

UNIVERSITE D'ETAT D'HAITI
FACULTE D'AGRONOMIE ET DE MEDECINE
VETERINAIRE

DEPARTEMENT D'ECONOMIE ET DEVELOPPEMENT RURAL

INNOVATIONS ET DIFFUSION EN MILIEU RURAL

Bénédictique PAUL

- Docteur en Sciences Economiques : 04/01/2011
- Master Recherche en Sciences des Organisations et des Institutions : 2006
- Master of Science en Développement Rural & Projets : 2005
- Diplôme de spécialisation post-universitaire en Développement Rural & Projets : 2004
- Ingénieur-Agronome (option Economie du Développement Rural) : 2003

2010-2011

Fiche Technique

Titre du cours : Innovations et Diffusion en Milieu Rural

Code FAMV : EDR 4123

Pré-requis : Economie, Sociologie, Droit Rural, Economie Industrielle, Economie Institutionnelle.

Durée de l'enseignement : 45 heures

Durée des séances : 2 à 3 heures

But du cours :

Ce cours vise à permettre aux participants de se doter du savoir et du savoir-faire nécessaire à l'innovation en milieu rural. Autrement dit, il s'agit d'initier les participants à la conduite du changement et au management de l'innovation. La démarche consiste à les familiariser avec les notions fondamentales et les théories actuelles concernant l'innovation. Tourné vers le développement d'Haïti, plusieurs cas pratiques d'innovation seront étudiés afin de mieux cerner les dynamiques de création de l'innovation ainsi que les techniques de diffusion de l'innovation. L'analyse des cas pratiques permettra de discuter des facteurs et des conditions du succès (ou de l'échec) de l'innovation et du transfert technologique.

Objectifs du cours :

1. Amener le participant à se familiariser avec les concepts relatifs à l'innovation et à la diffusion technologique.
2. Prendre conscience des principaux déterminants de l'innovation et de sa diffusion, notamment dans le milieu rural haïtien.
3. Amener le participant à être capable d'initier des réflexions décisionnelles en matière d'adoption, de développement et d'utilisation des innovations.

Déroulement du cours :

1. Exposés magistraux
2. Travail en groupe
3. Exposés
4. Echanges et discussions sur des cas pratiques

Evaluation du cours :

Modalité	Quantité	Pondération
Exposé en groupe	1	15%
Partiel	1	25%
Final	1	60%

Organisation du cours :

Notions, Concepts et Théories de l'Innovation	4 séances
Transfert et Appropriation de l'innovation	5 séances
Stratégies de Dév. Agricole axées sur l'Innovation	4 séances
Etudes de cas (Adoption d'Innovation)	2 séances

Plan du cours

Chapitre 1 : Notions et Concepts d'Innovation

- 1.1. Définitions : Invention; Innovation ; Créativité ; Changement, Changement technique ; Diffusion (de l'innovation).
- 1.2. Notions essentielles
 - 1.2.1. De l'invention à l'innovation
 - 1.2.2. Invention, innovation, créativité et création de richesse
 - 1.2.3. Déterminants primaires de l'innovation : motivation - inventivité ; hasard - nécessité
 - 1.2.4. Processus d'institutionnalisation
- 1.3. Innovation et développement local/rural

Chapitre 2 : Théories de l'Innovation

- 3.1. Typologie des innovations
- 3.2. Rôle de l'innovation dans le progrès économique
- 3.3. Théories schumpétériennes de l'innovation et de la diffusion

Chapitre 3 : Théorie de la diffusion de l'innovation : Transfert et appropriation de l'Innovation

- 3.1. Définitions : Diffusion de l'innovation, Transfert technologique, transfert organisationnel, capacités d'apprentissage
- 3.2. Théorie de la diffusion de l'innovation
- 3.3. Typologies des transferts technologiques
- 3.4. Structures institutionnelles et transfert technologique
- 3.5. Institutions et appropriation technologique dans le développement agricole
- 3.6. Processus d'appropriation approches pull/push; induit /dirigé
- 3.7. Effets dus à l'appropriation technologique : sur les revenus, le rapport L/K, la productivité.
- 3.8. Retard technologique et conséquences associées

Chapitre 4 : Stratégies de Développement agricole axées sur l'Innovation

- 4.1. Politiques et Objectifs de développement Agricoles
- 4.2. Choix technologiques et contraintes
- 4.3. Etapes du processus d'acceptation de la nouveauté
- 4.4. Niveaux d'influence dans l'adoption de nouvelles pratiques
- 4.5. Opérationnalisation de la diffusion de l'innovation
 - 4.5.1. Hiérarchisations des cibles
 - 4.5.2. Etudes de faisabilité des projets ciblés
 - 4.5.3. Mise en œuvre et mesures des résultats (à différents niveaux)
 - 4.5.4. Extension des résultats

Chapitre 5 : Cas de diffusion d'innovation en Milieu Rural

- 5.1. Adoption et diffusion des Tilapias
- 5.2. Cas de la production de vin artisanal à Hinche
- 5.3. L'innovation dans les services : cas de la microfinance (mobile banking).

Références Bibliographiques

Acemoglu, D. and Robinson, J. A. (2000), Political Losers As a Barrier to Economic Development, *American Economic Review*, Papers and Proceedings, 90, pp. 126-130. [en ligne] : <http://econ-www.mit.edu/files/265>.

Alter, N. (2000), L'innovation ordinaire, Paris : Presses Universitaires de France (PUF). Voir fiche de lecture gratuite à <http://www.cnam.fr/lipsor/dso/articles/fiche/alter.html>.

AUTISSIER, D. & MOUTOT, J.-M. (2007), La conduite du changement : changer de conduite, Paris : Dunod. Voir fiche de lecture gratuite à <http://www.cnam.fr/lipsor/dso/articles/fiche/dautissier&jmmoutotlaconduiteduchangement.doc>

Bellon, B. (2002), *Innovation Créatrice*, Paris, Economica.

CIRAD/GRET-MAE (2002), Mémento de l'Agronome/chapitre 3 : *Faciliter l'émergence et la diffusion des innovations*, pp. 373-405, Editions Quae, 1692 pages.

Davis, E., Bagozz, R., and Warshaw, R., (1989), User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models, *Management Science*, vol., 35, pp. 982-103.

Gaffard, J. L. (1997), *Economie industrielle et de l'innovation*, Paris, Dalloz.

Pérez, C. (2005), Changement technologique et Opportunités de développement, une Cible mouvante, *Revue de la CEPAL*, numéro spécial, pp .165-187.

PICHAT, P. (1989), *L'Innovation*, Paris, Chotard.

Pillot, D. (2002), Faciliter l'émergence et la diffusion des innovations, Mémento de l'Agronome, MAE/CIRAD/GRET, pp. 373-405.

Rogers, E.M. (1976). New Product Adoption and Diffusion, *Journal of Consumer Research*, 2 (March), pp. 290 -301.

Rogers, E. (1995), *Diffusion of Innovation*, New York: Free Press, 4th Edition. Voir <http://nml.gov/archive/pnr/eval/rogers.html>.

Schumpeter, J. A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard University Press. Extrait gratuit sur Google livres <http://books.google.com/books?id=OZwWcOGeOwC&pg=PP1&ots=iK8Yt3yaGc&dq=theory%20of%20economic%20development&hl=fr&pg=PR21#v=onepage&q=&f=false>.

Steyer, A., et Zimmermann, B. (2002), Influence sociale et diffusion de l'innovation, *Mathématiques et Sciences Sociales*, 42^e année, n° 168, pp. 43-57. Voir <http://msh.revues.org/document2929.html>.