons environnement socio-économique* ». Revue campus de l'université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou, 28 et 29 Juin 2005.

### Thèses et mémoires

1. IDIR Menad, « *Essai d'analyse de la relation entre le capital humain et la dynamique industrielle* ». Mémoire de magister, Béjaïa, 2005.
2. MALEK Naima, « *La décision d'investissement et son financement dans le secteur privé national : cas de la wilaya de Bejaia* », Mémoire de Magister, Université de Béjaïa, 2003.
3. MANCER. Ilyes, « Développement économique et économie de la connaissance » Mémoire de Magister, Université de Béjaïa, 2006.
4. TARMOUL Rabah, « *Essai de construction de quelques indicateurs de développement local* », Mémoire de magister, Béjaïa, 2003.

### Source statistique

1. Annuaire de Béjaïa 2007, 2008 et 2009.
2. Direction de la planification et de l'aménagement des territoires (DPAT) de Béjaïa.
3. Direction des ressources humaines de chaque entreprise enquêtée.
4. Registre national des statistiques.
5. Statistique du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.
6. Statistique du Ministère de la petite et la moyenne entreprise et de l'artisanat
7. Université de Béjaïa, services de stage au niveau de chaque faculté.

### Documents électroniques

1. « *Projet de charte d'éthique et de déontologie universitaires* ». Document téléchargé du site : <http://www.umc.edu.dz/vf/index.php/actualites-et-informations/archives/89-annee-universitaire-2009-2010/492-projet-de-charte-dethique-et-de-deontologie-universitaires>
2. FRANK Flo et SMITH Anne, « *Guide du partenariat* ». Document téléchargé du site : <http://www.hrhc-drhc.gc.ca/common/partnr.shtml>.
3. ISTA HAY Riad et RAFI. M, « *Concept et finalité des entreprises* ». Document électronique. Téléchargé du site : [http://www.google.fr/search?as\\_q=RAFI+MOHAMED&hl=fr&num=10&btnG=Recherche+Google&as\\_epq=Concept+et+finalit%C3%A9+des+entreprises&as\\_oq=&as\\_eq=&lr=&cr=&as\\_ft=i&as\\_filetype=&as\\_qdr=all&as\\_occt=any&as\\_dt=i&as\\_sitesearch=&as\\_rights=&safe=images](http://www.google.fr/search?as_q=RAFI+MOHAMED&hl=fr&num=10&btnG=Recherche+Google&as_epq=Concept+et+finalit%C3%A9+des+entreprises&as_oq=&as_eq=&lr=&cr=&as_ft=i&as_filetype=&as_qdr=all&as_occt=any&as_dt=i&as_sitesearch=&as_rights=&safe=images) .
4. MISCHI. J, « *l'enquête de terrain* ». Séminaire de méthode Sciences-Po. Paris. France. Document électronique téléchargé du site: [mischi@enesad.inra.fr](mailto:mischi@enesad.inra.fr).

**Liste des tableaux, des figures et des graphes.**

## Liste des tableaux, des figures et des graphes

<b>Liste des tableaux</b>		<b>Page</b>
<b>Tableau n°01</b>	Secteur de l'éducation à Béjaïa selon le niveau en 2008	69
<b>Tableau n°02</b>	La capacité d'accueil des établissements de formation professionnelle	70
<b>Tableau n°03</b>	Les facultés de l'université de Béjaïa	72
<b>Tableau n°04</b>	L'évolution, de nombre des étudiants, de nombre des enseignants et le taux d'encadrement	73
<b>Tableau n°05</b>	Bilan quinquennal des diplômés de l'université de Béjaïa par types de diplômés	73
<b>Tableau n°06</b>	Bilan quinquennal des stages pratiques des étudiants fin de cycle par facultés	74
<b>Tableau n°07</b>	Evolution du nombre des étudiants selon le système	75
<b>Tableau n°08</b>	Les entreprises algériennes partenaires avec l'université de Béjaïa	76
<b>Tableau n°09</b>	La liste des conventions signées l'université de Béjaïa avec les universités étrangères	78
<b>Tableau n°10</b>	Les conventions projets signées avec l'université de Béjaïa	79
<b>Tableau n°11</b>	Répartition des PME/ PMI par wilaya en 2009 (les 10 premières wilayas)	79
<b>Tableau n°12</b>	La répartition spatiale des PME/ PMI de la wilaya de Béjaïa	80
<b>Tableau n°13</b>	Répartition des PME/ PMI privées selon la forme juridique	81
<b>Tableau n°14</b>	La répartition des PME/ PMI de Béjaïa par secteur d'activité	82
<b>Tableau n°15</b>	La population des PME/ PMI de la wilaya de Béjaïa	83
<b>Tableau n°16</b>	L'emploi dans les PME/ PMI de la wilaya de Béjaïa	83
<b>Tableau n°17</b>	La liste des entreprises enquêtées au niveau de la wilaya de Béjaïa	94
<b>Tableau n°18</b>	Les responsables enquêtés au niveau de l'université	95
<b>Tableau n°19</b>	Classification des entreprises enquêtées selon leur statut juridique.	98
<b>Tableau n°20</b>	Classification des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité	98
<b>Tableau n°21</b>	Classification des entreprises enquêtées selon le statut juridique / secteur d'activité.	98
<b>Tableau n°22</b>	L'innovation dans les entreprises enquêtées.	99
<b>Tableau n°23</b>	Les différents aspects de l'innovation dans les entreprises enquêtées.	99
<b>Tableau n°24</b>	Tableau croisé secteur d'activité / innovation / aspect d'innovation	100
<b>Tableau n°25</b>	La formation au niveau des entreprises enquêtées	101
<b>Tableau n°26</b>	Tableau croisé secteur d'activité/Innovation / Formation	101
<b>Tableau n°27</b>	La nature des organismes de formation	102
<b>Tableau n°28</b>	Nature des établissements de formation pour le personnel de l'université	102
<b>Tableau n°29</b>	Stages destinés aux étudiants de l'université de Béjaïa	103
<b>Tableau n°30</b>	L'accès aux données durant les stages effectués au sein des entreprises	103
<b>Tableau n°31</b>	La formation / Stages destinés pour les étudiants	104
<b>Tableau n°32</b>	La relation université entreprise en termes de réalisation des projets	104
<b>Tableau n°33</b>	L'existence de projets réalisés avec les entreprises locales	105
<b>Tableau n°34</b>	Situation récapitulative des bilans finaux des projets de recherches pour les années 2007 et 2008	105
<b>Tableau n°35</b>	L'existence de projets à réaliser avec les entreprises locales	106
<b>Tableau n°36</b>	Nature du partenariat/ statut juridique	106
<b>Tableau n°37</b>	Tableau croisé la nature du partenariat/statut juridique/secteur d'activité	107
<b>Tableau n°38</b>	Appréciation de l'avenir du partenariat par les responsables d'entreprises	112
<b>Tableau n°39</b>	Tableau croisé statut juridique / Avenir du partenariat	113
<b>Liste des Figures</b>		<b>Page</b>

<b>Figure n°01</b>	Récapitulation des différentes finalités de l'entreprise	16
<b>Figure n°02</b>	Evolution de concepts, connaissance, innovation et stratégie	23
<b>Figure n°03</b>	Modèle linéaire et interactif de l'innovation	25
<b>Figure n°04</b>	La relation entre l'entrepreneuriat et quelques facteurs de son environnement	29
<b>Figure n°05</b>	Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer, 1991	32
<b>Figure n°06</b>	Récapitulation des domaines d'échange Université-Entreprises	44
<b>Figure n°07</b>	Récapitulation de la nature des domaines du partenariat université-entreprises d'une manière générale	44
<b>Figure n°08</b>	La nature des organismes de formation	102
<b>Figure n°09</b>	Nature des établissements de formation pour le personnel de l'université.	103
<b>Figure n°10</b>	Type de partenariat et la forme de partenariat entre l'université de Bejaia et les entreprises enquêtées	110
<b>Liste des graphes</b>		<b>Page</b>
<b>Graphe n°01</b>	Evolution de nombre des étudiants selon le système	75
<b>Graphe n°02</b>	Les aspects de l'innovation dans les entreprises enquêtées.	99
<b>Graphe n°03</b>	Appréciation du partenariat par les responsables d'entreprises enquêtées.	113

# **Annexes**

---

---

## Annexes

---

---

### Annexe 01 : Les questionnaires

*UNIVERSITE ABRAHMENE MIRA BEJAÏA*  
*Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences*  
*commerciales*

**Deuxième année poste graduation Magister**  
Option: Management Economique des Territoires Et Entrepreneuriat  
Questionnaire de recherche sur le Thème:

<p><b>Essai d'analyse la relation Université - Entreprise</b> <b>Cas de la wilaya de Béjaïa.</b></p>
--

**N° de l'enquête :**

**Date :** x x / xx /xxxx

Nous sommes des étudiants en Magister de sciences de gestion option Management économique de territoire et entrepreneuriat. Nous préparons une recherche en vue d'obtention du diplôme de Magister cité ci-dessus, pour ce motif, nous vous prions de bien vouloir nous aider par votre participation en répondant à nos questions d'une manière claire et objective. Sachez que les informations que vous nous fournirez ne seront utilisées que pour des fins scientifiques. Les résultats seront présentés sous forme synthétique dans notre mémoire et dans des publications éventuelles en respectant scrupuleusement l'anonymat des réponses de votre entreprise.

***NB :** En échange de votre collaboration, nous nous engageons si vous le souhaitez à vous communiquer les résultats de nos travaux. Pour cela, il vous suffit de nous le mentionner à la fin du questionnaire.*

# Questionnaire pour l'entreprise

## *Axe I. Identification de l'entreprise enquêtée.*

- 01/ Quel est le poste que vous occupez au niveau de cette entreprise ?
- |                     |  |                          |
|---------------------|--|--------------------------|
| PDG                 |  | <input type="checkbox"/> |
| Cadre administratif |  | <input type="checkbox"/> |
| Chef de service     |  | <input type="checkbox"/> |
| Ingénieur           |  | <input type="checkbox"/> |
| Technicien          |  | <input type="checkbox"/> |
- Autres, précisez : .....
- 02/ Depuis combien d'années votre entreprise existe-t-elle ?.....Ans
- 03/ Quel est le statut juridique de votre entité ?
- |      |  |                          |
|------|--|--------------------------|
| SPA  |  | <input type="checkbox"/> |
| EURL |  | <input type="checkbox"/> |
| SARL |  | <input type="checkbox"/> |
| SNC  |  | <input type="checkbox"/> |
- Autre, précisez : .....
- 04/ Quelle est la nature de votre secteur d'activité ?
- |                 |  |                          |
|-----------------|--|--------------------------|
| Agroalimentaire |  | <input type="checkbox"/> |
| Industriel      |  | <input type="checkbox"/> |
| Service         |  | <input type="checkbox"/> |
| Travaux publics |  | <input type="checkbox"/> |
- Autre, précisez .....
- 05/ Votre entreprise possède-t-elle un laboratoire de recherche ?
- |     |  |                          |
|-----|--|--------------------------|
| Oui |  | <input type="checkbox"/> |
| Non |  | <input type="checkbox"/> |
- 06/ Votre entreprise est-elle en partenariat avec d'autres établissements ?
- |     |  |                          |
|-----|--|--------------------------|
| Oui |  | <input type="checkbox"/> |
| Non |  | <input type="checkbox"/> |
- Si oui, quelle est la nature de cet établissement ?*
- |                     |  |                          |
|---------------------|--|--------------------------|
| Entreprise          |  | <input type="checkbox"/> |
| Centre de recherche |  | <input type="checkbox"/> |
| Bureau d'étude      |  | <input type="checkbox"/> |
| Université          |  | <input type="checkbox"/> |
- Autre, précisez .....

## *Axe II. La place de l'innovation et de la formation dans l'entreprise*

### *a. L'innovation*

- 07/ Est-ce que votre entreprise a connu déjà des mouvements d'innovation ?
- |     |  |                          |
|-----|--|--------------------------|
| Oui |  | <input type="checkbox"/> |
| Non |  | <input type="checkbox"/> |
- Si oui, de quelle innovation s'agit-il le plus souvent?*
- |                        |  |                          |
|------------------------|--|--------------------------|
| Aspect organisationnel |  | <input type="checkbox"/> |
| Aspect marketing       |  | <input type="checkbox"/> |

- Technique de production   
Processus
- Autre, précisez.....
- 08/ Quelle est la fréquence d'innovation, par année, de votre entreprise ?**
- Moins d'une fois par année   
Une fois par année   
Deux fois par année   
Trois fois par année
- Autres, précisez..... par année
- 09/ Quelle est la source de vos innovations ?**
- Université   
Autre entreprise   
Un travailleur
- Autre, précisez.....
- Si c'est un travailleur, quel est le poste qu'il occupe ?*
- Un cadre supérieur   
Un technicien supérieur   
Un simple travailleur
- Si l'université, quelle université ?*
- Etrangère   
Algérienne   
Locale (université de Béjaïa)

### *b. La formation*

- 10/ Concernant la formation, Est-ce que le personnel de votre entreprise suit des formations?**
- Oui   
Non
- 11/ Quelle est la nature de l'organisme accueillant votre personnel pour formation?**
- Centres de formation étrangers   
Centres de formation spécialisés locaux   
Des universités
- Autre, précisez.....
- 12/ Est-ce que l'université représente pour vous un centre de formation ?**
- Oui   
Non
- 13/ Est-ce que vous avez des relations en termes de formation avec l'université de Béjaïa ?**
- Oui   
Non
- Si oui, quel est le type de formation ? Précisez.....*
- Si non, quelles sont les causes de cette rupture ?*
- .....
- .....

---



---

***Axe III. La relation de l'entreprise enquêtée avec le monde universitaire***

---



---

- 14/ Avez-vous des relations avec le monde extérieur ?
- Oui   
Non
- 15/ Avez- vous des relations précisément avec le monde universitaire ?
- Oui   
Non
- 16/ Avez- vous des relations avec l'université de Béjaïa en particulier ?
- Oui   
Non
- Si oui, quelle est la nature de ces relations ?*
- .....
- .....
- 17/ Quel est le pourcentage des étudiants diplômés recrutés par rapport au total du votre personnel ?
- Précisez.....%
- 18/ Au niveau de votre entreprise, est-ce que vous recevez chaque année les étudiants stagiaires ?
- Oui   
Non
- 19/ Est ce que les données sont à la disposition des étudiants, sans aucune difficulté ?
- Oui   
Quelques données   
Non
- 20/ Est ce que vous avez réalisé des projets en collaboration avec l'université ?
- Oui   
Non
- Si oui, avec quelle université ?*
- Précisez.....
- Si non, pourquoi ? Précisez.....*
- .....
- .....
- 21/ Avez-vous des projets à réaliser en collaboration avec les universités ?
- Oui   
Non
- Si oui, avec quelle université préférez vous travailler ?*
- Précisez.....
- 22/ Combien de conventions avez-vous signé avec l'université de Béjaïa ?
- Précisez.....
- 23/ Quelle est la nature de ces conventions ?
- Convention projet   
Convention de financement des mémoires   
Convention d'échange d'information   
Autre, précisez.....
- 24/ Sur quels critères avez vous choisi cette université ?

- .....
- .....
- .....
- .....

**25/ Que pensez- vous de l'avenir de partenariat entre l'université et votre entreprise ?**

.....  
.....

**25 a. Si, vous pensez qu'il s'agit d'un très bon avenir, sur quels critères vous avez établi votre réponse ?**

.....  
.....

**25 b. Si, vous pensez qu'il s'agit d'une rupture et de stagnation, quelles sont les causes ?**

.....  
.....

*Merci pour votre collaboration*

*UNIVERSITE ABRAHMENE MIRA BEJAÏA*  
*Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences*  
*commerciales*

**Deuxième année poste graduation Magister**  
Option: Management Economique des Territoires Et Entrepreneuriat  
Questionnaire de recherche sur le Thème:

**Essai d'analyse la relation Université - Entreprise**

**Cas de la wilaya de Béjaïa.**

**N° de l'enquête :**

**Date :** xx / xx /xxxx

Nous sommes des étudiants en Magister de sciences de gestion option Management économique de territoire et entrepreneuriat. Nous préparons une recherche en vue d'obtention du diplôme de Magister cité ci-dessus, pour ce motif, nous vous prions de bien vouloir nous aider par votre participation en répondant à nos questions d'une manière claire et objective. Sachez que les informations que vous nous fournirez ne seront utilisées que pour des fins scientifiques. Les résultats seront présentés sous forme synthétique dans notre mémoire et dans des publications éventuelles en respectant scrupuleusement l'anonymat des réponses de votre entreprise.

***NB :** En échange de votre collaboration, nous nous engageons si vous le souhaitez à vous communiquer les résultats de nos travaux. Pour cela, il vous suffit de nous le mentionner à la fin du questionnaire.*

## **Questionnaire pour l'université**

### ***Axe I. Identification de l'université enquêtée (université de Béjaïa)***

01/ Vous occupez quel poste au niveau de l'université ?

- |                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| Vice recteur        | <input type="checkbox"/> |
| Doyen               | <input type="checkbox"/> |
| Vice doyen          | <input type="checkbox"/> |
| Chef de service     | <input type="checkbox"/> |
| Cadre administratif | <input type="checkbox"/> |

Autres, précisez : .....

02/ Depuis quand vous travaillez dans cette université ?.....Ans

03/ Si, je vous demande de présenter l'université de Béjaïa, quelle présentation générale donnerez-vous ?

.....

.....

.....

.....

.....

### ***Axe II. L'université de Béjaïa et sa relation avec le tissu industriel entouré***

04/ Avez- vous des données relatives à la recherche scientifique réalisée par l'université de Béjaïa?

- |     |                          |
|-----|--------------------------|
| Oui | <input type="checkbox"/> |
| Non | <input type="checkbox"/> |

*Si oui, qu'elle est la nature de ces travaux de recherche ?*

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| Innovation              | <input type="checkbox"/> |
| Aspect marketing        | <input type="checkbox"/> |
| Technique de production | <input type="checkbox"/> |
| Processus               | <input type="checkbox"/> |

Autre, précisez.....

05/ Quelle est l'origine de ces résultats de la recherche scientifique ?

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Etudiants   | <input type="checkbox"/> |
| Enseignants | <input type="checkbox"/> |

Autre, précisez.....

06/ Est-ce que vous avez bénéficié d'une formation pratique pendant votre carrière ?

- |     |                          |
|-----|--------------------------|
| Oui | <input type="checkbox"/> |
| Non | <input type="checkbox"/> |

*Si oui, combien de fois vous avez effectué cette formation pendant votre carrière ?*

Précisez,.....fois.

07/ Est-ce que le personnel de l'université suit fréquemment des formations?

Oui   
Non

*Si oui, sont-ils dans l'obligation de fournir un rapport détaillé de la formation dont ils ont bénéficié ?*

Oui   
Non

08/ Où votre personnel effectue leur formation?

	Niveau national	A l'étranger
Entreprise		
Centres de formation		
Autres		

09/ Avez-vous des relations avec le monde productif (entreprises de Béjaïa)?

Oui   
Non   
Les conventionnées seulement

10/ Citez-nous les entreprises les plus importantes avec lesquelles vous avez des relations au niveau de la wilaya de Béjaïa ?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

11/ Quelle est la nature de cette relation ?

Recherches scientifiques   
Innovation   
Conférences

Autre, précisez.....

12/ Vos étudiants et votre personnel sont-ils bien réceptionnés et ont-ils un accès facile aux informations au niveau des entreprises ?

Oui   
Difficilement   
Non

---

***Axe III. Evaluation de la relation université de Bejaia et le tissu industriel entouré***

---

13/ D'après vous, est-ce que vos relations sont suffisantes avec les entreprises en termes de formation et de stages pratiques ?

Oui   
Non

*Si non, quelle sont les causes de cette rupture d'après vous ?*

14/ L'accès des étudiants aux données dont ils ont besoins, lors de leurs stages au niveau des entreprises est selon vous :

- Facile
- Accès aux données partiel
- Difficile
- 15/ Existe-t-il des entreprises qui ont respecté la mise en application des conventions ?
- Oui
- Non
- Si non, quelles sont, selon vous, les causes ?*
- .....
- .....
- .....
- 16/ Avez- vous des projets à réaliser avec les entreprises de la wilaya de Béjaïa ?
- Oui
- Non
- 17/ Au niveau de votre structure à l'université, est-ce que vous avez rencontré, chaque année, des problèmes d'accès de vos étudiants aux stages pratiques ?
- Oui
- Non
- Si oui, de quel genre de problèmes s'agit-il ?*
- Problème de nombre important des étudiants
- Problème d'accès à l'entreprise
- Problème d'accès aux informations
- Autre, précisez.....
- 18/ Avez- vous réalisé des projets en collaboration avec les entreprises ?
- Oui
- Non
- Si oui, avec quelles entreprises ?*
- Précisez.....
- .....
- .....
- 19/ Avez- vous des projets à réaliser en collaboration avec les entreprises ?
- Oui
- Non
- Si oui, avec quelles entreprises préférez vous travailler ?*
- Précisez.....
- 20/ Sur quels critères avez vous choisi ces entreprises ?
- Précisez.....
- .....
- .....
- .....
- 21/ Que pensez-vous de l'avenir de partenariat entre les entreprises de la wilaya et l'université ?
- .....
- .....
- 21 a. Si, vous pensez qu'il s'agit d'un très bon avenir, sur quels critères vous

*avez établi votre réponse ?*

.....  
.....

**21 b.** *Si, vous pensez qu'il s'agit d'une rupture et de stagnation, quelles sont les causes ?*

.....  
.....

*Merci pour votre collaboration*

## **Annexe 02 : Exemple de convention de partenariat Université-Entreprise**

**Entre : ....**

Représentée par Monsieur ...

Ci-après dénommée "l'Entreprise"

**et : L'Université ....., Service ...**

Représentée par Monsieur ..... Recteur et Monsieur ..., Professeur - Promoteur

Ci-après dénommée "l'Université"

Ci-après conjointement dénommées "les Parties"

### **ETANT PREALABLEMENT EXPOSE QUE**

- Les parties ont déposé à ..... Dans le cadre de ..... Portant sur "... " (Ci-après dénommé : "le Projet ").
- L'appel à propositions émanant de (le bailleur de fonds) prévoit que les parties devront conclure une convention portant notamment sur la propriété et la diffusion des résultats de la recherche.

### **IL EST CONVENU CE QUI SUIV**

#### **Article 1 - Objet**

La présente convention vise à préciser certains droits et obligations des Parties dans le cadre du

Projet

#### **Article 2 – Propriété**

**2.1.** Les résultats des recherches menées dans le cadre du Projet, en ce compris les méthodes et know-how développés par le Service/Laboratoire de ... seront propriété de l'Université.

Dans le cas où les travaux permettraient la mise au point d'inventions susceptibles d'être brevetées, les brevets seront pris par l'Université à son nom.

**2.2.** L'Université concède par la présente à l'Entreprise un droit d'option lui permettant d'acquérir un droit de licence exclusif d'exploitation des résultats du Projet. L'Université s'engage par ailleurs, sur demande de l'Entreprise et pour une durée à convenir de commun accord entre elles, à mettre certaines de ses connaissances antérieures à disposition de celle-ci en lui concédant le cas échéant des licences simples, gratuites et non transférables dans la mesure où, ces connaissances sont nécessaires à la bonne exploitation des résultats du Projet .

**2-3.** En cas de désistement exprès de l'Entreprise, ou à défaut pour celle-ci d'exercer ce droit de préférence endéans le mois de la notification à laquelle procédera l'Université, cette dernière retrouvera son entière liberté pour procéder à la valorisation de ces résultats qu'elle pourra donc exploiter seule ou par un tiers. Il en serait de même si l'Université et l'Entreprise ne parvenaient pas à un accord quant aux conditions d'exploitation des résultats, en dépit de négociations menées de bonne foi, endéans un délai de deux mois après exercice du droit de préférence par l'Entreprise.

**2.4.** L'Université recevra un pourcentage du montant net des ventes provenant de l'exploitation ou commercialisation des résultats par l'Entreprise. Par montant net des ventes, il faut entendre le montant facturé sous déduction, s'il y a lieu, des retours, remises, rabais, escomptes de commerce, des frais de transport, d'assurance, de livraison, et de douane et des impôts et taxes basés directement sur le chiffre d'affaires. Toutes modalités de la licence, et notamment sa durée, son étendue géographique ainsi que son coût feront l'objet d'un contrat spécifique entre les Parties.

**2.5.** Le caractère exclusif du droit de licence visé à l'article 2.2 est opposable à l'Université. Celle-ci reste cependant libre d'exploiter par elle-même ou par un tiers les résultats dans tous domaines d'application autres que le domaine faisant l'objet de la présente Convention.

L'Université reste également libre d'utiliser les résultats à des fins de recherche et d'enseignement, dans le respect des dispositions de l'article 3.

**2.6.** A l'issue du projet, l'Université pourra poursuivre librement la recherche, pour son compte et à ses frais. Les résultats de ces travaux de recherche seront également propriété de l'Université. L'Université accepte cependant dès à présent d'accorder à l'Entreprise, à

offres équivalentes entre celle-ci et tout tiers, un droit de préférence pour la commercialisation de ces résultats. Dans cette hypothèse, un nouvel accord sera conclu entre les Parties afin de préciser leurs droits et obligations respectifs.

**2.7.** En cas de désistement exprès ou à défaut d'exercice de ce droit de préférence relatif aux résultats complémentaires par l'Entreprise endéans le mois de la notification à laquelle procédera l'Université, cette dernière retrouvera son entière liberté pour procéder à la valorisation de ces résultats qu'elle pourra donc exploiter seule ou par un tiers. Il en serait de même si l'Université et l'Entreprise ne parvenaient pas à un accord quant aux conditions d'exploitation des résultats, en dépit de négociations menées de bonne foi, endéans un délai de deux mois après exercice du droit de préférence par l'Entreprise.

### **Article 3 - Confidentialité - Communications/Publications**

**3.1.** Pendant toute la durée de la présente convention et pendant une durée de 5 ans après son expiration, les Parties s'engagent, sans préjudice des dispositions de l'article 2, à garder secrètes et à ne pas divulguer à des tiers les informations relatives aux recherches effectuées et aux résultats obtenus.

**3.2.** Les communications et publications d'ordre scientifique en relation directe avec l'objet de la présente convention ne pourront être effectuées qu'avec l'accord préalable et écrit de l'Entreprise, qui ne pourra s'y opposer qu'en justifiant par écrit d'un intérêt réel à l'absence de

communication/publication. Cet accord sera réputé acquis si l'Entreprise n'a pas fait connaître sa position dans le mois qui suit la demande de publication et/ou de communication émanant de l'Université. Ces échanges se feront exclusivement par lettres recommandées. Toutes les communications et publications mentionneront expressément le financement apporté à la recherche par la (le bailleur de fonds). Cette obligation de confidentialité ne pourra en aucun cas porter préjudice au droit de publication et défense de l'éventuelle thèse de doctorat concernée, étant entendu que les parties se mettront d'accord sur les mesures de protection des informations à prendre à cet effet, dans le respect des législations et réglementations universitaires en vigueur.

**3.3.** Chaque Partie s'engage également, dans l'hypothèse où le projet de recherche ne serait pas retenu par (le bailleur de fonds) à l'issue de la procédure de sélection, à préserver pendant une durée de 5 ans à dater de la décision de la (le bailleur de fonds) la

confidentialité de l'ensemble des informations déjà reçues de l'autre Partie, comme indiqué au point 3.1. cités avant.

#### **Article 4 : Financement**

Le financement de l'engagement du chercheur doctorant sera assuré conformément aux dispositions du projet.

#### **Article 5 - Durée**

La présente convention entre en vigueur et vient à échéance en même temps que le projet.

#### **Article 6 - Contestations**

Les Parties s'efforceront de résoudre à l'amiable tous les différends qui surgiraient entre eux à propos du présent contrat ou des conventions particulières qui pourraient en résulter. En cas de désaccord persistant, le litige sera soumis aux tribunaux de ...

#### **Article 7 – Condition suspensive**

La présente convention, à l'exception de son article 3.3, est conclue sous la condition suspensive de l'acceptation du projet de recherche précité par (le bailleur de fonds) et de la signature de la Convention requise entre (le bailleur de fonds) et les Parties.

#### **Article 8**

Pour le surplus, les relations entre parties restent exclusivement réglées par les conditions prévues par le Projet.

**Pour l'entreprise...,**

**Pour l'Université...,**

Fait à ..... , le \_\_\_\_\_ en trois exemplaires.

**Annexe 03** : Le protocole d'Accord de Formation de Magister entre l'université de Béjaïa et le groupe Cevital

**L'Université Abderrahmane Mira de Béjaïa**

Représentée par son Recteur **Djoudi MERABET**

**Et**

**L'Entreprise *CEVITAL***

Représentée par son Président Directeur Général **Issad REBRAB**

Dans le cadre du développement de la coopération scientifique et technologique entre l'Université de Bejaia et les entreprises industrielles et dans le souci d'intégrer les jeunes chercheurs Algériens dans le développement des industries locales et nationales, l'Université Abderrahmane de Bejaia et l'Entreprise Cevital ont convenu de lancer une coopération diversifiée dans le cadre de la recherche appliquée.

Vu l'accord de financement de mémoires de magisters entre les établissements sus-cités, il a été décidé :

**Article 1**

L'étudiant....., inscrit(e) en 2<sup>ème</sup> année de magister, est retenu(e) pour préparer un mémoire sur le sujet suivant :

.....  
.....

**Article 2**

Le thème proposé s'inscrit dans le domaine de.....

**Article 3**

Chacune des deux parties doit assurer les moyens humains, matériels et financiers nécessaires à la réalisation de ce mémoire.

L'Entreprise Cevital offre une bourse pour le financement de mémoire de Magister de l'étudiante. La bourse octroyée est de dix mille dinars algériens (10 000,00 DA) par mois, étalée sur une période d'une année.

**Article 4**

Le versement de la bourse prend effet au démarrage des travaux et sur attestation du directeur de mémoire.

### **Article 5**

Un compte rendu trimestriel sur l'état d'avancement des travaux sera présenté à chacun des deux établissements concernés.

### **Article 6**

La publication et l'exploitation des résultats des travaux de recherche sont la copropriété des deux parties signataires.

### **Article 7**

La présente convention entre en vigueur à partir de sa date de signature par les deux parties.

*Pour l'Université de Bejaia*

*Pour l'Entreprise Cevital*

Le Recteur

Le Président Directeur Général

Le Directeur de Thèse :

L'étudiant :

**Bejaia, le.....**

# **Les résumés**

**Français, anglais, arabe**

## Résumé

---

L'université et l'entreprise sont deux institutions différentes dans les objectifs tracés. Cette différence n'exclut pas la mise en place d'un partenariat nécessaire sous des formes variées entre les deux entités. Le succès d'une entreprise est souvent lié à son innovation et à sa différenciation par rapport aux concurrents, aussi bien dans le domaine des produits, des services que des procédés. Elle peut trouver des solutions face à ces défis dans un partenariat dynamique avec les unités de recherche universitaire, qui ont accumulé un savoir-faire scientifique appréciable et souhaitent valoriser et investir cette recherche sur le plan pratique, en ciblant des problèmes technologiques, économiques, humains...etc.

Le partenariat Université- Entreprise est extrêmement important, et est un passage obligatoire dans le contexte actuel marqué par les mutations économiques que connaît le monde actuellement. Une telle coopération a connu un développement très rapide dans les pays développés, par la mise en place de projets communs entre les deux types d'institutions. L'Algérie, à l'instar des autres pays du tiers-monde, a déployé des efforts pour améliorer ces liens par l'organisation de séminaires, de rapports, de conférences, de forums de colloques, etc.

En dépit de la place économique des entreprises dans le développement local, concernant l'innovation et les mouvements de formation pour leur personnel, la relation des entreprises avec l'université de Bejaia demeure loin de répondre à vrai dire aux principes de bon partenariat entre les deux entités.

Au niveau de la wilaya de Bejaia, l'université a fixé pour but de développer ses compétences en synergie avec le monde socioéconomique qui l'entoure en nouant des relations avec quelques entreprises. Mais ces efforts restent insuffisants par rapport aux objectifs qu'il faut atteindre, et la qualité du partenariat au niveau local est limitée uniquement aux stages pratiques et le financement des mémoires de magister.

**Mots clés:** partenariat, université, entreprise, innovation, recherche scientifique, formation, entrepreneuriat. Bejaia.

## Summary

---

The university and the company are two different institutions in the objectives. This difference doesn't exclude putting a necessary partnership in place under several forms between the two entities. The success of a company is often linked to its innovation and to its differentiation from its competitors and also in the field of Product, services as well as the process .It may find a solution to face its challenges in a dynamic partnership with the groups of the university research, who have accumulated an appreciable scientific know-how and who value and invest this research on the practical plan, emphasizing on technologic, economic and human...problems

The partnership between the university and the company is extremely important, it's the obligatory passage in the context, our days, shown by the economic mutations that our world knows today. Such cooperation has known a very fast development in developed countries, by giving place to common projects between two types of institutions. Like other developing countries, Algeria deployed efforts to improve its links by organizing seminars, reports, conferences, forums and colloquium...

En the Bejaia wilaya the university set the objective of developing its competences in synergy with the socioeconomic world that surrounds it, by tying relations with other companies. But, these efforts remain insufficient according to the objectives that should be reached, where the quality of local partnership is limited to the practical trainings and to financing post graduates thesis .

**Key words:** Partnership, university, company, innovation, scientific research, formation, entrepreneurship, Bejaia

## ملخص

تعتبر كل من الجامعة والمؤسسة كئلتان مختلفتان من حيث الأهداف المسطرة، غير أن هذا الاختلاف لا ينفى وجود شراكة حقيقية من شأنها أن تدعم سبل التعاون والتعاقد، وتحقق التكامل الاقتصادي الذي يعدّ الهدف الأساس والغاية المرجوة من أي شكل من أشكال الشراكة.

تكمن أهمية الشراكة في كونها السند القوي والإطار الفعّال في نهوض وتماسك المؤسسات، والمعول عليه في الصمود والتصدي للمنافسة الاقتصادية في السوق؛ أين يُعتمد على التسيير العلمي والمؤسس. فكان لزاما لتحقيق ذلك إنجاز شراكة مع هيئة علمية أكاديمية؛ فطرح فكرة الشراكة مع الجامعة كأمر لا مناص من إنجازه لتحقيق حالات التوازن المؤسستي لخوض غمار التنافس الاقتصادي، وضمان تحقيق مؤسسة قوية ومتماسكة.

إن أطروحة الشراكة بين المؤسسة الاقتصادية والجامعة عرفت تقدما كبيرا في دول العالم المتقدم؛ فشهد ذلك مشاريع مهمة ومعروفة بنجاحها من حيث التكامل المتحقق بين الكئلتين، وعلى غرار ذلك اتجهت الجزائر -على الرغم من اعتبارها من الدول السائرة في طريق النمو- إلى تبني هذه الوجهة؛ فسعت في سبيل تحقيق ذلك إلى محاولة التأسيس العلمي والتحقيق الميداني التجريبي بخاصة، فشهدت الساحة العلمية تنظيم ملتقيات وتدخلات ومحاضرات... إلى غيرها من التظاهرات الهامة في ميدان الشراكة، ولكن ذلك يبقى غير كاف للاعتراف بوجود شراكة قوية وفعالة بين المؤسسة والجامعة.

إنه إذا ما خصصنا القول في الطرح التطبيقي بخاصة، واتجهنا صوب التمثيل النموذجي فإننا نأخذ نموذج الشراكة بين جامعة عبد الرحمان ميرة -ولاية بجاية- التي عقدت مع المؤسسات المتواجدة عبر تراب الولاية، مجموعة عقود شراكة خاصة بطلبة التدرج التطبيقي في تربصاتهم، وتمويل مذكرات طلبة الماجستير، الأمر الذي بقي للأسف-حبرا على ورق.

الكلمات المفتاحية: الشراكة، الجامعة، المؤسسة، الإبداع، التكوين، البحث العلمي، المقابلة، بجاية .