

La contribution du capital social à la capacité d'innovation : Étude empirique du rôle médiateur du partage des connaissances et l'engagement des salariés

The contribution of Social Capital to Innovation Capability: An Empirical Study of the mediating role of Knowledge Sharing and Employee Engagement

Aouatif OUAHBI, (Doctorante)

*Laboratoire d'Études et de Recherche en Sciences de Gestion (LERSG)
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales Agdal-Rabat
Université Mohammed V de Rabat-Maroc*

Taoufiq YAHYAOU, (Enseignant chercheur)

*Laboratoire de Recherche en Economie et en Management des Organisations (LAREMO)
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
Université Sultane Moulay Slimane Beni Mellal*

Adresse de correspondance :	Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales Agdal-Rabat Av. des Nations Unies Université Mohammed V de Rabat-Maroc B.P 721 05377-72732
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	OUAHBI, A., & YAHYAOU, T. (2025). La contribution du capital social à la capacité d'innovation : Étude empirique du rôle médiateur du partage des connaissances et l'engagement des salariés. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 6(2), 84-107. https://doi.org/10.5281/zenodo.14788157
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: January, 2025

Accepted: February, 2025

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 6, Issue 02 (2025)

La contribution du capital social à la capacité d'innovation : Étude empirique du rôle médiateur du partage des connaissances et l'engagement des salariés

Résumé

La présente étude tente d'évaluer la contribution du capital social à la capacité d'innovation, en explorant les rôles médiateurs du partage des connaissances et de l'engagement des salariés des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir ; un contexte stratégique de la ville d'Agadir, centrée sur la pêche et l'industrie de transformation des produits de la mer. Cette étude a été menée via la modélisation par équations structurelles pour examiner les relations entre le capital social, le partage des connaissances, l'engagement des salariés et la capacité d'innovation, en se basant sur un échantillon de 55 entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir, offrant ainsi un ensemble de données diversifié et représentatif.

Les résultats fournissent une analyse détaillée et nuancée des liens entre ces variables. L'étude n'a pas validé l'hypothèse selon laquelle le capital social contribue directement à la capacité d'innovation, mais a montré qu'il facilite le partage des connaissances et renforce l'engagement des salariés. Aucun lien significatif n'a été trouvé entre l'engagement des salariés et la capacité d'innovation, suggérant que d'autres facteurs peuvent être plus influents. En revanche, un lien positif et significatif a été observé entre le partage des connaissances et la capacité d'innovation.

Mots clés : Capital social ; Partage des connaissances ; Engagement ; Capacité d'innovation ; Cluster

Classification JEL : O39

Type de l'article : Recherche empirique

Abstract

This study attempts to assess the contribution of social capital to innovation capacity, by exploring the mediating roles of knowledge sharing and employee engagement in companies in the Haliopôle cluster of Agadir; a strategic context of the city of Agadir, centered on fishing and the seafood processing industry. This study was conducted through structural equation modeling to examine the relationships between social capital, knowledge sharing, employee engagement and innovation capacity, based on a sample of 55 firms in the Haliopôle d'Agadir cluster, thus providing a diverse and representative data set.

The results provide a detailed and nuanced analysis of the links between these variables. The study did not validate the hypothesis that social capital contributes directly to innovation capacity, but showed that it facilitates knowledge sharing and strengthens employee engagement. No significant relationship was found between employee engagement and innovation capacity, suggesting that other factors may be more influential. In contrast, a positive and significant relationship was observed between knowledge sharing and innovation capacity.

Keywords: Social capital; Knowledge sharing; Commitment; Innovation capacity; Cluster

JEL Classification: O39

Paper type: Empirical Research

1. Introduction

Dans le contexte des enjeux économiques actuels, marqués par la mondialisation, des changements technologiques rapides et une forte incertitude, l'environnement concurrentiel connaît une évolution accélérée, devenant à la fois plus complexe et plus imprévisible (Alguezaui et Filieri, 2010). Dans ce contexte, les organisations doivent prioriser leur capacité d'innovation, qui s'avère essentielle pour préserver leur avantage concurrentiel. C'est dans cette perspective que, depuis longtemps, les chercheurs et les praticiens s'interrogent sur les facteurs qui influencent la capacité d'innovation des entreprises (Yeşil et Doğan, 2019).

Le capital social, ayant fait l'objet de nombreuses études à travers diverses disciplines, est devenu un sujet central en raison de son lien avec de multiples résultats, tant au niveau individuel qu'organisationnel, ainsi que national et régional (Nahapiet et Ghoshal, 1998). La contribution du capital social à la capacité d'innovation fait l'objet d'une attention croissante dans les études récentes. Ce dernier constitue un facteur récent, mais essentiel, parmi ceux qui influencent la capacité d'innovation (Zheng, 2010). En effet, les relations sociales solides et étroites, tant internes qu'externes à l'organisation, permettent un meilleur échange de connaissances et favorisent ainsi le développement de nouvelles activités innovantes (Martínez-Cañas et al., 2012).

De nombreuses études ont démontré que le partage des connaissances joue un rôle essentiel, en permettant aux organisations de renforcer leurs capacités d'innovation (Lin, 2007 ; Periac, 2014). De plus, le succès dans le 21^e siècle ne sera pas uniquement fondé sur les compétences techniques, mais sur la capacité à apprendre et à partager rapidement des informations au sein d'un réseau de relations (Aslam et al., 2013).

D'autres parts, l'engagement des salariés au travail, dont l'importance a été largement soulignée par de nombreux chercheurs depuis plus de deux décennies, est couramment considéré comme un facteur déterminant de l'avantage concurrentiel de l'entreprise (Cézanne et al., 2019 ; Kahn, 1990). Kruse (2015) conceptualise l'engagement des employés comme l'engagement émotionnel des employés à l'égard de leur organisation et des objectifs qu'elle poursuit. Dans ce cadre, le capital social, en facilitant l'établissement de relations interpersonnelles, joue un rôle clé dans le renforcement de l'engagement des salariés (Cohen et Prusak, 2001 ; Ali et al., 2013). Un capital social solidement établi peut stimuler le comportement innovant des employés et avoir un impact favorable sur leurs performances, notamment en favorisant leur créativité et en renforçant la capacité d'innovation de l'entreprise (Jamshidi et Kenarsari, 2015).

Bien que le capital social, le partage des connaissances, l'engagement des salariés et la capacité d'innovation aient été largement étudiés séparément dans des travaux antérieurs sauf que la relation entre ces concepts dans des contextes de clusters n'ont pas été suffisamment explorées. La littérature existante n'a pas pris en compte la dynamique propre à un cluster localisé géographiquement, où la proximité géographique des entreprises et les interactions sociales fréquentes entre elles influencent la manière dont ces facteurs interagissent, ce qui pourrait constituer une contribution novatrice à la recherche et de mieux comprendre le rôle de ces interactions dans l'innovation au sein des clusters.

Dans ce sens, Chen et al. (2018) ont mené une étude auprès de 209 entreprises technologiques dans les parcs scientifiques de Taiwan (cluster pour les industries de haute technologie). Leur étude démontre que les entreprises qui partagent efficacement leurs connaissances et qui disposent d'un bon capital social (réseaux et relations avec d'autres entreprises) peuvent renforcer leur capacité d'innovation. Dans cette même lignée de travaux, Yeşil et Doğan (2019) ont réalisé une étude sur 105 entreprises du secteur de textile à Kahramanmaraş en Turquie. Leurs résultats suggèrent que le capital social joue un rôle déterminant en tant qu'antécédent majeur de la capacité d'innovation des entreprises. De plus, Jamshidi et Kenarsari (2015) ont conduit une étude quantitative auprès de 115 salariés de trois entreprises productrices

d'appareils électroménagers situées dans le nord de l'Iran. Les résultats de cette étude montrent qu'un capital social bien établi peut améliorer le comportement innovant des employés et influencer positivement leurs performances, notamment en favorisant leur créativité ainsi que leur capacité à concrétiser ces idées sous forme d'innovations.

Cet article vise à explorer la contribution du capital social à la capacité d'innovation dans les entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir. Pour mieux comprendre ce contexte, il convient de préciser que ce cluster est un regroupement géographique d'entreprises, d'institutions et d'acteurs interconnectés dans un même secteur d'activité ou un domaine similaire, qui collaborent souvent pour améliorer leur compétitivité et leur innovation (Porter, 2000).

Le choix du cluster Haliopôle d'Agadir comme contexte de notre étude pour le rôle du capital social dans la capacité d'innovation des entreprises est pertinent, et justifié. En effet, la ville d'Agadir, en tant que pôle majeur de la pêche et de la transformation des produits de la mer, joue un rôle clé dans l'économie régionale et nationale. Ce cluster présente un fort potentiel d'innovation grâce à la concentration géographique d'entreprises spécialisées dans un même secteur d'activité qui peuvent s'appuyer sur des synergies locales. Dans un cluster comme Haliopôle, les entreprises interagissent régulièrement entre elles en tissant des liens de confiance et de coopération, ce qui crée un environnement propice au partage de connaissances, aux collaborations en matière de recherche et développement, et à l'accès à des ressources externes. Le capital social devient ainsi un élément clé pour favoriser l'innovation des entreprises dans ce cluster.

Cet article vise à explorer la contribution du capital social à la capacité d'innovation des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir, en adoptant la méthodologie de la modélisation par les équations structurelles. En outre, nous cherchons à analyser comment ce réseau d'entreprises clustérisées, à travers ses interactions sociales, renforce l'implication et l'engagement des salariés tout en facilitant le partage des connaissances, ce qui, en retour, contribue à améliorer la capacité d'innovation des entreprises au sein du cluster.

La question centrale de la problématique est : **Dans quelle mesure le capital social des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir contribue-t-il leur capacité d'innovation, notamment à travers le partage des connaissances et l'engagement des salariés ?** L'article se structure en trois sections : une revue de la littérature empirique, la présentation de la méthodologie de modélisation, et l'analyse des résultats obtenus.

2. Les fondements théoriques

2.1.Capital social : une exploration des définitions

En raison de la pluralité des disciplines et des approches théoriques, ainsi que de la diversité des contextes d'application, il est complexe de proposer une définition unique et universelle du concept de capital social. Cette complexité a conduit à l'émergence de plusieurs définitions du capital social, chacune mettant en lumière des aspects spécifiques de ce concept en fonction du cadre théorique et empirique abordé.

Dans cette perspectives, les relations sociales, les valeurs et les attitudes d'interaction entre les salariés constituent le capital social, lequel joue un rôle essentiel dans le développement économique et social de l'entreprise (Nuryani et al., 2018). Selon Sherchan et al. (2013), le capital social désigne la valeur collective qui découle d'un réseau de liens sociaux. Le capital social, comme l'indique Coleman (1988), est un ensemble de phénomènes variés qui, tout en étant liés à la structure sociale, facilitent les actions des acteurs, qu'ils soient individuels ou collectifs. D'après Putnam (1993), le capital social est un actif issu de relations sociales, à la fois internes et externes.

En effet, pour que les relations constituent du capital social, il faut vérifier qu'elles sont efficaces en générant ou en partageant des ressources et en apportant des bénéfices, que ce

capital soit individuel ou organisationnel (Bories-Azeau et al., 2011). Dans cette logique, le capital social résulte de la coexistence d'un réseau de relations interpersonnelles, d'une dimension de bienveillance dans les interactions sociales, d'une motivation à l'échange et de la disponibilité de ressources utiles à partager (Adler et Kwon, 2002).

Dans le contexte organisationnel, Molina-Morales et Martinez-Fernandez (2010) le décrivent comme étant fondés sur les objectifs communs et la confiance mutuelle entre les employés, créant ainsi de la valeur et favorisant l'action collective. Benedic et al. (2009) affirment qu'il joue un rôle clé en facilitant la création et le partage de connaissances nouvelles. Dans cet ordre d'idée, Burt (2000) souligne que l'accès à l'information et aux ressources externes constitue un aspect fondamental du capital social.

Par conséquent, il apparaît que le capital social constitue un facteur fondamental pour l'organisation, et comme le souligne Arrègle et al. (2007) son acquisition n'est pas une tâche aisée ; les organisations doivent s'efforcer de le cultiver et de le développer de manière proactive.

2.2. La capacité d'innovation : une revue des définitions

Drucker (1954) a été le premier à mettre en évidence l'importance de la capacité d'innovation pour les organisations (Calantone et al., 2002). Lawson et Samson (2001, p. 384) définissent la capacité d'innovation comme la « *capacité de l'entreprise à transformer continuellement les connaissances et les idées dans de nouveaux produits, procédés et systèmes pour le bénéfice de la firme et ses parties prenantes* ». Dans le même sens, Zheng et al. (2010) considèrent la capacité d'innovation comme le potentiel d'une organisation à concevoir de nouveaux produits ou connaissances ayant une valeur substantielle.

La capacité d'innovation désigne la capacité d'une entreprise à générer de l'innovation grâce à l'apprentissage continu, à la transformation des connaissances, à la créativité et à l'exploitation des ressources internes et externes à sa disposition (Iddris, 2016). Pour Rajapathirana et Hui (2018), c'est la capacité à identifier, répondre et développer des innovations efficaces, en transformant les connaissances et les compétences en un moteur d'une culture d'innovation durable. Cette vision rejoint celle de Lall (1992) et Romijn et Albaladejo (2002) qui soulignent que la capacité d'innovation implique également les compétences et les connaissances nécessaires pour absorber, maîtriser et améliorer les technologies existantes, tout en créant de nouvelles innovations ou en développant des produits et technologies existants.

A ce stade, nous pouvons affirmer que la capacité d'innovation nécessite une flexibilité dans l'utilisation des connaissances pour pouvoir les appliquer de manière pertinente face à diverses situations ou défis. Dans cette optique, Subba Narasimha (2001) souligne que, pour être capables d'innover, les organisations doivent disposer de connaissances susceptibles d'être adaptées et appliquées dans des contextes variés et changeants. Dès lors, Parashar et Singh (2005) considèrent la capacité d'innovation comme l'une des capacités dynamiques fondamentales de l'entreprise.

Selon Calantone et al. (2002), la capacité d'innovation est favorisée par l'engagement organisationnel envers l'auto-développement, lequel est déterminé par la compréhension globale des besoins des clients, les stratégies des concurrents et les évolutions technologiques. Ainsi, la capacité d'innovation peut être définie comme l'ensemble des caractéristiques organisationnelles qui soutiennent et facilitent la mise en œuvre des stratégies d'innovation (Burgelman et al., 1996).

D'après ce qui précède, nous pouvons dire que la capacité d'innovation est la capacité d'une organisation à transformer ses connaissances et compétences, à engager un apprentissage continu, à générer des idées nouvelles, et à exploiter ses ressources internes et externes pour concevoir de nouveaux produits ou technologies, ou améliorer ceux existants, grâce à des caractéristiques organisationnelles favorisant l'innovation.

2.3. Partage des connaissances : une analyse des diverses définitions

Le partage des connaissances est défini comme la diffusion d'informations, d'idées, de suggestions et d'expertise pertinente au sein de l'organisation (Bartol et Srivastava, 2002). Il représente ainsi, le mécanisme principal à travers lequel s'effectue l'intégration des connaissances (Du et al., 2007).

Le partage des connaissances désigne ainsi, l'échange et la discussion d'informations entre les employés ou les équipes au sein d'une organisation, à travers divers canaux (Yao et al., 2020), et constitue le processus par lequel ces échanges de connaissances, qu'ils soient implicites ou explicites, permettent de générer de nouvelles connaissances (Van Den Hooff et De Ridder, 2004). Comme le souligne Du et al. (2007), le partage des connaissances au sein d'une organisation vise principalement à faciliter le transfert de connaissances entre les salariés, les différentes unités ou encore entre d'autres organisations, d'absorber les connaissances d'autres organisations et à favoriser une adoption rapide de ces connaissances. Ce processus contribue à l'enrichissement et à la valorisation des connaissances organisationnelles. Dans cette perspective, Abdallah et al (2012) affirment que le partage des connaissances correspond à un échange entre l'offre et la demande de nouvelles connaissances.

De nombreux chercheurs ont présenté des perspectives diverses concernant le partage des connaissances et l'engagement et la motivation des salariés au sein d'une organisation pour partager leurs connaissances (El abidi et al., 2024). Toutefois, il convient de souligner que la connaissance est de nature personnelle (Davenport et Prusak, 1998), façonnée par les expériences et les perceptions individuelles. Une gestion efficace des ressources de connaissances dans une organisation ne devient possible que lorsque les salariés sont prêts à coopérer et à partager leurs savoirs avec leurs collègues (Lin, 2007). En effet, les salariés sont plus enclins à partager leurs connaissances lorsqu'ils estiment que cela présente un véritable intérêt et qu'ils peuvent aider les autres (El abidi et al., 2024), ce qui favorise leur implication dans le partage des connaissances.

Dans ce cadre, le partage des connaissances explicites s'opère principalement à travers des supports formels tels que des manuels, des procédures ou des technologies de l'information, tandis que le partage tacite repose sur l'interaction directe (Wang et Wang, 2012), où l'engagement des salariés est essentiel. De plus, selon Podrug et al. (2017), la motivation, l'enthousiasme et le plaisir d'aider les collègues sont des facteurs déterminants pour instaurer une culture organisationnelle qui favorise ce partage.

2.4. Engagement des salariés : une diversité des terminologies

L'engagement, bien que récemment devenu un terme fréquent dans les discours des dirigeants et des managers, est une notion ancienne, largement étudiée et analysée dans les recherches académiques (Perrot et Garreau, 2016). Au cours des vingt dernières années, l'engagement des salariés a été largement étudié dans plusieurs disciplines (sciences de gestion, sociologie, psychologie sociale des entreprises, etc.), ce qui a entraîné une prolifération de définitions, de mesures et de théories, compliquant ainsi la compréhension du concept (Cézanne et al., 2019). Dans la littérature, trois terminologies relatives à l'engagement des salariés sont couramment utilisées (Cézanne et al., 2019), à savoir : « *l'engagement personnel des salariés* » (employee engagement) (Kahn, 1990), « *l'engagement des salariés au travail* » (job engagement) (Christian et al., 2011) et « *l'engagement organisationnel des salariés* » (organizational commitment) (Meyer et Allen, 1991).

Depuis la publication de l'article pionnier de Kahn (1990) qui a proposé le concept d'engagement des employés au travail, l'intérêt pour ce concept n'a cessé de croître, entraînant le développement d'une multitude de définitions, de mesures, de conceptualisations et de théories sur l'engagement.

Dans le cadre de cette recherche, nous adoptons la définition de l'engagement des salariés proposée par Kahn (1990) qui le définit comme l'engagement des membres de l'organisation dans leurs rôles professionnels, incluant un engagement physique, cognitif et émotionnel dans l'accomplissement de leurs tâches. Cela implique que les employés apportent leur personnalité au travail, investissant leur énergie et établissant un lien émotionnel avec leurs activités professionnelles. Selon Thévenet (2002), l'engagement des salariés au sein de l'organisation est largement déterminé par leur histoire personnelle. En d'autres termes, l'engagement d'un individu dans son travail et ses interactions au sein de l'organisation est façonné par ses expériences, ses valeurs, ses croyances et ses motivations personnelles.

En sus, Selon Kruse (2015), être satisfait de son travail ne signifie pas nécessairement être engagé. En effet, de nombreuses entreprises mesurent la satisfaction de leurs employés à travers des enquêtes annuelles, mais cela ne capture pas l'aspect fondamental de l'engagement des employés. En fait, l'engagement des employés va au-delà de la satisfaction et implique une volonté de fournir « un effort supplémentaire », d'aller au-delà des attentes minimales. Cela inclut la capacité de l'employé à mettre les objectifs individuels de côté pour privilégier les objectifs collectifs de l'entreprise. Cette notion de l'engagement des employés est donc plus liée à la motivation à contribuer activement à la réussite globale de l'organisation, cependant, une autre approche, celle de l'école néerlandaise d'Utrecht, définit l'engagement comme un état d'esprit stable et durable, marqué par des sentiments de vigueur, de dévouement et d'intégration dans le travail (Schaufeli et al., 2002). Bien que cette approche soit mesurable quantitativement, contrairement à celle de Kahn (1990), la littérature sur le sujet demeure fragmentée en raison des diverses définitions de l'engagement et des interrogations concernant la validité des méthodes de mesure (Cézanne et al., 2019).

Dans ce cadre, l'engagement des employés émerge comme un facteur clé de succès pour les organisations. Il constitue donc une préoccupation majeure pour les années à venir, et certains soulignent l'importance de s'attaquer au cœur, et non seulement à l'esprit, afin de favoriser cet engagement (Gagnon-Paradis, 2011).

3. Le modèle hypothétique

3.1. Le capital social comme moteur de la capacité d'innovation

La littérature met en évidence le rôle déterminant du capital social, défini comme une ressource organisationnelle issue des relations et d'interactions, tant internes à l'organisation qu'avec ses acteurs externes (Nahapiet et Ghoshal, 1998), et le considère comme un facteur clé pour favoriser le développement des capacités d'innovation (Errays, 2018). Tsai et Ghoshal (1998) mettent en lumière l'importance des interactions entre les unités d'une organisation pour la création et la diffusion de l'innovation, ainsi que pour la performance organisationnelle. Cela indique que les réseaux de relations, la collaboration et le partage d'informations et des connaissances entre les membres d'une organisation ou entre ses différentes unités favorisent la capacité d'innovation.

Le capital social permet aux entreprises d'acquérir des connaissances et de l'expérience, favorisant le développement de leur capacité d'innovation, car dans le cadre d'associations informelles, une forte cohésion et une confiance mutuelle facilitent l'échange d'idées créatives sur les processus et les produits (Sulistyo et Ayuni, 2020). En ce sens, Sanchez et al. (2014) ainsi que Yi Ching (2006) ont montré que le capital social joue un rôle déterminant dans l'innovation.

Par ailleurs, Vladić et al. (2021) mettent en évidence, à partir de l'étude d'une entreprise parmi les plus innovantes de l'Union européenne, que des valeurs fondamentales, telles que la confiance, qui soutiennent la stratégie et la vision de l'entreprise, jouent un rôle clé dans la création d'un climat organisationnel propice et dans la stimulation de l'innovation. La

confiance, en particulier, représente un pilier essentiel des interactions et du bon fonctionnement organisationnel.

Selon l'étude de Pertiwi (2020) et sur la base des entreprises villageoises, une coopération des dirigeants avec divers cercles d'affaires favorise la créativité et la génération de nouvelles idées en réponse aux besoins des entreprises. Les résultats montrent que le capital social influence significativement la capacité d'innovation. Dans cette optique, le capital social peut stimuler la création d'idées innovantes à travers les réseaux sociaux (Jamshidi et Kenarsari, 2015).

Nous constatons que les études mettent en évidence l'importance du capital social dans la capacité d'innovation, mais elles diffèrent dans la manière dont ce capital est mobilisé. La première étude met l'accent sur la confiance interne et les valeurs organisationnelles dans des contextes formels, tandis que l'autre privilégie la coopération externe et les réseaux informels dans des environnements ruraux. Ces divergences suggèrent que les mécanismes du capital social sont contextuels, nécessitant ainsi des stratégies adaptées en fonction des structures organisationnelles et des spécificités locales.

Zirena-Bejarano et al. (2025) ont étudié 300 entreprises à Arequipa, au Pérou, et ont trouvé une relation positive et significative entre le capital social cognitif et la capacité d'innovation. Ils ont montré qu'une culture partagée favorise le transfert de connaissances, permettant d'explorer de nouvelles opportunités, tandis que l'adaptation des ressources aide les entreprises à répondre rapidement aux exigences du marché, stimulant ainsi leur capacité d'innovation.

Selon l'étude de Basri et al. (2021), l'échantillon est constitué d'entreprises villageoises situées dans la régence de Kampar, avec la participation de 120 directeurs de Badan Usaha Milik Desa (BUMdes) en Indonésie. L'analyse des données, réalisée à l'aide de la méthode PLS (Partial Least Squares), révèle que le capital social peut influencer la qualité des ressources humaines en favorisant la créativité, ce qui permet aux entreprises de générer de nouvelles idées pour répondre aux exigences du marché et ainsi renforcer leur capacité d'innovation.

En effet, ces deux travaux révèlent tous deux que le capital social stimule la capacité d'innovation, mais leurs approches diffèrent : la première met l'accent sur la culture partagée et le transfert de connaissances, tandis que la seconde souligne l'impact sur la créativité et la qualité des ressources humaines. Ces résultats suggèrent que, bien que le capital social soit essentiel pour l'innovation, les stratégies spécifiques peuvent varier en fonction du contexte géographique et organisationnel.

Les résultats de l'étude de Yeşil et Doğan (2019) révèlent que le capital social, fondé sur les relations sociales entretenues par les dirigeants des entreprises villageoises avec diverses parties prenantes, peut favoriser la créativité et générer de nouvelles idées en réponse aux demandes des entreprises, contribuant ainsi à accroître leur capacité d'innovation.

H.1 : le capital social contribuerait positivement et significativement à la capacité d'innovation

3.2. Le partage des connaissances comme vecteur de la capacité innovation à travers le capital social

Le partage d'idées et de connaissances au sein du groupe améliore la capacité de l'entreprise à détecter et à développer des opportunités innovantes, qu'elle ne pourrait pas identifier ni exploiter sans cet échange (El abidi et al., 2024). Cela signifie que des éléments du capital social, tels que les interactions sociales, la confiance et la collaboration entre les membres du groupe, créent un environnement propice, à l'accès, à l'échange et au partage des connaissances, ce qui, à son tour, permet d'identifier et de développer des opportunités innovantes, un des éléments clés de la capacité d'innovation.

Van den Hooff et Van Weenen (2004) conceptualisent le partage des connaissances comme un processus réciproque au cours desquels les employés échangent leurs savoirs, contribuant ainsi collectivement à générer de nouvelles connaissances. À cet égard, il est essentiel que les

employés tirent parti des connaissances et des expériences acquises par leurs collègues au sein et à l'extérieur de l'organisation (Du et al., 2007). Ainsi, l'encouragement des employés à partager leurs connaissances augmente les chances pour l'entreprise de générer de nouvelles idées et de développer des opportunités commerciales, contribuant ainsi à l'activation des processus d'innovation (Darroch et McNaughton, 2002).

En accord avec les travaux de Du et al. (2007), l'investissant dans des formations inter-unités et inter-organisationnelles permet l'entreprise de favoriser le développement de son capital social tout en facilitant et en encourageant le partage des connaissances au sein de l'organisation. Ainsi, les connaissances acquises par les collaborateurs doivent être absorbées en connaissances organisationnelles à travers des échanges intensifs (Floyd et Wooldridge, 1999).

Selon Benedic et al. (2009), le capital social joue un rôle clé en facilitant le partage et la création de nouvelles connaissances. Cela contribue à renforcer la cohésion et à promouvoir l'action collective (Adler et Kwon, 2002). Pour cette raison, la cohésion peut constituer une condition préalable à l'émergence de l'innovation au sein de l'organisation (Periac, 2014) et même à l'extérieur de l'organisation.

En interne, lorsque ces connaissances sont partagées, adoptées et appliquées avec succès dans l'organisation sous forme de nouvelles idées, processus, services ou produits, elles conduisent à l'innovation (El abidi et al., 2024). La cohésion externe (la collaboration et la coopération avec des partenaires externes) permet à l'entreprise de s'ouvrir à de nouvelles idées, de bénéficier d'expertises variées et d'accéder à des ressources externes qui complètent les compétences et les connaissances internes, créant ainsi un environnement propice à la capacité d'innovation.

Lin (2007), à travers une étude empirique, soutiens que le partage des connaissances peut améliorer les capacités d'innovation d'une entreprise, en offrant la possibilité de capitaliser sur la diversité et la profondeur de diverses capacités d'innovation. Ce processus permet également de changer le comportement des employés et d'introduire une culture de partage des connaissances (Lin (2007)). Cette culture de collaboration axée sur le partage des connaissances favorise la création des réseaux de confiance, un élément clé du capital social.

Cao et al. (2024) ont mené une étude sur un échantillon constitué de brevets collaboratifs issus de partenariats entre universités, entreprises et instituts de recherche, dans le domaine des véhicules à énergie nouvelle en Chine, couvrant la période de 2001 à 2019. Les résultats indiquent que l'impact du capital structurel, cognitif et relationnel sur les partenariats d'innovation varie selon les étapes du processus, avec le partage des connaissances jouant un rôle médiateur clé dans la formation des relations de coopération. De plus, le capital social favorise davantage les partenariats interentreprises que les partenariats non interentreprises, en facilitant le flux de connaissances et en améliorant l'efficacité des réseaux d'innovation.

Dans cette optique, il convient de souligner que, dans les réseaux d'innovation, les relations collaboratives jouent un rôle clé en facilitant le partage et la diffusion des connaissances, ce qui enrichit le réservoir de savoirs des innovateurs et améliore ainsi l'efficacité du processus d'innovation (Salehi et Alanbari, 2023).

Hoang et Truong (2021) ont mené une étude sur un échantillon de 677 PME vietnamiennes. Les résultats montrent que les relations de confiance sont essentielles pour réduire les comportements négatifs dans le processus de partage des connaissances et pour minimiser les coûts de transaction associés à ce partage.

H.2 : Le partage des connaissances jouerait un rôle médiateur positif et significatif dans la contribution du capital social à la capacité d'innovation

3.3. L'engagement des salariés médiation entre le capital social et la capacité d'innovation

Bien que l'importance et la pertinence du capital social attirent une attention croissante,

plusieurs aspects fondamentaux qui y sont liés demeurent insuffisamment explorés et requièrent une investigation empirique approfondie (Andrews, 2010), notamment en ce qui concerne la relation entre le capital social et l'engagement des employés, un sujet pour lequel la littérature demeure relativement limitée.

En effet, l'engagement des employés ne dépend pas seulement de l'environnement professionnel, mais également de leurs expériences, de leurs valeurs et de leurs croyances, des éléments qui peuvent être façonnés ou soutenus par les réseaux sociaux et les relations interpersonnelles au sein de l'organisation. Ainsi, la création de réseaux interpersonnels au sein des organisations est essentielle à leur succès, car elle favorise l'engagement des employés contribuant ainsi à des résultats personnels et collectifs élevés.

Cohen et Prusak (2001) soulignent que le capital social, à travers l'établissement de relations, la promotion de la confiance et la stimulation de la collaboration, joue un rôle clé dans l'engagement des employés, en renforçant les liens au sein de l'organisation et en favorisant un environnement de travail propice à la coopération et à la motivation collective. Ali et al. (2013) affirment qu'investir dans le capital social dans les organisations de services renforce l'engagement des employés, ce qui améliore la qualité du service client et contribue ainsi à de meilleures performances organisationnelles.

Les employés engagés, qui manifestent des niveaux d'engagement et de motivation plus élevés, contribuent de manière plus efficace aux objectifs organisationnels (Pincus, 2023). Cependant, il ne suffit plus simplement d'encourager les employés à être impliqués ou motivés dans leur travail (De Spiegelaere et al., 2015), mais il devient également essentiel de mobiliser efficacement leurs compétences, de favoriser l'expérimentation de nouvelles idées et promouvoir la collaboration (Tiong et al., 2024), afin de stimuler l'innovation grâce à leur comportement proactif et leur contribution créative (Elamin et al., 2024). Tiong et al. (2024) soutiennent que l'engagement des salariés est déterminant pour la formation d'une équipe de travail à la fois productive, accomplissant ses tâches de manière efficace, et innovante, en générant de nouvelles idées et solutions.

Selon Landry et al. (2002), le développement du capital social, qui se manifeste par des actifs de participation et des actifs relationnels, contribue à stimuler de l'innovation. En d'autres termes, ces actifs de participation désignent l'engagement actif des membres de l'organisation, tandis que les actifs relationnels font référence aux liens et aux relations établis avec d'autres acteurs, internes ou externes à l'organisation. Podrug et al. (2017) indiquent que le soutien et la motivation de la direction, associés à l'initiative des employés de contribuer, collecter et partager des connaissances, renforcent les capacités d'innovation au sein de l'entreprise.

Tiong et al. (2024) indiquent que leurs résultats d'étude sur les PME indonésiennes montrent que les employés sont non seulement capables de répondre aux exigences de leur travail, mais également d'innover et de contribuer aux objectifs à long terme de l'organisation. Cela met en évidence l'importance de l'engagement des employés, qui joue un rôle clé dans la création d'une main-d'œuvre productive et innovante. En accord avec des travaux de Kahn (1990), il apparaît que les employés engagés jouent un rôle actif dans la résolution de problèmes et la collaboration, ce qui améliore directement les résultats organisationnels.

Bhatti et al. (2021) ont mené une étude auprès de 217 salariés de l'industrie pharmaceutique au Pakistan. Les résultats indiquent que le capital social favorise la volonté des employés de partager leurs connaissances avec leurs collègues, ce qui, à son tour, stimule leur créativité et leur capacité à transformer ces idées en solutions innovantes.

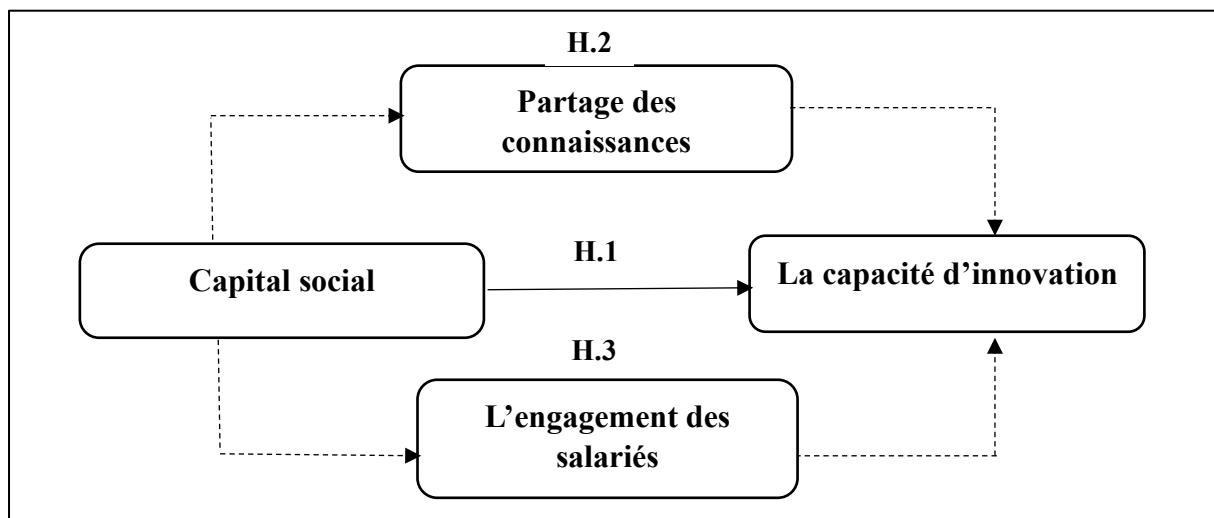
De plus, l'étude de Gichohi (2014) a révélé que l'engagement des employés stimulait la créativité et les capacités d'innovation au sein de l'entreprise. De manière similaire, les résultats de cette étude corroborent ceux de Rao (2016), qui établit une relation forte entre l'engagement des employés et l'innovation organisationnelle. En outre, Aman (2019) souligne dans son étude sur les employés des entreprises publiques de l'Indonésie que les entreprises doivent s'efforcer

d'accroître l'engagement des employés afin d'améliorer leurs capacités d'innovation, précisant que l'engagement des employés est un facteur clé de l'innovation et de la compétitivité de l'entreprise.

H.3 : L'engagement des salariés jouerait un rôle médiateur positif et significatif dans la contribution du capital social à la capacité d'innovation

Sur la base des fondements théoriques relatifs au capital social, à la capacité d'innovation, au partage des connaissances et à l'engagement des salariés, il est possible d'affirmer que le capital social influence directement la capacité d'innovation. En revanche, le partage des connaissances et l'engagement des salariés agissent en tant que variables médiatrices entre le capital social et la capacité d'innovation. La figure 1 représente le modèle hypothétique de recherche.

Figure 1 : Le modèle hypothétique de recherche



Source : nous-mêmes

4. Méthodologie de recherche

4.1. Échantillon de la recherche

Nous avons mené cette étude auprès d'un échantillon d'entreprises membres du cluster Haliopôle d'Agadir, composé de 88 entreprises. Il s'agit d'une étude quantitative, réalisée à l'aide d'un questionnaire. Le choix du cluster Haliopôle d'Agadir s'explique non seulement par la proximité géographique des répondants, mais aussi par la densité relativement élevée d'entreprises au sein de ce cluster par rapport à d'autres clusters de la région de Souss-Massa. Ce cluster, créé pour soutenir le développement des entreprises du secteur halieutique. En plus de son rôle économique majeur, il favorise des échanges constants d'idées et de bonnes pratiques entre les entreprises membres. Ce cadre collaboratif renforce les relations de confiance et le partage des connaissances ; des facteurs d'innovations et de la compétitivité du secteur halieutique à l'échelle régionale et internationale.

Une enquête a été menée sur une période de 5 mois, et 55 questionnaires exploitables ont été recueillis, ce qui représente un taux de réponse de 62 % sur un total de 88 entreprises composant la population cible. Les données recueillies auprès de l'échantillon ont été traitées et adaptées en vue de la validation du modèle de recherche, permettant ainsi de répondre aux questions formulées dans le cadre de l'étude.

Dans ce cadre, nous avons choisi d'appliquer l'approche PLS-SEM pour analyser notre modèle de recherche. Ce choix est motivé par la capacité de cette méthode à modéliser des relations

causales complexes entre des variables à la fois observables et latentes. En particulier, elle permet de quantifier des variables théoriques, qui ne peuvent être observés directement, en utilisant des indicateurs mesurables. Étant donné que les concepts centraux de cette recherche à savoir le capital social, le partage des connaissances et la capacité d'innovation, sont des variables latentes, l'utilisation de cette approche s'est révélée particulièrement appropriée pour tester notre modèle et répondre aux objectifs de l'étude.

4.2. Échelles de mesure

Dans cette recherche, le modèle factoriel à valider est constitué de 28 variables observées, mesurant 4 variables latentes : le capital social, le partage des connaissances, l'engagement des salariés et la capacité d'innovation. La codification des items transforme les réponses en variables mesurables, présentés dans le tableau 1 ci-après.

Tableau 1 : Variables et items retenues

Variables latentes	Code	Items	Source	Échelles de mesure
Capacité d'innovation	CAI_1	Notre entreprise teste fréquemment de nouvelles idées	Calantone et al (2002)	Likert 1-5
	CAI_2	Notre entreprise cherche de nouvelles façons de faire les choses		
	CAI_3	Notre entreprise est créative dans ses méthodes de fonctionnement		
	CAI_4	Notre entreprise est souvent la première à commercialiser de nouveaux produits et services		
	CAI_5	Notre entreprise perçoit l'innovation comme trop risquée et y fait résistance		
	CAI_6	L'introduction de nos nouveaux produits a augmenté au cours des 5 dernières années		
Capital social	CSC_1	Nous avons une relation étroite dans le cadre de la recherche d'informations, de ressources et de nouveaux contacts	Martínez-Cañas et al (2012)	
	CSC_2	Nous entretenons une relation répétée dans le cadre de la recherche d'informations, de ressources et de nouveaux contacts		
	CSC_3	Nous sommes convaincus qu'aucun comportement opportuniste n'existera		
	CSC_4	Il existe une confiance dans le partage d'idées, de sentiments et d'objectifs spécifiques avec les contacts		
	CSC_5	Notre entreprise connaît et accepte les missions et les principes des autres entreprises		
	CSC_6	Nous partageons des croyances communes concernant les motivations, les buts et les objectifs		
	CSC_7	Nous utilisons un langage similaire et comprenons facilement les termes spécifiques des autres		
	CSC_8	Nous prenons des décisions conjointes pour développer et mettre en œuvre de nouvelles technologies partagées		
Engagement des salariés	EDE_1	Je me donne à fond dans mon travail	Saks (2006)	
	EDE_2	Parfois, je suis tellement concentré sur mon travail que je perds la notion du temps		
	EDE_3	Ce travail est accaparant ; je suis totalement dedans.		
	EDE_4	L'une des choses les plus excitantes pour moi est de m'impliquer dans ce qui se passe dans cette organisation		

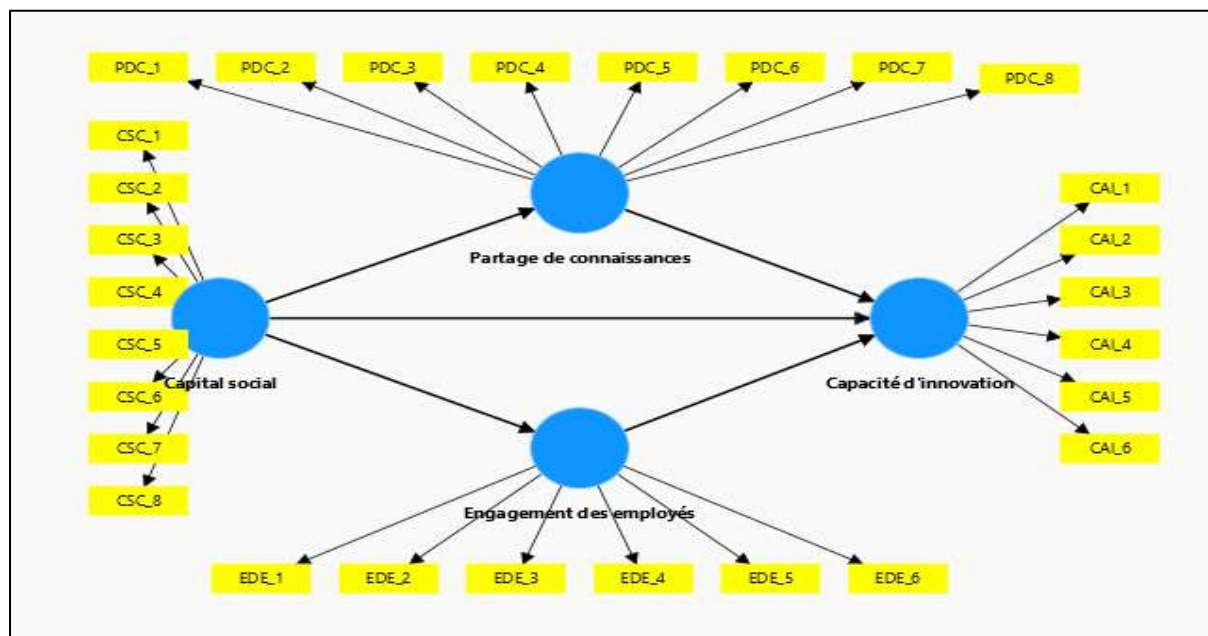
	EDE_5	Faire partie de cette organisation me rend vivant	
	EDE_6	Je suis très impliqué dans cette organisation	
Partage des connaissances	PDC_1	L'entreprise encourage les employés expérimentés à diriger les nouveaux employés et à leur transmettre leur expertise.	Lu et al (2006)
	PDC_2	L'entreprise a développé des projets éducatifs spéciaux pour former les employés à mieux partager leurs connaissances	
	PDC_3	Grâce à la formation, les employés apprennent à transformer leur expertise personnelle en modèles expressifs et transférables	
	PDC_4	Grâce à la formation, j'ai appris à trouver les informations et le soutien personnel nécessaires au travail	
	PDC_5	La formation de l'entreprise nous a appris où trouver des réponses lorsque nous rencontrons certains problèmes au travail	Lin (2007)
	PDC_6	Grâce à la formation, l'entreprise nous a fait comprendre que le partage des connaissances profite à notre développement de carrière	
	PDC_7	Lorsqu'ils travaillent sur certains projets, l'entreprise accorde suffisamment de temps et de soutien aux employés pour qu'ils apprennent à partager leurs connaissances au travail	
	PDC_8	L'entreprise utilise une technologie qui permet aux employés de partager leurs connaissances avec d'autres personnes au sein de l'organisation.	

Source : nous-mêmes

5. Résultats et discussions

Dans cette section, nous présentons les résultats de notre enquête centrée sur la contribution du capital social à la capacité d'innovation, à travers le partage des connaissances et l'engagement des salariés des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir. Comme l'illustre la Figure 2 ci-dessous, le modèle présent est testé sur l'ensemble des unités statistiques, à savoir les 55 entreprises interrogées.

Figure 2 : Spécification du modèle SEM



Source : nous-mêmes

L'analyse de la spécification et de l'estimation du modèle montre que les constructions liées à la capacité d'innovation, au capital social, au partage des connaissances et à l'engagement des salariés présentent des coefficients de contribution inférieurs à 0,7, en particulier pour les items suivants : CAI_1, CAI_2, CAI_6, CSC_5, CSC_6, CSC_7, EDE_3 et PDC_8. Ces résultats suggèrent que ces indicateurs pourraient ne pas être des mesures fiables des variables correspondants. Par conséquent, leur révision ou élimination est nécessaire pour assurer la validité convergente du modèle, comme le montre le tableau des résultats de l'estimation ci-après.

Tableau 2 : Loadings factors des modèles de mesure

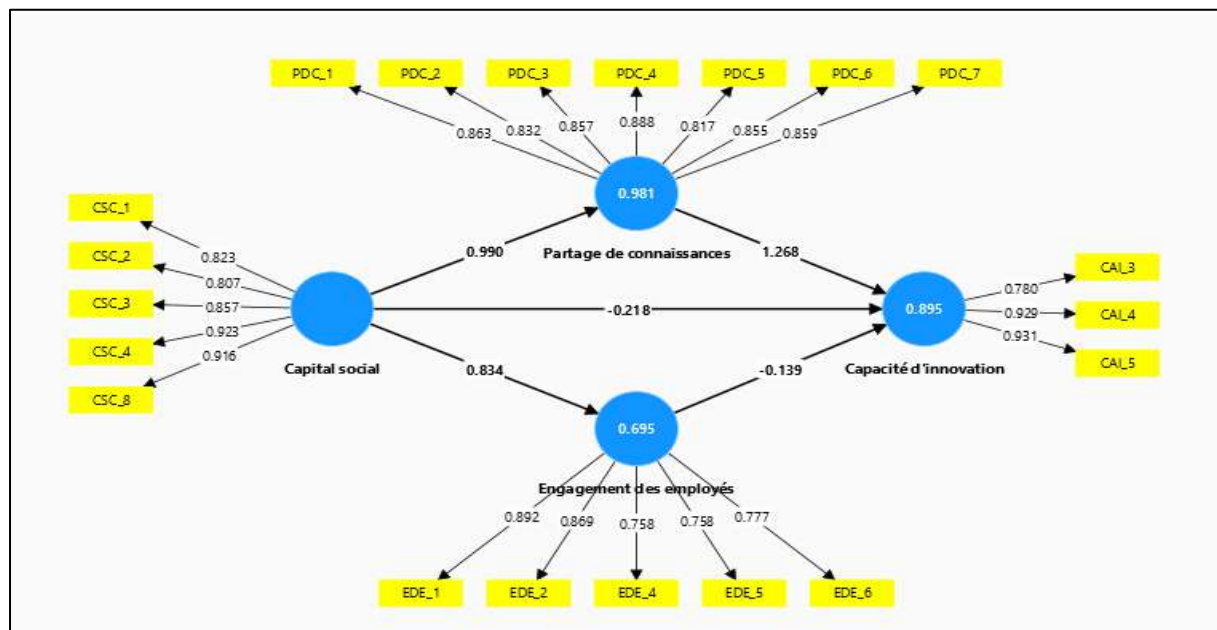
Variable	Code de l'Item	Loadings	Ajusté
Capacité d'innovation	CAI 1	0,530	Éliminé
	CAI 2	0,477	Éliminé
	CAI 3	0,800	0,800
	CAI 4	0,777	0,777
	CAI 5	0,774	0,774
	CAI 6	0,620	Éliminé
Capital social	CSC 1	0,728	0,728
	CSC 2	0,713	0,713
	CSC 3	0,848	0,848
	CSC 4	0,921	0,921
	CSC 5	0,623	Éliminé
	CSC 6	0,154	Éliminé
	CSC 7	0,671	Éliminé
	CSC 8	0,909	0,909

Engagement des salariés	EDE 1	0,802	0,802
	EDE 2	0,786	0,786
	EDE 3	0,459	Éliminé
	EDE 4	0,852	0,852
	EDE 5	0,852	0,852
	EDE 6	0,866	0,866
Partage des connaissances	PDC 1	0,861	0,861
	PDC 2	0,830	0,830
	PDC 3	0,853	0,853
	PDC 4	0,881	0,881
	PDC 5	0,818	0,818
	PDC 6	0,854	0,854
	PDC 7	0,858	0,858
	PDC 8	0,622	Éliminé

Source : nous-mêmes

L'élimination des items non significatifs nécessite une re-spécification du modèle, en se concentrant exclusivement sur les modèles de mesure qui satisfont aux critères de validité préalablement définis. Cette approche vise à affiner le modèle et à solidifier les relations entre les variables latentes et leurs indicateurs (figure 3).

Figure 3 : Re-spécification du modèle



Source : nous-mêmes

Les résultats relatifs à l'évaluation de l'ajustement du modèle révèlent un ajustement satisfaisant, les valeurs des indices étant supérieures aux seuils critiques nécessaires pour assurer une qualité d'ajustement adéquate (Tableau 3). À ce stade, la fiabilité et la validité des variables exigent que l'alpha de Cronbach et le rho de Dillon-Goldstein atteignent des valeurs égales ou supérieures à 0,7, tandis que l'AVE doit être supérieure ou égale à 0,5.

Les résultats obtenus suggèrent que l'instrument de mesure des variables présente une fiabilité élevée et une validité robuste. Le coefficient alpha de Cronbach, qui mesure la cohérence interne d'un instrument de mesure, présente des valeurs élevées pour les quatre variables (CAI=0,855, CSC=0,916, EDE=0,893, PDC=0,938), ce qui révèle une forte fiabilité interne.

Les valeurs de rho_A, considérées comme une alternative au coefficient alpha de Cronbach, sont également élevées, ce qui atteste de la fiabilité des variables. Par ailleurs, la fiabilité composite, prenant en compte les charges factorielles des items, présente des valeurs

supérieures à 0,7, ce qui est interprété comme très satisfaisant (CAI=0,913, CSC=0,938, EDE=0,906, PDC=0,949). Cela indique que les items de chaque construit sont fortement intercorréliés, ce qui contribue à renforcer la cohérence interne.

Concernant la validité convergente, évaluée à travers l'AVE, les valeurs pour CAI (0,779), CSC (0,751) et PDC (0,728) dépassent le seuil de 0,5, ce qui est considéré comme optimal. En revanche, l'AVE pour EDE (0,660), se situe légèrement en dessous de ce seuil, mais reste dans une plage acceptable sur le plan statistique. Cela pourrait indiquer que certains items relatifs à l'engagement des salariés ne sont pas totalement en adéquation avec le construit théorique.

En conséquence, les données recueillies à l'aide de cet instrument peuvent être considérées comme fiables, fournissant ainsi une base solide pour des analyses futures. Les items de mesure relatifs aux variables du capital social et du partage des connaissances indiquent une représentation adéquate, ce qui atteste de la pertinence du questionnaire pour évaluer ces concepts. En revanche, bien que les variables de la capacité d'innovation et de l'engagement des salariés présentent une validité légèrement plus faible, les items associés mesurent ces variables de manière fiable.

Tableau 3 : Fiabilité et validité des indicateurs

<i>Variable</i>	<i>Alpha de Cronbach</i>	<i>Rho_A</i>	<i>Fiabilité composite</i>	<i>Variance moyenne extraite (AVE)</i>
Capacité d'innovation	0,855	0,852	0,913	0,779
Capital social	0,916	0,919	0,938	0,751
Engagement des salariés	0,893	0,978	0,906	0,660
Partage des connaissances	0,938	0,939	0,949	0,728

Source : nous-mêmes

Afin d'évaluer la contribution du capital social à la capacité d'innovation, en prenant en considération le rôle médiateur du partage des connaissances et de l'engagement des salariés, des tests statistiques ont été effectués. Les résultats de ces tests sont présentés dans le tableau ci-dessous, qui fournit une analyse détaillée des relations entre ces variables au sein des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir. Ainsi, l'examen des valeurs p révèle que certaines hypothèses sont confirmées, tandis que d'autres ne sont pas validées.

Tableau 4 : Coefficient de corrélation

<i>Variables</i>	<i>Échantillon d'origine (O)</i>	<i>Moyenne de l'échantillon (M)</i>	<i>Écart type (STDEV)</i>	<i>Statistiques T (O/STDEV)</i>	<i>Valeurs P</i>	<i>Résultat</i>
Capital social → Capacité d'innovation	-0,218	-0,207	0,493	0,443	0,658	Rejetée
Capital social → Engagement des salariés	0,834	0,843	0,021	39,815	0,000	Validée
Capital social → Partage des connaissances	0,990	0,990	0,003	311,374	0,000	Validée
Engagement des salariés → Capacité d'innovation	-0,139	-0,142	0,079	1,752	0,080	Rejetée
Partage des connaissances → Capacité d'innovation	1,268	1,260	0,430	2,947	0,003	Validée

Source : nous-mêmes

L'Hypothèse 1, postulant une contribution positive et significative du capital social à la capacité d'innovation, n'est pas corroborée par les résultats empiriques. En effet, l'analyse révèle une relation négative entre ces deux variables, et la (valeur p de 0,658) suggère l'absence de significativité statistique. Par conséquent, l'hypothèse est rejetée. Ce résultat inattendu, qui suggère l'absence de lien significatif entre le capital social et la capacité d'innovation, contredit les travaux de Jamshidi et Kenarsari (2015) et Basri et al. (2021) qui postulent que le capital social peut favoriser la création d'idées innovantes et renforcer la capacité d'innovation.

Nos résultats peuvent être expliqués par le fait que les entreprises du cluster partagent des valeurs ou des objectifs très similaires. Cela peut freiner leur capacité d'innovation, car les entreprises sont moins enclines à adopter des idées externes. Ce qui rejoint les conclusions de Leana III & Van Buren (1999) qui soulignent que le capital social comporte des « coûts de maintenance », notamment lorsque des normes trop rigides et une stabilité excessive empêchent l'intégration de nouvelles informations et idées, ce qui peut freiner leur capacité d'innovation.

De plus, les réseaux fermés, où les acteurs préfèrent travailler avec ceux qu'ils connaissent déjà, au lieu d'élargir leurs relations à de nouveaux partenaires ou d'autres clusters, révèlent des effets négatifs similaires à ceux identifiés par Baret et al. (2006), qui mettent en évidence la fermeture à de nouveaux membres compétents, la solidarité source d'opportunisme, ainsi que le conformisme induit par l'adhésion aux normes collectives.

L'Hypothèse 2, suggère que le partage des connaissances joue un rôle de médiateur entre le capital social et la capacité d'innovation. Les résultats empiriques confirment que le capital social contribue positivement et significativement au partage des connaissances avec une (valeur p de 0,000), le partage des connaissances contribue positivement et significativement à la capacité d'innovation, avec une (valeur p étant de 0,003). Ce qui confirme la validité de cette hypothèse. Notre résultat est cohérent avec les résultats de Cao et al. (2024) qui ont prouvé que le capital cognitif et relationnel favorise la coopération et le partage des connaissances, ce qui améliore les réseaux d'innovation et stimule leur capacité d'innovation. Notre résultat rejoint également celui de Duy et al. (2023) qui ont montré que le capital social, à travers des liens sociaux, la confiance et des objectifs partagés, favorise le partage des connaissances, ce qui améliore la capacité d'innovation des employés et contribue au développement des entreprises.

L'Hypothèse 3, selon laquelle l'engagement des salariés joue un rôle de médiateur entre le capital social et la capacité d'innovation. Bien que le capital social contribue de manière positive et significative à l'engagement des salariés, comme l'indique (valeur p de 0,000), ce qui témoigne d'une significativité statistique élevée. Cela valide les propos de Bhatti et al. (2021) et Ali et al. (2013) qui soutiennent qu'un investissement dans le capital social favorise la volonté et l'engagement des salariés.

Ainsi, l'engagement des salariés ne présente pas de relation significative avec la capacité d'innovation, indiquant une (valeur p de 0,080). Ce résultat inattendu peut s'expliquer par le fait que l'engagement des salariés, bien qu'important, ne suffit pas à lui seul à garantir une capacité d'innovation. Selon les travaux de Narcizo et al. (2017), l'engagement des employés est lié à « la préparation à l'innovation » qui est essentielle pour que les efforts des employés conduisent réellement à des résultats d'innovation. Également, Sungmala et Verawat (2021) affirment que les entreprises ayant faible niveau d'engagement des salariés devraient mener des investigations approfondies pour comprendre les raisons de ce désengagement, car cela pourrait nuire à leurs bénéfices, à leur productivité, à leur capacité d'innovation et à leur compétitivité globale. En conséquence, l'hypothèse 3 est partiellement confirmée.

Dans ce cadre, le capital social et l'engagement des salariés ne semble pas influencer directement la capacité d'innovation. Le capital social pourrait ne pas avoir un impact direct sur la capacité d'innovation, mais plutôt indirect via d'autres variables, à savoir le partage des connaissances qui médiatise cette relation dans les entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir. En outre, le capital social, par son influence sur la manière dont les individus échangent et

partagent des informations et des connaissances en interne ou en externe peut favoriser la capacité d'innovation des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir. L'engagement des salariés n'affecte pas directement la capacité d'innovation, celle-ci pouvant être influencée par d'autres facteurs, tant internes qu'externes, tels que le style de leadership, la culture organisationnelle ou encore l'accès aux ressources externes dans le contexte des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir.

En revanche, le capital social s'avère être un facteur déterminant du partage des connaissances et de l'engagement des salariés, mettant en évidence son rôle essentiel dans la promotion de la collaboration interne et externe, ainsi que dans la motivation et l'implication des employés au sein de l'organisation.

6. Conclusion

En conclusion, cette étude a exploré la contribution du capital social à la capacité d'innovation des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir, en mettant en lumière le rôle médiateur du partage des connaissances et de l'engagement des salariés. L'analyse a été réalisée à l'aide de la modélisation par équations structurelles, offrant ainsi une évaluation approfondie des relations entre les variables.

À la lumière des résultats obtenus, nous avons vérifié les hypothèses formulées au préalable dans le cadre de notre recherche. En ce qui concerne la contribution du capital social à la capacité d'innovation, nos résultats montrent que le capital social ne contribue pas directement à la capacité d'innovation, ce qui va à l'encontre des conclusions de Pertiwi (2020) et de Yeşil et Doğan (2019), qui ont trouvé une relation positive et significative entre ces deux variables. Cette divergence peut être expliquée par des caractéristiques spécifiques aux entreprises du cluster Haliopôle, qui diffèrent de celles d'autres contextes organisationnels, ce qui souligne l'importance de contextes spécifiques pour que le capital social ait un effet significatif sur la capacité d'innovation.

Pour la deuxième hypothèse, les résultats confirment le rôle médiateur du partage des connaissances dans la relation du capital social et la capacité d'innovation. Le capital social est un élément clé pour faciliter le partage des connaissances, ce qui est en accord avec les travaux de Du et al. (2007) et de Benedic et al. (2009). Ainsi, le partage des connaissances a un effet direct et significatif sur la capacité d'innovation, aligné avec les conclusions de Lin (2007) et de El abidi et al. (2024). Cela met en évidence l'importance du partage des connaissances comme un levier essentiel pour favoriser la capacité d'innovation des entreprises.

Ainsi, l'hypothèse suggérant que l'engagement des salariés joue un rôle de médiateur dans la relation entre le capital social et la capacité d'innovation, a été partiellement confirmée dans notre étude. Nos résultats confirment l'importance du capital social pour l'engagement des salariés, en ligne avec les travaux de Cohen et Prusak (2001) et d'Ali et al. (2013), montrant qu'il favorise des relations de confiance et de collaboration, renforçant ainsi leur motivation et leur engagement envers l'entreprise. Cependant, l'engagement des salariés n'a pas montré d'effet positif et significatif sur la capacité d'innovation dans notre étude. Cette divergence par rapport aux travaux antérieurs de Gichohi (2014) et d'Aman (2019) suggère que d'autres facteurs, internes ou externes, pourraient jouer un rôle plus déterminant dans l'innovation au sein des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir.

Sur la base de ces constatations, nous suggérons aux dirigeants et managers des entreprises du cluster Haliopôle de renforcer les réseaux professionnels internes et externes en développant des plateformes de collaboration numérique pour le partage d'informations et de connaissances. Ils devraient également encourager la participation à des événements et conférences pour exposer les entreprises à de nouvelles pratiques et technologies. Enfin, il est essentiel de

soutenir l'autonomie des employés, d'instaurer un leadership participatif et d'organiser des ateliers d'innovation pour stimuler la motivation, l'engagement et la capacité d'innovation. L'étude présente plusieurs limites, notamment sa conception transversale, qui empêche d'établir des relations causales et limite la compréhension de l'évolution des phénomènes dans le temps. De plus, l'étude se concentre sur les entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir, ce qui restreint la généralisation des résultats à d'autres contextes géographiques ou sectoriels. Enfin, l'utilisation de données auto-déclarées peut introduire un biais de réponse, affectant la précision des perceptions sur le capital social, le partage des connaissances et l'engagement des salariés. Afin de renforcer la validité des résultats, les études futures pourraient recourir à des données multi-sources ou à des mesures de performance objectives. En outre, l'exploration de variables médiatrices ou modératrices supplémentaires, telles que la culture organisationnelle, un style de leadership ou encore l'accès aux ressources externes, permettrait d'approfondir la compréhension des facteurs qui contribuent à la capacité d'innovation des entreprises du cluster Haliopôle d'Agadir.

Références

- (1). Abdallah, S., Khalil, A., & Divine, A. (2012). The impact of knowledge sharing on innovation capability in United Arab Emirates organizations.
- (2). Adler, P. S., et Kwon, S. (2002). Social capital: prospects for a new concept. *The Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- (3). Ali, M. A., Hussain, A., & Azim, A. (2013). Organizational investment in social capital (OISC) and employee job performance: Moderation by employee job engagement. *International Review of Management and Business Research*, 2(1), 250.
- (4). Aman, M. K. (2019). The effect of employee engagement and organization culture on company innovation capability. *International Journal of Contemporary Accounting*, 1(1), 13-22.
- (5). Andrews, R. (2010). Organizational social capital, structure and performance. *human relations*, 63(5), 583-608.
- (6). Arregle, J. L., Hitt, M. A., Sirmon, D. G., & Very, P. (2007). The development of organizational social capital : Attributes of family firms. *Journal of management studies*, 44(1), 73-95.
- (7). Aslam, M. H., Shahzad, K., Syed, A. R., & Ramish, A. (2013). Social capital and knowledge sharing as determinants of academic performance. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 15(1), 25.
- (8). Baret, C., Huault, I., & Picq, T. (2006). Management et réseaux sociaux Jeux d'ombres et de lumières sur les organisations. *Revue française de gestion*, 163(2006/4), 93-106.
- (9). Bartol, K. M., & Srivastava, A. (2002). Encouraging knowledge sharing: The role of organizational reward systems. *Journal of leadership & organizational studies*, 9(1), 64-76.
- (10). Basri, Y. M., Yasni, H., Azhar-A, A., Hanif, R. A., & Abdurrahman, R. (2021). Human Capital, Social Capital, And Innovation Capability In Performance Of Village-Owned Enterprises. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 13(2), 314-330.
- (11). Benedic, M., Valoggia, P., Rousseau, A. et C. Schmitt, C. (2009), Gestion des connaissances et capital social : quelles interrelations ? *Revue Management & Avenir*, 27, 152-170.
- (12). Bhatti, S. H., Vorobyev, D., Zakariya, R., & Christofi, M. (2021). Social capital, knowledge sharing, work meaningfulness and creativity: evidence from the Pakistani pharmaceutical industry. *Journal of Intellectual Capital*, 22(2), 243-259.

- (13). Bories-Azeau, I., Fabre, C., & Loubès, A. (2011). Le capital social dans un réseau communautaire de PME: un rôle-clé pour l'émergence et l'institutionnalisation du réseau. *Management international*, 15(3), 29-44.
- (14). Burgelman, R. A., Maidique, M. A., & Wheelwright, S. C. (1996). *Strategic management of technology and innovation* (Vol. 2). Irwin Chicago.
- (15). Burt, R. S. (2000). The network structure of social capital. *Research in organizational behavior*, 22, 345-423.
- (16). Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial marketing management*, 31(6), 515-524.
- (17). Cézanne, C., Loufrani-Fedida, S., Luu, P., & Saglietto, L. (2019). L'influence de la communication interne d'entreprise sur l'engagement des salariés au travail: les apports de l'enquête réponse 2011. *Revue de gestion des ressources humaines*(4), 31-51.
- (18). Chen, M. H., Wang, H. Y., & Wang, M. C. (2018). Knowledge sharing, social capital, and financial performance: The perspectives of innovation strategy in technological clusters. *Knowledge Management Research & Practice*, 16(1), 89-104.
- (19). Christian, M. S., Garza, A. S., & Slaughter, J. E. (2011). Work engagement: A quantitative review and test of its relations with task and contextual performance. *Personnel psychology*, 64(1), 89-136.
- (20). Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- (21). Darroch, J., & McNaughton, R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of intellectual capital*, 3(3), 210-222.
- (22). Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press.
- (23). De Spiegelaere, S., Van Gyes, G., De Witte, H., & Van Hootegem, G. (2015). Job design, work engagement and innovative work behavior: A multi-level study on Karasek's learning hypothesis. *management revue*, 123-137.
- (24). Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. New York : Harper & Row.
- (25). Du, R., Ai, S., & Ren, Y. (2007). Relationship between knowledge sharing and performance: A survey in Xi'an, China. *Expert systems with Applications*, 32(1), 38-46.
- (26). Duy, D. T., Lan, N. T. X., Quang, T. T., & Tú, T. T. (2023). Impact of social capital, knowledge sharing on Innovation Capability: The case of office staff in Ho Chi Minh City. *Science & Technology Development Journal: Economics-Law & Management*, 7(1), 4162-4180.
- (27). EL ABIDI, A., FARSAD, M. E., & Ennamer, N. (2024). LA CONTRIBUTION DU PARTAGE DE CONNAISSANCES À LA CAPACITÉ D'INNOVATION MANAGÉRIALE DANS LES ENTREPRISES FAMILIALES: CAS DES PME AGRICOLES DU GRAND AGADIR. *Revue Internationale de la Recherche Scientifique (Revue-IRS)*, 2(3), 825-846.
- (28). Elamin, A. M. (2024). Exploring the relationship between perceived organizational support and affective commitment among Saudi employees: the mediating effect of organizational trust. *Business: Theory and Practice*, 25(2), 434-446.
- (29). ERRAYS, N. A. (2018). L'impact du capital social interne des sociétés coopératives sur leur capacité d'innovation. *Revue Marocaine de recherche en management et marketing*, 10(2), 305-329.
- (30). Floyd, S. W., & Wooldridge, B. (1999). Knowledge creation and social networks in corporate entrepreneurship: The renewal of organizational capability. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(3), 123-144.

- (31). Gagnon-Paradis, I. (2011). L'engagement au travail : une question de cœur. La Presse. Récupéré de <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca>
- (32). Gichohi, P. Maku (2014). The Role of Employee Engagement in Revitalizing Creativity and Innovation at the Workplace : A Survey of Selected Libraries in Meru Country-Kenya." *Library Philosophy and Practice* (e-journal). Paper 1171.
- (33). Hartono, R., & Sheng, M. L. (2016). Knowledge sharing and firm performance: the role of social networking site and innovation capability. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(3), 335-347.
- (34). Huang, F. (2007). Building social trust : A human-capital approach. *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)/Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, 552-573.
- (35). Iddris, F. (2016). Innovation capability: A systematic review and research agenda. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11, 235-260.
- (36). Jamshidi, M. H. M., & Kenarsari, N. H. (2015). The effect of social capital on creativity of employees. A case study: Productive firms of electrical household appliances in the North of Iran. *Journal of Asian Scientific Research*, 5(4), 205-218.
- (37). Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33(4), 692-724.
- (38). Katz, D & Kahn. (1978). The social psychology of organizations. New York: Wiley, 1978. 838 p.
- (39). Kruse, K. (2015). The ROI of employee engagement in hospitals. *Forbes/Leadership*.
- (40). Lall, S. (1992). Technological capabilities and industrialization. *World development*, 20(2), 165-186.
- (41). Landry, R., Amara, N., & Lamari, M. (2002). Does social capital determine innovation? To what extent?. *Technological forecasting and social change*, 69(7), 681-701.
- (42). Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations: a dynamic capabilities approach. *International journal of innovation management*, 5(03), 377-400.
- (43). Leana III, C. R., & Van Buren, H. J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *Academy of management review*, 24(3), 538-555.
- (44). Leana, C. R., & Pil, F. K. (2006). Social capital and organizational performance: Evidence from urban public schools. *Organization science*, 17(3), 353-366.
- (45). Lin, H. F. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of manpower*, 28(3/4), 315-332.
- (46). Martínez-Cañas, R., Sáez-Martínez, F. J., & Ruiz-Palomino, P. (2012). Knowledge acquisition's mediation of social capital-firm innovation. *Journal of Knowledge Management*, 16(1), 61-76.
- (47). Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.
- (48). Molina-Morales, F. X., & Martínez-Fernández, M. T. (2010). Social networks : effects of social capital on firm innovation. *Journal of small business management*, 48(2), 258-279.
- (49). Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 23(2), 242-266.
- (50). Narcizo, R. B., Canen, A. G., & Tammela, I. (2017). A Conceptual Framework to Represent the Theoretical Domain of Innovation Capability'in Organizations. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, 13(1), 147-166.
- (51). Nuryani, N. N. J., Satrawan, D. P. R., Gorda, A. A. N. O. S., & Martini, L. K. B. (2018). Influence of human capital, social capital, economic capital towards financial

- performance & corporate social responsibility. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(2), 65-76.
- (52). Parashar, M., & Singh, S. K. (2005). Innovation capability. *IIMB Management Review*, 17(4), 115-123.
 - (53). Perrot, S., & Garreau, L. (2016). V. L'engagement des salariés vu par les dirigeants. *Repères*, 55-64.
 - (54). Periac, F. (2014). *Les concepts de " diversité culturelle " et de " capital social " comme facteurs explicatifs de la capacité d'innovation des organisations et des territoires* (Doctoral dissertation, Université Jean Monnet-Saint-Etienne).
 - (55). Pincus, J. D. (2023). Employee Engagement as Human Motivation : Implications for theory, methods, and practice. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 57(4), 1223-1255.
 - (56). Podrug, N., Filipović, D., & Kovač, M. (2017). Knowledge sharing and firm innovation capability in Croatian ICT companies. *International Journal of manpower*, 38(4), 632-644.
 - (57). Porter M., 2000, Locations, Clusters and Company Strategy, in Clark G. Feldman M. et Gertler M. (eds), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford University Press, Oxford.
 - (58). Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out : The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political science & politics*, 28(4), 664-683.
 - (59). Rao, V. (2016). Innovation through employee engagement. *Asia Pacific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 2(2), 337-345.
 - (60). Romijn, H., & Albaladejo, M. (2002). Determinants of innovation capability in small electronics and software firms in southeast England. *Research policy*, 31(7), 1053-1067.
 - (61). Sanchez-Famoso, V., Maseda, A., & Iturralde, T. (2014). The role of internal social capital in organisational innovation. An empirical study of family firms. *European Management Journal*, 32(6), 950-962.
 - (62). Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two-sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3, 71-92.
 - (63). Schneckenberg, D., Truong, Y., & Mazloomi, H. (2015). Microfoundations of innovative capabilities: The leverage of collaborative technologies on organizational learning and knowledge management in a multinational corporation. *Technological forecasting and social change*, 100, 356-368.
 - (64). Sherchan, W., Nepal, S., & Paris, C. (2013). A survey of trust in social networks. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 45(4), 1-33.
 - (65). Soto-Acosta, P., Del Giudice, M., & Scuotto, V. (2018). Emerging issues on business innovation ecosystems: the role of information and communication technologies (ICTs) for knowledge management (KM) and innovation within and among enterprises. *Baltic Journal of Management*, 13(3), 298-302.
 - (66). SubbaNarasimha, P. (2001). Strategy in turbulent environments: the role of dynamic competence. *Managerial and decision Economics*, 22(4-5), 201-212.
 - (67). Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. *Contaduría y administración*, 65(1).
 - (68). SUNGMALA, N., & VERA WAT, A. (2021). The impact of employee engagement on employee performance: A case study of multinational corporations in Thailand. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 1091-1097.
 - (69). Tiong, P., Sumaryo, P., & Simamora, S. A. P. (2024). The Influence of Digital Competency, Employee Engagement, and Leadership Style on SME Employee

- Performance in Indonesia: Innovation Capability as A Mediator and Organizational Culture as A Moderator in the Society 5.0 Era. *STI Policy and Management Journal*, 9(2).
- (70). Tsai, W., & et Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of management journal*, 41(4), 464-476.
 - (71). Van Den Hooff, B., & De Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117-130.
 - (72). Vladić, N., Maletič, D., & Maletič, M. (2021). Determinants of innovation capability: an exploratory study of inclusive leadership and work engagement. *Quality Innovation Prosperity*, 25(2), 130-152.
 - (73). Wang, Z., & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert systems with Applications*, 39(10), 8899-8908.
 - (74). Wibowo, M. A., Widodo, Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., Nugroho, M., & Prabowo, Y. (2021). Knowledge Sharing, Innovation Strategy and Innovation Capability: A Systematic Literature Review. *Complex, Intelligent and Software Intensive Systems: Proceedings of the 15th International Conference on Complex, Intelligent and Software Intensive Systems (CISIS-2021)*,
 - (75). Yi-Ching, T. (2006). Effect of Social Capital and Absorptive Capability on Innovation in Internet
 - (76). Zheng, Y., Liu, J., & George, G. (2010). The dynamic impact of innovative capability and inter-firm network on firm valuation: A longitudinal study of biotechnology start-ups. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 593-609.
 - (77). Zirena-Bejarano, P. P., Tancayllo Yana, G., & Caryt Málaga, A. K. (2025). The moderating effect of adaptability on the relationship between cognitive social capital and innovation capacity. *Journal of Facilities Management*, 23(1), 34-51.