

Contribution à la description des déterminants de l'innovation des entreprises de la région Fès Meknès

Contribution to the description of the determinants of innovation for companies in the Fes Meknes region

Abdelhay BENABDELHADI

Enseignant chercheur

ENCG-Kenitra Maroc

Université Ibn Tofaïl

Laboratoire de Recherches en Sciences de Gestion des Organisations

abdelhay.benabdelhadi@uit.ac.ma

Fatima Zahra BENBRAHIM

Doctorante

ENCG-Kenitra Maroc

Université Ibn Tofaïl

Laboratoire de Recherches en Sciences de Gestion des Organisations

fatimazahra.benbrahim@uit.ac.ma

Date de soumission : 24/05/2021

Date d'acceptation : 05/07/2021

Pour citer cet article :

BENABDELHADI. A, BENBRAHIM. FZ. (2021), « Contribution à la description des déterminants de l'innovation des entreprises de la région Fès Meknès », Revue Française d'Economie et de Gestion «Volume 2 : Numéro 7» pp : 19 – 52.

Digital Object Identifier (DOI) : <https://doi.org/10.5281/zenodo.5111069>

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License



Résumé

Dans un univers de compétition universelle « mondialisation » l'innovation est devenue vitale pour les entreprises et les économies en général, ce travail contribue à la compréhension préliminaire des déterminants des comportements d'innovation des entreprises de la région Fès Meknès. Les deux premières parties de notre article font référence aux principaux déterminants de l'innovation cités dans la littérature. Nous présentons, en premier lieu les déterminants liés aux caractéristiques de l'entrepreneur, nous passons en deuxième lieu à la discussion autour de l'environnement de l'entreprise, sa taille, son secteur d'activité et son territoire d'insertion ; et nous finissons par la présentation des facteurs de l'innovation liés à la demande, le marché et la pression concurrentielle. La troisième partie présente les résultats de l'enquête exploratoire relative à l'étude préliminaire des déterminants de l'innovation qui a été réalisée au niveau de la région Fès Meknès. Les données issues de l'enquête montrent que le contexte régional et institutionnel, l'infrastructure industrielle et technologique, la capacité de financement, la structure du marché et la concurrence sont les principales variables affectant l'innovation des firmes de la région Fès Meknès.

Mots clés : Innovation ; Firme ; Schumpeter ; Déterminants de l'innovation ; Economie de l'innovation.

Abstract

In the air of "globalization", innovation has become vital for companies and economies in general, this paper contributes to the understanding of the determinants of innovation behavior of industrial companies in the Fez-Meknes region. The first two parts of our article refer to the main determinants of innovation cited in the literature. We first present the determinants linked to the characteristics of the entrepreneur, and secondly we turn to the discussion around the business environment, its size, its sector of activity and its area of integration ; and we end by presenting the factors of innovation related to demand, the market and competitive pressure. The third part presents the results of the exploratory survey of the determinants of innovation in Fes Meknes region. The data analyses show that the regional and institutional context, industrial and technological infrastructure, financing capacity, market structure and competition are the main variables affecting the innovation of firms in the Fez-Meknes region.

Keywords: Innovation; Firm; Schumpeter; Determinants of innovation; Innovation economy.

Introduction

L'innovation est le facteur dominant de la croissance économique nationale et de la spécialisation commerciale des pays (OCDE, 2005). Toutes les entreprises sont aujourd'hui conscientes que l'innovation est un élément clé de leur survie, leur croissance et leur développement (Acs & Audretsch, 1990) ; elle leur permet de gagner des parts de marché, accroître leurs revenus, réduire leurs coûts et, augmenter leur rentabilité (Wamba, et al., 2017).

Pour innover, l'entreprise doit présenter certaines caractéristiques susceptibles de stimuler et d'influencer la mise en œuvre des innovations. La probabilité d'innovation est déterminée par les caractéristiques et compétences internes et externes de l'entreprise (R&D, taille, secteur d'activité, appartenance à un groupe, ...) (Sadgui, 2014).

Malgré que l'analyse des déterminants de l'innovation soit un travail dur et complexe, elle bénéficie d'une littérature riche et abondante. En revanche, dans les pays en voie de développement, cette thématique n'attire pas suffisamment d'attention surtout pour l'axe relatif au management stratégique (Benamar & Cheriet, 2012). De surcroît, Il existe un manque d'études et d'enquêtes statistiques relatives à l'innovation à l'échelle du Maroc, ce qui a motivé notre travail qui a pour objectif de contribuer à combler le manque de recherche sur l'innovation au niveau national et régional, et plus précisément, au niveau de la région Fès Meknès, qui est marquée par une réticence à innover de la part des entreprises de la région (Délégation Provinciale de Commerce et de l'Industrie de Fès, 2017).

Notre travail s'inscrit dans ce champ de recherche et il a comme problématique la définition des déterminants de l'innovation dans les entreprises marocaines – cas de la région Fès Meknès. Dans ce cadre, nous nous sommes posé les questions de recherche suivantes : Quelles sont les raisons qui influencent la décision des entreprises à innover ou pas ? Quelles sont les caractéristiques et compétences de l'entreprise qui influencent sa capacité à innover ? Pour réaliser cette étude, nous avons opté pour un plan méthodologique basé sur une approche positiviste et faisant recours aux méthodes qualitatives et quantitatives. C'est ainsi qu'une étude exploratoire, dont nous présentons les résultats dans le présent papier, a été réalisé au niveau de la région Fès Meknès ciblant 18 entreprises industrielles de tailles et secteurs différents. Pour le volet quantitatif, une étude empirique est en cours de finalisation portant sur un échantillon aléatoire de 200 entreprises de la même région.

Notre étude propose les grandes parties suivantes : premièrement, l'analyse bibliographique des différentes théories de l'innovation dans l'entreprise, des systèmes d'innovation nationale et régionale et des déterminants de l'innovation au sein de l'entreprise, qui nous a permis de définir notre cadre théorique et en conséquence le cadre conceptuel ; deuxièmement, la définition du cadre épistémologique et la méthodologie de recherche, troisièmement, la réalisation d'une étude exploratoire au niveau de la région Fes Meknès permettant de collecter les données préliminaires nécessaires à la connaissance de notre terrain d'étude et la validation de notre modèle conceptuel, les variables et les hypothèses de l'étude ; quatrièmement, la réalisation d'une étude empirique ciblant 200 entreprises industrielles régionales qui opèrent principalement dans les secteurs : agroalimentaire, textile et cuir, chimie et parachimie, métallique et mécanique, électrique et électronique et cinquièmement l'analyse, la discussion et la conclusion générale de nos résultats de l'étude.

Notre présent article papier présente deux aspects de la recherche : la première présente un survol des différents facteurs influençant l'innovation au niveau de la littérature. En mettant l'accent sur les facteurs tels que le rôle de l'entrepreneur, les caractéristiques de l'entreprise et son environnement, les caractéristiques économiques notamment la demande et la structure du marché. La deuxième présente les résultats préliminaires de l'enquête exploratoire effectuée auprès des entreprises de la région Fès Meknès.

1. Les déterminants de l'innovation liés à l'entreprise et son environnement

1.1. L'entreprise et l'entrepreneur

La première vision de l'entreprise et de l'entrepreneur a été développée par Schumpeter dans « la théorie de l'évolution économique, 1912 » où il explique : « Nous appelons « entreprise » l'exécution de nouvelles combinaisons et également ses réalisations dans des exploitations, etc. Et « entrepreneurs », les agents économiques dont la fonction est d'exécuter de nouvelles combinaisons et qui en sont l'élément actif ». Schumpeter définit l'entrepreneur aussi comme « chef d'entreprise qui a réussi, avec en bout de ligne un profit qui n'est rien d'autre chez Schumpeter que la récompense sociale de cette double réussite » (Deblock, 2012). Dans son introduction Perroux (1935) note que « L'entreprise et l'entrepreneur sont unanimement considérés comme les ressorts fondamentaux du mécanisme de la production, des échanges et de la répartition dans une économie à base de marché ».

1.1.1. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Schumpeter ne voit pas l'entrepreneur comme l'inventeur d'une découverte mais plutôt l'innovateur qui valorisera l'invention en l'introduisant dans l'entreprise, dans l'industrie et dans l'économie en général. Autrement dit, il est l'innovateur aventurier qui met en œuvre les nouvelles découvertes et qui les opérationnalise dans le processus de production afin de fabriquer et créer les futurs produits qui les distingueront des autres dans un contexte de concurrence qui n'est ni pure ni parfaite. Car l'innovation, dont il est porteur, lui permet de se positionner en situation de monopole temporaire, de fixer un prix de vente supérieur au coût marginal, de diminuer les coûts de production et par conséquent obtenir des surprofits (Tremblay, 2003).

Le dirigeant de l'entreprise irrigue la totalité du fonctionnement de l'entreprise et dispose d'une forte insertion dans son environnement interne et externe notamment avec les relations qu'il entretient avec les différents acteurs (Fort, et al., 2005). Il est le mieux placé pour agir sur la capacité de l'entreprise à produire de nouveaux produits, inventer de nouveaux procédés et introduire de nouveaux services, et ceci afin de se distinguer de la concurrence (Julien & Carrier, 2005) qui se traduit souvent par une forte orientation client (St-Pierre, et al., 2013). En outre, ces auteurs pensent que la capacité d'une entreprise à innover est déterminée par la volonté de son dirigeant à axer la stratégie de développement de son entreprise sur l'innovation, et ceci à travers l'implication de toutes ses équipes dans des projets innovants, la production de nouvelles découvertes et l'utilisation de nouvelles technologies.

1.1.2. La taille de l'entreprise

La taille de l'entreprise comme facteur déterminant de l'innovation a été introduite dans la littérature depuis les travaux de Schumpeter, mais de façon contradictoire puisque dans son ouvrage « théorie de l'évolution économique » Schumpeter soutient que l'innovation est du ressort des PME alors que plusieurs années après, dans son ouvrage capitalisme socialisme et démocratie, il change d'avis et écrit que l'innovation est liée positivement à la taille de l'entreprise et qu'elle est du ressort des grands monopoles économiques. En conséquence, la taille de l'entreprise est considérée comme un facteur déterminant de la capacité à innover selon cet auteur.

Ainsi, Becheick, et al., (2006) pensent que la majorité des chercheurs renforcent l'avis de Schumpeter qui soutient qu'il existe une relation positive entre la taille de la firme et le taux d'innovation.

Cependant de nos jours, cet argument Schumpetérien (1942) est majoritairement soutenu par les études et analyses scientifiques (Becheick, et al., 2006). Les entreprises monopolistiques sont plus habilitées à supporter les dépenses colossales exigées par l'activité d'innovation, d'engager des ressources considérables pour développer de nouvelles connaissances et découvertes (produits, procédés), de tirer profit de la complémentarité entre la R&D et les autres activités de fabrication (Sadgui, 2014), d'obtenir facilement le financement (Schumpeter, 1942), d'amortir les coûts fixes liés aux innovations sur le volume de ventes élevé (Sadgui, 2014), et finalement tirer profit des économies de diversification.

En se reposant sur l'analyse des données relatives à l'enquête communautaire sur l'innovation CIS 2008, une enquête qui a touché près de 20114 entreprises françaises sur la période 2006 et 2008, Mongo (2013), affirme que la taille des entreprises a un effet significatif positif sur la capacité à innover et que ça soit dans le secteur industriel ou de service. Ceci dit, plus les firmes sont de grande taille plus elles auront une grande capacité à innover. Pareillement, Sadgui (2014), à travers son analyse des données provenant de l'enquête nationale de l'innovation réalisée par l'association marocaine de la recherche et développement (R&D Maroc), sur un échantillon de 364 entreprises marocaines sur la période 2008-2010 et 2010-2012, a établi que l'intensité d'innovation au Maroc est plus forte pour les grandes entreprises.

Par opposition, d'autres chercheurs pensent que la capacité d'innovation des petites entreprises est nettement plus grande que celle des grandes entreprises (Hamdoun, et al., 2016), puisqu'elles produisent plus d'innovations par unité monétaire investie dans la recherche (Freeman, 1982) cité par (cité par Rahmouni & Yildizoglu, 2011 ; Wamba, et al., 2017). Ce courant argumente et pense que les petites entreprises, d'une part, disposent et maintiennent des relations personnelles, souvent informelles, qui renforcent et alimentent le savoir-faire interne, de l'autre, elles acquièrent, d'une manière formelle ou informelle, des informations qui peuvent constituer une source d'innovation majeure (Fort, et al., 2005).

En plus, la capacité des petites entreprises à innover est liée à l'importance de leur activité R&D (si elle existe), au niveau de formation de l'entrepreneur/dirigeant, à son degré d'utilisation de l'informatique, à sa capacité d'acquérir les informations (d'une manière formelle ou informelle) (Fort, et al., 2005), à son appétence et hardiesse à concevoir et produire des produits innovants permettant de dépasser les grandes firmes et finalement, les petites entreprises ont de la chance d'avoir, au niveau de certains pays et territoires, un

système de financement puissant adapté (tel que la puissance du système de financement par capital risque aux USA) (Mork & Yeung, 2001).

1.2. Le secteur technologique et la R&D

1.2.1. Secteur d'activité et opportunités technologiques

Le secteur d'activité de l'entreprise est l'un des déterminants de l'innovation le plus analysé dans les études liées à l'innovation ; cette dernière est par nature spécifique au secteur d'activité (Lev & Sougiannis, 1996). En effet, les innovations sont plus importantes dans le secteur industriel que dans les secteurs d'activités à savoir le secteur commercial et celui des services (Wamba, et al., 2017 ; Becheikh, et al., 2006) et ceci grâce à l'activité R&D considérée comme clé de succès des secteurs industriels (Mongo, 2013 ; Wamba, et al., 2017).

La diversification du comportement innovant des entreprises face à la variation sectorielle est généralement expliquée dans la littérature par les différences d'opportunités technologiques. L'expression opportunités technologiques d'un secteur correspond au potentiel de progrès technique dissimilé dans l'activité correspondante (Crampes & Encaoua, 2005). Elle désigne la fertilité d'un domaine et l'intensité de sa réponse aux efforts de recherche qui affecte directement la productivité de l'activité de recherche (Guellec, 2017). Les opportunités technologiques se reposent sur les lois de la nature (Guellec 2017 ; Crampes & Encaoua 2005 ; Encaoua, et al., 2004), l'histoire passée en matière d'accumulation de connaissances de base et d'innovations technologiques (Crampes & Encaoua, 2005), la science et activités de recherche (Guellec, 2017) et les facteurs institutionnels et économiques (Encaoua, et al., 2004).

Les opportunités technologiques dépendent aussi des facteurs tels que : le niveau d'avancement des connaissances de base, leur degré de diffusion et de réception par l'industrie, la vitesse d'adoption des nouvelles technologies et des nouveaux produits, le spectre des sources informationnelles utilisées dans le processus d'innovation et les réseaux de relations que les entreprises tissent entre elles et avec les laboratoires de recherche pour concevoir et développer leurs innovations (Crampes & Encaoua, 2005).

1.2.2. L'activité R&D

L'analyse de l'innovation moyennant l'activité R&D est abondamment utilisée comme mesure en innovation (Morck & Yeung, 2001), malgré qu'elle soit particulièrement difficile (Crampes & Encaoua, 2005). C'est une opération complexe car elle provient de ce que son

principal *input* et son principal *output* sont de l'information qui est à la fois très coûteuse à produire et imitable à coût presque nul (Crampes & Encaoua, 2005). Les inputs sont généralement la dépense et les effectifs R&D (Mohnen & Röller, 2005 cité par Mongo, 2013) alors que les outputs de l'innovation sont les dépôts de brevets, les publications en S&T, etc (Crepon & Duguet, 1994 ; Massard, et al., 2003 *a,b* ; Okubo, 1997).

L'activité R&D est une condition fondamentale de l'innovation. Cependant, pour faire la R&D la firme doit avoir une capacité d'investissement non négligeable pour mener à bien l'activité R&D et assurer ses inputs. Cette capacité dépend des motivations stratégiques, de la capacité financière de la firme (Rahmouni & Yildizoglu, 2011), et de la taille de la firme qui affecte obligatoirement sa capacité de financement (Schumpeter, 1942). En effet, ces dépenses reflètent l'effort financier réalisé en amont (Wamba, et al., 2017) et permettent de mesurer les intrants liés à l'activité d'innovation, en particulier pour les grandes firmes (Djama, et al., 2014).

Bien que l'apport de la R&D soit important dans le processus d'innovation, son analyse ne constitue pas une condition suffisante à l'innovation (Sadgui, 2014), surtout que cette méthodologie est critiquée au niveau de la littérature étant donné qu'elle utilise la mesure des intrants de l'innovation et non pas des innovations réelles qui en résultent (Morck & Yeung, 2001). En outre, selon l'OCDE (2005), d'une part la R&D est un input qui est manifestement lié au progrès technique mais ne le mesure pas ; de l'autre, la R&D ne réunit pas tous les efforts déployés par les firmes étant donné qu'il existe d'autres sources de progrès techniques, à savoir l'apprentissage par la pratique (OCDE, 2005).

1.3. Dimension spatiale de l'entreprise

1.3.1. Localisation et dynamique territoriale

De nombreux travaux se sont focalisés sur l'analyse des liens de l'entreprise avec son milieu d'insertion. Fort, et al. (2005) en exemplifie par les travaux de Bertrand (1999) et Julien (1996). Toutefois, les résultats des travaux sont contradictoires quant à l'effet joué par la localisation des firmes dans leur propension à innover (Fort, et al., 2005).

Des travaux sur les PME montrent qu'il n'y a pas une forte relation entre la dimension locale et l'innovation (Fort, et al., 2005). Ainsi, Guesnier (1995) cité par (Fort, et al., 2005) montre à travers son étude sur les PME de la région Poitou-charente, une région innovante mais peu industrialisée, que le facteur local a un effet faible sur les stratégies d'innovation des entreprises. Il argumente son constat par le fait que les entreprises, où qu'elles soient

localisées, s'appuient sur des liens extraterritoriaux à l'échelle nationale ou carrément internationale. Le rôle de l'internet peut renforcer cette position. En effet, Morck & Yeung (2001) pensent que internet peut réduire l'importance de la proximité géographique et l'appartenance au territoire ;

Cet avis est aussi partagé par Bougrain (1999), qui montre que l'insertion régionale des entreprises françaises, localisées dans la région centre, est de nature nationale ou même internationale que ça soit en matière de relation clients-fournisseurs, concurrence, coopération technique, scientifique ou technologique (Fort, et al., 2005).

Inversement, dans son ouvrage dédié au PME, Torrès (1999) pense que la proximité est un capital particulier de l'entreprise, et ceci que ce soit au sein de l'entreprise ou dans ses relations externes notamment avec ses clients, fournisseurs et partenaires. Dans les mots du même auteur : « *le capital de l'entreprise est essentiellement relationnel* ». Selon le même auteur, les entreprises nouent des rapports fondamentaux avec le territoire selon leur taille ; en effet, les PME peuvent avoir une dimension régionale ou locale et s'enracinent fortement dans le territoire alors que les grandes entreprises ou multinationales s'inscrivent dans un cadre mondial. De surcroit, l'auteur mentionne que plusieurs études montrent que les PME sont fortement insérées dans leur territoire grâce aux biens de proximités tissés avec tout l'environnement local et régional, ainsi qu'à la connaissance des besoins du marché ce qui leur permet d'être souvent porteurs de nouvelles idées et innovations utiles et adaptées aux territoires.

Roux (2001) renforce cet avis et pense que non seulement « c'est l'enracinement dans le territoire qui stimule la socialisation des connaissances et les apprentissages collectifs » mais également c'est la combinaison des liens variés de proximité entre individus et firmes du même territoire qui influence fortement la capacité d'innovation des firmes.

Les relations locales permettent aux firmes (en particulier les PME) d'absorber et combiner des connaissances externes et localisées tout en s'appuyant sur le territoire d'implantation et d'appartenance. Saxenian (1994) montre que lorsque la production est ancrée dans des institutions et structures sociales régionales, les firmes locales transforment les relations locales, les interactions internes et externes ainsi que les connaissances et apprentissages en des produits et des services innovants. D'autant plus que ces connaissances constituent même le fondement de la création, de l'entretien et de la diffusion des compétences développées par les firmes, notamment dans la mise en œuvre d'une innovation (Munier & Rondé, 2001).

1.3.2. Notion des externalités des connaissances

Le processus d'apprentissage des firmes et son interaction avec la région de localisation et son développement nous permet d'introduire la notion des externalités des connaissances ou « spillovers » qui met en avant l'importance des interactions entre les entreprises et le milieu de la recherche propre à une région (Munier & Rondé, 2001). En effet, la localisation régionale de l'intensité scientifique exerce par essence des effets d'agglomération des compétences ce qui permet de considérer que les externalités de connaissances publiques ont une forte dimension locale (Munier & Rondé, 2001). En outre, les auteurs ont montré que ces externalités de connaissances scientifiques ont un impact sur les capacités d'innovation des firmes. Dans le même cadre, Mongo (2013) montre que la maîtrise des spillovers incite les firmes à investir en R&D, ce qui augmente leur capacité d'innovation ; en particulier les entreprises industrielles pour lesquelles l'innovation technologique est déterminée par des coopérations locales en matière de R&D.

Munier & Rondé (2001) rappellent à ce sujet que les externalités de connaissances entre les entreprises et le milieu scientifique d'une région constituent un volet idoine dans la notion des « learning region ». Les auteurs pensent que les caractéristiques locales des régions ont probablement un impact fort non seulement sur le processus d'acquisition et de développement des connaissances des firmes, mais également sur la capacité d'absorption et d'innovation dans sa dimension de création (en amont du processus de production) et de valorisation (en aval de ce processus).

Les travaux de Nelson & Winter (1982) et de Dosi (1988) ont mis en évidence une nouvelle conception des externalités de connaissances qui met essentiellement l'accent sur les difficultés d'appropriation des connaissances. En revanche, l'appropriation des connaissances produites en externe n'est pas toujours facile, elle demande la construction d'une capacité d'absorption et l'établissement des relations avec les sources externes productrices de connaissances (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

2. Les déterminants liés à la dimension économique

2.1. La demande

Le client, utilisateur final de l'innovation, constitue par sa demande, son goût et ses préférences une source principale de l'innovation. C'est ainsi que l'approche mettant l'accent sur la demande, appelée en littérature « Demand-pull » a fait l'objet de beaucoup d'intérêt dans les travaux relatifs à l'analyse de l'innovation. Cette approche souligne l'importance de

l'effet du changement de la demande de marché sur les connaissances et la technologie des firmes (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

Guellec (2017) pense que la demande joue un rôle double par son niveau et par sa structure et élasticité prix. Ainsi, et sachant que le coût total d'une innovation donnée est fixe et que le coût unitaire du bien décroît avec la quantité vendue et par conséquent le profit augmente, le niveau de la demande ou sa croissance détermine l'incitation des firmes à investir dans les activités d'innovation. La structure de la demande et l'élasticité prix affectent la profitabilité de l'innovation (Guellec, 2017). En effet, si l'élasticité-prix est élevée, une innovation de procédé affectera fortement les ventes de l'innovation, alors que si elle est faible, une innovation produit sera plus profitable étant donné que le consommateur opte pour des produits de meilleure qualité même si le prix est cher.

Cet avis est renforcé par Rahmouni & Yildizoglu (2011) qui expliquent qu'il est nécessaire d'adapter la production à une demande afin de pousser les entreprises à innover. Ils ajoutent que l'existence d'une demande potentielle et d'un potentiel du développement de l'offre sont des facteurs déterminants de l'impulsion de l'innovation.

Ainsi, dans une étude de l'innovation menée par Schmookler (1966) sur quatre secteurs industriels à savoir le chemin de fer, les équipements de l'agriculture, les papiers et le pétrole, l'économiste montre d'abord que la demande est plus importante dans la simulation de l'activité d'invention que les avancées dans l'état des connaissances (Rahmouni & Yildizoglu, 2011), ensuite, les équipements créés à partir des innovations dans les secteurs à fortes opportunités technologiques (secteurs d'origine) ont tendance à être adoptés ultérieurement dans les secteurs où la demande est élevée (secteur d'utilisation), autrement dit, les innovations technologiques se propagent depuis le secteur d'origine (caractérisé par de fortes opportunités technologiques et un niveau de connaissances élevé) au cours du temps et inter-secteurs jusqu'aux industries utilisatrices caractérisées par une forte demande (Crampes & Encaoua, 2005). Conséquemment, une corrélation forte existe entre les activités d'invention ou les brevets utilisés par les industries utilisatrices, d'une part, et le volume des ventes effectuées ou les investissements (utilisés comme indicateurs de demande) réalisés par les industries utilisatrices d'autre part (Crampes & Encaoua 2005 ; Rahmouni & Yildizoglu 2011). Nous déduisons que les innovations et inventions produites se diffusent dans les secteurs selon l'importance de la demande et sont adoptées par la suite dans les secteurs dont la demande est plus élevée (Schmookler, 1966).

Le modèle d'impulsion de l'innovation par la demande est aussi soutenu par Lucas (1967), Ben-zion & Ruttan (1978, 1974) et Griliches (1957) qui expliquent que le changement technologique est une réponse à la demande et que cette dernière détermine le profil temporel et la localisation de l'invention (Rhmouni & Yildizoglu, 2011)

Selon une autre approche, celle du cycle de vie de produit de Vernon (1966) qui explique que la demande du marché détermine les cycles de vie d'un produit et que la communication entre le marché et le producteur potentiel représente la source essentielle de développement de produits nouveaux et la dynamique de l'innovation (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

Rahmouni & Yildizoglu (2011) définissent trois phases de cycles de vie de produit selon la nature de la demande du consommateur : Phase de production, phase de détermination des caractéristiques de la production, phase de standardisation du produit.

Les auteurs signalent aussi que la 1^{ère} phase de production est essentiellement influencée par le revenu des consommateurs. La création d'un nouveau produit et sa consommation par les clients sont en interaction, contrainte par le revenu des consommateurs potentiels qui conditionne la mise en place et la réussite de ladite innovation produit lancée sur le marché (Rahmouni & Yildizoglu, 2011). En outre, et selon Guellec (2017), l'offre et la demande ne s'auraient être mises en opposition totale et n'ont de signification économique que relativement l'un à l'autre : la demande peut se manifester sans que les possibilités technologiques puissent la satisfaire et d'un autre côté, la technologie relative peut ne pas intéresser le consommateur. Tous les besoins perçus orientent les recherches et les explorations technologiques en orientent d'autres, en revanche, seules les recherches qui sont demandées et faisables aboutissent à des innovations (Guellec, 2017).

Enfin, la demande détermine à la fois l'intensité et la direction de l'activité d'innovation des entreprises étant donné que, d'une part, la capacité d'innovation est répandue au sein des entreprises qui s'adaptent aux opportunités de profit d'où qu'elles viennent, et d'autres part, la taille d'un marché existant ou potentiel oriente principalement les innovations, puisque plus la taille est grande plus l'innovation se dirige vers le marché en question (Schmookler, 1966); en effet, le profit d'une innovation croît avec la taille du marché et les chances de succès s'accroissent avec le nombre d'innovations potentiels sur le marché (Crampes & Encaoua, 2005).

2.2. Le marché

Il est vrai que la structure du marché et la pression de la concurrence influencent les incitations à innover (Crampes & Encaoua, 2005). Ainsi, la mise en place d'un nouveau procédé ou organisation peut être le résultat de la pression concurrentielle (Rahmouni & Yildizoglu, 2011) ; contrairement à l'innovation produit induite par l'évolution de la demande et le pouvoir d'achat du consommateur, comme déjà expliqué auparavant. Par ailleurs, l'offre de l'innovation des firmes doit être en harmonie avec le stade d'évolution du marché et sa structure (Morck & Yeung 2001 ; Rahmouni & Yildizoglu 2011), et permet d'offrir des méthodes permettant de satisfaire les besoins des marchés existants matures (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

Pareillement, Morck & Yeung (2001) expliquent que la structure de marché influence non seulement le rythme d'innovation mais également le type d'innovations produites ; En effet, les grandes entreprises sont derrière les innovations incrémentales pourtant que les petites sont derrière les innovations radicales. Ces dernières apparaissent surtout au début de la création du marché et à la fin du cycle de vie du marché (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

A l'inverse, la structure du marché peut à son tour être influencée par le rythme et le stade d'innovation (Mork & Yeung, 2001) ; en effet l'innovation est vendue et valorisée par beaucoup d'utilisateurs à son stade initial, puis au fur et à mesure cet intensité baisse suite à la saturation du marché (Mork & yeung, 2001). Ceci nous rappelle le raisonnement de Schumpeter, puisque le type des innovations est lié au cycle du marché (voir tableau N° 1) :

Tableau N°1 : Cycle de vie du marché

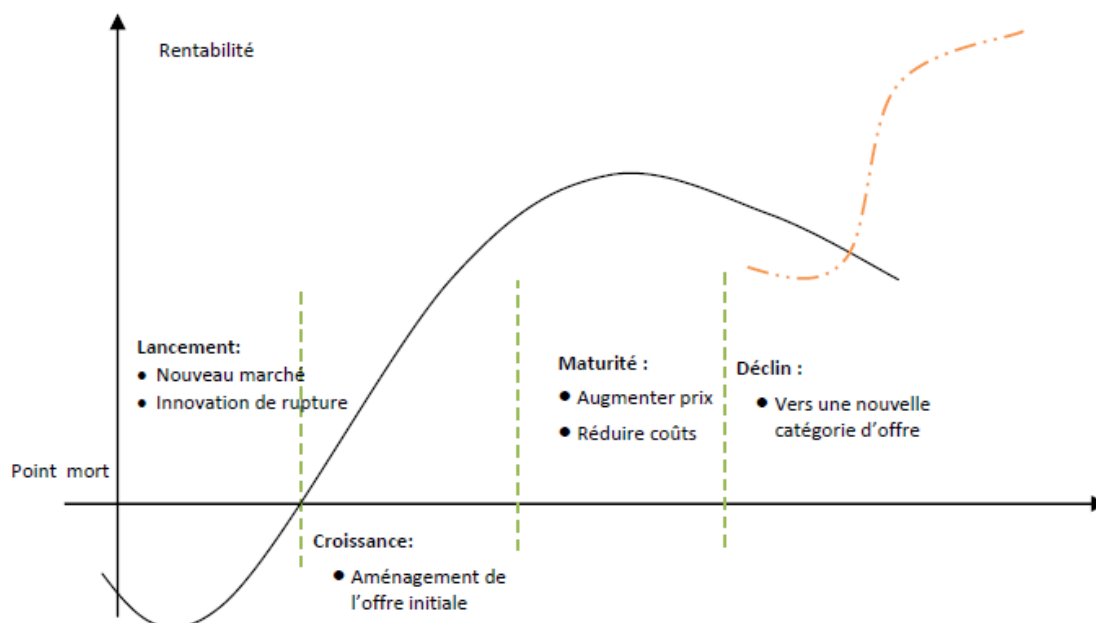
	Démarrage	Croissance	Maturité	Déclin
Motivations	Satisfaction des besoins des utilisateurs, différencier des concurrents sur le marché initial	conquérir de nouveaux clients : Améliorations du coût et de la qualité, réduction des prix	Améliorer la façon de commercialiser et réduire le coût des produits standardisés	Transition vers une nouvelle catégorie d'offre, protection

Cibles	Nouveau marché, Niches	Marché de masse	Marché en saturation	Marché de remplacement
Type d'innovation	Innovation de rupture, innovation de produit	Innovation incrémentale sur le produit, innovation de rupture sur le procédé	Innovation incrémentale sur le procédé, modifications cosmétiques sur le produit	innovation de rupture

Source : Rahmouni & Yildizoglu (2011)

Selon cette approche du cycle de vie de marché, Rahmouni & Yildizoglu (2011) citent la représentation (figure N°1) de la relation pouvant être établie entre le stade de développement du marché et les motivations à innover des firmes :

Figure N°1 : le cycle de vie d'un marché, la courbe en S



Source : Vernon (1966) cité par (Rahmouni & Yildizoglu, 2011)

2.3. La pression concurrentielle

La pression des concurrents n'est pas seulement une source de pression sélective sur un marché mais également, une source de connaissances nouvelles et une voie de stimulation du progrès technique pour chaque firme concurrente (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

L'influence de la concurrence sur la capacité à innover a été largement étudiée dans la littérature. Au niveau théorique, et suite aux travaux de Schumpeter, il est de tradition d'opposer deux visions de la relation « concurrence & innovation » : on parle de la vision statique et la vision dynamique. En effet, la vision statique requière un marché parfaitement concurrentiel : le prix égale le coût marginal et toute rente est exclue. Dans ce cas, c'est-à-dire, de forte concurrence, les firmes ont moins de ressources pour innover et sont moins motivées à consacrer des ressources à cette activité (Rahmouni & Yildizoglu, 2011), et l'innovateur ne pourra pas recouvrer ses coûts (Guellec, 2017).

Par opposition, la vision dynamique : qui requiert un marché où la concurrence est imparfaite (selon la thèse schumpetérienne) : le prix de marché est plus élevé et la quantité échangée à ce prix d'équilibre est moindre (Guellec, 2017). Dans ce cas, l'innovation permet à la firme de faire face à la concurrence en créant des niches où la concurrence est faible ou en réduisant ses coûts au point de détruire les concurrents les moins efficaces du marché (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

Nous citons les arguments en faveur de la théorie Schumpétérienne qui favorise la situation du monopole et considère que dans une situation de concurrence faible et imparfaite, l'entreprise a un pouvoir de marché plus grand et conséquemment une marge bénéficiaire plus élevée, le monopole aura ainsi plus de facilité à mettre en œuvre ses innovations (Guellec, 2017). Le pouvoir monopolistique de l'innovateur repose sur un produit ou un procédé de production amélioré qui bénéficie aux consommateurs (Morck & Yeung, 2001), qui en préférant le nouveau produit de l'innovateur, lui permettront d'agrandir son pouvoir de marché et de réaliser des bénéfices monopolistiques au détriment de ses concurrents (Morck & Yeung, 2001). En outre, le monopole peut bénéficier d'un avantage sur la courbe d'apprentissage, en sorte que le coût de la recherche est moins élevé pour lui que pour ses concurrents potentiels (Guellec, 2017). Cependant, lequel des deux parties, monopole ou concurrents potentiels est la plus incitée à innover ? Guellec (2017) explique ce comportement selon deux effets : l'effet d'efficience et celui de remplacement :

- L'effet d'efficience : si le monopole innove il gardera son pouvoir monopolistique par contre si c'est le concurrent potentiel, l'entrant, innove, il sera vraisemblablement en concurrence avec le monopole en place si la technologie actuelle de cet entrant (sans innovation) n'est pas trop inférieure à la technologie nouvelle, par conséquent, le monopole sera plus incité à innover.
- L'effet de remplacement : si le monopole innove il restera monopole sans gagner plus que ce qu'il a déjà, par contre le concurrent potentiel gagnera s'il innove.

L'ampleur de l'innovation produite par le monopole ou l'entrant va déterminer l'effet qui se manifeste. En effet, si l'innovation produite est radicale, elle permettra à son producteur de se positionner en tant que monopole, et l'effet de remplacement sera dominant par conséquence l'entrant sera plus innovateur (Guellec, 2017). Par opposition, si l'innovation est incrémentale, c'est l'effet d'efficience qui dominera et l'entrant ne sera pas motivé pour innover puisque le profit réalisé n'est pas suffisant (Guellec, 2017). En revanche, dans les deux cas, le monopole, dans le cas de concurrents potentiels, se sentira en menace et innove plus qu'un monopole non menacé (Guellec, 2017).

A l'inverse, Guellec (2017), explique que, dans le cas de la concurrence pure et parfaite, les firmes sont plus menacées par la réduction de leurs revenus si elles n'innovent pas ; la concurrence permet de favoriser une diversité des approches technologiques (si la voie suivie par une firme conduit à une impasse, le concurrent peut travailler sur une voie alternative plus fertile), maintenir la pression sur les prix des nouveaux produits, faciliter la diffusion des innovations produites et agrandir les marchés relatifs.

Face à cette situation de concurrence, et selon Rahmouni & Yildizoglu (2011), les firmes peuvent adopter soit une stratégie offensive ou défensive. En effet, elles peuvent augmenter la marge grâce aux baisses de coût suite à une innovation de procédés qui permettra à la firme de se défendre par rapport aux concurrents. La stratégie défensive peut aussi être observée à grande échelle au niveau des pays industrialisés qui, pour concurrencer les pays à bas salaire, encouragent et soutiennent le consortium entre firmes et centres de recherche, afin de produire des innovations défensives (Wood 1994, cité par Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

A l'inverse, d'autres firmes optent pour la création et le lancement d'un nouveau produit afin d'avoir une grande autonomie par rapport à ses concurrents et une différenciation de produit afin de s'adapter à certains segments de la demande ; Ceci permettra à ces firmes de mettre en place une stratégie offensive qui leurs permet d'éviter l'encerclement de leurs débouchés par

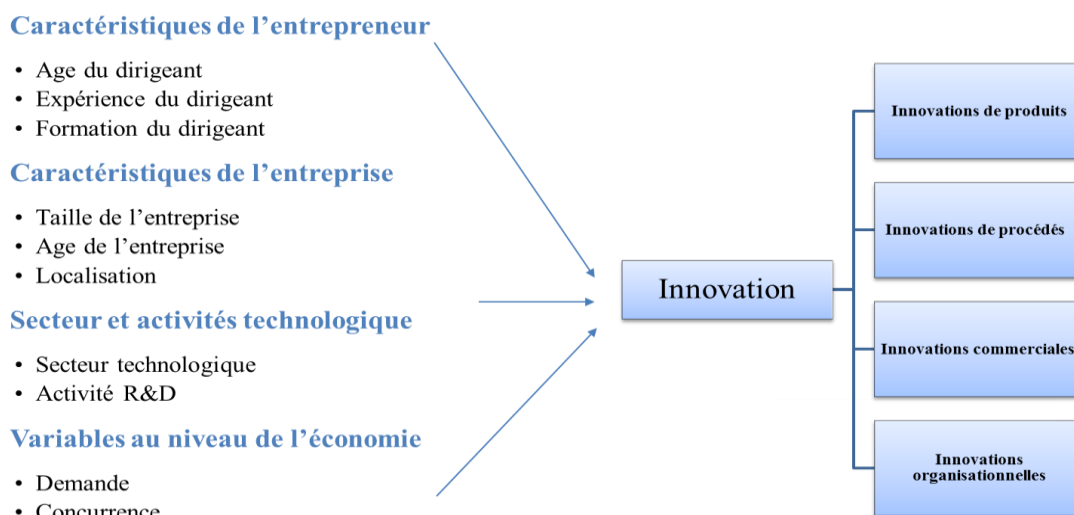
leurs niveaux, réduire l'interdépendance face à eux, et même chercher un pouvoir monopolistique dans un cas extrême de la stratégie offensive. Pareillement à la stratégie défensive, l'offensive peut aussi être observée au niveau des pays en voie de développement puisqu'ils doivent faire face aux produits et technologies avancées non accessibles par les consommateurs locaux (vu leur prix élevée) ; ce qui les pousse à adopter des stratégies offensives en absorbant ou achetant des technologies avancées pour pénétrer des marchés situés au niveau des pays développés (Rahmouni & Yildizoglu, 2011).

Grâce à notre modèle théorique relatif aux déterminants du comportement de l'innovation des entreprises de la région Fès Meknès, nous proposons un modèle conceptuel qui permet de répondre à nos questions de recherche :

- Quelles sont les raisons qui influencent la décision des entreprises à innover ou pas ?
- Quelles sont les caractéristiques et compétences de l'entreprise qui influencent sa capacité à innover ?

Ce modèle conceptuel, présenté ci-dessous dans la figure N°2, prend en considération l'influence des caractéristiques de l'entrepreneur, des caractéristiques de l'entreprise, du secteur et opportunités technologiques, de la demande et de la concurrence sur les quatre formes de l'innovation.

Figure N°2 : Modèle conceptuel de l'étude



Source : les auteurs

Les hypothèses qui en découlent sont présentées ci-dessous au niveau du tableau N°2 :

Tableau N°2 : hypothèses de l'étude

H1	La taille des entreprises a une influence sur la capacité d'innovation
H2	L'âge de la firme est associé à sa capacité d'innovation
H3	L'âge du dirigeant est associé à la capacité d'innovation de son entreprise
H4	L'expérience du dirigeant est associée à la capacité d'innovation de la firme
H5	La formation du dirigeant est associée à la capacité d'innovation de la firme
H6	Les firmes des secteurs à forte intensité technologique sont les plus innovantes
H7	L'activité R&D est associée à la capacité d'innovation de la firme
H8	L'intensité de l'innovation des firmes dépendent de l'évolution de la demande sur leurs marchés
H9	La pression concurrentielle influence la capacité des firmes à innover
H10	La localisation géographique est associée à la capacité d'innovation de la firme

Source : les auteurs

3. Essai d'identification des déterminants de l'innovation des entreprises de la région Fès Meknès

3.1. Monographie

Le rôle essentiel du secteur industriel dans le développement économique de la région Fès Meknès n'est plus à démontrer. Ce rôle est encore plus marqué dans le contexte économique actuel où la mise en œuvre du « Plan d'Accélération Industrielle 2015 – 2020 » s'inscrit dans la lignée du Plan Emergence vise à faire de l'industrie un levier majeur de croissance à travers :

- La création d'un demi-million d'emplois, une moitié provenant des IDE et une autre du tissu industriel national rénové
- L'accroissement de la part industrielle dans le PIB de 9 points, passant de 14% à 23% en 2020

La Région Fès Meknès occupe une place privilégiée dans le tissu industriel national et participe au développement socioéconomique du Royaume. Avec 997 unités recensées en 2014, la région de Fès-Meknès, emploie 47467 personnes permanentes soit 8,3% de l'effectif

national. La production de ces unités s'élève à 23 Milliards de Dirhams et représente environ 6% au niveau national.

En ce qui concerne l'investissement réalisé, il se chiffre à 543 Millions de Dirhams soit 2,2 % au niveau national. Les exportations sont de 2.9 milliards de Dirhams, ce qui représente 2,5% des exportations du tissu national. Quant à la valeur ajoutée produite par le secteur industriel dans la région de Fès-Meknès, elle est de 5.3 milliards de Dirhams soit 5,14% de la valeur industrielle nationale (Délégation de l'industrie et du Commerce à Fès, 2017). Partant de l'analyse de l'enquête annuelle sur les industries de transformation réalisée par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Economie Verte et Numérique au niveau de la région Fès Meknès en 2013, il ressort que le secteur de l'industrie agro-alimentaire est classé en tête des industries de transformation de la région avec 295 établissements réalisant un CA de 12 Milliards de DH, un investissement de 246 Millions de DH, valeur ajoutée de 2Milliards de DH et emploie près de 8718 emplois.

Avec 287 établissements, le secteur de l'industrie textile et cuir occupe la 2^{ème} position au niveau de la région Fès Meknès réalisant un CA de 3 milliards de DH, un investissement de près de 108 millions de DH et une valeur ajoutée de 1.1 milliards de DH et emploie près de 27533 emplois. Ce secteur est classé au 1^{er} rang des exportations avec 2Milliards de DH.

En se reposant sur la fabrication des produits minéraux non métalliques, l'Industrie chimie et parachimie se positionne 3^{ème} dans la région avec 237 établissements et 5610 emplois. Le secteur est classé 2^{ème} en matière de : CA = 6.3 milliards de DH ; Production = 5.3 milliards de DH ; VA = 1.7 milliards de DH.

3.2. Présentation de l'enquête

Nous avons opté pour la réalisation d'une enquête exploratoire préliminaire ciblant les grandes entreprises (GE) ainsi que les petites et moyennes entreprises (PME) de la région Fès Meknès pour avoir des données primaires moyennant un guide d'entretien qualitatif, et en réalisant une série de discussions, ou d'interviews exploratoires (Aktouf, 1987), assez peu structurées mais centrés sur la thématique de l'étude. C'est une étape qui requière une investigation prolongée sur le terrain. C'est aussi une étape essentielle et non discrète de la recherche (Thietart, 2014), qui nous permettra d'identifier les variables non citées en littérature et celles nécessaires pour notre étude.

En outre, l'exploration nous conduira à rassembler, d'une manière préliminaire et superficielle, à peu près tout ce que le terrain pouvait nous fournir sur les entreprises de la région, leurs innovations, les pratiques managériales, etc., avant d'entamer notre étude empirique prévue juste après la finalisation de cette phase d'exploration.

3.3. Méthodologie de l'enquête

3.3.1. Choix de la région de l'étude

Comme déjà cité, l'analyse de la thématique innovation dans le cadre des unités industrielles nationales n'est pas encore une priorité nationale, ni régionale. Les différentes études sur les entreprises qui existent sont de nature comptable ou financière. Les études relatives à l'innovation sont exemplifiées par « l'étude nationale sur l'innovation et R&D au sein des entreprises lancée et réalisée par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Economie Verte et Numérique » et « l'étude nationale sur l'innovation réalisée par R&D MAROC » qui sont relativement anciennes. Nous avons rencontré quelques études scientifiques - nationales ou régionales- sur l'innovation dans l'entreprise mais qui restent insuffisantes pour répondre aux différentes questions de recherche qui peuvent se poser dans le cadre de cet axe de grande importance pour l'amélioration de la performance des entreprises, la compétitivité territoriale et conséquemment le développement des nations.

Au niveau de la région Fès Meknès, il existe très peu d'études dans ce cadre et les acteurs régionaux sont réticents vis-à-vis de l'innovation, malgré le potentiel régional en matière de projets scientifiques lancés, des brevets d'inventions déposés (par les universités et par les acteurs économiques), d'infrastructure technologique créée (la ville de Fes abrite la 1^{ère} cité de l'innovation au Maroc sise à l'université Sidi Mohamed Ben Abdellah). Cependant, le territoire Fès Meknès peut être caractérisé par une faible compétitivité de ses PME, un tissu industriel fragmenté et menacé par l'informel, des ressources humaines ne répondant pas aux besoins des métiers et technologies de demain, un manque de communication interne et externe entre les PME et les acteurs régionaux, et un faible taux de collaboration entre les PME et acteurs régionaux. De plus, selon les responsables du Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Economie Verte et Numérique, les entreprises régionales ne font recours aux mécanismes transversaux de soutien que rarement alors qu'elles n'ont jamais demandé le financement ni auprès de l'ancien « centre marocain de l'innovation » qui proposait un soutien spécial à l'innovation, notamment à travers les programmes INTILAK, TATWIR et

PTR, ni auprès du Ministère de l'industrie à travers le programme de soutien aux clusters technologiques d'innovation.

Les facteurs cités auparavant ont motivé notre choix de la région à étudier, surtout que l'analyse et le lancement de notre recherche a coïncidé avec une mobilité territoriale, depuis les années 2015 et 2016, caractérisée par une consolidation des efforts de tous les acteurs afin de donner une nouvelle impulsion à l'innovation et l'amélioration du positionnement compétitif de la région. Notamment à travers l'encouragement des initiatives de productions des technologies innovantes, l'encouragement de la recherche scientifique, la mise en place de mécanisme d'interaction entre le monde de la recherche et le tissu économique de la région et la création de nouvelles plateformes technologiques et innovantes.

3.3.2. Déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée entre les mois Mai et Juillet 2018. Les entretiens effectués (durée des entretiens 1 à 3 heures) ont touché 18 entreprises de la région Fès Meknès, représentant environ 3% des entreprises actives sur le territoire de la ville de Fès et 7% des emplois créés. Les entreprises choisies sont réparties entre PME, GE et multinationales (72% des PME ; 17% des multinationales ; 11% GE).

Le choix de ces unités s'est reposé sur la localisation géographique (préfecture de Fès, province de Séfrou, province de Moulay yacoub) ainsi que la diversité sectorielle notamment les secteurs : le textile et cuir (39%), l'agroalimentaire (33%), la chimie et parachimie (22%) et finalement l'électronique et électrique (6%). Prenons en considération la difficulté d'accès aux entreprises de la région, le choix des répondants était basé selon la convenance et l'acceptabilité d'accueil des chefs d'entreprises contactés.

Les visites se sont déroulées dans les locaux des entreprises contactées après avoir prendre des rendez-vous avec les chefs d'entreprises ou les directeurs de départements production ou qualité.

3.4. Analyse des données

Les résultats de l'enquête ont été analysés manuellement et en utilisant Excel pour certaines questions liées à la description des entreprises. En effet, les réponses libres et parfois longues ont été analysées et synthétisées afin d'en tirer les variables nécessaires pour notre étude.

L'analyse des données préliminaires montre que :

Seules deux entreprises parmi 18 sont membres de clusters technologiques au niveau de la région et 3 disposent des certificats de qualités. Le portefeuille propriétés industrielles et commerciales (PIC) des entreprises étudiées est comme suit :

6 entreprises ont une stratégie PIC	8 entreprises titulaires de marques
2 entreprises titulaires de dessins et modèles	2 entreprises titulaires d'inventions technologiques
5 entreprises ont bénéficié du pré diagnostic PIC	Aucune entreprise n'a bénéficié de la prestation TISC

Les entretiens ont été basés sur un guide d'entretien que nous avons construit permettant de cadrer la discussion et de traiter plusieurs axes. Le guide a porté sur les thèmes ci-dessous :

- L'environnement de l'entreprise
- L'innovation dans l'entreprise (types d'innovation, ressources, facteurs favorisant l'innovation, appartenance aux groupes, ...)
- La R&D dans l'entreprise
- L'innovation et R&D au niveau de la région

3.5. Résultat de l'enquête exploratoire

Notre étude menée au niveau de la région Fès Meknès a permis de se rendre compte de l'importance d'un certain nombre de facteurs sur le comportement de l'innovation des entreprises régionales, du rôle que les pouvoirs étatiques et collectivités régionales peuvent jouer pour encourager l'innovation industrielle, de définir la typologie des innovations pratiquées par celles-ci, de définir le terme « innovation » selon les interviewés, et d'identifier les obstacles qui empêchent ces structures d'innover et exceller à l'instar de ses concurrentes à l'échelle nationale et internationale.

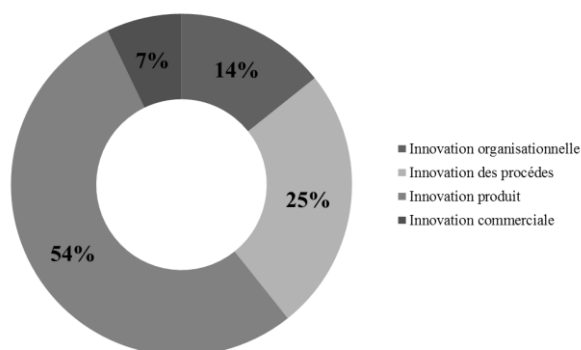
3.5.1. L'activité innovante et contexte régional des entreprises étudiées

Dans les termes des sujets interrogés, l'innovation constitue une source de croissance privilégiée pour les entreprises de tout secteur industriel. Elle constitue un outil de fidélisation et de satisfaction des clients et des consommateurs. « Une entreprise qui n'innove pas n'évolue pas », déclare un chef d'entreprise.

Dans l'aire de la révolution numérique et digitale les entreprises sont obligées d'innover pour garder leur position sur le marché, pénétrer de nouveaux horizons et faire face à la concurrence, selon un chef d'entreprise « هي سلاحك لتحارب بها منافسيك ». L'innovation est vitale ! déclarent d'autres sujets.

A travers les interviews et les différentes déclarations citées, nous constatons clairement que l'innovation occupe une place importante dans la stratégie globale de l'entreprise au niveau de la région Fès Meknès, et particulièrement, dans le cas des grandes entreprises et des multinationales. Pour leurs parts, les PME, majoritairement représentées dans notre échantillon, prouvent une grande connaissance des atouts et bénéfices que l'innovation peut générer. Selon l'étude, l'intensité d'innover, au sein de celles-ci, est moyenne compte tenu des difficultés auxquelles ces PME se heurtent dans le processus d'innovation.

Nous avons eu le sentiment, que les PME sont plus motivées à innover dans le souci d'améliorer en continu les produits, de garder une bonne place dans le marché et de rattraper leurs concurrents technologiquement. Cependant, ce sont les GE et les multinationales, insuffisamment présentes au regard de leurs consœurs, qui se distinguent et innovent plus au niveau de notre région vu qu'elles ont plus accès aux différentes ressources d'innovation au travers de leurs filiales, réseaux d'appartenances et collaborateurs.



Parmi ces entreprises visitées 89% ont déclaré avoir innové dans leur secteur d'activité. Les types d'innovations mises en place par ces firmes concernent les innovations produits (54%), les innovations procédés (25%), les innovations organisationnelles (14%) et les innovations commerciales (7%).

Nos sorties sur terrains, nous ont permis de découvrir les richesses technologiques produites sur le territoire de la région soit accidentellement soit en suivant le processus habituel de l'innovation. En fait, les entreprises visitées innovent majoritairement dans le produit soit à travers l'amélioration significative de l'une ou plusieurs caractéristiques du produit, permettant ainsi l'ajout d'une fonctionnalité ou le changement d'utilisation, soit en produisant un nouveau produit qui n'existe pas dans le marché. Nous citons à titre d'exemple : la mise en

œuvre d'un nouveau « fertilisant » en utilisant les résidus d'une industrie agroalimentaire (le produit peut faire l'objet d'un dépôt de brevet).

Les innovations de procédés identifiées lors de nos discussions avec les responsables des entreprises, viennent surtout pour résoudre des problèmes techniques qui peuvent entraîner des pertes de ressources matérielles et financières.

Un regard particulier a été porté sur le contexte régional de l'entreprise. En effet, 67% des sujets interrogés ont déclaré que la « mentalité fassi », « le manque de communication », « le manque d'information et de formation » ainsi que le « climat des affaires au niveau de la région » affectent négativement la propension d'innover.

Ceci témoigne de la difficulté du territoire d'étude, qui selon (Pallez, 1948), est caractérisé par le traditionalisme, le prestige, le sentiment de supériorité de ses acteurs et le recours à l'appui parental et familial. De surcroît, les interrogés ont déclaré que les acteurs territoriaux sont peu liés par des liens de coopération et interaction vu qu'ils sont distants et volontairement inaccessibles – particulièrement entre les entreprises et leurs consœurs- et que les ressources humaines les composant sont de caractère peu sociable. Cette particularité se répercute sur le nombre d'entreprises étudiées appartenant aux clusters ou réseaux d'innovation et également sur leur avis sur l'importance de ces structures. En effet, seulement 28% des personnes interrogées pensent que l'appartenance aux réseaux technologiques favorise l'innovation industrielle ou commerciale et uniquement deux entreprises agroalimentaires étudiées sont membres de cluster d'innovation, en particulier le cluster AGRINOV sis à Rabat - anciennement localisé au niveau de la région d'étude et qui est labélisé par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Économie Verte et Numérique, et le cluster AGRINOVA sis à l'AGROPOLIS de Meknès et labélisé par le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts.

A travers l'étude, nous avons déduit que l'état détérioré des infrastructures technologiques, des zones industrielles et des espaces touristiques influence l'activité innovante des firmes régionales (selon 22% des sujets) dans la mesure où elles ne permettent pas d'attirer les investisseurs industriels, de promouvoir les exportations et de recruter les profils adéquats : certains interrogés déclarent que les ressources qualifiées préfèrent les structures situées dans un zoning industriel valorisé, entretenu et connecté.

La difficulté du territoire étudié s'accroît avec l'absence de centres de formation spécialisés (selon 28% des sujets) surtout pour les nouvelles filières émergentes telles que : la fabrication

de matériel de distribution et de commande électrique, la fabrication de pièces pour moteurs et véhicules (chemises, pistons), le câblage pour industrie ferroviaire et automobile, la fabrication de matériel médicochirurgical et d'orthopédie, la fabrication de la chaussure, la tannerie, la fabrication de carreaux en céramique « *zelij beldi* » ... De surcroît, 39% des responsables rencontrés pensent que le coût salarial régional - relativement moyen – ainsi que le savoir-faire local (pour certaines filières : maroquinerie, tannerie, *zelij beldi* ...), la qualité et la flexibilité des ressources humaines régionales semblent agir sur les capacités des firmes à adopter un comportement innovant et créatif.

3.5.2. Déterminants liés à l'entreprise et son environnement

Notre étude a montré que 83,3% de sujets pensent que l'entrepreneur est un acteur essentiel qui a pour mission de pousser son entreprise à innover ou pas. Les personnes interviewées ont fait savoir que l'âge, le profil, la formation, l'ancienneté et l'esprit de l'entrepreneur déterminent le comportement d'innovation des entreprises. Ceci est en harmonie avec l'avis de Schumpeter qui pense que l'entrepreneur est celui qui valorise l'invention en l'introduisant dans l'entreprise, dans l'industrie et dans l'économie en général.

De plus, la capacité des entreprises à innover est déterminée par (selon les déclarations en %) : la taille (11%), la forme juridique (17%), la capacité de production (5,5%), la présence de laboratoire R&D en interne (6%) et la présence d'une équipe dédiée à l'innovation (28%). Il est à noter, qu'aux yeux des multinationales prospectées, être une filiale d'une multinationale est un facteur de taille déterminant la capacité et l'incitation à innover. Ainsi, plus l'entreprise est grande plus elle a une grande capacité de production et une propension à innovation élevée. Ce résultat préliminaire affirme l'avis de Schumpeter qui dit que les grandes entreprises contribuent plus à l'innovation que les petites. La taille des entreprises influence positivement la mise en œuvre de l'innovation, puisque plus les entreprises sont grandes plus elles innoveront d'avantage (Mango, 2013). D'autres auteurs pensent que les petites et les grandes entreprises sont moins innovantes que les moyennes (Guellec, 2017), nous porterons plus d'éclaircissement à ce point après notre étude empirique et lors de notre prochain article.

Egalement, ces grandes boîtes disposent, généralement, de laboratoires R&D avec une équipe dédiée pour l'innovation, leur permettant de résoudre les problèmes techniques et technologiques liés au processus de production et de fabrication, l'amélioration continue de la qualité de production et des produits, l'amélioration significative des caractéristiques des

produits ou des procédés de production et la création de nouveaux produits ou procédés industriels.

Pareillement, nous avons montré dans la première partie de cet article qu'il existe des thèses qui défendent l'idée que les industries qui ont plus d'opportunités technologiques (fertiles) ont une intensité de recherche et d'innovation plus grande et que les opportunités innovatrices qui se présentent aux firmes sont fortement conditionnées par leur secteur industriel d'activité. C'est ainsi que nous avons pris en considération la variable « secteur » afin de juger la pertinence de son analyse dans le cadre de notre étude empirique.

Conséquemment, selon cette enquête préliminaire 61% des sujets mentionnent que le secteur affecte la capacité à innover des firmes puisqu'il existe des secteurs qui présentent des particularités techniques, technologiques et commerciales propices à l'innovation par contre d'autres sont soumis à des barrières ou difficultés technologiques ou commerciales.

Nous citons dans ce cadre, le cas du secteur du textile et cuir. En particulier, l'activité de l'habillement fortement à la sous-traitance ce qui oblige l'industriel à dépendre inmanquablement des donneurs d'ordres et fournisseurs (cet avis est partagé par 16,7% des interviewés). Par conséquent, les textiliens se trouvent dans l'impasse pour développer l'activité innovante que ça soit à travers le lancement de marques régionales, la création de modèles et designs ou la fabrication des produits finis propres à l'entreprise.

3.5.3. Déterminants liés à l'économie et au financement de l'innovation

L'étude préliminaire des entreprises de la région Fès Meknès montre que 61% des entreprises visitées déclarent que la structure du marché et la concurrence ont un effet significatif sur la propension à innover du moment que la présence de concurrents les pousse à mettre sur le marché de nouveaux produits ou de faire recours à de nouveaux procédés de productions leur permettant de gagner sur le coût de production. En effet, les firmes étudiées favorisent le modèle de concurrence pure et parfaite présenté dans la deuxième partie de cet article. Ainsi, selon Arrow (1962), la concurrence parfaite entre firmes incite plus à investir dans la recherche de nouvelles inventions que la situation du monopole.

« Lorsque la concurrence augmente l'innovation s'intensifie jusqu'à atteindre un seuil critique où la concurrence devient trop intense pour favoriser le développement de l'innovation » (Mongo, 2013).

La fonction commerciale se révèle d'une grande importance pour les firmes de la région puisque 50% des sujets interrogés ont déclaré que la mise en place et la réussite d'une innovation dépendent de la situation du secteur commercial national et international. L'enquête préliminaire montre que 22% des entreprises sont incitées par la volonté de développement commercial international (exportations). Le rôle du client, son pouvoir d'achat, ses préférences et ses goûts sont des variables qui déterminent le comportement innovant des firmes de la région (11%). D'autres variables déterminant l'innovation, qui n'ont pas été citées par un nombre élevé de sujets, sont la politique des prix (signalée par un seul sujet) et la conjoncture commerciale (signalée par un seul sujet aussi).

L'activité d'innovation est généralement coûteuse et difficilement absorbable par les entreprises des différents secteurs d'activités. Celles-ci doivent disposer d'une certaine capacité financière pour innover (Guellec, 2017). L'enquête préliminaire révèle que 39% des entreprises étudiées affirment que le financement est une variable essentielle qui détermine l'innovation au sein de l'unité industrielle. « Pour innover, les structures doivent faire recours à l'autofinancement puisque les banques refusent de financer les actions à risque élevé telles que la R&D et l'innovation » déclare un chef d'entreprise.

Les aides et programmes étatiques en matière d'innovation sont nécessaires pour promouvoir et booster l'innovation au niveau national et régional. De nombreux travaux empiriques ont montré que les subventions publiques influencent davantage les innovations quels que soient les secteurs d'activités (Mongo, 2013). Dans le cas des entreprises de la région Fès Meknès, les sujets déclarent qu'il existe une certaine réticence des acteurs pour bénéficier des programmes dédiés et cela à cause de la lourdeur administrative, la complexité des formulaires et la difficulté de constitution des dossiers de demande d'aide étatique.

3.5.4. Déterminants liés au volet juridique

Selon notre étude préliminaire, selon 28% des sujets respectivement, la proportion à innover est déterminée par la réglementation et les normes qualité d'un côté, et par le changement des lois et politiques d'état, de l'autre. Ceci est exemplifié par le cas du secteur agroalimentaire, particulièrement la filière de la minoterie, qui, d'après les sujets interrogés, souffre le plus de la réglementation : un nouvel acteur qui souhaite intégrer cette filière devra se plier aux règles en vigueur puisqu'à partir de 2013 les nouvelles minoteries n'auront plus droit à la subvention. En outre, les minoteries ne récupèrent guère la TVA sur les investissements réalisés.

Un autre exemple à citer est celui du secteur chimie et parachimie, en particulier l'activité de fabrication de carreaux en céramique « *Zelij beldi* » qui n'obéit pas à des normes de qualité permettant d'encourager l'innovation, améliorer les performances des produits et expulser les producteurs informels qui produisent le même produit à bas prix et avec une qualité médiocre.

3.6. Implications managériales de l'étude

La prise de conscience par les autorités régionales de l'importance de l'innovation et du développement technologique pour l'amélioration de la compétitivité des entreprises et des territoires constitue la principale implication managériale de notre étude.

D'autres implications résident dans l'identification des principaux facteurs qui poussent les entreprises régionales à adopter un comportement innovant et créatif, ainsi que les différents obstacles qui les empêchent à valoriser l'activité innovante. Ces résultats sont utiles pour les dirigeants et autorités de la région dans la mesure où ils seront capables de mettre en place les mécanismes nécessaires pour soulever les défis qui freinent la pleine expansion du secteur industriel régional, améliorer le positionnement compétitif régional, et attirer les investissements nationaux et étrangers.

Les dirigeants de la région sont appelés à construire, dès aujourd'hui, un écosystème adéquat incluant - les entreprises innovantes, les porteurs de projets, les universités, les organismes de capital-risque et les pôles de développement technologiques-, positionner la région dans le club des territoires producteurs de technologies, permettre l'éclosion d'une économie à forte valeur ajoutée basée sur l'innovation, et renforcer l'image de la région au niveau national et international.

Pour parvenir à tel résultat, les autorités régionales sont appelées à élaborer et adopter les meilleures pratiques de gouvernance à la taille des défis et des prérogatives de la région, notamment à travers les mécanismes de dialogue et de concertation essentiellement pour les grands projets structurants d'envergure territoriale. Également, il est primordial de mettre à la disposition de la région les moyens financiers et humains pour l'encadrement du territoire et la mise en œuvre des stratégies territoriales basées sur l'économie du savoir surtout dans un contexte de régionalisation avancée.

Dans ce cadre nous proposons que les autorités et acteurs de la région :

- Développent la confiance institutionnelle afin de permettre l'implication rapide des acteurs dans des dynamiques interactives de connaissances et d'innovation (Nait Lachgar, 2021).

- Innovent dans la gouvernance publique à travers les différentes formes de partenariat public-privé, qui constituent aujourd'hui à la fois un pilier au développement de la politique publique moderne pour le financement du développement et aussi un pilier de la gouvernance participative dans les secteurs économiques productifs et les secteurs sociaux (Arbaoui & Oubouali, 2019). Dans leurs travaux, les auteurs, ont mis l'accent sur les formes de partenariat liant l'Université et l'Entreprise en vue d'encourager le partenariat en matière de valorisation de la recherche, du transfert technologique, de la récompense des équipes de recherche universitaires et la résolution des problématiques techniques des entreprises engagées dans des processus d'innovation et de collaboration.
- Mettent en place des cycles de formation des managers et dirigeants régionaux afin de les outiller des capacités nécessaires à la collaboration et aux différentes formes de partenariat régional, et en conséquent assurer l'implication, la mobilisation et la responsabilisation de l'ensemble des acteurs territoriaux (Nait Lachgar, 2021)
- Fassent recours aux concepts d'innovation organisationnelle et managériale qui mettent en exerce les nouvelles connaissances pour la création et la diffusion de nouveaux procédés et en conséquence produire des changements dans la stratégie, la structure, les procédés administratifs et les systèmes (Chgadna & Lalaoui, 2019).

Conclusion

Les approches analysées dans ce travail représentent une source pertinente pour remonter aux sources de la gestion stratégique de l'innovation. Par conséquent, ceci nous a conduits à identifier des déterminants du comportement innovant des firmes que nous avons validé (d'une manière préliminaire) sur le terrain à travers un guide d'entretien qualitatif.

Notre étude montre que l'entrepreneur et l'entreprise sont deux facteurs déterminants de l'innovation des entreprises, ce qui est en parfaite concordance avec l'avis de Schumpeter. Ainsi, la qualité des ressources humaines (formations, connaissances, savoirs faire, ...) agit positivement sur la capacité de la firme à innover.

Selon l'étude, la capacité d'innovation des entreprises est influencée par la structure du marché. Ainsi, les entreprises de la région considèrent qu'en situation de concurrence pure et parfaite, elles auront une capacité à innover plus grande que dans une situation de monopole. Ce résultat confirme l'avis d'Arrow et infirme celui de Schumpeter, Romer et Encaoua et al..

L'étude nous fait savoir que le secteur industriel et la capacité de financement déterminent fortement la capacité d'innovation des firmes de la région. En outre, d'autres facteurs spécifiques au territoire étudié et qui prennent en considération la culture fassi, l'histoire de la région, les coutumes, ...etc., ont été ressortis, nous citons à titre indicatif le facteur « le savoir-faire fassi ».

Dans l'ensemble, les données préliminaires recueillies à travers l'enquête permettent de bien connaître le terrain de l'étude, décompter les innovations régionales (importance – type – secteur, ...), valider les premiers déterminants rencontrés dans la littérature et identifier des variables spécifiques à la région d'étude.

En outre, les réponses générées par notre étude préliminaire, présentent un certain nombre de limites pouvant constituer de nouvelles pistes de recherche pour les études ultérieures. Ainsi, nos résultats restent limités dans le temps et l'espace en vue de la difficulté d'accès aux firmes à cause de la non disponibilité des dirigeants, la non prise en compte de l'importance de l'innovation par eux, et la dispersion territoriale des firmes étudiées.

D'un autre côté, l'étude a été limitée aux principales variables de l'innovation rencontrées dans la littérature, par conséquent, les résultats peuvent avoir exclu des variables qui pouvaient contribuer à mieux expliquer le comportement innovant des entreprises régionales. Il est souhaitable de mener des études complémentaires prenant en considération d'autres facteurs influençant l'innovation dans l'entreprise.

Les autres perspectives de la recherche consistent à enrichir les résultats obtenus par le biais d'étude exploratoire dans les autres zones existantes, en particulier celles caractérisées par un retard d'attractivité territoriale, l'étude du zoning industriel et technologique et son impact sur l'innovation industrielle, l'étude du comportement innovant des firmes appartenant à d'autres secteurs économiques autre que le secteur industriel, l'étude des différentes formes d'interactions territoriales, etc.

Enfin, grâce à la présente, nous pensons qu'il est aujourd'hui nécessaire d'amplifier le rythme de l'innovation au niveau de la région Fès Meknès afin de rattraper son retard économique et industriel par rapport aux autres régions du Maroc. Les autorités locales ainsi que les pouvoirs publics devraient accorder plus d'attention au tissu industriel ayant du potentiel pour innover, proposer des mesures d'accompagnement adaptées au contexte régional, renforcer l'infrastructure technologique (clusters, incubateurs, ...) et surtout mettre en place une stratégie régionale de promotion de l'innovation au niveau de la région.

BIBLIOGRAPHIE

Acs, Z. J. et Audretsch, D. B. (1990), "Innovation and Small Firms", Mass MIT Press, Cambridge

Aktouf O. (1987), "Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations - Une introduction à la démarche classique et une critique", Les Presses de l'Université du Québec, Montréal

Arbaoui S. & Oubouali Y. (2019), "Les innovations dans la gouvernance publique au Maroc : Cas des partenariats public-privé dans l'enseignement supérieur", Revue Internationale des Sciences de Gestion, no 5, p. 132 – 152 : Octobre 2019 / Volume 2 : numéro 4

Arrow K. (1962), "Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention", chapitre dans : The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors, p. 609-626, National Bureau of Economic Research, Inc.

Becheikh N et Landry R et Amara N. (2006), "Les facteurs stratégiques affectant l'innovation technologique dans les PME manufacturières", Université Laval, Canada

Benamar B et Cheriet F. (2012), "Les déterminants de l'innovation dans les entreprises émergentes en Algérie", Innovations, n°39, p 125 – 144, Mars

Bertrand, N. (1999), "Des stratégies aux comportements spatiaux de l'entreprise : l'insertion locale des PME", Revue internationale P.M.E., 12(1-2), 85–106.

Bougrain F. (1999), "Les enjeux de la proximité institutionnelle lors du processus d'innovation", Revue d'économie régionale et urbaine, no 4, p. 765-784, Janvier

Chgadna J. & Lalaoui S. (2019), "Créativité et innovation au sein des organisations à travers l'histoire". Revue Internationale des Sciences de Gestion, no 4, p. 227- 243, Juillet 2019 / Volume 2 : numéro 3

Crampes C et Encaoua D. (2005), "microéconomie de l'innovation", Chapitre d'ouvrage Philippe Mustar et Hervé Durand. Encyclopédie de l'innovation, Economica, pp.405-430

Crepon B et Duguet E. (1994), "Innovation : Mesures, rendements et concurrence", Économie et Statistiques, n° 275-276, p.121-134, Janvier

Deblock C. (2012), "Présentation du dossier : innovation et développement chez Schumpeter", revue interventions économiques, n°46, Novembre

Délégation de l'industrie et du Commerce à Fès. (2017), "Présentation du secteur de l'industrie et du commerce dans la région de Fès Meknès"

Djama C et Dumas G et Martinez I. (2014), "Activité d'innovation et gestion des résultats comptables : une étude empirique sur le marché français », Finance Contrôle Stratégie, n°17-2, p. 2-28, Juillet

Wamba D, L., Nkakene Molou, L. & Hikkerova, L. (2017)., "La capacité d'innovation : facteurs déterminants et effet sur la performance des grandes entreprises au Cameroun", Gestion 2000, volume 34, p.53-75, Avril

Dosi G. (1988), " Sources, Procedures, and Microeconomic Effects of Innovation", Journal of Economic Literature 26, 1120–1171.

Encaoua D, Foray D, Hatchuel A, Mairesse J., (2004), "Les enjeux économiques de l'innovation. Bilan du programme CNRS", Revue d'économie politique, vol 114, p. 133-168, Février

Guellec D. (2017), "Economie de l'innovation", La Découverte, Paris

Fort, F., Rastoin, J.-L. & Temri, L. (2005), "Les déterminants de l'innovation dans les petites et moyennes entreprises agroalimentaires", Revue internationale P.M.E., vol 18, p. 47–72, Janvier

Hamdoun M et Zouaoui M et Achabou M.A et Dekhili S. (2016), "Le management environnemental et l'avantage concurrentiel des entreprises tunisiennes : Quel rôle pour la capacité d'innovation ?", Management International, n°20(3), p, 61-78, Mai

Julien PA et Carrier C. (2005), "Innovation et PME ", Les PME : bilan et perspectives (3ème éd.), Cap-Rouge, Presses Inter-Universitaires, Québec

Lev B et Sougiannis T. (1996), "The capitalization, amortization, and value-relevance of R&D", Journal of Accounting and Economics, n°21, p.107-138

Manuel d'Oslo. (2005), "Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation", 3ème édition, OCDE, Paris.

Massard, N et Bernard A et Riou S. (2003a), Polarisation des activités de RD et diffusion des connaissances, Technical report, Commissariat Général au Plan, Convention d'étude

Massard N et Bernard A et Riou S. (2003b), Production de connaissances et innovation. Positionnement et enjeux pour le bassin parisien, Technical report, Mission Interministérielle Interrégionale d'Aménagement du Territoire (M.I.I.A.T), Convention d'étude

Mongo M. (2013), "Les déterminants de l'innovation : une analyse comparative service/industrie à partir des formes d'innovation développées", Revue d'économie industrielle, n°143, p. 71-108, 3^{ème} trimestre

Morck R et Yeung B. (2001), "les déterminants économiques de l'innovation", Programme des publications de recherche d'Industrie, Canada

Munier F et Rondé P. (2001), "densité scientifique des régions et compétences pour innover des entreprises : une mise en perspective du concept de « learning region »", Revue d'Économie Régionale & Urbaine, p. 515 -537, octobre

Nait Lachgar T. (2021), "Pratiques de gouvernance et performance d'innovation du Technoparc de Casablanca ", Revue Française d'Économie et de Gestion, Volume 2 : Numéro 6, p. 1- 18.

Nelson R. R. & Winter S. G. (1982), " An Evolutionary Theory of Economic Change", Cambridge, Havard University Press.

Okubo Y. (1997), "Indicateurs bibliométriques et analyses des systèmes de recherche : méthodes et exemples", Technical Report 1, OCDE, Paris

Pallez G. (1948), "Les marchands fassis (suite) ". Bulletin économique et social du Maroc

Perroux F. (1935), "Introduction à Théorie de l'évolution économique. IN Théorie de l'évolution économique", Édition électronique, Québec

Rahmouni M. et Yildizoglu M. (2011), "Motivations et déterminants de l'innovation technologique : Un survol des théories modernes", Document de Travail, n°2011-09, Mars

Roux, P. (2001), "Dynamiques organisationnelles, interactions localisées et innovation technologique : une investigation empirique ", Revue d'économie régionale et urbaine, no 1, p. 75-96, Février

Sadgui R. (2014), "Les déterminants des activités d'innovation et de coopération : Une analyse empirique des entreprises innovantes marocaines", International Journal of Innovation and Applied Studies, vol. 9, no. 2, p. 698-712, Novembre

Saxenian A. (1994), "Régional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128", Harvard University Press, Cambridge, Angleterre

Schmookler, J. (1966), "Invention and Economic Growth", Cambridge : Harvard University Press, USA

Schumpeter J. (1912), "Théorie de l'évolution économique", version électronique, Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales

Schumpeter J. (1942), "Capitalisme, socialisme et démocratie", Édition électronique, Québec

St-pierre J, Trépanier M, Razafindrazaka T. (2013), "Analyse des pratiques d'innovation dans les PME : Facteurs endogènes, facteurs exogènes et perspective systémique", Rapport de recherche, Institut de Recherche sur les PME, Université de Québec à trois rivières, Quebec

Thietard R A. (2014), "Méthode de recherché en management", 4ème édition, DUNOD, Paris

Torrès O. (1999), "Les PME", Flammarion, coll. « Dominos ». Paris

Tremblay D G. (2003), "Innovation, management et économie : comment la théorie économique rend-elle compte de l'innovation dans l'entreprise", note de recherche 21 de la chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir, Télé-université Université du Québec, Octobre