

Intelligence Economique et veille : deux concepts différents à l'ère de l'éthique des affaires

Axe n°2

Dr. DOUAH Belkacem- maître de conférence A à l'université de Mostaganem

BELMEDJAHED Nouara Nawel- Doctorante à l'université de Mostaganem

Tel : 0552408795

E-mail : belmedjahed-nawel@live.fr

Résumé

L'intelligence économique est un concept, qui s'inscrit dans le contexte de la société de l'information. D'une optique, c'est un système défensif, dans la mesure où, il cherche à sécuriser le patrimoine informationnel de l'entreprise. D'une autre, c'est un système offensif, qui sert à s'informer sur l'environnement de l'entreprise, afin de détecter les opportunités et anticiper les menaces. Ceci semble se rapprocher du concept de veille, en général, néanmoins, ce sont deux concepts distincts. C'est ce que le présent article tentera de développer, en illustrant la recherche par une étude de cas sur l'entreprise de Peugeot Algérie.

Mots clés : IE, veille, information, éthique.

Abstract

Competitive intelligence is a concept, which is in the context of the information society. It's a defensive system, that secure the information assets of the company. Also it's an offensive system, which used to search information concerning the business environment, in order to detect opportunities and anticipate the threats. This seems to be closer to the concept of buisness intelligence, nevertheless, they are different. That's what this article will attempt to develop, and illustrate it in Peugeot Algeria company.

Key words : competitive intelligence, BI, information, ethics.

Introduction

L'entreprise d'aujourd'hui vit à l'ère de l'information, affrontée à un environnement perturbé dont le noyau est l'information. D'ailleurs, celle-ci est devenue un produit élémentaire pour le bon fonctionnement de l'entreprise. Cette dernière vise à acquérir la bonne information au bon moment et l'employer dans le bon endroit, afin de détecter les menaces et saisir les opportunités.

La mondialisation des marchés n'épargne aucune entreprise, en ce sens que son fonctionnement est contraint par les évolutions de l'environnement, à l'instar de l'entreprise algérienne, déjà intégrée dans l'accord d'association de libre échange avec l'UE, et au moment où elle négocie son accession à l'OMC. Dans ce cadre, l'entreprise algérienne se doit de mettre à niveau son savoir-faire, afin d'affronter la concurrence locale et étrangère.

Cette situation crée une guerre économique où l'espionnage économique et industriel est devenu un phénomène. Cependant, le système d'information est devenu insuffisant et l'entreprise doit avoir un œil sur l'environnement sans être vue, mais surtout, avant d'être vue. C'est cette approche que l'on appelle Intelligence Economique (IE), que Martre (1994) définit comme étant: « Une notion de recherche, de traitement, de distribution, en vue de son exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques. ».

La maîtrise de l'information, des connaissances et des savoir-faire, mais aussi la protection de ces derniers sont les déterminants des économies modernes, afin de prendre la décision stratégique pour réduire l'incertitude et diminuer les risques. La notion de l'Intelligence Economique rassemble ces déterminants ; ce qui prouve son importance et c'est ce qui suscite l'intérêt des consultants et chercheurs.

Le concept de l'IE est la version française du concept anglo-saxon « Competitive Intelligence ». Elle était d'abord interprétée comme l'art de savoir, ce qui servira à être performant dans la conquête des marchés, cette vision évolue dans les années quatre-vingt-dix, en même temps, avec la notion de mondialisation et la notion de la société de l'information, ainsi que le risque informationnel. Peu à peu le concept s'élargit et ne se limitera plus à la protection des secrets. Désormais, la stratégie économique se doit d'intégrer de nouveaux facteurs, tels que les impératifs de l'économie de l'information et de la connaissance, la fragilité du patrimoine informationnel d'une entreprise, les systèmes d'information, la réputation de l'entreprise, la dépendance de ses activités à l'égard de l'opinion publique et des nouvelles exigences de la société civile, etc.

Concernant l'Afrique, elle est foetale en matière d'IE, le pays le plus avancé est ce lui de l'Afrique du Sud. Il applique une politique d'IE au service de la transition de l'économie du pays, qui est basée sur l'innovation au profit d'une économie de la connaissance. Pour ce qui est du nord africain, le leader en IE est le Maroc, qui a instauré un Centre de Veille Stratégique (CVS), positionné auprès du premier ministre. Il a pour objectif d'observer les mouvements de capitaux découlant des IDE. A partir de l'année de 1990, les entreprises

marocaines se sont dotées de cellule de veille, pour protéger leur environnement et leurs investissements.

Quant à la Tunisie et l'Algérie, elles s'intéressent à l'intelligence économique, à travers les participations aux colloques sur le knowledge management et ou " l'apport de l'intelligence économique dans le management de l'entreprise", organisés chaque année à Tunis et Alger.

Cependant, le concept d'IE est souvent confondu avec celui de la veille. Ceci est l'objet de cette étude, qui tentera d'apporter une distinction entre les deux concepts. La présente étude sera illustrée par un cas d'une entreprise algérienne dans le domaine de la concession automobile, Peugeot Algérie. Ceci à travers une interview entretenue avec un responsable de la communication, travaillant au sein de cette entreprise.

Pour atteindre les objectifs de la présente étude, celle-ci s'est développée de la manière suivante. En premier lieu, nous aborderons les deux concepts IE et veille. En second lieu, nous nous attarderons à présenter l'état des lieux du concept d'IE en Algérie. Enfin, nous exposerons les résultats de l'entretien.

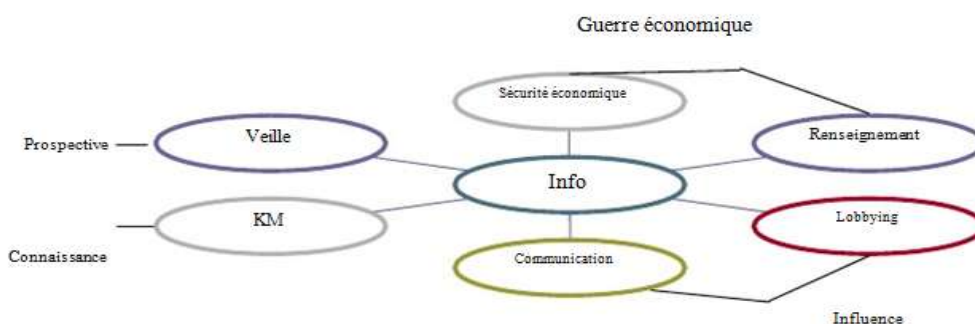
I. Approches de deux concepts : veille et IE

L'intelligence économique (IE) est un concept proche de la veille, néanmoins, ce sont deux concepts différents et la veille est indissociable de l'IE.

1. La sphère de l'Intelligence Economique

Aujourd'hui, l'Intelligence Economique englobe dans sa sphère plusieurs notions telles que : la veille, la sécurité économique, le lobbying, le knowledge management, le renseignement, la communication... (Voir la figure ci-dessous). Remarque-on, que l'information est au centre de l'environnement économique, d'ailleurs, c'est elle qui le nourrit. L'IE émerge dans la guerre économique. Dans une optique, l'IE se renseigne, veille... Dans l'autre optique, elle protège son patrimoine informationnel. Enfin, elle a une importante influence sur l'environnement,¹ qui peut se manifester par le lobbying par exemple.

Fig.1. Le concept d'IE



Source : « La veille stratégique : du concept à la pratique », Institut de documentation atlantique d'aménagement des territoires, institut de documentation atlantique d'aménagement des territoires, France, p3.

L'IE est un concept plus large que la veille, c'est un système, à la fois offensif (l'influence sur l'environnement), et défensif (protection et sécurité des informations et des savoirs-faire).

La veille est une partie appartenant à l'IE, son principe est de collecter les informations, nécessaires à l'aide de méthodes et d'outils.

Le Knowledge Management est la gestion des connaissances, celui qui couvre la totalité de l'information et de la connaissance de l'entreprise. C'est une base de données à la fois pour gérer les flux d'informations et capitaliser les connaissances².

¹ Institut de documentation atlantique d'aménagement des territoires, institut de documentation atlantique d'aménagement des territoires, France, p3.

² H. HAMDI, Processus et essai d'évaluation en veille et en intelligence économique pour les TPE

Selon Descharme³, l'IE repose sur trois aspects :

- La veille qui consiste à observer et analyser l'environnement ;
- La communication et la sécurité qui consistent à se prémunir contre les autres veilles des entreprises concurrentes ;
- Le lobbying ; l'injection de l'information dans l'environnement.

L'IE a pour objectif de permettre aux décideurs et managers de disposer d'une information de valeur. Elle implique donc d'observer et de comprendre un environnement extérieur, d'appréhender les événements, afin de prendre les meilleures décisions pour renforcer la compétitivité et encourager l'innovation.

Par ailleurs, Le système d'IE se structure généralement de cinq opérations⁴ :

- La recherche et la collecte de l'information ;
- La diffusion de l'information (pratiquée, généralement par des spécialistes en information documentaire) ;
- Le traitement (concerne les réseaux) ;
- L'analyse/validation/synthèse (concerne les experts) ;
- L'utilisation (concerne les décideurs).

Les pratiques de l'IE sont encadrées par des principes déontologiques clairs, qui excluent toute collecte d'information par des méthodes illégales.

La SCIP (Society of Competitive Intelligence Professional) a mis au point un « Code d'éthique pour les professionnels de l'intelligence concurrentielle », également applicable à l'IE, ses recommandations sont les suivantes⁵ :

- S'efforcer en permanence de gagner le respect et la reconnaissance de la profession ;
- Respecter toutes les législations en vigueur, qu'elles soient nationales ou internationales ;
- Indiquer avec précision toutes les informations pertinentes, y compris son identité et l'entreprise à laquelle on appartient, avant toute interview ;
- Respecter scrupuleusement toute demande de confidentialité de l'information ;
- Eviter tout conflit d'intérêt dans l'exécution de ses obligations ;
- Fournir dans le cadre de l'exécution de ses obligations des conseils et conclusions réalistes et honnêtes ;
- Appliquer le présent code d'éthique au sein de son entreprise, avec les sociétés extérieures et dans l'ensemble de la profession ;
- Appliquer loyalement les politiques, les objectifs et directives de son entreprise.

accompagnées par Marseille Innovation, Université d'Aix Marseille, 2005, p64.

³ La veille stratégique : du concept à la pratique, op.cit, p3.

⁴ A.MENENDEZ et al, « Intelligence économique : guide pour débutants », *Conseil régional de Lorraine*, Communauté européenne, 2003, p31.

⁵ Ibid., p92.

Le développement croissant des principes d'éthique, et leur acceptation permettront à l'avenir, de garantir la protection des travaux liés à l'IE et à la propriété intellectuelle.

2. Approche du concept de la veille

Selon Bonivard, « La veille consiste à organiser la collecte, la sélection et la diffusion d'informations propres à optimiser les décisions stratégiques de l'entreprise. ».

Et selon Rouibeh, c'est « Un système d'information ouvert sur l'extérieur de l'entreprise et tourné vers l'exploitation d'un type particulier d'informations appelé signaux faibles. ».

D'après les définitions citées ci-avant, on peut déduire que la veille est un dispositif de recherche et diffusion d'information à des fins managériales, et qui est relié à l'environnement.

Le signal faible ou plus précisément le « Weak Signal » est, selon Mevel, un ensemble d'informations partielles et fragmentaires fournies par l'environnement, éventuellement en parallèle des signaux forts, qui sont porteurs d'un « ordre » spécifique et reconnu comme tel par l'entreprise après un traitement approprié. Des signaux faibles, sont des signaux à petite fréquence où leur importance ne se trouve pas dans leur perception, mais dans ce qu'ils déclenchent comme réactions contrastées et contribuent à imaginer des scénarii dynamiques.

L'expression « Weak Signals » semble avoir été introduite dans le management par Ansoff. Cette notion, sorte de métaphore, s'avère être intéressante, notamment, par son orientation vers l'anticipation et plus précisément vers l'attention portée aux éventuelles discontinuités et ruptures pouvant se produire dans l'environnement de l'entreprise. Cependant cette notion demeure peu précise et ne constitue pas une connaissance «actionnable ». Il est clair qu'Ansoff attribue aux « weak signals » un caractère anticipatif⁶.

2.1 Les types de veille

Il existe quatre grands types de veille⁷ :

- a. Undirected viewing : ce type consiste à faire un Scanning général ;
- b. Conditionned viewing : ce type consiste à cibler l'observation sans rechercher précisément;
- c. Unformal search : ce type consiste à faire une observation non formalisée ;
- d. Formal search : contrairement au type précédant, ce type consiste à observer délibérément en planifiant.

⁶ H.LESCA, **Veille stratégique : passage de la notion de signal faible a la notion de signe d'alerte précoce**, Tome1, VSST, France, 2001, p172-173

⁷ G. MASSE, F. THIBAUT, **Intelligence Economique : un guide pour une économie de l'intelligence**, 1^e éd, De Boeck Université, Belgique, 2001, p248.

2.2 Les catégories de veilleurs

On peut classer les veilleurs, selon leurs comportements, en cinq catégories⁸ :

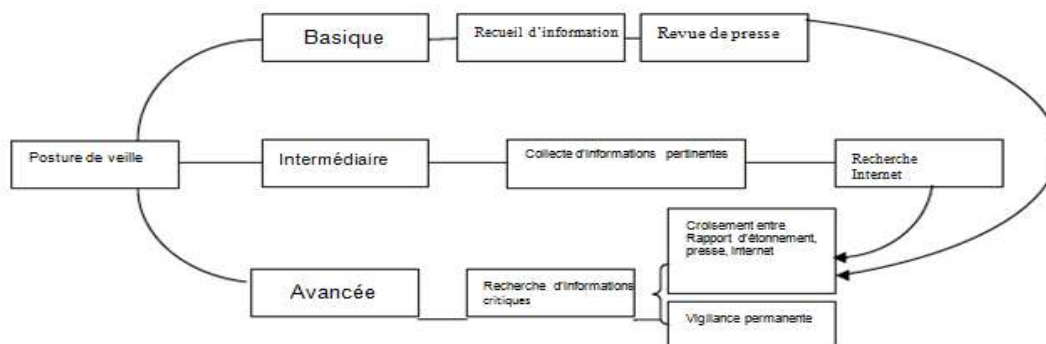
- a. Les guerriers : cette catégorie est consacrée à la veille stratégique avec des moyens importants ;
- b. Les offensifs : cette catégorie est une montée en puissance de la cellule de veille avec des moyens importants ;
- c. Les actifs ; cette catégorie observe la concurrence avec des moyens limités ;
- d. Les réactifs : cette catégorie consiste à avoir des réactions limitées aux attaques de concurrents ;
- e. Les dormeurs : cette catégorie n'a aucune action concrète structurée.

2.3 Les outils de la veille

Il existe différents outils de veille, les principaux d'entre eux sont les suivants:

- Benchmarking/étalonnage compétitif, dont l'étalon est le meilleur des domaines ;
- Rapports d'étonnement;
- Data Warehousing, qui ressemble à un magasin virtuel de toutes les données, magasin utilisable pour une prise de décision à partir d'une vision globale de toutes les informations;
- Datamining ; une technique non pas de stockage, mais de recherche et d'exploitation de l'information par croisement entre les différentes données disponibles. Si la revue de presse n'arrive pas à alerter les signaux faibles, on peut compenser ce manque par le croisement de la recherche Internet ou le rapport d'étonnement pour renforcer l'alimentation en informations stratégiques. Si l'un des systèmes est pris en défaut, les autres vont compenser ; d'où l'importance de mettre la totalité du personnel en posture de sentinelle, de capteur, face à l'environnement fluctuant (voir la figure ci-dessous).

Fig.2. les différentes postures de veille



Source : P.MONGIN et F.TOGNINI, **Petit manuel d'intelligence économique au quotidien (comment collecter, analyser, diffuser et protéger son information)**, Dunod, Paris, 2006, p93

⁸ G. MASSE, op.cit, p249.

- Une veille technologique permet de surveiller l'environnement scientifique, technique, technologique et économique, de ses évolutions et d'en mettre au courant les responsables de l'entreprise ;
- Une veille concurrentielle ou aussi appelé le « benchmarking », s'informe sur les concurrents, surtout les plus forts et de déterminer leur avantage concurrentiel ;
- Une veille commerciale, s'informe sur les besoins et les goûts des clients, les tendances du marché du travail, l'offre et la situation des fournisseurs ;
- Une veille sociétale, s'informe sur la situation de la société.

Il existe, par ailleurs, d'autres types de veilles plus spécialisées :

- La veille juridique, axée sur les réglementations et autres décisions publiques ;
- La veille brevets, concerne la surveillance des titres de propriété industrielle ;
- La veille management, étudie la gestion des entreprises.

3. La différence entre la veille et l'Intelligence Economique

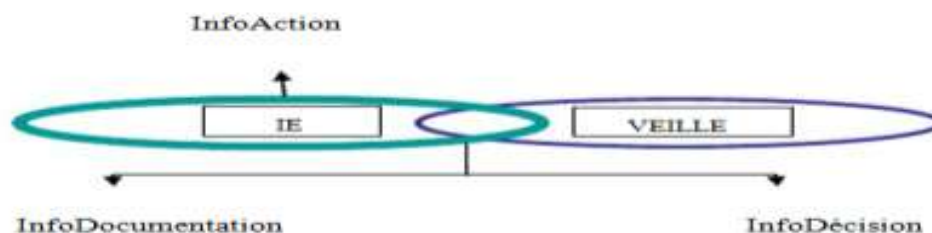
L'IE peut être confondue avec la veille, étant donné que toutes les deux sont des démarches de recherche de l'information, cependant, l'IE est bien différente de la veille pour deux causes : La première est que la veille n'est qu'un volet du concept de l'IE (le volet offensif). La seconde est que la veille est un concept de recherche d'informations, alors que l'IE est un concept de production de connaissances.

En outre, la veille offre de l'information documentaire en état statique, qui est susceptible d'orienter la décision. On résulte, que la veille produit deux types d'information : « InfoDocumentaire » et « InfoDécision »⁹. Or, l'IE est une dynamique qui relie l'information à l'action, selon Meyer, reposant sur une synergie de compétences, supposé être un état de confiance et une transversale de communication d'informations.

L'IE a deux approches : une approche proactive et une approche interactive. L'approche proactive se traduit par l'anticipation du décideur de la situation. L'approche interactive se traduit par l'influence de l'IE sur son milieu : elle produit des effets, des situations nouvelles changeant l'habitude. Elle analyse l'évolution de son environnement et produit des recommandations d'action susceptible de le modifier, voire même, de prendre le contrôle sur cette évolution ; cette information se qualifiera d' « InfoAction ».

⁹ F.BULINGE, **Pour une culture de l'information dans les petites et moyennes organisations : un modèle incrémental d'intelligence économique**, thèse pour l'obtention de doctorat, Laboratoire Lepont – Université de Toulon-Var, 2002, p234.

Fig.3. Différence entre l'intelligence économique et la veille



Source : F.BULINGE, op.cit, p235

La veille recouvre une connotation statique, passive. Elle est en position d'attente permanente, vis-à-vis d'éventuelles agressions de la part de ses environnements. Elle est renfermée dans un espace, dans une durée limitée, et tel un radar, il se contente de signaler tout évènement, quel qu'en soit la nature, la position...

Elle reflète les cloisonnements fonctionnels de l'entreprise. La veille et marketing, technologique, juridique, commerciale, etc. chacun travaille dans son secteur, souvent sans coordination et hors tout réseau systématique d'échange d'informations, avec les autres services.

L'intelligence économique métamorphose la veille:

- D'une veille circonstanciée en veille globale ;
- En méthodologie pour exploiter les différentes sources d'information ;
- En organisation pour faire jouer la synergie entre les différents veilleurs et lui donner un sens dans l'action stratégique.

La veille reste de l'information et de « la mise en forme », tandis que l'IE est de la communication et de la « mise en commun ».

II. L'introduction du concept d'IE en Algérie

1. Conseil du gouvernement

Les étapes constituant l'activité d'IE, selon la définition du gouvernement algérien¹⁰, sont les mêmes étapes définies par les spécialistes. Cette activité doit, selon la définition, relier les réseaux d'entreprises algériennes et les réseaux des opérateurs économiques. Cela signifie que

¹⁰ «L'intelligence économique est une activité de recueil, de l'analyse, du traitement et de la diffusion de l'information pertinente et utile qui contribue à la production des connaissances indispensables à la prise de décision et au pilotage des entreprises constituant le tissu industriel national. Elle s'entend comme une démarche d'anticipation et de projection dans le futur, fondée sur les liens qui unissent les réseaux des entreprises et ceux des opérateurs économiques ».

l'approche dépasse le cadre interne de l'entreprise dans la mise en place et l'organisation de l'IE.

Les objectifs de l'IE, selon le ministère des affaires étrangères, et suivant le programme du 06 décembre 2006 sont les suivants :

- La diffusion d'une culture d'IE, qui ambitionne une évolution des comportements individuels et collectifs des acteurs économiques publics et privés, dans une vision collective et pluridisciplinaire ;
- La création d'une synergie public-privé et le développement d'une perception nouvelle de leurs relations basées sur la confiance mutuelle, indispensable à l'essor de l'industrie nationale ;
- La promotion du développement et la garantie de la sécurité du patrimoine technologique et industriel national, par la mise en place de dispositif de veille, capable de faire face aux enjeux de l'ouverture du marché national, à la concurrence. Ainsi que de décourager les pratiques déloyales des concurrents ;
- Le développement de la fonction prospective par la mise en système des institutions publiques, des entreprises, des universités, des centres de recherche et des acteurs économiques, à l'effet de cerner les évolutions et de déceler les actions stratégiques à entreprendre sur le moyen et long terme pour l'industrie nationale¹¹.

En premier lieu, le programme vise à diffuser une culture d'IE, ce qui nécessite une définition auprès des entreprises, des écoles de formation et d'autres établissements, une sensibilisation, une orientation des comportements de ces acteurs jusqu'au point où l'IE deviendra une habitude, où chaque élément sera impliqué. En second lieu, une synergie entre le secteur public et le secteur privé doit être créée, cela permet et traduit la volonté de «compétitivité » entre eux, une concurrence interne, mais au service de la lutte contre la concurrence externe.

Ce programme implique de nombreuses institutions étatiques, telles que certains ministères, Douanes, ANDI, etc. En outre, la disponibilité du capital humain spécialisé et les formations académiques et professionnelles conformes aux exigences du marché sont primordiales.

2. Le ministère des PME et de l'artisanat

Toute entreprise grande ou petite est concernée par l'IE, c'est ce qui a motivé le ministère des PME et de l'artisanat à s'intéresser à cette activité, un colloque a été organisé par le ministère des PME et de l'artisanat, qui s'est focalisé sur «la concentration des réflexions des participants sur ce que peut apporter la gestion stratégique de l'information à la réussite d'une

¹¹ S.FEKIR, **L'intelligence économique et la stratégie d'entreprise-état de la question et pratiques en Algérie**, thèse pour l'obtention de doctorat, Ecole des hautes études commerciales, Alger, 2009, p107.

politique technologique et industrielle et en quoi l'action publique dans le champ industriel est nécessaire aujourd'hui »¹².

Les questions principales qui ont été posées à ce propos sont :

- Comment les enseignements d'un tour du monde des politiques nationales dans ce domaine (USA, Allemagne, Japon, Canada, Finlande, Irlande, Chine...), pourraient affiner les orientations dans une politique industrielle ?
- Comment l'IE détient-elle un rôle essentiel dans la performance globale des entreprises ?
- Comment les dispositifs territoriaux peuvent-ils relancer et protéger les entreprises ?
- Comment les dispositifs mis en place dans les pôles de compétitivité et par certaines filières peuvent-ils devenir des outils essentiels au service de leurs adhérents et de la compétitivité ?

Le colloque s'intéresse aussi à la protection des entreprises, des pratiques illégales se focalisant sur la résistance des entreprises à ces pratiques, notamment, avec le phénomène de la mondialisation et de la concurrence agressive.

3. La conception des spécialistes

Les experts Nasser BOUYAHIAOUI et Karim HAMADACHE considèrent, qu'on s'y est intéressé à l'IE, superficiellement, et ont résulté à cela :

- Au niveau du leadership politique, le gouvernement n'a pas réussi à dégager un plan d'action adéquat pour répondre à ses attentes. Quant au conseil des ministères consacré à l'IE, il s'est avéré être le meilleur moyen d'expédier le débat sur cette question.
- Au niveau des entreprises, le concept n'a pas suscité d'actions concrètes et les rares tentatives de mise en place de cellules d'IE et de veille stratégique ont été abandonnées.
- Pour les entreprises, les deux consultants déclarent que la mise en œuvre d'une démarche d'IE est complexe et nécessite un changement culturel important. Parmi les recommandations exprimées voici les suivantes¹³ :
 - Aligner de la stratégie en matière d'IE sur la stratégie d'entreprise et elle doit être comprise par tous les salariés, ainsi que leurs rôles dans sa réalisation ;
 - Privilégier les petits projets, qui vont dans le sens de la stratégie ;
 - Faire évoluer la politique des ressources humaines, en fonction des exigences de la culture de l'IE ;
 - Réorganiser la structure de l'entreprise, en réduisant les niveaux hiérarchiques, pour offrir une meilleure diffusion de l'information ;
 - Consacrer du temps, des moyens et un budget à l'IE ;
 - Former sur les nouvelles pratiques et les nouveaux outils.

¹² Le Benchmark des pratiques et des expériences en Intelligence Economique au service de la performance et de la compétitivité de l'entreprise- L'intelligence économique vecteur stratégique de la relance et du développement industriel, colloque international. Hôtel AURASSI. Alger. 8-9 avril 2007.

¹³ S. FEKIR, Op.cit, p1 13.

Du côté des chercheurs, Hayat KENDEL confirme le rôle de la veille concurrentielle et technologique dans la survie de l'entreprise et, selon elle, l'Algérie possède les moyens humains et financiers pour développer une stratégie d'IE, mais le problème est que le projet passe directement aux tactiques sans avoir élaboré une stratégie. Pour l'IE en Algérie, l'auteure se réfère au programme de 1991 «Programme pour la promotion de la recherche scientifique et du développement technologique », qui incitait les entreprises à réaliser leur veille technologique, tandis que l'IE dans son ensemble n'est remis, dans son contexte, par le gouvernement qu'en 2006. L'Algérie, selon l'auteure, souffre de perte de talents, due principalement à l'écart technologique existant, entre les sociétés algériennes et celles des pays développées, ce qui pousse les chercheurs à poursuivre leurs activités à l'étranger.

L'IE s'est introduite dans les écoles et universités, notamment, avec la coopération avec l'Ecole Européenne de l'Intelligence Economique (EEIE), qui vise à identifier les bases méthodologiques permettant de repérer les pratiques de cette activité.

4. Présentation de l'IE chez les entreprises algériennes

Chez SAÏDAL, l'activité de veille a été connue depuis quelques années, le processus de veille stratégique a été mis en place, afin de suivre les évolutions des grandes firmes internationales dans le secteur de l'industrie pharmaceutique. Une base de donnée a été constituée regroupant les vingt premières entreprises, ce qui correspond à l'activité de Benchmarking.

L'entreprise SONATRACH a aussi compris la nécessité de cette activité. Un brainstorming présidé par le PDG de la société a eu lieu le 15 juillet 2008 et a porté sur les raisons d'être d'une activité de veille au sein de cette entreprise, les méthodes et les facteurs de succès pour en assurer la réussite, et la pertinence tout en prenant en considération les spécificités de l'entreprise et du secteur des hydrocarbures.

Le cas Peugeot

L'Algérie est encore embryonnaire en matière d'IE, ceci ne rejette pas l'idée de pouvoir étudier ou évaluer ce dispositif au niveau des entreprises algériennes.

L'étude effectuée porte sur l'étude de l'information au sein de l'entreprise et comment cette dernière s'y intéresse et comment est-ce qu'elle la traite ?

A cet effet nous nous sommes entretenus avec un responsable en communication de l'entreprise Peugeot Algérie, pour aborder le concept d'IE au sein de l'entreprise. Lors de l'entretien, nous avons dressé un questionnaire au responsable, afin de faciliter la communication avec celui là.

Le questionnaire sera constitué sur des bases respectant certaines règles liées à la forme et au contenu, il comporte des éléments principaux regroupant un ensemble d'éléments détaillés.

a. Les éléments principaux

Le questionnaire, destiné au représentant de l'entreprise Peugeot, vise à étudier le processus de l'IE dans l'entreprise et pouvoir conclure des résultats, qui peuvent être généralisés sur le secteur de la concession automobile. Le questionnaire a été basé sur des données théoriques présentées, ci-avant. Ce sont principalement les composantes du processus d'IE et sont les suivantes :

- La phase de collecte ;
- La phase du traitement ;
- La phase du stockage ;
- La phase de diffusion ;
- La protection des informations.

En dernier, le responsable a donné son avis sur le concept d'IE, afin de déduire la vision de l'entreprise envers l'IE. Pour conclure, le questionnaire contiendra douze questions diversifiées.

b. Les détails

Le questionnaire comporte différents types de questions : questions à choix multiples, questions dichotomiques, échelle de Likert enfin une question libre sans structure. Les types ont été choisis, afin de rendre le questionnaire riche et diversifié, pour arriver à de meilleurs résultats. Il y a certaines questions qui visent à obtenir un point de vue du représentant vis-à-vis de l'IE ou à l'une de ses procédures, pour bénéficier de son expérience. Ceci dans le but d'améliorer le processus, ou le rendre plus adéquat pour les entreprises algériennes, précisément, dans le secteur de la concession automobile.

c. Les résultats du questionnaire

Les résultats recueillis par le questionnaire seront résumés dans le tableau suivant :

Tableau 1: résultats du questionnaire

Les phases de l'IE	Les éléments de l'IE
La phase de collecte d'information	La presse écrite Les médias audiovisuels Les sites internet Les blogs Les réseaux sociaux Salons/expositions Journées portes ouvertes Association des concessionnaires automobiles Benchmarking
La phase de traitement	Les opérations manuelles Des logiciels simples
Phase de stockage	Support papier Support numérique (ordinateurs)

	Bases de données
La phase de diffusion	Face à face avec les réseaux de distributeurs Le téléphone Le courrier postal et électronique Internet (facebook), intranet, extranet Convention réseaux
La phase de protection	Procédures de sécurité informatique Contrôles d'accès aux informations Consultants externes Chartes de confidentialité
Le positionnement de l'IE dans l'entreprise	Un service ou l'ensemble du personnel

Source: développé par les auteurs

d. L'analyse du questionnaire

D'après le tableau ci-dessus, l'entreprise collecte l'information par différentes procédures, afin de mieux maîtriser l'information à propos de ses clients et de ses fournisseurs. De même, elle pratique du benchmarking, lors de l'association avec les concessionnaires automobiles d'Algérie qui se tient, annuellement à Alger, pour échanger les informations entre les concurrents et partager leur savoir-faire avec eux.

De plus, elle participe aux expositions et salons, ainsi qu'elle programme des journées portes ouvertes, pour recevoir ses clients. Remarque-on que les coûts de la collecte d'information pour l'entreprise ne sont pas trop élevés ; notant que l'abonnement aux revues spécialisées est gratuit.

Pour la diffusion de l'information, l'entreprise utilise, outre que les outils classiques de diffusion, une convention réseau, qui réunit les animateurs réseaux, régulièrement (une fois par mois au minimum), afin de faire un débriefing sur la situation actuelle. Dans la dixième question, le responsable a répondu « tout à fait d'accord » pour la sensibilisation du personnel, en matière de protection de l'information. Ceci relève de l'importance de l'entreprise à protéger son patrimoine informationnel. A cet égard, l'entreprise a fait signer une charte de confidentialité au personnel, afin de ne pas utiliser leurs comptes intranet pour envoyer des e-mails à des tierces personnes.

Concernant l'avant-dernière question, le responsable a répondu que l'activité d'IE doit être consacrée à un service et que l'ensemble du personnel doit être concerné. Enfin le représentant de Peugeot a donné une petite définition sur l'IE se basant sur son expérience professionnelle dans la concession automobile, selon lui, elle représente : « la préservation de l'information ainsi que sa diffusion... veiller au respect des procédures »

Sachant que la définition du représentant Peugeot n'est pas tout à fait conforme à la définition académique, et ne contient pas tous les éléments de l'IE, telle que l'influence, néanmoins, l'entreprise tient à préserver son patrimoine informationnel, ainsi qu'à respecter les normes et standards internationaux concernant les procédures.

Conclusion

L'intelligence économique comporte deux volets : un volet défensif et un volet offensif. Le premier sert à protéger et sécuriser l'information dans l'entreprise. Le second sert à s'informer sur la situation de l'environnement. Cependant, le concept de veille se différencie de celui de l'IE, elle représente un volet de l'intelligence économique (le volet offensif).

L'IE est une activité qui produit de l'information pertinente aidant à la prise de décision, mais aussi à influencer son environnement, en introduisant de nouvelles normes ou tendances, en parallèle, elle préserve son savoir-faire et le protège des menaces qui peuvent le nuire. Toute fois, on ne peut parler de l'IE si elle n'est pas appliquée dans un cadre légal et d'éthique.

L'Intelligence Economique est un dispositif managérial, qui rend l'entreprise plus flexible et dynamique, une démarche proactive, qui maîtrise le savoir-faire et détecte les opportunités et les menaces, afin de mieux orienter l'entreprise dans ses choix stratégiques.

En outre, elle permet à l'entreprise de surveiller son patrimoine informationnel des fuites, ou au moins, à minimiser les risques et dangers, qui peuvent entraver son parcours. Elle lui permet aussi de mieux gérer les moments de crise et minimiser ses conséquences. Ceci pourrait permettre à l'entreprise d'anticiper les dangers et de s'y est préparer.

L'IE peut aider l'activité de marketing à connaître les attentes de ses clients, ce qui peut offrir aux marchés des produits/services répondant aux exigences du marché, ceci peut aussi encourager à l'innovation pour rendre les entreprises plus performantes à améliorer les qualités de leurs produits/services.

De même, l'entreprise est mieux informée sur son environnement, par le biais de l'IE, et la pratique de celle-ci au quotidien la consolidera dans ce domaine, en ce compris, elle devient plus compétente dans la perception et l'interprétation des signaux faibles. Enfin, si l'entreprise a une meilleure connaissance de l'environnement, elle peut mieux répondre à ses attentes.

En revanche, la pratique de l'IE a certains inconvénients. D'abord les connotations sécuritaires, qui pourraient ressembler à celles du renseignement militaire ; à trop vouloir se protéger l'entreprise pourrait troubler son personnel, voir même, le mettre sous pression, ce qui pourrait affecter son rendement. De plus, si toute entreprise renforcerait sa protection, la transparence disparaîtra.

De même, le système d'IE nécessite des logiciels complexes de traitement, de veille et de cryptographie de l'information. Ce qui peut être onéreux et ne pourrait être à la disposition de toute entreprise, telle que les PME/PMU qui ont, généralement, des moyens financiers limités. Ainsi qu'elle est un concept intangible est difficile à quantifier.

Concernant l'Algérie, elle est appauvrie en matière d'IE, qui se limite aux lois et textes, sans être exécutés, ainsi qu'à l'organisation de colloques ou autres. Pour ce qui est du cas de

Peugeot Algérie, qui exerce dans un secteur concurrentiel, l'entreprise veille et surveille son environnement, sans élaborer un plan ou une stratégie. Les principes de l'IE sont introduits dans ses pratiques journalières, spontanément.

A cet effet, l'entreprise collecte, traite, stocke, diffuse, et partage l'information, tout en veillant à ne pas divulguer les informations stratégiques ou secrètes, afin de préserver sa sécurité économique et informatique. Ceci étant pratiqué dans un cadre légale, on peut dire qu'elle pratique l'IE, indirectement et inconsciemment. Mais, elle utilise des procédures simples et non spécialisées en matière de protection, ce qui pourrait l'exposer à la cybercriminalité. Quant aux lobbyings et influences sur l'environnement, ils sont presque absents. Cependant, on rappelle que cette société exerce, seulement, dans la commercialisation des produit et non pas dans la production.

Enfin, l'IE est d'abord un état d'esprit, qui concerne l'ensemble du personnel ou chacun d'eux doit croire en cette démarche et de sa mission dans celle-ci. Toutefois, l'IE ne se limite pas qu'aux dispositifs complexes et pas accessibles à tous, comme c'est le cas des PME/PMU, car l'IE peut être appliquée par des procédures simples et à moindre coûts. Pour la collecte de l'information, on peut utiliser les médias, par exemple, et pour le stockage, on peut utiliser l'archivage.

Référence

BULINGE F, Pour une culture de l'information dans les petites et moyennes organisations : un modèle incrémental d'intelligence économique, thèse de doctorat, Laboratoire Lepont – Université de Toulon-Var, 2002.

FEKIR S, L'intelligence économique et la stratégie d'entreprise-état de la question et pratiques en Algérie, thèse de doctorat, Ecole des hautes études commerciales, Alger, 2009

LESCA H, Veille stratégique : passage de la notion de signal faible a la notion de signe d'alerte précoce, VSST, Tome1, France, 2001.

MASSE G et THIBAUT F, Intelligence Economique : un guide pour une économie de l'intelligence, 1^e éd, De Boeck Université, Belgique, 2001

MENENDEZ A et al, « Intelligence économique : guide pour débutants », *Conseil régional de Lorraine*, Communauté européenne, 2003.

MONGIN P et TOGNINI F, Petit manuel d'intelligence économique au quotidien (comment collecter, analyser, diffuser et protéger son information), Dunod, Paris, 2006,

https://africadiligence.files.wordpress.com/2010/12/note_synthese_veille_strategik.pdf