

Les relations extérieures

L'objectif de ce cours consiste à mettre en exergue les diverses formes et avantages du partenariat université-entreprise ainsi que les conditions nécessaires pour le réussir, donc dégager les grands principes et les lignes directrices permettant de mettre en relief une action partenariale mutuellement profitable à l'université et à l'entreprise. Ainsi, l'université est appelée, encore une fois, à remettre en question sa relation avec le monde des affaires. Le Partenariat université-entreprise est devenu l'un des thèmes prioritaires dans un contexte économique en pleine mutation. De ce fait, divers pays, prennent de plus en plus conscience de l'importance de l'université en tant qu'acteur stratégique du développement économique. Désormais, l'université algérienne et les entreprises sont appelées pour diverses raisons à entreprendre des relations partenariales.

1-La relation partenariale université-entreprise

L'initiative d'établir un partenariat émane soit de l'université ou les entreprises, soit de l'état ou les institutions internationales d'enseignement supérieur. Certes, quel que soit l'initiateur, il est toujours nécessaire d'établir un mécanisme de communication.

Caractérisés par la complexité et par la diversification, les relations partenariales entre l'université et l'entreprise peuvent être classées en cinq formes principales qui peuvent par la suite prendre diverses formes envisageables. Partant de plus ponctuelles et limitées en temps à celles ayant un caractère durable. Ces formes sont, notamment, les suivantes :

a- Services de consultation :

D'une part, la prise de contact est discrète, discontinue en temps. De l'autre part l'expérience montre que les missions de consultation ont fait naître de nouvelles idées et de nouveaux projets de recherche.

b- la formation :

Allant d'un simple échange d'avis sur le contenu des programmes d'enseignements, l'action commune en formation peut avoir diverses formes : formation initiale, formation continue, formation en alternance et de parrainage.

c- La recherche-développement :

La recherche universitaire était essentiellement fondamentale servant à nourrir le contenu en savoir des programmes pédagogiques. A l'heure actuelle, des formes

de recherches collectives interdisciplinaires se construisent et sont de plus en plus valorisées par des organismes extra universitaires.

d- La création d'entreprises :

Moyen pour valoriser la recherche universitaire, la création d'entreprises constitue un facteur de croissance économique et de générateur d'emploi. De ce fait, plusieurs établissements d'enseignement supérieur ont choisi de créer la Maison de l'entrepreneuriat en partenariat avec essentiellement l'ANSEJ.

e- Le transfert de technologie :

On peut dire que le transfert de technologie peut s'entendre comme toute transmission ponctuelle de techniques nouvelles. Mais, dans le contexte actuel le transfert englobe plutôt toutes activités qui visent à assurer la diffusion d'idées, d'informations, de connaissances et d'inventions entre établissements d'enseignement supérieur et entreprises. Toutefois, l'ancienne notion de transfert de technologie considérée comme la transmission ponctuelle d'une certaine technologie à l'entreprise a cédé place à une vision plus large, selon laquelle le transfert est conçu sur la base d'un échange bilatéral permanent entre les deux partenaires.

2-Mobiles de l'action partenariale entre l'université et l'entreprise

Le partenariat entre l'université et l'entreprise n'est pas une fin en soi, il s'agit plutôt d'un moyen parmi d'autres pour faciliter l'atteinte de certains objectifs éducatifs liés à la mission de l'université.

2-1- Nécessité du partenariat pour l'université

Une pléiade de facteurs a milité en faveur de l'ouverture de l'université sur son environnement. L'université n'est plus un temple inviolable réservé aux jeunes élites. A ce niveau, les mobiles suivants sont envisageables :

- L'ouverture de plus en plus orientée vers le marché de l'enseignement supérieur ;
- L'existence d'une volonté insistante des pouvoirs politiques à nouer des relations entre l'université et l'industrie ;
- La diminution des crédits alloués à l'enseignement supérieur ;

- L'intensification du phénomène de création d'entreprises en Algérie, comme ailleurs, et ses implications en matière de besoins changeants en ressources humaines et en recherche ;

- La nécessité d'assurer à leurs diplômés une insertion professionnelle de qualité et donc d'adapter les formations aux besoins économiques. L'université est amenée à rechercher le contact avec les entreprises pour mieux connaître leurs attentes.

2- 2-Nécessité du partenariat pour les entreprises :

Traditionnellement, les chefs d'entreprises sont réticents au partenariat. Toutefois, certains motifs les poussent à adopter une démarche partenariale : l'internationalisation croissante des économies, le risque croissant découlant des incertitudes technologiques et scientifiques et les compressions des ressources et expertises conduisent à une concurrence très vive sur les marchés.

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

3- Retombés et avantages de l'action partenariale

En tout état de cause, quel que soit le pays dans lequel s'opère le partenariat entre l'université et l'entreprise, cette action réciproque nécessite des initiatives et des encouragements ; elle ne peut pas toujours se produire spontanément. Toutefois, elle doit naître d'une prise de conscience de l'interdépendance, d'une reconnaissance des besoins réciproques. L'entreprise et l'université doivent éprouver la certitude que cette collaboration leur sera mutuellement profitable et il faudra peut-être pas mal de temps et d'efforts pour les convaincre de collaborer.

3-1-Avantages offerts à l'université

Le partenariat avec l'entreprise peut rapporter à l'université :

- La possibilité d'évaluer les besoins de l'économie et de développer en conséquence les activités universitaires ;

- La possibilité de placer les étudiants dans les entreprises, de façon à compléter l'enseignement théorique par une expérience pratique ;

- La participation des entreprises à l'élaboration des programmes, ce qui permet de les adapter aux conditions locales ;
- Le perfectionnement du personnel, obtenu en donnant aux universitaires l'occasion d'acquérir une expérience pratique ;
- L'accès aux entreprises pour la recherche tant fondamentale qu'appliquée.

3-2-Avantages offerts à l'entreprise

Les avantages offerts à l'entreprise ne sont pas moins concrets et comprennent, entre autres :

- Un recrutement en diplômés plus qualifiés et mieux adaptés du fait que l'on aura tenu compte des besoins de l'industrie ;
- L'accès à toute une série de dispositifs de formation complémentaire que l'université aura contribué à élaborer ;
- L'accès aux installations matérielles des universités et aux compétences de son personnel ;
- L'accès aux archives de recherche, de consultation et d'information de l'université ;
- L'amélioration de son image de marque dans la société où elle fonctionne, ce qui signifie que davantage d'étudiants seront attirés par le secteur de l'entreprise.

3-1-Avantages offerts à la société

Enfin, l'économie dans son ensemble bénéficie de la collaboration entre université et entreprise grâce à :

- L'amélioration du rendement des investissements dans l'enseignement supérieur ;
- L'efficacité accrue de la contribution apportée par l'enseignement au développement économique ;
- Une meilleure utilisation des ressources humaines et matérielles ;
- Une diminution des tensions sociales et politiques qui accompagnent le chômage des diplômés.

En outre, une action partenariale université-entreprise, à travers le balise des stages, est génératrice d'avantages non moins importants aux étudiants et qui consistent essentiellement à :

- faciliter leur orientation professionnelle par une meilleure connaissance de la vie des entreprises dans sa dimension économique et humaine, son organisation, ses métiers et leurs évolutions ;
- acquérir une plus grande lisibilité des attentes des entreprises, des opportunités qu'elles offrent et des débouchés proposés ;
- favoriser leur insertion professionnelle en optimisant la qualité des processus de professionnalisation et d'intégration.