

Evolution du concept d'innovation et perspectives pour le Maroc

Evolution of the concept of innovation and perspectives for Morocco

HAMZAOUI Moustapha

Enseignant chercheur

Faculté des sciences juridiques, économiques, et sociales de Tanger

Université Abdelmalek ESSAADI

Economie, gestion et développement durable

Maroc

moustaphahamzaoui@gmail.com

AJOUAMI Kaoutar

Doctorante

Faculté des sciences juridiques, économiques, et sociales de Tanger

Université Abdelmalek ESSAADI

Economie, gestion et développement durable

Maroc

kaoutarajouami@gmail.com

Date de soumission : 11/03/2023

Date d'acceptation : 13/04/2023

Pour citer cet article :

HAMZAOUI M. & AJOUAMI. K (2023) « Evolution du concept d'innovation et perspectives pour le Maroc »,
Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 2 » pp : 111 - 126

Résumé

Le concept d'innovation a connu une évolution importante au cours des années dans différents pays, quant à sa définition, nous nous sommes retrouvés face à de multiples interprétations élaborées par plusieurs auteurs sous divers contextes. Cependant, il est toujours difficile de donner une seule définition à cette notion aussi complexe. Cet article revient, alors, sur la notion de l'innovation à travers le temps où nous allons présenter les différentes réflexions des chercheurs qui représentent des pays différents et des secteurs diversifiés et cela va nous aider à mieux appréhender l'évolution de cette notion au fil des années et selon les changements des contextes économiques. Nous allons par la suite essayer d'élire une des définitions étalées des différents auteurs, que nous jugerons, la plus adaptée à la situation actuelle du Maroc, pour à la fin proposer notre définition de la notion d'innovation soignées selon notre étude de plusieurs définitions et surtout en fonction du contexte marocain.

Mots clés : innovation ; pensée économique ; développement technologique ; évolution économique ; développement de procédés.

Abstract

This article aims to present the concept of innovation which has changed significantly over the years in different countries, in terms of definition, we found ourselves faced with multiple interpretations developed by several authors in different contexts. However, it is always difficult to give a single definition to such a complex concept. This article then returns to the notion of innovation through time, we will present the various reflections of researchers representing different countries and sectors, and this will help us better understand how this concept has evolved over the years and in response to changes in economic contexts. We will then try to elect one of the common definitions of the various authors, which we will judge, best suited to the current situation in Morocco, Finally, we propose our definition of the concept of innovation according to our study of several definitions and especially according to the Moroccan context.

Keywords: innovation; economic thought; technological development; economic evolution; process development.

Introduction

La notion de l'innovation a évolué à travers le temps, elle a même changé de connotation et a élargi son champ d'application. L'innovation n'est plus limitée dans les domaines juridiques et politiques, elle a désormais couvert différents secteurs et champs d'activités depuis le 19^{ème} siècle. Parmi les premières définitions, on note celle du dictionnaire de l'académie française en 1940 qui définit l'innovation comme « l'introduction de quelque nouveauté dans une coutume, dans un usage, dans un acte ». Dans cette période, l'innovation est considérée comme subversive, c'est pour cette raison qu'elle a été souvent assimilée aux termes d'amélioration ou de progrès. C'est le cas de Smith, Ricardo puis Marx qui font du progrès technique un des moteurs du développement économique, ou de Jean-Baptiste Say qui l'associe à l'entrepreneuriat (Diemer et Laperche, 2014).

En effet la notion d'innovation n'a commencé à être conceptualisée comme un processus positif générant des améliorations techniques et organisationnel qu'au cours du 20^{ème} siècle. Depuis l'innovation est devenue un terrain de recherche fertile par les différentes communautés scientifique des divers domaines empiriques. C'est dans cette optique que nous proposons de retracer dans cet article l'ensemble des définitions de l'innovation selon les différents idéologies et théories existantes. Pour ensuite mettre le point sur la définition la plus adéquate à notre contexte actuel en générant des perspectives par rapport aux réflexions étudiées.

Cette revue littérature de la notion d'innovation est essentielle dans la mesure où elle va nous permettre de nous positionner en comprenant l'évolution de sa définition dans le temps et pour faire ressortir une réflexion concrète et contemporaine de la définition de l'innovation valable pour le contexte économique et social actuel.

L'objectif de notre article cible essentiellement la réponse à la question de recherche suivante :

- **Comment la notion d'innovation s'est évoluée au fil du temps et comment elle est devenue une source de transformation et de développement pour les économies des pays notamment celle du Maroc ?**

Afin de cerner les contours de notre problématique nous allons présenter dans une première partie une revue littérature qui regroupera les différentes réflexions des différents auteurs. Pour enfin présenter dans une deuxième partie nos résultats et discuter nos réflexions.

1 . Revue littérature

1.1 Définition d'innovation selon Schumpeter (1934)

Pour Schumpeter, le terme innovation se résumait à un simple concept Il s'agit d'introduire de nouvelles choses dans le système économique. En effet il n'a même pas utilisé le mot innovation. Il a parlé de la « *nouvelle combinaison productive* ». Pour Schumpeter, dans sa *théorie de l'évolution économique*, le concept d'innovation se résumait à une idée simple : c'était l'introduction de choses nouvelles dans le système économique. A l'époque l'innovation n'a pas été cité par l'auteur il a plutôt parlé du "*nouveau mix de production*". Compte tenu de l'âge du mot innovation, l'apport conceptuel de Schumpeter est très faible, voire inexistant. Une précision importante est encore nécessaire : Si son principe d'analyse consiste à s'interroger sur les mutations qui interviennent dans le système économique, alors il n'étudie pas le problème du changement continu mais du changement radical, c'est-à-dire le changement qui conduit à la discontinuité. Depuis l'analyse de Schumpeter (1935), la relation entre innovation et performance a donné lieu à plusieurs travaux dans la littérature économique, tant au niveau microéconomique que macroéconomique.

Selon Schumpeter, les préférences des consommateurs sont données, non spontanées, ce qui signifie qu'elles ne peuvent pas être la cause de conversion économique. Aussi, les consommateurs sont dans une position passive au stade du développement économique. Dans « *The Theory of Economic Development* » (Schumpeter 1934) Dans d'autres travaux du même auteur, Schumpeter décrit le développement comme un processus historique de changement structurel, motivé principalement par l'innovation, que l'auteur a classé en cinq formes distinctes :

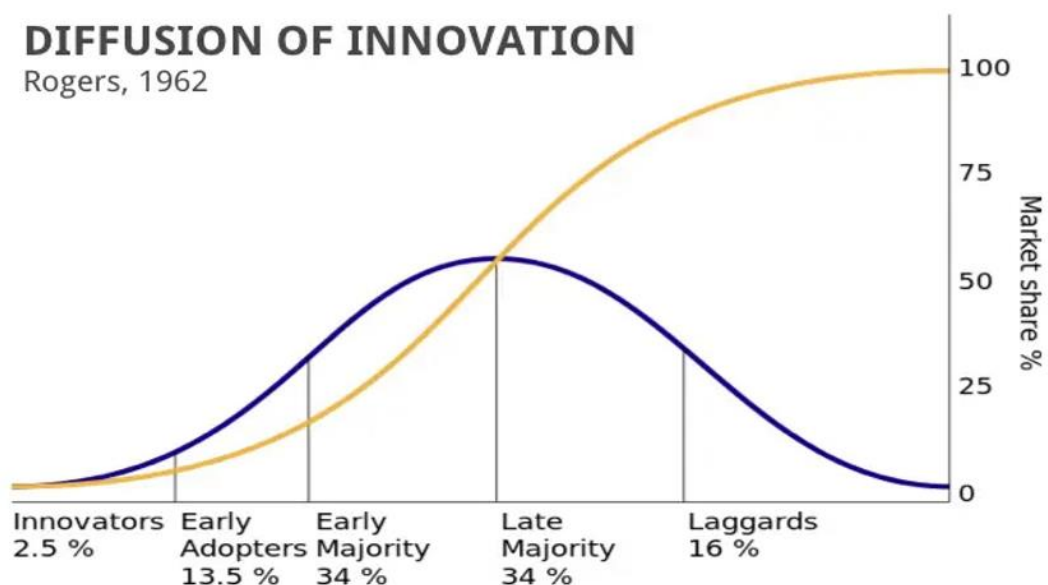
- Introduction de nouveaux produits ou de nouvelles gammes de produits connus ;
- Appliquer de nouvelles méthodes de production ou de vente de produits ;
- Ouverture sur de nouveaux marchés ;
- Obtenir de nouvelles sources de matières premières ou de produits semi-finis ;
- Nouvelles structures industrielles, telles que l'établissement ou la destruction de positions de monopole.

(Schumpeter, 1934), arguant que quiconque cherche à faire du profit doit innover. Cela nécessitera une utilisation différente des ressources existantes du système économique en termes de moyens de production.

1.2 Définition d'innovation selon Rogers (1962) :

La courbe de diffusion du nouveau produit a été présentée par Everett Roger dans son livre de 1962 Diffusion of Innovations. Cette théorie de la diffusion de l'innovation fait encore aujourd'hui partie des références. L'idée principale est d'affecter différents groupes de clients en fonction des différentes étapes de lancement de la nouveauté. Certaines personnes sont plus ouvertes aux nouveautés et à l'innovation que d'autres. Il est donc impératif pour les entreprises de comprendre comment leurs innovations passent du marché de niche au marché de masse et comment cette évolution peut être facilitée ou accélérée comme le montre la (figure N°1).

Figure N°1 : La courbe de diffusion d'innovation selon Rogers (1962)



Source: Everett Rogers, diffusion of innovation, free press,1962

Selon le graphique ci-dessus, l'auteur a constaté que l'acceptation des nouveaux produits divise les consommateurs en cinq catégories en fonction de leur intérêt et de leur rapidité à acheter de nouveaux produits. Ces types de clients sont :

Innovators : ont tendance à être les plus innovants. Ce sont les premiers clients dès la sortie de la nouveauté. Les innovateurs ne représentent que 2,5 % de la population.

Early Adopters : ce sont des personnes qui achètent rapidement la nouveauté dès sa sortie. Statistiquement, ces clients représentent 13,5 % de la population.

Early Majority : attire une clientèle attentive, qui attend les retours de des autres avant d'acheter un nouveau produit. Cette population représente 34%.

Late Majority : attend à ce que le produit soit utilisé par un grand nombre de personne. Ils sont fortement influencés par les avis des autres utilisateurs. Elle représente également 34 % de la population.

Laggards : ce sont les derniers à adopter une innovation, ils n'achètent pas de nouveaux produits tant qu'ils n'ont pas été testés et qu'ils ne sont pas devenus courants ou "traditionnels". Les retardataires représentent 16 % de la population.

1.3 Définition de l'innovation selon Mensch (1978)

Le scientifique allemand Mensch (1978) a défini le terme d'innovation en proposant une classification à cette dernière par importance. L'auteur a identifié trois principaux types d'innovation. Il s'agit de l'innovation de base, de l'innovation de pointe et de la fausse innovation (Figure N°2).

Figure N°2 : Classification d'innovation selon Mensch (1978)

Innovation de base	Innovation de pointe	Fausse innovation
<ul style="list-style-type: none">• Surgir sur la base d'inventions majeurs, marquer le début d'un nouveau produit ou procédé inconnu auparavant basé sur les principes scientifiques.• Nécessite plus d'investissements. le processus de développement est long.	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration progressive mais importante au niveau des produits, processus, et service.• Croissance et amélioration technique continue et innovation appliquée à l'innovation fondamentale.	<ul style="list-style-type: none">• Modification externe d'un produit ou d'un processus externe qui n'entraîne pas de modification des caractéristiques de consommation.

Source : Mensch 1978

1.4 Définition de l'innovation selon Porter (1985)

Porter (1985) considère l'innovation, comme une stratégie qui porte sur les forces concurrentielles agissant sur les entreprises. L'innovation fait donc partie des décisions qu'une entreprise peut prendre en analysant les sources sous-jacentes de compétitivité. L'objectif est de trouver une position où les entreprises peuvent soit se protéger de leurs forces, soit les

influencer à leur avantage. Selon cette approche, les entreprises acquièrent et conservent un avantage concurrentiel grâce à leur capacité à se différencier ou à innover constamment pour produire à moindre coût que leurs concurrents. L'importance des barrières à l'entrée est étroitement liée à la force de l'innovation d'une firme, dans la mesure où l'innovation radicale offre une plus grande protection que l'innovation incrémentale (notamment via les brevets). Ce dernier, assimilé au concept d'efficacité opérationnelle, présente l'inconvénient majeur de la convergence entre concurrents. Seule une innovation radicale peut permettre un positionnement exclusif et une rentabilité à long terme.

Les cinq forces de Porter (Porter 1985, pp: 73-93) abordent les cinq acteurs qui organisent un secteur et ses facteurs clés de succès : les concurrents, les clients, les fournisseurs, les nouveaux entrants potentiels, et les fournisseurs alternatifs.

1.5 Définition de l'innovation managériale selon Damanpour (1987) :

Damanpour (1984, 1987) est un des premiers auteurs, qui distingue clairement les innovations techniques liées au domaine technique de l'entreprise d'une part et les innovations managériales liées à la sphère sociale de l'organisation d'autre part. Damanpour a proposé de le prendre comme objet de recherche spécifique, et a donné la définition suivante: «L'innovation administrative se définit comme l'innovation qui influence le système social d'une organisation, c'est-à-dire les relations entre individus qui interagissent pour accomplir une tâche ou atteindre un but particulier. » (Damanpour, 1984, p. 394). Dans le même contexte l'innovation en gestion est indirectement liée aux activités productives fondamentales d'une organisation et nécessite des changements dans les processus directement liés à l'organisation et à sa gestion.

1.6 Modèle d'innovation selon Freeman (1991) :

Plus récemment, Christopher Freeman a proposé une définition plus générale de l'innovation pour l'OCDE (1991). Selon l'auteur, l'innovation est "un processus itératif initié par l'identification de nouvelles opportunités sur de nouveaux marchés et/ou services d'inventions technologiques, qui conduira à des activités de développement, de production et de commercialisation visant à assurer le succès commercial de l'invention" (Freeman, 1991). Cette définition, plus libérale que celle de Schumpeter, met en évidence plusieurs points importants :

- L'aspect itératif de l'innovation,
- L'importance de la réussite commerciale,
- L'importance des services autres que la R&D.

1.7 Modèle d'innovation selon Birkinshaw, Hamel et Mol (2008) :

Birkinshaw, Hamel et Mol (2008) proposent ensemble une nouvelle définition de l'innovation managériale qui réside dans l'invention et la mise en œuvre de nouvelles pratiques, processus, structures ou techniques de gestion, par rapport à ceux connus, afin de mieux atteindre les objectifs organisationnels. Plus loin ces auteurs expliquent pourquoi L'innovation managériale est l'introduction de quelque chose de nouveau dans une organisation établie, et représente un changement dans une organisation spécifique, en considérant que le changement étant nouveau sans précédent par rapport au passé. Dans cet ordre d'idée, Hamel (2007, p. 31) distingue quatre formes d'innovation (Figure N°3).

Figure N°3 : Pyramide d'innovation selon Hamel (2007)



Source : Hamel 2007

Selon Hamel (.....), la notion de l'innovation peut être distinguée sous 4 formes majeures :
L'innovation de procédés : s'agit d'aborder l'excellence opérationnelle (performance des systèmes d'information, sous-traitance, délocalisation), l'intérêt est indéniable, mais il se diffuse rapidement parmi les entreprises et n'est pas décisif pour une planification concurrentielle.

L'innovation de produits/services : Se considère une importante source de développement pour une organisation, mais si son succès ne repose pas sur les aspects uniques de l'entreprise, cette innovation a tendance à être rapidement copié ou dépassé.

L'innovation stratégique : Consiste à délivrer de nouveaux modèles économiques, répondant à des ruptures qui peuvent corrompre la concurrence, cependant identifier les facteurs clés de succès reste relativement simple pour ce type d'innovation.

L'innovation managériale : Est une innovation qui est plus susceptible de causer une perturbation permanente, elle est différente des autres formes d'innovation parce qu'elle s'appuie sur une manœuvre complexe de ressources et de savoir-faire notamment ardu à reconnaître et à reproduire par les concurrents.

2. Tableau récapitulatif des définitions d'innovation

Tableau N°1 : Evolution du concept d'innovation

Auteur	Année	Définition	Les piliers d'innovation/auteur
Schumpeter	1934	« L'innovation se résume à la simple idée d'introduire quelque chose de nouveau dans le système économique. »	La combinaison productive nouvelle.
Mensch	1978	« L'innovation est déterminée à travers l'ordre d'importance de trois types d'innovation. »	3 types d'innovation : <ul style="list-style-type: none"> • Innovation basique • Innovation avancée • Fausse innovation
Rogers	1983	« L'innovation passe par un processus décisionnel élaboré en 5 étapes avec des descriptions des catégories similaires. »	La Diffusion d'innovation se fait à travers 5 canaux : Le savoir, la persuasion, la décision, la mise en œuvre, la confirmation.
Porter	1985	« L'innovation est l'une des décisions que les entreprises peuvent prioriser en analysant les	Les cinq forces de porter : Les concurrents, les clients, les fournisseurs, les

		sources sous-jacentes de compétitivité. »	nouveaux entrants, les offreurs de produits de substitution.
Damanpour	1987	« L'innovation administrative se définit comme l'innovation qui influence le système social d'une organisation, c'est-à-dire les relations entre individus qui interagissent pour accomplir une tâche ou atteindre un but particulier. » (Damanpour, 1984, p. 394).	Outil de changement organisationnel. Distinction entre les innovations technologique et les innovations administrative et managérial.
Freeman	1991	"L'innovation est un processus de reconnaissance de nouvelles opportunités de marché et/ou de service pour une invention technique menant à des activités de développement, de production et de commercialisation visant à assurer le succès commercial de l'invention." (Freeman, 1991).	L'innovation repose sur 3 piliers essentiels : <ul style="list-style-type: none"> • Le coté itératif • L'importance du succès commerciale • L'importance des services autres que la R&D.
Van de Ven, Polley, Varrud & Venkataraman	1999	« L'innovation est considérée comme un processus de développement et d'application de nouvelles idées en réalité », p :9.	Mise en œuvre de développement d'idées nouvelles.
Boer & Daring	2001	"L'innovation est la création de nouvelles combinaisons entre produits, marchés, technologies et organisations" p :84	Combinaisons entre des éléments nouveaux à savoir : le produit, le marché, la technologie et l'organisation.

<p>Birkinshaw, Hamel et Mol</p>	<p>2008</p>	<p>« L'innovation en gestion est l'invention et la mise en œuvre de nouvelles pratiques, processus, structures ou techniques de gestion par rapport à ceux connus, dans le but de mieux atteindre les objectifs organisationnels. » (Ibid., p. 825). »</p>	<p>Le pyramide ou les 4 formes de l'innovation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovation de procédés • Innovation de produits et services • Innovation stratégique • Innovation managerielle
<p>Trott</p>	<p>2012</p>	<p>« Gestion de l'innovation de toutes les activités liées à la génération d'idées, au développement de technologies, au processus de fabrication et de commercialisation de produits nouveaux (ou améliorés), de procédés de fabrication ou de nouveaux dispositifs » p :15</p>	<p>Gestion du processus de conception d'idée, de développement de production ou la commercialisation et la mise en marché d'un nouvel élément.</p>
<p>Schiling</p>	<p>2013</p>	<p>« L'innovation est la transformation d'idées en nouvelles méthodes ou nouveaux processus », p :18</p>	<p>Mise en œuvre et pratique des idées.</p>
<p>Kogabyev& Maziliauskas</p>	<p>2017</p>	<p>« L'innovation est une stratégie lucrative basée sur la mise en œuvre de projets qui permet de créer de nouveaux produits d'une nouvelle qualité et de réduire les coûts dans le cycle de production. » p.70</p>	<p>Une stratégie de mise en œuvre d'un projet, d'un produit ou d'un procédé de fabrication qui réduit les coûts et augmente la qualité.</p>

<p>Taques, Lopez, Basso & Areal</p>	<p>2020</p>	<p>L'amélioration des méthodes de travail, ou des technologies adopté par une entreprise permet d'aboutir à des avantages concurrentiels important. Ces facteurs permettent de promouvoir l'innovation en donnant naissance à de nouveaux produits, et en perfectionnant ceux existant</p>	<p>Méthodes et techniques améliorées pour la génération de nouveaux produits ou services.</p>
--	--------------------	--	---

Source : Auteurs

3. Résultat :

D'après toutes les définitions de différents auteurs, nous pouvons dire que le domaine d'innovation est un domaine nouveau même si les recherches sont anciennes. Ainsi, sur le plan scientifique, l'innovation constitue un facteur clé pour assurer la performance des entités. D'après cette analyse de différentes définitions il nous semble que la définition la plus dominante dans nos jours est celle qui révèle que l'activité d'innovation à une dimension stratégique, qui permet de déterminer la capacité de l'organisation à surpasser ses concurrents dans la durée. Ainsi que l'innovation est comme une source d'avantage concurrentiel pour les entreprises.

Dans tous les cas, chaque solution innovante est un pari gagnant. D'après cette lecture historique tous les auteurs se mettent d'accord que l'innovation est un facteur clé de compétitivité et un vecteur de croissance.

Cependant, les produits et services innovants ont des caractéristiques communes à savoir :

- Nouveauté : s'agit de lancer de nouveaux produits sur le marché, ou bien utiliser des produits d'existant avec de nouvelle méthodes et moyens.
- Création de valeur : l'innovation permet aux entreprises de créer une valeur ajoutée et réaliser plus de croissance au niveau économique
- Adaptation du destinataire par la nouveauté introduite au niveau du marché.

D'un point de vue personnel si nous devons donner une définition à l'innovation d'après la situation actuelle de notre pays « le Maroc » : L'innovation c'est tout simplement l'application de nouvelles technologies et l'implication de la digitalisation dans le processus de travail d'une

organisation en dépit du secteur d'activité ; car le Maroc a connu une grande évolution en matière de la transformation digitale, ce qui est devenu un incontournable facteur de succès pour toute entreprise dans tous les secteurs d'activité.

Au fait, plus une entité est digitalisée plus elle est compétitive, concurrentielle et avantageuse. La définition que nous venons de proposer est plus compatible à celle de Porter et de Freeman d'une part, ces derniers ont abordé le domaine de technologie et d'informatique dans leurs définitions et ont considéré qu'à travers les technologies, l'entreprise peut se démarquer sur son marché et devenir plus avantageuse. Et aussi compatible d'une autre part avec les réflexions de Damanpour Birkinshaw, Hamel et Mol qui insiste sur l'innovation managérial qui permet de créer un ensemble de compétences uniques pour l'entreprise, et à ce titre elle devient la base de son avantage concurrentiel.

En ce sens, l'innovation managériale évolue en devenant une nouvelle théorie de conduite des entreprises vers la performance et la compétitivité.

Conclusion et perspectives :

Dans cet article nous avons présenté une lecture historique de la notion d'innovation, qui est identifiée comme une source de bouleversement et donc de construction d'avantages concurrentiels significatifs. Au Maroc, l'une des priorités des décideurs politiques est de renforcer le système de recherche et d'innovation du pays, qui se considère comme un élément indispensable pour rester compétitif dans un contexte géo-économique de plus en plus concurrentiel. L'engagement politique a considérablement fait progresser les systèmes de recherche et d'innovation ces dernières années, en fournissant des financements pour faciliter le partage des compétences et le renforcement du savoir-faire entre les acteurs institutionnels, mettre en œuvre des réformes politiques et promouvoir l'investissement dans la R&D et le transfert de technologie. Or, la mesure de la performance se fait à travers le nombre de brevets obtenus durant une période ou pour un domaine bien spécifique. Cela peut constituer un terrain de recherche intéressant pour des études comparatives qui cible l'évolution de l'innovation au Maroc et son implication dans le développement économique et même stratégique. A noter que le concept de l'innovation s'avère très intéressant dans la mesure ou ça améliore et développe la recherche scientifique, ce qui se répercute positivement sur la croissance économique du pays dans tous les secteurs d'activité et ça booste même la productivité et la qualité des organismes de recherche y compris les universités et les laboratoires de recherche. En effet, nous jugeons

important d'aborder ce sujet dans un éventuel article pour mieux comprendre le mécanisme de mesure de l'innovation au Maroc.

BIBLIOGRAPHIE

BEN YAKOUB S. & ACHELHI H. (2021) « Fondements théoriques et importance de l'innovation: Regards des auteurs au cours des années » Revue Internationale du chercheur « Volume 2 : Numéro 1 » pp : 160 – 184

Birkinshaw J., Hamel G., Mol M.J. (2008). "Management innovation", Academy of Management Review, vol. 33, n° 4, p. 825-845.

Boer, H., & During, W.E. (2001), Innovation, what innovation? A comparison between product, process and organizational innovation. International Journal of Technology Management, 22, 83-109.

Christian Le Bas, Économie de l'innovation 28/06/1999

Damanpour, F. (1991), Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. Academy of Management Journal, Vol 34 Issue 3, 555-590.

Digital Libraries and Innovation. (2017) DOI: 10.1016/B978-1-78548-223-6.50008-5

Doloreux, David. Frigon, Anthony. (2019) L'innovation dans les services à forte intensité de connaissances (SFIC)†. Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration

Freeman, C. The nature of innovation and the evolution of the productive system, in: OECD, Technology and Productivity (1991): The Challenge for Economic Policy. Paris, pp. 303–314.

Freeman, C., 1994. Critical survey: The economics of technical change. Cambridge Journal of Economics 18, 463–514.

Garcia, R., Calantone, R (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. J. Prod. Innov. Manag. 19, 110–132.

Gary Hamel, (2007, p. 31). "The future of management"

Haidegger, G. (Eds.), Digital Enterprise Challenges. Springer US, pp. 175–186.

Helpman, E., 1993. Innovation, imitation, and intellectual property rights. Econometrica 61, 1247–1280. In Chen, Y.,

La revue Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation, n°16, 2002-2, « Géo-économie de l'innovation » Les cahiers du Musée des Confluences. Revue thématique Sciences et Sociétés du Musée des Confluences, Tome 7, 2011, Innovation

Madies Richard R et Prager Jean-Claude : Innovation et compétitivité des régions, Rapport du CAE, la documentation française, Paris, 2008

Mensh G. (1978), Stalemate Ying Technology: Innovation Overcome Tae Depression. Cambridge (Mass).

Mol et Birkinshaw (2006, p. 26). « Management innovation is in many ways the missing piece of the innovation puzzle. »

Mustar Philippe et Penan Henri : Encyclopédie de l'innovation, Economica, 2003

Porter, M. E. (1990), The competitive advantage of nations. Harvard Business Review, 68,pp: 73-93.

Puttitanun, T. (2005). Intellectual property rights and innovation in developing countries. Journal of Development Economics 78, 474– 493.

Rogers, E. M. (1983), Diffusion of innovations, Third edition New York: The Free Press, Page 165.

Schilling, M.A. (2013), Strategic management of technological innovation (4th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.

Sechi, N., Lawson, M., Soenen, R., 2002. New Product Development Process, in: Kovács, G.L., Bertók, P.

College, Cambridge, MA.

Schilling, M.A. (2013) Strategic Management of Technological Innovation. McGraw-Hill, New York.

Schumpeter, J.A. (1934), The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA.

Sundbo, J., Toivonen, M., 2011. User-based Innovation in Services. Edward Elgar Publishing.

Taques,F.H., Lopès,M.G.,Basso,L.F.,Areal, N.(2020), Indicators used to measure service innovation and manufacturing innovation, Journal of Innovation & Knowledge,pp: 1-16.

Temri, L., 2000. Les processus d'innovation : une approche par la complexité. Presented at the IXème Conférence Internationale de Management Stratégique AIMS.

Travaux (Balachander et Friar, 1997 ; Boly, 2004 ; Henderson et Clark, 1990 ;

Trott, P. (2012), Innovation management and new product development (5th ed.). Harlow, England: FT/Prentice Hall.

Kleinknecht, A., Bain, D. (Eds.) (1993). New Concepts in Innovation Output Measurement, St Martin's Press, Hampshire and London

Kleinschmidt et Cooper, 1991; Organisation for Economic Co-operation and Development et al., 2005.

Kogabyev,T&Maziliauskas,A, (2017),The definition and classification of innovation ,Holistica Vol 8, Issue 1 , pp:58-72.

Van de Ven, A., Polley, D.E., Garud, R., & Venkataraman, S. (1999), The innovation journey. New York: Oxford University Press.