



*Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique*

Université Djillali Liabes Sidi Bel-Abbès



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion

Département des sciences de gestion

Thèse de doctorat en sciences économiques-Management

*Etude de l'impact de l'intelligence économique sur la
performance et la compétitivité de l'entreprise en Algérie*

Directeur de recherche :

Pr. ELHOUARI Djamel.

Présentée Par :

HADJADJ Chafia

Membres des jurys :

Pr. BOURAHLA ALLAL	Université de Sidi Bel-Abbès	Président
Pr. ELHOUARI Djamel	Université de Sidi Bel- Abbès	Encadreur
Pr. SMAHI Mohamed	Université de Tlemcen	Examineur
Dr. BENDAIDA Houari	Université de Sidi Bel-Abbès	Examineur

Année universitaire 2019/2020

Résumé

L'intelligence économique revêt une importance stratégique indéniable aux services des intérêts des entreprises, elle vise à maîtriser et à protéger l'information stratégique pour coopérer avec d'autres acteurs économiques et pour s'adapter à l'environnement concurrentiel. L'objectif de cette étude est d'essayer de montrer l'effet de l'intelligence économique sur la performance et la compétitivité de l'entreprise à travers un test de modèle causal qui dévoile la réalité de cette relation tryptique en intégrant la compétitivité comme variable médiatrice. Une enquête a été menée auprès de 204 entreprises opérant sur les divers secteurs économiques à travers le territoire Algérien. Les résultats obtenus ont permis de démontrer la bonne qualité de conformité du modèle structurel testé, où la valeur d'indice d'ajustement GOF a été estimée à 0.565, et où l'effet partiel de la compétitivité de l'entreprise entre l'intelligence économique et la performance a été constitué pour l'incarnation de cette médiation.

Mots clés : *l'intelligence économique, performance, compétitivité, modèle causal.*

Business intelligence is of undeniable strategic importance in serving business interests, it aims to control and protect strategic information in order to cooperate with other economic players and to adapt to the competitive environment. The objective of this study is to try to show the effect of economic intelligence on the performance and competitiveness of the company through a causal model test which reveals the reality of this tryptic relationship by integrating competitiveness as mediating variable. A survey was conducted with 204 companies operating in the various economic sectors across the Algerian territory. The results obtained made it possible to demonstrate the good quality of conformity of the structural model tested, where the GOF adjustment index value was estimated at 0.565, and where the partial effect of the company's competitiveness between intelligence economic and performance was created for the embodiment of this mediation.

Key words: *economic intelligence, performance, competitiveness, causal model.*

DEDICACES

Je dédie ce travail :

À Ma Mère et à Mon défunt Père

*À Mes proches qui ont supporté mon absence psychologique
durant les phases d'écriture*

*À Mes collègues «Bachir, Aïcha, Hayet, Hamza, Mohamed,
Najib, Samir, Haféda et Amine» toujours disponibles et patients*

À Tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à sa réalisation.

Remerciements

En tout premier lieu, je remercie mon Dieu ALLAH de m'avoir donné le courage, la santé, la volonté et la patience de pouvoir terminer cette thèse. Une thèse est le résultat d'une construction fondée sur de multiples échanges et partages au cours de diverses collaborations. L'organisation de ces idées qui ont donné naissance à notre modèle, puis à ce mémoire a été possible grâce un terrain matériel, intellectuel et affectif favorables. Elle ne saurait se résumer à cet écrit où ne figurent que les traces, les épures et les esquisses de notre cheminement. Chacun à sa manière a œuvré à l'élaboration de cet édifice et mes remerciements, dernières pierres posées, mais à la mesure ô combien délicate, s'adressent à toutes celles et à tous ceux qui, de près ou de loin, ont permis que cette thèse se réalise. Je souhaiterais en premier lieu, exprimer ma profonde reconnaissance au directeur de thèse Pr.EHOUARI Djamel qui a été, pour moi, à la fois un directeur, et un guide tout au long de ce travail de recherche tout en me laissant la liberté dont j'avais besoin ;Je ne peux que lui être très reconnaissante surtout pour ses qualités intellectuelles et humaines, comme j'adresse tous mes remerciements au membre des jurys Pr.BOURAHLA Allal, Pr.SMAHI Mohamed et Dr. BENDAIDA Houari, de l'honneur qu'ils m'ont fait en acceptant d'être examinateurs de cette thèse. Je tiens a remercier aussi Monsieur Mouas sid Ali, Monsieur Hadj Kouider Brahim, Monsieur Youcefi Hakim, Monsieur Hichem chiali Monsieur Bennakrouf Djamel, Monsieur Kouidri Chawki, Monsieur Mekfa

Chemseddine, Monsieur Mekki Abdellah, Monsieur Attar sid-Ahmed, Monsieur Chiyoune Mohamed, Monsieur Terras Redouane, Monsieur Hilal Mahcene, Monsieur Benounane Mohamed, Monsieur Ghersi Mokhtar, Pr. Chabani Madjid, Pr. Bouchnafa Ahmed, Pr. Rouan Rachid, Pr. Ben Mohamad Samir, Pr. Oukaci Kamel, Pr. Souar Youcef, Pr. Bensaïd Mohamed, Pr. Milli Hmaïda, Pr. Abdous Abdelazize, Pr. Touil Mohamed, Pr. Bettahare Samir, Pr. Ben bouziane Mohamed, Pr. Achoui Nassredine, Pr. Belhabib abderazak, Pr. Chetih Mohamed, Pr. Ziadi abdelkader, Dr. Nasri Soumia et Dr. Benhawa Zhour pour leurs contributions et leurs soutiens moraux lors de cette étude ; et notre gratitude va aussi au président de la chambre de commerce de la wilaya de Tlemcen Monsieur Rebiaï Mohamed et la directrice d'énergie et des mines de la wilaya de Mascara madame Goumari Fatima, DG du CCCA Monsieur Djaffafla Omar, Directeur Adjoint de IOUWON monsieur BEZOUÏ Madani, Directeur EPMC Ourgla monsieur BELLAL Mohamed, DG de United petroleum services Monsieur Adnane Mohamed benmir, DG du groupe TAHRAOUI monsieur Abbasi, DG de Medsolution monsieur Chater Sofi pour leurs efficaces collaborations en matière de distribution du questionnaire ; Ainsi qu'aux directeurs de la transcanal Ouest Monsieur Belaradj, GAnoun et Kahloul mohamed le directeur de la ROCaAL Monsieur Benhamida ,le PDG de FAMAG, le DG de FILMOPLAST et a tous les chefs d'entreprises enquêtées .

Sommaire

Dédicace

Remerciements

Sommaire

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction générale

Première Partie : L'intelligence économique : Cadre théorique et conceptuel

Introduction

Chapitre 1 : L'intelligence économique et les concepts en relation.....

1. L'intelligence économique : un concept à définir.....
2. L'intelligence économique et l'environnement externe de l'entreprise
3. L'intelligence économique et l'environnement interne de l'entreprise.....
4. L'intelligence économique un outil de compétitivité à des fins de performances

Chapitre2 : Modélisation conceptuel de la recherche.....

1. Les études préalables.....
2. Discussion et utilité des études précédentes.....
3. Le modèle actuel de la recherche.....
4. Les déterminants de la recherche actuelle.....

Conclusion de la première partie

Deuxième Partie : Cadre empirique de l'étude : méthodologie de travail et

Résultats

Introduction.....

Chapitre1 : Méthode et recueil des données

1. Approche méthodologique.....
2. stratégie de recherche et d'échantillonnage : enquête par questionnaire.....
3. la stratégie de traitement des données.....
4. le traitement descriptif des données.....

- Chapitre2** : Résultats de l'étude et discussion.....
1. L'évaluation des modèles de mesure.....
 2. L'évaluation du modèle structurel.....
 3. Discussion des résultats.....
 4. L'avis des dirigeants.....

Conclusion de la deuxième partie

Conclusion générale

Annexe.....

Bibliographie.....

Table des matières.....

Liste des tableaux et figures

1/La liste des tableaux

Tableau N°01	les composants macroéconomique selon le model PESTEL	P.33
Tableau N°02	Méthodes et outils utilisés dans les études antérieurs	P.85
Tableau N°03	les variables de recherches et leurs dimensions	P.91
Tableau N°04	les items empruntés	P.118
Tableau N°05	comparaison entre les différents modes d'administration d'un questionnaire	P.120
Tableau N°06	les questionnaires collectés par les deux voies d'envoi	P.127
Tableau N°07	les indices d'évaluation du modèle structurel	P.135
Tableau N°08	les caractéristiques démographiques de l'échantillon	P.140
Tableau N°09	le profil d'entreprise	P.145
Tableau N°10	Statistiques de fiabilité	P.150
Tableau N°11	Statistiques d'échelle	P.150
Tableau N°12	La moyenne pondérée des réponses	P.153
Tableau N°13	Analyse des réponses de la veille stratégique	P.153
Tableau N°14	Analyse des réponses d'absorption d'information	P.154
Tableau N°15	Analyse des réponses de sécurité d'information	P.154
Tableau N°16	Analyse des réponses d'influence de l'environnement	P.155
Tableau N°17	Analyse des réponses de la prise de décision	P.156
Tableau N°18	Analyse des réponses de la compétitivité Produit	P.156
Tableau N°19	Analyse des réponses de la compétitivité Organisationnelle	P.157
Tableau N°20	Analyse des réponses de la performance	P.158
Tableau N°21	Test de Factor Loadings	P.164
Tableau N°22	fiabilité des mesures	P.166
Tableau N°23	Test D'AVE	P.169
Tableau N°24	La validité discriminante	P.169
Tableau N°25	Test R Square	P.174
Tableau N°26	Test de Taille d'effet	P.175
Tableau N°27	Test de validité prédictive	P.176
Tableau N°28	L'indice de GOF	P.177
Tableau N°29	Relations hypothétiques	P.179
Tableau N°30	L'effet indirect	P.180
Tableau N°31	L'effet direct	P.181
Tableau N°32	Intervalle de confiance	P.181
Tableau N°33	Les Nœuds	P.187
Tableau N°34	Les fréquences statistiques des 09 termes	P.191
Tableau N°35	Mesure de similarité entre les nœuds	P.194
Tableau croisé N°1	sexe * durée du poste	P.141
Tableau croisé N°2	sexe * secteur	P.141
Tableau croisé N°3	sexe * effectif	P.141
Tableau croisé N°4	sexe * création	P.142

Tableau croisé N°5	âge * création	P.143
Tableau croisé N°6	secteur * statut juridique	P.147

2/La liste des figures et graphes

<i>Figure N°1</i>	Le Plan général de la recherche	P.x
<i>Figure N°2</i>	les caractéristiques de l'intelligence économique de l'entreprise	P.24
<i>Figure N°3</i>	les cinq forces de Porter	P.29
<i>Figure N°4</i>	les types de veilles dans l'environnement externe de l'entreprise	P.34
<i>Figure N°5</i>	les catégories de connaissance dans l'entreprise	P.41
<i>Figure N°6</i>	les principales fonctions du décideur et du veilleur	P.49
<i>Figure N°7</i>	<i>modèle de recherche de Hadi et Ebrahimpoor</i>	P.63
<i>Figure N°8</i>	<i>modèle de recherche de Slama et Ammar</i>	P.64
<i>Figure N°9</i>	<i>modèle de recherche d'Elmakrini</i>	P.65
<i>Figure N°10</i>	<i>modèle de recherche d'Abderrahim</i>	P.67
<i>Figure N°11</i>	<i>modèle de recherche de Lahmini, Ibenrissoul</i>	P.69
<i>Figure N°12</i>	<i>modèle de recherche d'Arefin & al</i>	P.70
<i>Figure N°13</i>	<i>modèle de la recherche de WAGENOUNI</i>	P.72
<i>Figure N°14</i>	<i>modèle de la recherche de Rouhani & al</i>	P.73
<i>Figure N°15</i>	<i>modèle de recherche de M.BADAoui, A.CHETTIH</i>	P.75
<i>Figure N°16</i>	<i>modèle de la recherche de TALAJA & Al</i>	P.76
<i>Figure N°17</i>	<i>modèle de la recherche de CASEIRO & COELHO</i>	P.77
<i>Figure N°18</i>	<i>modèle de la recherche de Gaardboea & al</i>	P.78
<i>Figure N°19</i>	<i>modèle de la recherche de Rangus, Slavec</i>	P.79
<i>Figure N°20</i>	<i>modèle de la recherche de Richards & al</i>	P.80
<i>Figure N°21</i>	<i>modèle de la recherche d'Owusu</i>	P.81
<i>Figure N°22</i>	<i>modèle de la recherche de Bakan & Sekkli</i>	P.82
<i>Figure N°23</i>	<i>modèle de la recherche d' N. Suardhika, G.A. Wirati Adriati</i>	P.84
<i>Figure N°24</i>	<i>Les dimensions et ses attributs de l'intelligence économique</i>	P.90
<i>Figure N°25</i>	<i>le modèle conceptuel de la recherche actuelle</i>	P.92
<i>Figure N°26</i>	<i>démarche méthodologique de la recherche</i>	P.114
<i>Figure N°27</i>	<i>Processus d'enquête par questionnaire</i>	P.121
<i>Figure N°28</i>	<i>Déroulement d'enquête par questionnaire</i>	P.124
<i>Figure N°29</i>	<i>Indicateurs Formatifs ou Réflexifs dans le cas d'un modèle de mesure</i>	P.129
<i>Figure N°30</i>	<i>Exemple de modèle structurel à variables latentes</i>	P.130
<i>Figure N°31</i>	<i>Les étapes de la construction du modèle des équations structurelles</i>	P.131
<i>Figure N°32</i>	<i>location géographique des entreprises de l'échantillon étudié</i>	P.138
<i>Graphique N°1</i>	<i>Concentration des entreprises par wilaya</i>	P.139
<i>Graphique N°2</i>	<i>Répartition des dirigeants par tranche d'âge</i>	P.142
<i>Graphique N°3</i>	<i>Répartition des dirigeants par niveau d'étude</i>	P.143
<i>Graphique N°4</i>	<i>Répartition des dirigeants par année d'expérience</i>	P.144
<i>Graphique N°5</i>	<i>Répartition des entreprises selon le secteur d'activité</i>	P.146
<i>Graphique N°6</i>	<i>Répartition des entreprises selon le statut juridique</i>	P.146
<i>Graphique N°7</i>	<i>Répartition des entreprises selon la création</i>	P.148
<i>Graphique N°8</i>	<i>Répartition des entreprises selon l'effectif</i>	P.149

<i>Graphique N°9</i>	<i>Valeur d'Alpha de Cronbach</i>	P.166
<i>Graphique N°10</i>	<i>Valeur de Rho-A</i>	P.167
<i>Graphique N°11</i>	<i>Test de fiabilité composite (CR)</i>	P.168
<i>Graphique N°12</i>	<i>Le modèle structurel</i>	P.172
<i>Graphique N°13</i>	<i>Path coefficients du modèle structurel</i>	P.173
<i>Graphique N°14</i>	<i>Path coefficients du modèle structurel</i>	P.173
<i>Graphique N°15</i>	<i>R square et R square Adjusted</i>	P.175
<i>Graphique N°16</i>	<i>f square</i>	P.176
<i>Graphique N°17</i>	<i>Analyse de Médiateur (Preacher & Hayes 2008)</i>	P.182
<i>Graphique N°18</i>	<i>Le croisement matriciel des Nœuds/Entreprises</i>	P.190
<i>Graphique N°19</i>	<i>La carte des Nœuds</i>	P.192
<i>Graphique N°20</i>	<i>La carte des Nœuds connectés</i>	P.193
<i>Graphique N°21</i>	<i>La proportion de couverture du Nœud "Sujet"</i>	P.195
<i>Graphique N°22</i>	<i>La proportion du Nœud "Niveau de développement"</i>	P.196
<i>Graphique N°23</i>	<i>La proportion du Nœud "Causes"</i>	P.197
<i>Graphique N°24</i>	<i>La proportion du Nœud "Mesure"</i>	P.198

Introduction Générale

Le passage de l'Algérie d'une économie planifiée à une économie de marché a entraîné plusieurs mutations. Ces mutations ont fait apparaître de nouvelles contraintes à l'entreprise algérienne, et pour être performante dans un environnement qui se distingue par la turbulence sous un aspect multiforme qui peut être aperçu par le primat de l'économie de la connaissance surtout avec l'effusion massive et perpétuel de la technologie de l'information et de la communication (TIC), par l'ère de l'immatérialité qui prend en considération le rendement des actifs intangibles de l'entreprise tels le capital humain et le capital de savoir auprès du rendement des actifs physiques qui contribuent ensemble à créer d'avantage la valeur ajoutée de l'entreprise, par la concurrence internationale accrue en terme de coût et de qualité, aux changements institutionnels et réglementaires et aux désirs inattendus du client...etc. L'information devient donc un enjeu stratégique pour l'entreprise car elle doit d'une part être capable d'obtenir la bonne information au bon moment pour y parvenir, d'autre part, elle doit davantage communiquer, échanger, innover et modifier son mode d'organisation afin d'être compétitive et capable d'anticiper le marché.

Cependant, L'adoption de nouvelles techniques de gestion et de production devient nécessaire et l'intelligence économique est l'une des pratiques que l'entreprise algérienne peut constituer, car il semble chez certains professionnels et praticiens qu'elle est génératrice de plus de richesse et d'emplois durables, ce qui contribue de facto au développement de tout un pays.

Dans ce contexte, le pouvoir public en Algérie ainsi que les chercheurs et les spécialistes en la matière n'ont pas cessé de diffuser cette culture d'adoption depuis son apparition en Algérie en 2005, à travers plusieurs manifestations, colloques et assemblées sur le plan national et international, qui ont ambitionné une véritable évolution des comportements individuels et collectifs des acteurs économiques publics et privés dans une vision collective .

De ce fait , il est important de souligner l'origine de cette notion qui revient aux années soixante où elle a été référenciée pour la première fois, dans un ouvrage intitulé : « organisational intelligence : knowledge and policy in government and industry » de H.Whilensky(1967) , " l'intelligence est entendue comme le recueil, l'interprétation et la valorisation systématique de l'information pour la poursuite de ses buts stratégiques "¹ ; Au fil du temps et précisément dans les années quatre-vingt , les travaux de Michael Porter (competitive strategie .1980) sur l'analyse structurelle de l'industrie et de la concurrence qui ont pour but "d'identifier et de comprendre les cinq forces structurelles qui pèsent sur la rentabilité de l'entreprise"² , ont donné une très grande poussée à s'orienter vers l'intelligence économique et cela a été traduit clairement dans sa définition pour élaborer cette technique de : " donner la bonne information, à la bonne personne, au bon moment, pour prendre la bonne décision "³ .

Afin de raffiner la raison de son apparition , plusieurs travaux et recherches ont apparu au cours du temps sous forme de deux rapports officiels , d'abord celui de Martre apparu en 1994(ce rapport a été présidé

¹ .Cité par : Harbulot, C., Baumard, P., (1997),"Perspective Historique de l'intelligence Economique", Revue Intelligence Economique, N° 1, P6.

² . Cité par : GARRETTE, B., all, (2013), "Stratégor, Toute la stratégie d'entreprise", 6ième édition, Dunod, Paris, P40.

³ . Cité par : Coggia, V., (2009)," Intelligence Economique et Prise de décision dans les PME", L'Harmattan, France, P37.

par Henrie Martre en collaboration avec d'autres rapporteurs) dont il " a marqué en France la véritable émergence de l'intelligence économique : définition complète la distinguant de l'espionnage "4 , et le même rapport " énonce les grands principes et trace les politiques à mettre en œuvre"5 avec tous les acteurs économiques ,bien sûr, sur une échelle macro-économique . Le second rapport est le rapport Crayon(2003)6 qui a proposé des axes de travail et abouti à la nomination d'un représentant de l'IE au sein de l'état ;

En outre, les études d'Alain Juillet7, le haut responsable de l'intelligence économique auprès du premier ministre, encourage et incite toutes les petites et les moyennes entreprises au niveau des PME/PMI, de les mettre aussi à la disposition d'une démarche d'intelligence économique au sein de leurs établissements, car l'intelligence économique d'après Alain Juillet : "c'est la maîtrise et la protection de l'information stratégique utile pour tous les décideurs économiques "8 ."Il s'agit de développer une véritable activité de collecte et de traitement des informations qu'il est possible de se constituer sur l'environnement économique "(J.L.Magakian et M.A.Payaud, (2007)9.

En effet, l'intelligence économique consiste à la fois en la maîtrise, la protection et l'utilisation de l'information stratégique pour tout acteur économique ; "Elle se décline en veille/anticipation, maîtrise des risques

⁴ . Cité par :Marcon, C., (2015), "Approche bibliométrique élémentaire des publications en intelligence économique dans les revues Française en sciences de l'information et de la communication", communication et organisation. N° 47, P236-252.

⁵ . Cité par : Péguiro, F., (2008), "L'intelligence économique au service des acteurs de l'université", L'Harmattan, paris, P21.

⁶ . Cité par : Péguiro, F., (2006),"Application de l'intelligence économique dans un système d'information stratégique: les apports de la modélisation des acteurs, doctorat en sciences de l'information et de la communication", laboratoire Lorrain de recherche en informatique et ses applications/UMR7503, Université Nancy, France, P25.

⁷ . <https://portail-ie.fr/resource/fondateurs/621/alain-juillet>, visité le 27/01/2016.

⁸ . Cité par : Mongereau, R., (2006)," Rapport sur l'intelligence économique, Risque financier et stratégie d'entreprise", conseil économique et social, N° 15, France, P5.

⁹ . Magakian, J.L., Payaud, M.A., (2007)," 100 fiches pour comprendre la stratégie d'entreprise", 2iem édition, Bréal édition, France, P200.

(sécurité économique) et action proactive sur l'environnement (influence) "(C.Revel ,2015)¹⁰. Elle a pour objectifs, "au niveau macro-économique, la compétitivité du tissu industriel, la sécurité de l'économie, ainsi que le renforcement de l'influence d'un pays "¹¹. Au niveau micro-économique, "l'information constitue la matière première des décisions de management, sa qualité détermine la pertinence et la justesse des grands choix qui conditionnent la pérennité et la performance des entreprises"¹² .

Pour atteindre cette performance, nous considérons que la recherche dans ce domaine , dans le cas d'une organisation complexe telle que l'entreprise , et ce depuis plusieurs années , n'a pas cessé d'être une préoccupation majeure de plusieurs chercheurs en matière de gestion , leurs objectifs consistent à démontrer et à identifier les différentes relations de ce concept avec des variables contextuelles telles que : la structure , le système d'information ,le contrôle de gestion , la stratégie, la prise de décision , la qualité totale, les traits du manager... etc.

Selon P. Lorino (1997)¹³ la performance de l'entreprise est «tout ce qui, et seulement ce qui, contribue à atteindre les objectifs stratégiques », ou bien d'après Bourguignon(1995)¹⁴ , la performance «contient à la fois l'action, son résultat et éventuellement son exceptionnel succès ». Ce succès n'est pas seulement un résultat de ses actions, mais aussi la capacité de s'adapter dans un environnement turbulent et rude où l'entreprise doit s'approprier des règles des jeux concurrentiels dans son secteur d'activité.

¹⁰ . Revel, C., (2015), "Intelligence économique références et notions clés", Délégation interministérielle à l'intelligence économique, France, P13.

¹¹ . Cité par : Mongereau, R., OP CIT, P10.

¹² . Cité par : Lamiri, A., (2003), "Management de l'information, redressement et mise a niveau des entreprises", Office des publications universitaires, Algérie, P6.

¹³ . Lorino, P., (1997), "Méthodes et Pratiques de la Performance", les éditions d'organisation, Paris, 1997, P512.

¹⁴ . Bourguignon, A., (1995), " Peut on définir la performance? ", Revue Française de Comptabilité (269), P62.

Notre travail s'appuie d'abord sur l'articulation qui apparaît entre les deux thématiques : "performance et compétitivité dont la relation semble être complexe (Ma, 1999)¹⁵ ; Beaucoup d'études ont montré qu'il existe une relation positive et significative entre les deux concepts (Fahy, 2000)¹⁶ ; (Morgan, Kaleka, & Katsikeas, 2004)"¹⁷ , dont la nature semble souvent galvaudée et pas claire , de sorte que certains auteurs considèrent que la possibilité de réaliser une performance supérieure résulte d'un positionnement concurrentiel, et le fait d'avoir un positionnement concurrentiel reflète la performance réalisée , et entre l'une et l'autre , il semble que cette vision clarifie l'implication des deux thématiques .

De ce fait, notre contribution consiste donc d'apporter d'autres éléments ayant un rapport avec cette implication thématique et maintenir la conception de P.Pinto (2003)¹⁸ , où il a suggéré quatre piliers de la performance durable de l'entreprise. Chacun de ces piliers représente un enjeu majeur de performance, ces piliers qui entretiennent des relations synergiques très fortes sont : les valeurs, les hommes, les métiers et les marchés.

Le marché est le lien de la confrontation entre produit et client. De cette confrontation naît un échange qui peut aller de la simple consommation à un investissement significatif et durable sur la marque en favorisant la fiabilité des consommateurs et des clients. La compétitivité de l'entreprise repose sur la maîtrise de ce territoire par l'écoute des clients autant que le

¹⁵ . Ma. H., (1999), "Anatomy of Competitive Advantage: a Select Framework Management Decision", 37(9): 709-718. Cité EN: Elmakrini, H., (2014), "Les Orientations stratégiques et la performance à l'export: le rôle médiateur de la compétitivité", 12^{em} Congrès international Francophone en entrepreneuriat et PME, Agadir, Maroc, Octobre 2014, P5.

¹⁶ . Fahy, J., (2000), "The resource-based view of the firm: Some Stumbling-blocks on the Road to Understanding Sustainable Competitive Advantage", Journal of European Industrial Training, 38(8): 1013-1030. Cité EN: H.Elmakrini, OP CITE, P5.

¹⁷ . Morgan, N.A., Kaleka, A., & Katsikeas, C.S., (2004), "Antecedents of export venture performance: A theoretical model and empirical assessment", Journal of Marketing, 68(1): 90-108. Cité EN: H.Elmakrini, IDEM, P5.

¹⁸ . Pinto, P., (2003), "La Performance Durable", Dunod, Paris, P11.

renouvellement permanent des produits, des services et la qualité¹⁹, C'est-à-dire être apte à supporter la concurrence, c'est ainsi que Jean marie Chevalier l'a déterminé: «Pour l'entreprise en situation concurrentielle, la compétitivité c'est la capacité de vendre durablement et avec un profit ce que l'on produit en situation concurrentielle »²⁰. "Il semble que la performance n'est pas un concept absolu mais relatif; le niveau de performance d'une entreprise n'a donc de sens qu'au regard du niveau de performance des concurrents".²¹

L'objectif de ce travail est de montrer le rôle de l'intelligence économique au sein des entreprises à l'égard de l'environnement incertain par son changement technologique, technique, réglementaire, institutionnel et concurrentiel sur lequel elles agissent.

✓ *D'abord sous l'angle théorique :*

Notre travail consiste à dévoiler et à clarifier la réalité de l'IE comme notion et pratique ainsi que tous concepts en relation tels : la connaissance, la compétence, la décision... etc.

✓ *Ensuite sous l'angle empirique :*

Cette étude vise à déterminer la relation qui existe entre l'intelligence économique et la notion de la performance et de la compétitive des entreprises dans les divers secteurs économiques en Algérie et de découvrir la réalité par laquelle elles agissent sur les marchés.

¹⁹ . Pinto, P., OP.CIT, P13.

²⁰ . Jacobiak, F., (2001), "L'Intelligence Economique", 2iem édition, édition d'Organisation, Paris, P32.

²¹ .Houy, T., (2008), "Articulation entre pratique managériales et systèmes d'information: construction d'un idéal type et modélisation", Doctorat en science de gestion, École Doctorale d'informatique, Télécommunications et Électronique de Paris, France, 2008, P15.
<https://tel.archives-ouvertes.fr/pastel-00004863/document> visité le 04/05/2016 à 20:11

La problématique :

A la lumière de ce qui précède, et après une illustration brève et précise de la démarche de l'intelligence économique et son intérêt qui est accordé par, non seulement les pouvoirs publics , mais aussi par les dirigeants des entreprises, et des organisations dans un sens plus large ; le problème qui se pose d'une façon récurrente est de savoir si l'application de cette démarche résulte un effet positif sur le cheminement de ses entreprises dans un environnement auparavant évoquée par ça turbulence ou le contraire.

Notre problématique se décline sous le questionnement principal suivant :

Comment l'entreprise algérienne arrive-t-elle à réaliser une performance et un positionnement compétitif en s'appuyant sur les bonnes pratiques de l'intelligence économique ?

Pour cerner cette problématique, il est important de signaler, à juste titre, le rôle et l'importance de l'intelligence économique dans la gestion des entreprises dans un sens large puisqu'il s'agit d'exploité la bonne information au bon moment dans les diverses fonctions de base connues de l'entreprise tels: les ressources humaine, le marketing, la finance, la comptabilité, la production et la fonction de recherche et de développement R&D, par lesquelles elle a été interférer pour formuler des nouveaux termes comme l'intelligence Marketing, l'intelligence financière, l'intelligence commerciale, l'intelligence organisationnelle, l'intelligence productive et l'intelligence technologique, il s'agit d'un excellent vecteur qui transmet et alimente ces fonctions là en matière d'information pour facilité la prise de décision de chaque activité .

Dans le même contexte, nous constatons que l'intelligence économique a d'autres rôles sur les diverses fonction du management où il semble que c'est un outil de contrôle, de pilotage et même un outil d'aide à la prise de décision.

En effet cette démarche s'appuie sur la pertinence de l'information qui contribue à créer la valeur ajoutée pour les organisations et notamment les entreprises, et pour concrétiser cette valeur il est indiqué de suivre les bonnes pratiques de cette démarche, qui se traduit à la fois en termes d'efficacité et d'efficience c'est-à-dire de mobiliser et utiliser toutes les ressources et les moyens dont disposent cette entreprise sous formes de systèmes d'information, compétences ,réseaux, logicielles..Etc. d'une façon optimale compatible aux objectifs tracés.

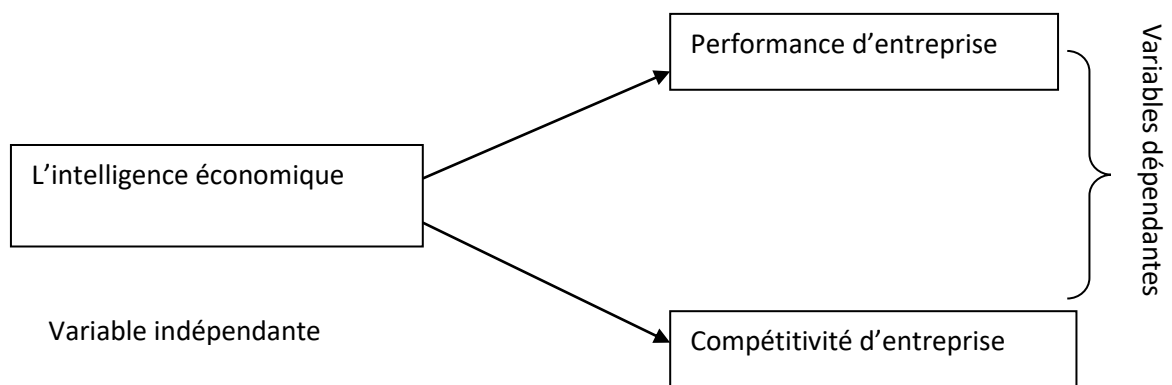
De ce fait, on s'est concentré sur cette perception que les bonnes pratiques de l'intelligence économique ont un effet sur la gestion des entreprises et cet effet doit être concrétisé comme une valeur ajoutée qui nous pousse à poser les questions suivantes pour simplifier la question principale auparavant citée :

- Quelles sont les déterminants de l'intelligence économique qui affectent considérablement la performance et la compétitivité des entreprises ?*
- Quelle place préoccupe l'intelligence économique dans la gestion des entreprises ? ;*
- Quelle valeur est obtenue à travers l'application de la démarche d'intelligence économique au sein des entreprises ? et quels sont les obstacles qui l'entravent ? ;*

Ainsi, pour bien repérer et faciliter le cheminement méthodologique de notre recherche, nous allons inspirer un schéma conceptuel préliminaire qui

inclut tous les concepts de base de cette recherche dans le but qu'il soit la matière première de notre modèle conceptuel final de cette recherche qui inclut tous les concepts ainsi que les hypothèses de recherche qui le fondent.

Cependant, l'objet de cette recherche a pour but de trouver l'effet de l'intelligence économique comme variable indépendante sur les deux variables dépendantes celle de la performance et de la compétitivité selon le schéma suivant :



Dans ce contexte, nous pouvons poser une seule hypothèse principale :

H : *il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise après avoir réalisé un positionnement concurrentiel sur le marché dont elle opère.*

L'architecture de la recherche :

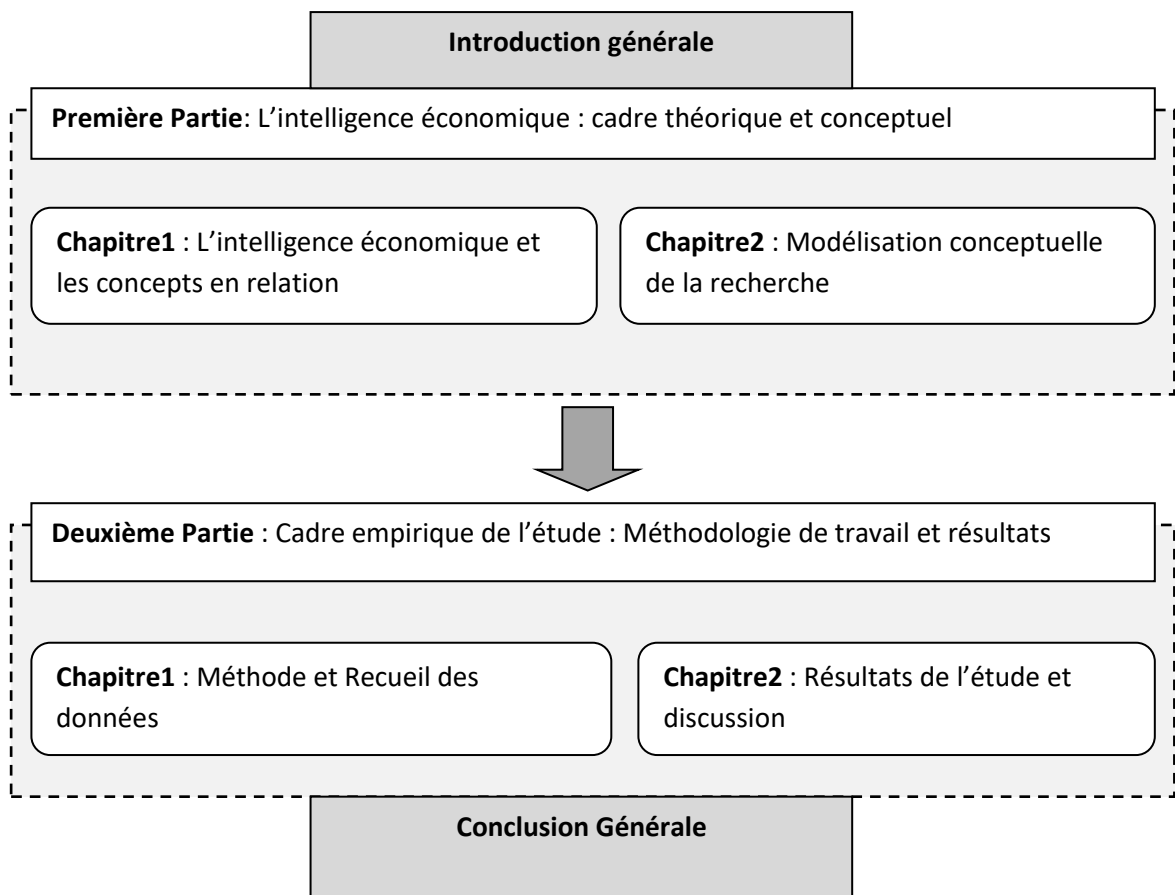
Cette recherche se compose en deux grandes parties, théorique et empirique, la première partie traitée par deux chapitres qui forment le modèle de l'étude et répondent aux questionnements posés en basant sur les études et les théories.

Le premier chapitre est consacré à la présentation théorique de l'approche d'intelligence économique ainsi toutes concepts en relation afin de trouver une liaison étroite qui regroupe les trois variables de la recherche, celles de l'intelligence économique, la performance et la compétitivité.

Dans le second chapitre une présentation très concentré en matière d'efforts cognitifs et des recherches empiriques pour faciliter la construction du modèle de recherche à tester empiriquement.

Pour la deuxième partie de cette thèse est aussi composée de deux chapitres, le premier chapitre est consacré à la présentation détaillée de la méthodologie de la recherche toute entière, tandis que le deuxième chapitre est consacré à présenter les résultats et la vérification des hypothèses.

Figure 1 : Plan général de la recherche



Les études d'appuies :

À fin de comprendre l'objet de notre recherche, nous avons entamé quelques études sur terrain dont nous avons synthétisé une base cognitive assez riche qui découle la présente étude :

1. *HADJADJ Chafia, ELHOUARI Djamel, (2017), «L'impact de l'intelligence économique sur le comportement d'échange entre l'entreprise et ses partenaires (client-fournisseur) », colloque international, SBA.*
2. *HADJADJ Chafia, ELHOUARI Djamel, (2018) « Modélisation par équation structurelle pour mesurer la relation d'intelligence économique et l'éthique d'entreprise vis-à-vis ses clients/fournisseurs », Al AFAK Journal of Economic Studies, Tebessa university .*
3. *HADJADJ Chafia, NACERI Soumia (2018), «A proposed model for the contribution of TQM in enhancing the elements of economic intelligence Study: A group of Algerian economic institutions», Al Bashaer economic journal, Béchar university.*
4. *HADJADJ Chafia, NACERI Soumia(2019), «A proposed model for the application of elements of economic intelligence Study of a group of Algerian economic institutions», Journal of economics of business & commerce, M'sila university.*

Première Partie

L'intelligence économique : cadre théorique et conceptuel

L'intelligence économique s'est imposée ces dernières décennies dans plusieurs pays du monde comme un moyen puissant du développement de la compétitivité et de la performance, elle est tout entière tendue vers la recherche des nouvelles réponses aux questions que pose un environnement aussi exigeant et turbulent induit par l'accélération des technologies de l'information et de la communication (TIC) et la mondialisation économique, elle vise à identifier et à exploiter l'information pertinente pour toutes organisations notamment les entreprises qui opèrent dans cet environnement, afin de relever leurs défis et de garder leurs pérennités en basant surtout sur la capacité de leurs savoirs faire pour valoriser, assimiler et appliquer des nouvelles connaissances externes d'une manière continue.

Cette première partie est consacrée à une revue de la littérature, en identifiant les concepts principaux impliqués dans cette recherche, il s'agit d'élucider le contenu conceptuel de la notion d'intelligence économique et de déterminer sa relation avec la performance et la compétitivité d'entreprise ; dès lors, il est indispensable de mobiliser tous les travaux antérieurs convenables pour orienter notre recherche actuelle.

Le corpus des recherches proposées a pour but de construire le modèle conceptuel à tester dans la prochaine partie, où l'ensemble des déterminants de chaque variable du modèle qui représente les notions évoquées par l'étude actuelle seront comparatifs auprès de plusieurs sources de données préalables, c'est-à-dire, nous allons retirer les points de convergence de ces travaux qui s'alignent vers le construit du modèle actuel à tester.

Dans ce contexte, cette partie est scindé en deux chapitres, dont le premier consiste en étude générale sur l'intelligence économique et les concepts en relation et le deuxième chapitre contient une présentation très large des études et des recherches précédentes et le construit du modèle de la recherche actuelle.

"We are just beginning to understand how to use information as a tool". Peter Drucker

Chapitre 1

L'intelligence économique et les concepts en relation

L'intelligence économique (IE) est une notion qui a tiré ses caractéristiques actuelles d'un patrimoine historique très noble qui remonte à l'époque du moyen âge chez les Vénitiens, où son principe "consistait à découvrir les itinéraires les plus propices à maximisation du profit en terme de commerce (...), en se basant sur les réseaux de communication et des informations fournies par les capitaines des vaisseaux"¹, c'est-à-dire que "leurs bateaux servaient de support à l'information"², pour faciliter les échanges commerciaux, mais dans le contexte militaire la collecte de l'information auprès des ennemis avait pour but d'élaborer le plan de bataille pour décourager l'ennemi et le forcer d'abandonner la lutte, c'est ce qui a été cité dans le célèbre traité L'art de la guerre de Sun Tzu* : "... sans informations sur l'ennemi, on ne peut élaborer le plan de bataille efficace"³, ce qui explique la nature et la fonction vitale de l'information à des fins stratégiques pour surprendre ses ennemis, ce qui donne valeur à la fameuse citation de Napoléon : "se faire battre est excusable, se faire surprendre est impardnable"⁴.

Cet héritage historique marqué par le grand intérêt donné à l'information stratégique, que ce soit dans le contexte commercial ou militaire, a donné une nouvelle naissance à l'intelligence économique surtout dans les évolutions contemporaines qui commencent dans la première moitié du XXe jusqu'à l'heure

¹. Sossi Alaoui, F.Z., Oumlal, M., Ouhejjou, O., (21-23,2013)." Gouvernance et Intelligence Economique", Economics and Management of Net Works Conférence, Agadir, MAROC.

². Marcon, C., Moinet, N., (2011). L'intelligence économique, 2^{ème} édition, Dunod, Paris, P34.

*.Sun Tzu : un célèbre général chinois (544-496 av.j.c) reconnue par son traité *L'art de la Guerre* qui est devenu au XXe siècle le livre de chevet du *KGB* puis la *CIA* jusqu'à intéresser les stratèges d'entreprise.

³. Marcon, C., Moinet, N., (2011). OP.CIT, P35.

⁴. Ibid, P36.

actuelle caractérisée par le changement accéléré de la technologique et de l'information, ainsi par le flux des échanges dans lesquels évoluent les acteurs économiques.

Le présent chapitre vise à examiner dans la première section l'évolution du concept d'intelligence économique ainsi les différentes définitions proposées dans les écoles de pensée d'Anglo-saxonne et Française et en penchant ensuite de le définir selon le contexte Algérien, dans les deux sections qui suivent nous allons explorer le concept de l'intelligence économique vis-à-vis de l'environnement externe et interne de l'entreprise, la dernière section traite le cœur de la problématique de l'intelligence économique qui se focalise sur sa liaison avec les notions de performance et de compétitivité qui mérite une élucidation et des explications dans le cadre de la discipline.

1. L'intelligence économique : un concept à définir

Le concept de l'intelligence économique autant qu'une activité de collecte d'information existée depuis la nuit des temps, elle a eu sa première définition en 1958 par *Luhn* en indiquant que : " tout système de communication servant à la conduite des affaires, au sens large, peut être considéré comme un système d'intelligence. La notion d'intelligence peut être définie, dans un sens général, comme la capacité à appréhender les interrelations entre des faits disponibles de manière à guider l'action vers un but désiré"⁵, ainsi que *Herbet Simon* en 1960 l'a défini comme " l'exploration de l'environnement afin d'identifier les situations qui appellent à des décisions"⁶, quatre ans plus tard, *Klaus Knorr* définit l'intelligence économique comme étant "l'opération permettant de se procurer et de traiter l'information à propos de l'environnement externe dans

⁵. cité par : *Larivet, S.*, (13-14-15 Juin 2001)," intelligence économique : acceptation française et multi dimensionnalité", Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Université Laval, Québec, Canada.

⁶. <https://www.keepitsimple.fr/definition-intelligence-economique-211>. visité le 23/11/2018.

lequel une organisation veut maximiser l'atteinte de ses différents buts"⁷, quand à *Harold Wilensky* dans son ouvrage «L'intelligence organisationnelle», en 1967, définit l'intelligence économique comme "l'activité de production, de connaissance servant les buts économiques et stratégiques d'une organisation, dans un contexte légal et à partir de sources ouvertes" ⁸.

Ces quatre anciennes définitions mettent en évidence l'importance de l'intelligence économique dans la conduite des affaires, l'exploitation de l'environnement et à la prise de décision dans les organisations, autrement dit, l'information pertinente est une composante essentielle de l'intelligence économique et cette dernière est un outil qui sert à la mise en œuvre de la stratégie d'entreprise en facilitant l'accès et la transformation de la bonne information en connaissance, mais avec le changement et le développement de l'entreprise dans un environnement complexe et incertain a ajouté d'autres aspects à ce concept qui vont être évoqués dans les diverses définitions, instantanément, caractérisées par son évolution dans le temps sous l'approche Anglo-saxonne, Française et l'approche algérienne.

1.1. Les diverses définitions de l'intelligence économique :

Le terme de l'intelligence économique se présente comme une exception francophone issue de plusieurs termes anglo-saxons tels le "*Business Intelligence*" et "*Competitive intelligence*" il est évident de trancher sur le sens du terme le plus proche de l'intelligence économique en basant sur le rapport de *Henri Martre* pour le commissariat général au plan de la République Française où il a été indiqué que l'intelligence économique existait depuis les années quatre-vingt sous l'appellation de « *competitive intelligence* ».il est important donc de

⁷ .Baki, M-L., Temri, L., Montaigne, E., Djanane, A-M., (2014), "L'intelligence économique dans un contexte d'innovation ouverte : Gestion et protection des connaissances ", Revue des sciences humaines, N° 42, P 19-29.

⁸ .Cité par : *Monino, J-L.*, (2013), "L'information au cœur de l'intelligence économique stratégique", *Marché et Organisations*, N° 18, P25-39. <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2013-2-page-25.htm>. Visité le 23/11/2018.

clarifier prochainement sa différence par rapport à l'autre terme celui du Business intelligence.

Dans ce contexte il est important de citer les plus importantes définitions de l'intelligence économique surtout celle qui met en relief son impact sur la performance et la compétitivité d'entreprise sous les trois approches auparavant citées :

1.1.1. L'approche Anglo-saxonne :

Leonard Fuld, a considéré l'intelligence économique comme une "analyse des informations sur les concurrents impliqués dans le processus de décision de l'entreprise"⁹, tandis que *Vella & McGonagle* (1987) ont envisagé que l'intelligence économique "utilise des sources publiques pour trouver et développer des informations sur la concurrence, les concurrents et l'environnement du marché"¹⁰. *Larry Kahanner* (1997), définit l'intelligence économique comme un "Programme systématique de collecte et d'analyse des informations sur les activités des concurrents, [...] en vue d'atteindre les objectifs de l'entreprise"¹¹, sur la même voie on a trouvé que SCIP (Strategic and Competitive Intelligence Professionals) l'a défini comme "un Programme organisé et éthique de collecte, d'analyse et de gestion de l'information externe qui peut affecter les plans, les décisions et les opérations de l'entreprise. Autrement dit, l'intelligence économique est un processus d'amélioration de la compétitivité de l'entreprise par une meilleure compréhension des concurrents et de l'environnement"¹², pour *John E Prescott* a adopté une perspective proche que celle de la SCIP en se référant au " processus formalisé qui se développe continuellement et par lequel une équipe évalue l'évolution de son secteur, les

⁹. Cité par : *Dou, H., Juillet, A., Clerc, P.*, (2018), "L'intelligence économique du future 1, une nouvelle approche stratégique et opérationnelle ", ISTE editions, London, P90.

¹⁰. Cité par: *Fleisher, C-S., Blenkhorn, D-L.*, (2001), "Managing Frontiers in competitive Intelligence ", Quorum Books, London, P4.

¹¹. Cité par : *Dou, H., Juillet, A., Clerc, P.*, (2018), OP.CIT., P90.

¹². Cite par: *Ding, L., Yat-sen, S.*,(2009), "Analysis on the Competitive Intelligence in Business Management", Second International Symposium on Information Science and Engineering, Computer society, P327-330. <https://www.computer.org/csdl/proceedings/isise/2009/6325/00/05447217.pdf>. visiter le 15/12/2018.

capacités et les comportements de ses concurrents actuels et potentiels dans le but de soutenir, de maintenir ou de développer un avantage concurrentiel"¹³.

Dans l'approche anglo-saxonne, nous constatons que les cinq définitions présentées ci-dessus, ressortent quelques points essentiels tels : l'information, les concurrents, la prise de décision, l'objectif de l'entreprise, la concurrence, l'environnement, l'avantage concurrentiel, l'évaluation d'équipe, cela caractérise bien une intelligence économique dite compétitive d'un point de vue anglo-saxon, focalisé vers l'accroissement de la compétitivité de l'entreprise et la réalisation de ses objectifs globales dépendent de sa capacité de collecter des informations externes utiles pour maintenir ou développer son positionnement concurrentiel.

Par conséquent, une bonne collecte et un meilleur lien avec les sources externes d'information qui entoure l'entreprise ne pourraient pas assurer sa performance et sa compétitivité que par la présence interne des compétences.

En résumé, de ce qui précède selon les définitions présentées, on peut dire que l'intelligence économique selon l'école de pensée Anglo-saxonne n'est qu'un processus de collecte et d'analyse des informations sur l'environnement de l'entreprise notamment de ses concurrents qui repose sur sa capacité organisationnelle pour absorber cette information et faciliter la prise de décision dans le but de maintenir sa compétitivité.

¹³ . Cité par :*Boukrouh, A.*,(sans date), "Pratiques de l'Intelligence Economique et leur impact sur la compétitivité des entreprises de la Téléphonie Mobile en Algérie", Ecole Des Hautes Etudes Commerciales, Thèse de doctorat en Sciences Commerciales, Alger, P35.

1.1.2. L'approche Francophone :

Sous l'approche francophone, l'intelligence économique a pris sa part dans plusieurs recherches où tous les auteurs s'accordent que l'intelligence économique a réellement débuté en France avec la publication du rapport *Martre*¹⁴ en 1994, selon les auteurs de ce rapport, l'intelligence économique " peut être définie comme l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution, en vue de son exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques. Ces diverses actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaires à la préservation du patrimoine de l'entreprise, dans les meilleures conditions de qualité, de délais et de couts. L'information utile est celle dont ont besoin les différents niveaux de décision de l'entreprise ou de la collectivité, pour élaborer et mettre en œuvre de façon cohérente la stratégie et les tactiques nécessaires à l'atteinte des objectifs définis par l'entreprise dans le but d'améliorer sa position dans son environnement concurrentiel.

Ces actions, au sein de l'entreprise s'ordonnent en un cycle ininterrompu, générateur d'une vision partagée des objectifs à atteindre...", en 1998 *Carlo Revelli* propose une définition qui tient compte de ces actions citées dans ce rapport, comme un "Processus de collecte, traitement et diffusion de l'information qui a pour objet la réduction de la part d'incertitude dans la prise de toute décision stratégique. Si à cette finalité on ajoute la volonté de mener des actions d'influence, il convient de parler alors d'intelligence économique"¹⁵. Dans la même année, *Alain Dupé et Duhard* démarquent que " l'intelligence économique est avant tout un outil d'aide à la décision : elle s'appuie sur l'information de décision, c'est-à-dire l'information constituant une ressource stratégique pour l'entreprise. Son objet est la réduction de l'incertitude dans le

¹⁴. *Martre, H.*, (1994), "Intelligence économique et la stratégie des entreprises", Commissariat général du Plan, la documentation Française, <https://www.ladocumentationfrancaise.fr>, visitée le 19/12/2018.

¹⁵. Cité par : *Péguiron, F.*, (2008), "L'intelligence économique au service des acteurs de l'université, la question du partage de l'information", L'Harmattan, France, P23.

but de rendre la décision moins aléatoire"¹⁶, en 2001 *Jean-Louis Levet* ajoute une autre caractéristique au concept aussi essentiel que : "L'intelligence économique, pour une entreprise par exemple, ne doit pas exclusivement renvoyer à l'information (son identification, son traitement, sa diffusion...), mais aussi à la connaissance, et donc aux savoirs et aux savoir-faire propres à une entreprise, qu'il est nécessaire de repérer, d'enrichir et de protéger : connaissances codifiées, sous la forme d'une expression écrite, d'un manuel, d'un logiciel, mais aussi connaissances tacites, dont l'importance est souvent sous-estimée"¹⁷.

Ces définitions présentées ne se résument évidemment pas à la surveillance des activités des concurrents en rejoignant tout particulièrement certaines caractéristiques mentionnées de l'intelligence économique sous l'approche anglo-saxonne, mais c'est l'ensemble de l'environnement de l'entreprise qui est concerné. Ces diverses actions sont menées en toute légalité et en persévérant les informations stratégiques de l'entreprise. Comme elles soulignent une caractéristique primordiale celui de protection du patrimoine cognitif de l'entreprise (son savoir et savoir faire).

Par suite d'évolution de ce concept, plusieurs définitions sont apparues mais on a sélectionné quelques une qui contribuent à confirmer la pertinence de l'angle suivie dans notre recherche actuelle.

Bernard Carayon a présenté un rapport en 2003 intitulé « Rapport au premier ministre, Intelligence économique, Compétitivité et cohésion Sociale», ce rapport a définit l'intelligence économique comme " une politique publique d'identification des secteurs et des technologies stratégiques, d'organisation de la convergence des intérêts entre la sphère publique et la sphère privée. C'est une

¹⁶ . Cité par : *Moscato, G.*, (2008), "Intelligence économique et modélisation financière: mise ne œuvre d'un outil pour les projets d'entreprises", Université Paris-est, Thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de l'information et de la communication, P16. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00469189/document>. Visitée le 20/12/2018.

¹⁷ .Cité par: *Moinet, N.*, (2009), "L'épistémologie de l'intelligence économique face au défi de la communication", revue Internationale d'intelligence économique, N°2, Vol1, P159-173. <https://www.cairn.info/revue-internationale-d-intelligence-economique-2009-2-page-159.htm>. Visité le 23/12/2018.

politique se définissant par un contenu et par un champ de son application. Le contenu vise la sécurité économique. Il doit définir les activités que l'on doit protéger et les moyens que l'on se donne à cet effet. Il détermine comment accompagner les entreprises sur les marchés mondiaux, comment peser sur les organisations internationales où s'élaborent aujourd'hui les règles juridiques et les normes professionnelles qui s'imposent aux états, aux entreprises et aux citoyens"¹⁸, on constate à travers cette définition que le rôle des institutions publiques de diriger et d'orienter l'intelligence économique surtout pour accompagner les entreprises à des fins compétitives dans des marchés étrangers selon les normes professionnelles (un accompagnement vis-à-vis l'export) est un rôle suprême qui base sur la collaboration et la convergence entre les deux secteurs: public et privé.

En 2005, *Alain juillet** a considéré que "l'intelligence économique consiste en la maîtrise et la protection de l'information stratégique pertinente pour tout acteur économique, à la fois offensif et défensif, c'est un concept global qui ajoute à la pratique du cycle du renseignement"¹⁹, selon *Claude Revel (2015)*²⁰, l'intelligence économique est "un mode de gouvernance fondé sur la maîtrise et l'exploitation de l'information stratégique pour créer de la valeur durable dans une entité. Elle se décline en veille/anticipation, maîtrise des risques (sécurité économique) et action proactive sur l'environnement (influence).L'IE allié étroitement pensée et actions et contribue à réduire l'incertitude pour aider à la mise en œuvre de stratégies". On constate que l'intelligence économique est un mode de gouvernance à trois volets : offensif, défensif et influence qui se décline en trilogie : veille/sécurité/influence.

¹⁸ .Cité par : *Monino, J-L., Sedkaoui, S.*, (2013), " Les TIC un outil indispensable pour une démarche d'intelligence économique", Revue Marché et Organisation, N°18, P 173-188. <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2013-2-page-173.htm>, visitée le 21/12/2018.

*. *Alain Juillet* est un dirigeant d'entreprises. Il a exercé également différentes fonctions dans le cadre du Renseignement au sein de la DGSE, notamment président de la cabiné de l'Intelligence Économique en France auprès du premier Ministre.

¹⁹ . *Juillet, A.*, (2005), "Du renseignement à l'intelligence économique, la revue défense nationale et sécurité collective", Édition : comité d'étude de défense nationale, N°12, P13.

²⁰ . *Revel, C.*, (2015), "Intelligence économique Références et Notions clé", Délégation interministérielle à l'intelligence économique, France, P13.

Le concept de l'intelligence économique selon les deux grandes écoles de pensée : Anglo-saxon et Française revêt plusieurs caractéristiques parfois différentes et partiellement proches, ce qui indique que c'est un concept complexe et multidimensionnel "qui est né et évolué à travers plusieurs champs disciplinaires (*Franck Bulinge, 2002*)"²¹, alors on peut dire que c'est un concept non consolidé à définir, et nous pensons que même s'ils arrivent à faire une définition qui regroupe tous les caractéristiques possibles, ça reste incomplète et limité parce que la différence réside dans l'entreprise elle-même (sa culture, sa taille, mode gouvernance, ses objectifs..etc.) en comparant à d'autres entreprises qui opèrent dans le même secteur d'activité et aussi par rapport à l'environnement tout entier qui ne cesse de développer dans tous les domaines (institutionnel et règlementaire, juridique, scientifique, politique et surtout technologique...etc.).

1.1.3. L'approche Algérienne:

Pour clôturer cette sous-section, il est évident de pencher vers la conviction algérienne vis-à-vis de cette approche, où la direction générale de l'intelligence économique des études et de la prospective (DGIEEP) a publié en 2010, un document de référence intitulé : « Manuel de formation en Intelligence économique en Algérie », L'objectif principal de ce document est de contribuer à initier un processus organisé et adaptatif de formation permettant de renforcer les capacités des cadres nationaux en matière d'Intelligence économique et de veille stratégique. Il vise en fait à améliorer leurs compétences et leurs savoirs, tout en

²¹ .cité par :*Chikh, R.,(2014), "Réflexions sur les Potentialités d'une Politique Publique d'Intelligence Économique au Service d'une Stratégie Économique Performante", AL-IJTIHED Revue des études juridiques & économiques - C.U.TAM, N°6, P01-30, ALGERIE. <https://alijihed.cu-tamanrasset.dz>. Visité le 23/12/2018.*

sensibilisant les entreprises aux problèmes essentiels de la mondialisation et aux moyens d'y faire face.

Ce document de référence est un instrument de travail adapté aux besoins de l'entreprise industrielle algérienne pour relever le défi de sa compétitivité et d'améliorer sa performance. La définition adoptée dans ce document est : "L'intelligence économique est habituellement définie comme l'ensemble des actions de surveillance de l'environnement national et international en vue de recueillir, traiter, analyser et diffuser toute information utile aux acteurs économiques, Elle intègre la protection (sécurité) de l'information ainsi produite et son utilisation dans des actions d'influence et de lobbying"²². Cette définition donnée à l'intelligence économique reste sommaire et générique (*Baaziz, Quoniam, Reymond, 2014*)²³ puisqu'elle s'est focalisé sur le cycle de vie de l'information (collecte, traitement, analyse et diffusion) sans cités la nature des sources dont elle a été extraite, ainsi sa destination vers la production de la connaissance et la prise de décision, comme elle n'a pas éclairé et expliquer les deux caractéristiques de l'intelligence économique celui de la sécurité et d'influence. En général, il nous semble que cette définition reste incomplète et pas tout à fait claire.

²². DGIEEP, (2010), "Manuel de Formation en IE en Algérie", Document de référence, Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, Algérie, P13.

²³. Baaziz, A., Quoniam, L., Reymond, D., (May 2014), "Quels modèles d'Intelligence Economique pour l'Algérie ? Quelques pistes de réflexion", Séminaire International sur l'Intelligence Economique : Un enjeu majeur de Compétitivité, Alger, Algérie. P1-20. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00995776/document>, visité le: 27/12/2018.

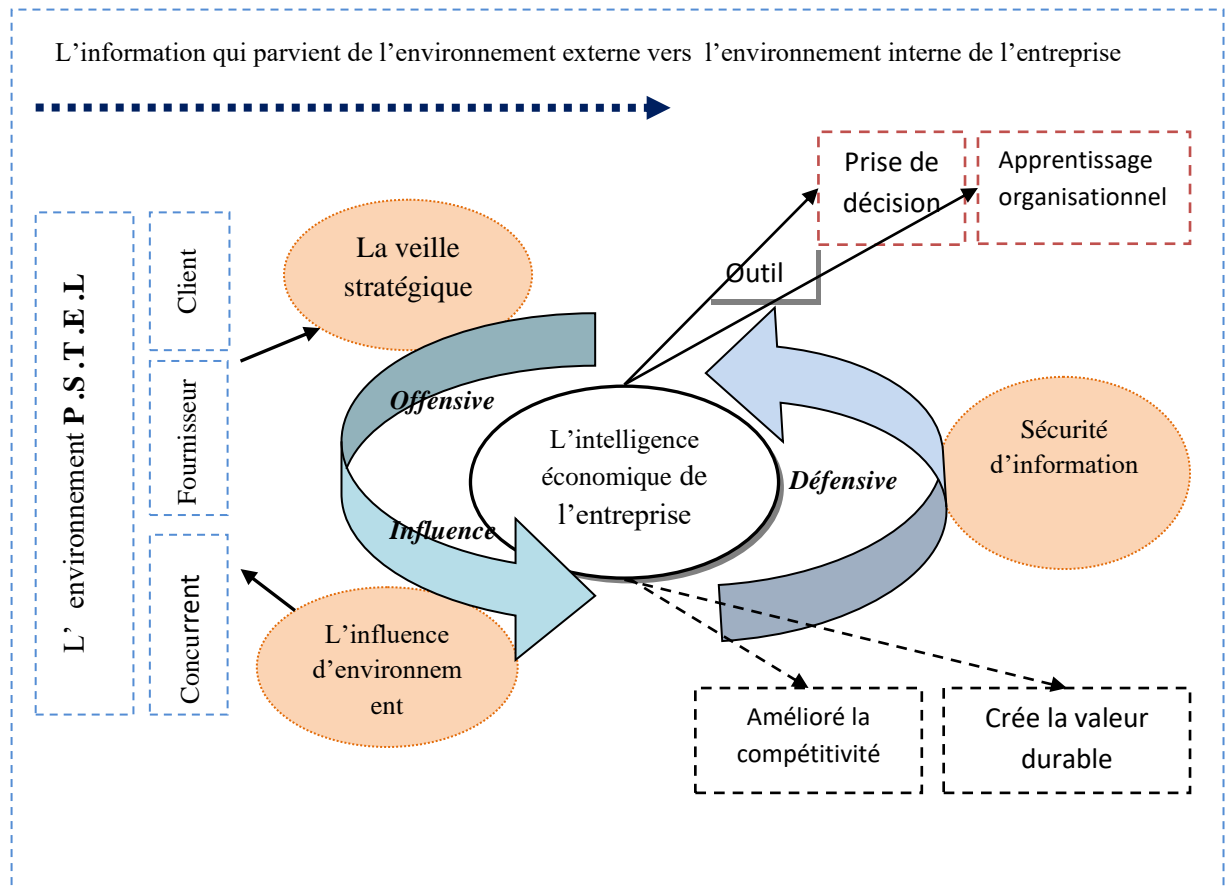
Une synthèse des définitions précédentes :

On peut tirer les points essentiels qui résument le concept de l'intelligence économique de l'entreprise comme suit :

- L'intelligence économique de l'entreprise est une approche à trois volets : offensif, défensif et influence. Elle se décline en veille, sécurité et influence de l'environnement.
- L'intelligence économique est un processus de collecte, d'analyse, de traitement et de diffusion des informations externes qui parvient de l'environnement de l'entreprise dans lequel elle opère.
- L'intelligence économique est un outil d'aide à la décision stratégique de l'entreprise.
- l'intelligence économique est un processus d'amélioration de la compétitivité de l'entreprise par une meilleure compréhension de ses concurrents et de son environnement.
- l'intelligence économique est un mode de gouvernance fondé sur la maîtrise et l'exploitation de l'information stratégique pour créer la valeur durable de l'entreprise.
- L'intelligence économique repère, enrichie et protège son patrimoine des connaissances en matière de savoir et savoir faire dans le but de garantir un apprentissage organisationnel meilleur.
- L'intelligence économique est un état d'esprit, elle peut s'appliquer dans tous les types d'entreprise peu importe sa taille et même sans moyens, marqué par son importance aux ressources cognitives et collectives humaines.
- L'intelligence économique est un moteur qui conduit aux changements des entreprises.

La figure suivante résume les différentes caractéristiques de l'intelligence économique que peut affronter l'entreprise.

Figure N°2 : les caractéristiques de l'intelligence économique de l'entreprise :



Source : Elaborée par la chercheuse.

1.2. La différence entre l'intelligence économique et business intelligence:

Le business intelligence *BI* (dite informatique décisionnelle) occupe une place de choix dans la liste des priorités des entreprises pour suivre, comprendre et piloter les informations essentielles selon leurs activités, mais la question qui se pose : est ce que le business intelligence est un concept qui reflète l'intelligence économique ou c'est un autre concept complètement différent ?

Pour répondre à cette question il est évident de connaître les définitions données à ce concept pour les faire comparer.

Le business intelligence a été utilisé comme un terme générique pour décrire les concepts et les méthodes permettant d'améliorer la prise de décision en utilisant des systèmes de support factuels²⁴, c'est un terme qui désigne une gamme d'outils d'analyse et de solutions pour la collection, l'intégration et la création de l'accès à l'information de manière à permettre à l'utilisateur de s'organiser et de prendre les meilleures décisions (*Aldelman et al*, 2002)²⁵, comme c'est un concept général qui inclut les architectures des outils, des bases de données, des applications et des méthodologies (*Raisinghani*, 2004)²⁶, toutefois elle consiste en surveillance et l'analyse des technologies qui permettront aux utilisateurs d'entreprise de transformer les données en information et l'information en connaissance afin d'optimiser la prise de décision et de gérer le rendement de l'entreprise dans le but d'améliorer la rentabilité et la compétitivité de l'entreprise (*Molensky & al*, 2010)²⁷, d'un point de vue plus récent le business intelligence est un processus analytique soutenu par la technologie qui rassemble et transforme des données fragmentées d'entreprises et de marchés en informations ou en connaissances sur les objectifs, les opportunités et les positions d'une organisation (*Wieder & Ossimitz*, 2015)²⁸, d'un autre point de vue qui combine les technologie et les

²⁴ . *Chen, H., Chiang Roger, H.L., Storey Veda, C.*, (2010)," Business Intelligence Research", Mis Quarterly, Numéro spécial, P1-4. <https://www.researchgate.net/publication/237347285> .visité le 8/10/2018.

²⁵.Cité par: *Eslampanah, M., Daeichini, M., Abedini, R., Danaei Mehr, S., Yazdanfar, S., Tayyari, F., Movahed, S.*, (2014)," Analysis of the Business Intelligence Function, the Inventors and Innovators Sanandaj City ", Journal of Applied Environmental and Biological Sciences, N°5, Vol 4, P60-64. [https://www.textroad.com/pdf/JAEBS/J.%20Appl.%20Environ.%20Biol.%20Sci.%204\(5\)60-64.%202014.pdf](https://www.textroad.com/pdf/JAEBS/J.%20Appl.%20Environ.%20Biol.%20Sci.%204(5)60-64.%202014.pdf). Visité le 8/10/2018.

²⁶ . Cité par: *Aghaei, M., Assadollahi, A.*, (2013),"Analysis of business intelligence on strategic decision making, International Journal of scientific Management and development, N°1, Vol.2, P20-35. https://www.researchgate.net/publication/303631722_Analysis_of_Business_Intelligence_on_Strategic_Decision_Making. visité le: 09/10/2018.

²⁷.*Molensky, L., Ketter, W., Collins, J., Bloemhof, J., Van de Koppel, H.*,(2010),"Business Intelligence gap analysis : A user, Supplier and academic perspective", Proceedings of the 12th International Conference on Electronic Commerce , HONOLULU, P133. https://www.researchgate.net/publication/228449271_Business_intelligence_gap_analysis_A_user_supplier_and_academic_perspective. visité le 10/10/2018.

²⁸ . *Wieder, B., Ossimitz, M-L.*, (2015)," The impact of Business Intelligence on the quality of decision making – a mediation model ", Procedia Computer Science, vol64, P 1163 – 1171.

méthodes considère que le business intelligence comme un terme générique incluant les applications, les infrastructures, les outils et meilleures pratiques pour optimiser la prise de décision et les performances organisationnelles (Rogers, 2016)²⁹.

On constate que la signification du concept de business intelligence varie d'une personne à l'autre et cela est dû aux changements accélérés de la technologie et aux outils dont l'entreprise utilise pour traiter, transformer et exploiter les données à une fin d'optimisation décisionnelle, donc le jeu du business intelligence réside à l'intérieur de l'entreprise et couvre un périmètre restreint par rapport à l'intelligence économique qui se focalise sur les informations globales de l'entreprise reliées aux opportunités et menaces qui entourent son environnement.

Donc on peut résumer la différence entre l'intelligence économique et le business intelligence dans les points suivants :

- L'intelligence économique se base sur les informations externes de l'entreprise, qui parvient dans son environnement dont elle opère, concernant ses activités et son avenir, tandis que le business intelligence se base sur les informations internes qui se trouvent dans ses entrepôts des données de son système d'information.
- Les informations de l'intelligence économiques sont en multiformes et elles ne sont pas structurées tandis que les informations du business intelligence sont plus structurées et contrôlées par des références.
- Le business intelligence avec ses outils et pratiques informatiques et au sens d'optimiser la prise de décision est un outil au service de l'intelligence économique.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915027349>. visité le: 13/10/2017.

²⁹ . Rogers, B., (2016), " Analytical Enablement: How Leaders Harness Distributed Business Intelligence to Drive Breakthrough Results ", Analytical Enablement, Forbes Insights.

https://www.forbes.com/forbesinsights/qlik_enablement/index.html. visité le 10/10/2018.

- Le business intelligence n'est qu'une touche marketing intelligente pour mettre en évidence l'utilisation des logiciels, data-mining, data-warehouse....etc.

2. L'intelligence économique et l'environnement externe de l'entreprise :

Le concept de l'intelligence économique autant qu'une approche à trois volets : offensif, défensif et influence, elle a pour but d'améliorer la rentabilité et la compétitivité de l'entreprise, et cela n'a de sens qu'après l'acquisition de la bonne information qui parvient de l'environnement dont l'entreprise se trouve : client, concurrent, fournisseur, technologie, décret et législation, politique et socioculturelle...etc.

Ce premier versant de l'intelligence économique permet à l'entreprise de s'adapter aux changements de l'environnement et saisir les opportunités, et le second versant a pour but de protéger l'entreprise contre toute menace du monde extérieur, dans ce contexte l'environnement est considéré comme une contrainte renouvelable et incontournable puisque l'entreprise est une entité qui s'ouvre sur ce dernier et en interaction perpétuelle avec lui, mais il faut signaler, à juste titre, que l'entreprise suivant les disciplines du point de vue microéconomique, n'est qu'un automate, défini par une fonction de production, et possédé par des consommateurs actionnaires qui ne cherchent qu'à maximiser le profit (*Defalvard, 2003*)³⁰ et/ou comme étant "une unité économique, juridiquement autonome, organisée pour produire et commercialiser des biens ou des services pour d'autres acteurs dans le but de réaliser des bénéfices"³¹, il semble donc souhaitable d'ajouter une autre définition de l'entreprise où elle "est une unité économique dotée d'une autonomie juridique qui combine des facteurs de production (travail et capital) pour produire des biens et des services destinés à

³⁰ . Cité par : *Leseur, A., (2005), " L'entreprise comme entité morale ? : Argumentation et implications pour les politiques publiques", CECO-290. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00242966/document>. visité le 25/10/2018.*

³¹ .Cité par : *Josien, S., Landrieux-Kartochian, S., (2008), "L'essentiel de l'économie d'entreprise", Lextensio éditions, Paris, France, P21.*

être vendus sur un marché "³², ces trois définitions nous conduisent très logiquement à considérer que les entreprises quelle que soit leur forme juridique, "elles combinent des facteurs de production pour offrir des biens et/ou des services sur un marché"³³, ces facteurs sont basés généralement surtout dans les entreprises économiques sur le capital matériel, immatériel, financier et humains en formant des réalités qui conduisent à la création des richesses.

Pour le dernier versant, l'environnement extérieur de l'entreprise se définit comme "le contexte externe susceptible d'avoir une influence sur son action. Respectivement, l'entreprise influe également sur son environnement. La connaissance de ces interactions l'invite à se montrer responsable et à ajouter un rôle sociétal"³⁴. Il est donc important d'indiquer que cette influence peut être directe et indirecte et elle provient de deux types d'environnement celui du macro-économique et le micro-économique, ces derniers sont constitués de l'ensemble des éléments caractérisant le milieu de vie de l'entreprise. Ces éléments reflètent la situation actuelle d'exercice de l'activité de l'entreprise et conditionnent ses possibilités de développement stratégique. Les entreprises ont donc besoin de connaître leur environnement et d'anticiper ses évolutions.

Dans cette section nous allons analyser la relation d'intelligence économique avec les deux types d'environnement externe de l'entreprise :

2.1. L'intelligence économique et l'environnement micro-économique d'entreprise :

L'entreprise s'insère dans un milieu composé des acteurs différents qui rentrent immédiatement en contact avec elle où ils sont susceptibles d'affecter la capacité de cette dernière à développer et entretenir des relations fécondes avec ses marchés cibles ou bien offrir de nouvelles opportunités à saisir, il s'agit

³² . Beitone, A., Cazorla, A., Dollo, C., Draï, A.M., (2001)." Dictionnaire des sciences économiques. Paris : Armand Colin". P169.

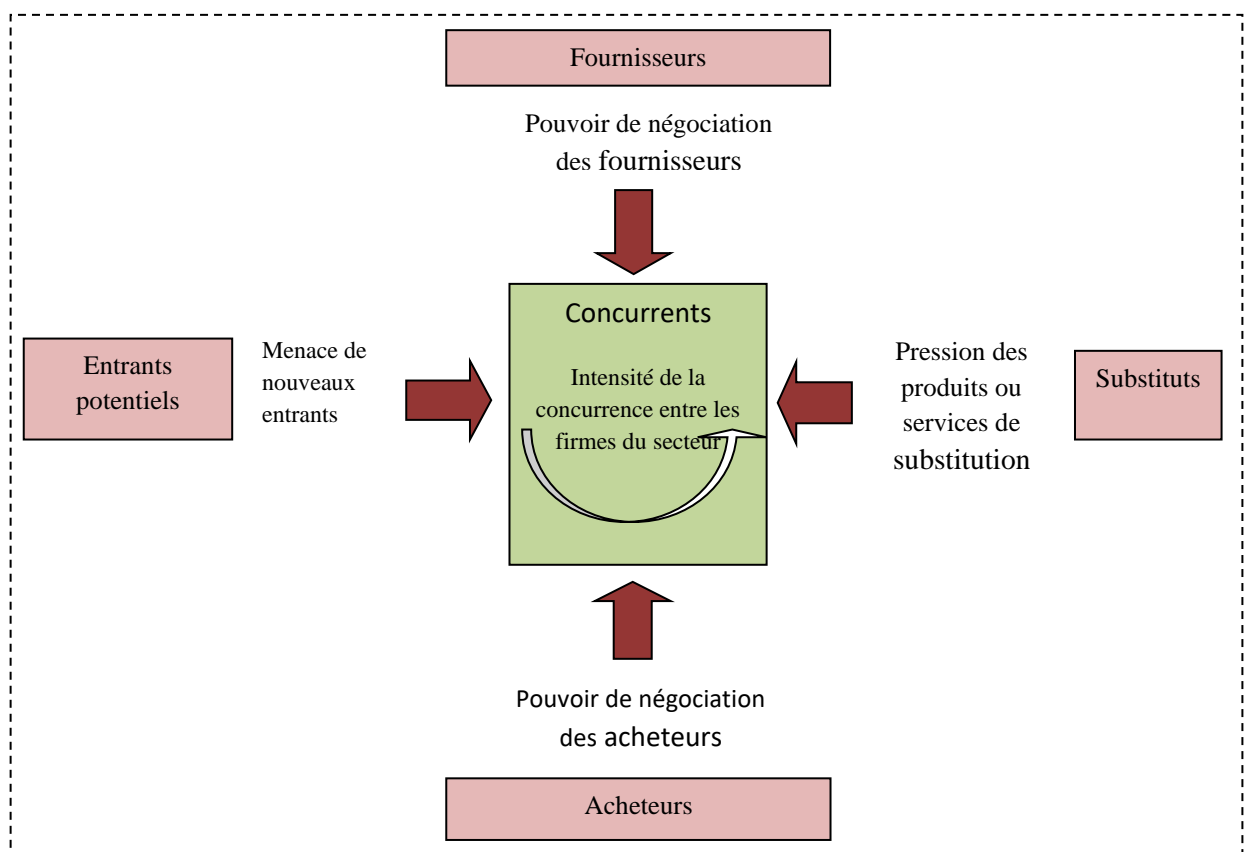
³³ . Beitone, A. & Hemdane, E., (2005)." La définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales en classe de seconde". Skholê, hors-série 1, 29-39.

³⁴ . Cité par : Josien, S., Landrieux-Kartochian, S., (2008), OP.CIT, P47.

bien des forces qui structurent la concurrence au sein d'un secteur; *Michael Porter*, professeur à la *Harvard Business school*, a fait référence dans son ouvrage intitulé *Competitive Strategy* à ces acteurs dit les cinq forces concurrentiels , qui sont devenu incontournables et indispensables chez les entreprises puisque leurs natures et leurs intensités conditionnent la concurrence, le comportement des entreprises et leurs performances.

Les cinq forces (voir figure 2) sont :

Figure N°3 : les cinq forces de Porter³⁵ :



Source : d'après M.E. Porter, 1980.

³⁵ .cité par : *Ardoin, J-L., & al.* (2009), "STRATEGOR", 5^{em} édition, DUNOD, Paris, France, P83.

2.1.1. L'intensité de la concurrence entre entreprises du secteur :

En fonction de l'intensité concurrentielle du secteur d'activité, l'entreprise pourra savoir si la stratégie choisie est pertinente ou non, si l'entreprise dispose ou non d'un avantage concurrentiel ; elle pourra alors décider d'entrer, de se maintenir, de se développer, voire de se retirer du secteur d'activité. L'intensité concurrentielle est aussi fonction des occasions de recouvrement des offres vis-à-vis d'une même clientèle : plus les entreprises sont, du fait de facteurs structurels, amenées à chercher à satisfaire les mêmes clients de façon exclusive, plus elles sont dans une situation potentielle d'affrontement³⁶, il est évident pour l'entreprise de maintenir et conquérir un avantage concurrentiel sur ses concurrents, d'accéder avant eux aux informations et aux signaux qui permettront d'anticiper ses besoins, c'est-à-dire d'exercer la veille concurrentielle, comme elle est censée de connaître leurs acquis techniques et scientifiques en exerçant la veille technologique.

2.1.2. La menace des nouveaux entrants:

Les barrières à l'entrée sont des obstacles qui conditionnent l'arrivée de nouveaux entrants dans une activité, elles dépendent soit des caractéristiques de l'activité, soit des efforts des acteurs en place pour empêcher l'irruption de nouveaux concurrents. Les investissements initiaux, le temps nécessaire pour les rentabiliser, les brevets déjà en place, les normes et standards techniques, les mesures protectionnistes, l'image de marque des entreprises déjà établies, les barrières culturelles...etc., ce sont des moyens mis en place afin de limiter l'apport d'une nouvelle concurrence sur le marché. Cependant, une veille concurrentielle est préconisée pour limiter de telles menaces.

³⁶ . Le Rove, F., (2004), "l'affrontement dans la relation de concurrence", Revue Française de gestion, Vol1, N°158, P179/193. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-1-page-179.htm>. visité le 27/10/2018.

2.1.3. La pression des produits ou services de substitution :

Les produits de substitution peuvent être considérés comme une alternative par rapport à l'offre du marché, ils remplissent la même fonction que le produit qu'ils remplacent tout en améliorant les performances. La menace apportée par les produits de substitution repose souvent sur la technologie ou à l'innovation, ces produits ont souvent un meilleur rapport prix/qualité, ils peuvent être une vraie menace pour l'entreprise par laquelle une veille technologique anticipée est préconisée pour réduire le danger représenté par ces offres de substitution qui viennent d'un secteur où sont réalisés des profits élevés.

2.1.4. Le pouvoir négociation client et fournisseur :

Toute industrie est insérée dans une filière économique. Les entreprises qui la composent se trouvent en position de client sur le marché des inputs et de fournisseur sur le marché des outputs ; sur ces deux marchés, acheteurs et vendeurs négocient le prix de telle manière que tout gain réalisé par la partie aval correspond à une perte pour la partie amont, et réciproquement. Le résultat de la négociation dépend donc directement du rapport de forces entre acheteurs et vendeurs³⁷.

- *Le pouvoir de négociation des clients* correspond à la possibilité des personnes accompagnées de manifester des attentes et de s'orienter vers un autre service ou produit s'il ne trouve pas de réponse satisfaisante, si ce pouvoir est élevé, il va influencer la rentabilité du marché en imposant leurs exigences en matière de prix, de qualité, de service associé...etc., et il ne sera d'autant plus fort si seulement si :

- * les clients sont concentrés ou achètent des quantités importantes,
- * les produits qu'ils achètent sont standardisés,
- * le produit n'influe pas beaucoup sur la qualité de son propre produit ou service,

³⁷ . Ardoin, J-L., & al. (2009), "STRATEGOR", OP.CIT, P97.

*ses profits sont peu élevés, ce qui l'incite à réduire ses couts d'achat,

*il est susceptible de s'intégrer vers l'amont pour fabriquer lui-même le produit³⁸.

- *Le pouvoir de négociation des fournisseurs* dépend de leur capacité d'influencer sur les entreprises en termes de prix, qualité des produits et de services et de quantité qu'ils fournissent, en effet, les fournisseurs puissants pourront imposer des prix plus élevés si la demande n'est que faiblement élastique au prix. A l'inverse si le nombre de fournisseurs sur le marché est faible, leur influence sera faible.

Dans ce sens-là, les fournisseurs disposent d'un pouvoir élevé quand ils sont concentrés et peux nombreux, ils représentent une part importante des achats des entreprises, leurs clients sont nombreux et dispersés et le coût de transfert est élevé.

Le pouvoir de négociation client et fournisseur présentent une influence intense et forte sur l'entreprise en présence de leurs conditions d'échange en matière de cout/qualité/prix et même de temps, afin de maintenir le lien durablement avec ces deux éléments et de rester sur le marché, l'entreprise est obligée de suivre certaines démarches qui conditionnent et durcissent sa relation et en même temps de rassurer sa pérennité à travers la veille commerciale.

2.2. *L'intelligence économique et l'environnement macro-économique d'entreprise :*

Au-delà du microenvironnement, l'entreprise évolue au sein d'un contexte plus général, caractérisé par les structures et les évolutions de la société dans laquelle elle se trouve, il s'agit de macro environnement où il est défini comme "l'ensemble de facteurs globaux, qui, dans une plus ou moins grande mesure, ont

³⁸ . <https://strategies4innovation.wordpress.com/2008/08/30/5-1-forces-de-porter/>. Visité le 29/10/2018.

impact sur l'organisation" ³⁹ et spécifiquement sur l'entreprise. Des outils d'analyse, tels que la méthode *PESTEL* permettent aux entreprises de rendre l'analyse de l'environnement global plus précise, six composants différents ont été distingués et classés selon cette méthode dans le tableau suivant :

Tableau N°1 : les composants macroéconomique selon le model PESTEL :

Politique	Economique
Risque Politique Changement et stabilité politique (Dé-) régulation Lois et politiques fiscales Règlementations antitrust Commerce extérieur et politique Import/Export Politique monétaire Protection sociale	Cycles économiques Taux d'intérêt Taux d'inflation Taux d'échange et convertibilité monétaire Politiques économiques fiscale et budgétaire Taux de chômage Niveau de vie, pouvoir d'achat et propension à la communication.
Sociétal	Technologique
Démographie Lois sociales Niveau d'éducation Image et attitude vis-à-vis du travail Style de vie et consumérisme Sensibilité et intérêt pour l'éthique Minorités, parités et égalité des chances	Dépenses de l'état en recherche et développement (R&D) Dépenses de l'industrie en R&D Politique de propriété intellectuelle et de protection des brevets Intensité et création technologiques Pole de compétences.
environnemental	Légal
Sensibilité et forces écologiques Politique en direction de la pollution Gestion des déchets et recyclage Politique d'économie d'énergie Responsabilité social	Lois sur les monopoles Lois sur la protection de l'environnement encadrement législatif sur les OMG Droit du travail Législation sur la santé Normes comptables et réglementation financières Loi sur la responsabilité des dirigeants.

Source: Ardoin, J-L., & al. (2009), "STRATEGOR", P19.

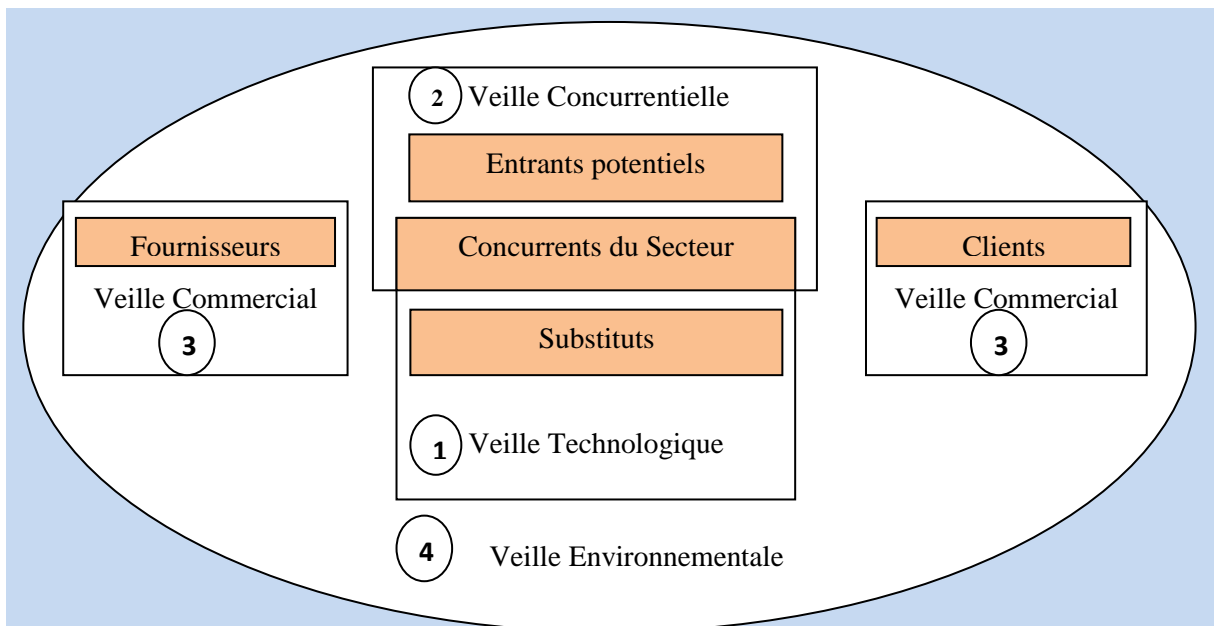
Le macro environnement permet aux entreprises de suivre et d'identifier ses tendances qui sont liées à leurs activités et correspondent à des changements majeurs en matières politique, économique, technologique, environnemental, sociétal et légal ; une veille environnementale qui englobe ces six principales

³⁹ . Pijourlet, T., (2009), "Mangement des entreprises", Delagrave édition, Paris, France, P171.

forces macro environnementale veille à surveiller activement l'évolution et le changement de cet environnement, afin de recueillir l'information pertinente à temps aux personnes concernées dans l'entreprise.

Donc il semble clair que tout l'environnement de l'entreprise que ce soit micro ou macro doit être surveillé en utilisant la veille stratégique comme un radar pour détecter les opportunités et éviter les menaces générées par cet environnement. La figure suivante résume les différentes veilles que peut l'entreprise utilisée dans son environnement externe pour anticiper ses informations sous le volet offensif de l'intelligence économique.

Figure N°4 : les types de veilles dans l'environnement externe de l'entreprise⁴⁰ :



Source: Prat, C., Mira-Bonnardel, S., (2003), "Influence de la veille stratégique sur le processus de conception", P160.

Auparavant expliquer, le volet offensif de l'intelligence économique est présenté par la veille stratégique qui regroupe les différents types de veille pour une connaissance meilleure de l'environnement direct et indirect de l'entreprise,

⁴⁰. Prat, C., Mira-Bonnardel, S., (2003), "Influence de la veille stratégique sur le processus de conception", 10ième Séminaire Conférence, 3-4 Juillet 2003, Belfort – France, P 159-166.

mais dans l'autre côté il y a des actions et des techniques diverses en matière d'influence et d'agir sur cet environnement telle la communication, la négociation et le lobbying, qui ont pour objectif , tantôt de convaincre l'ensemble d'un secteur et tantôt de convaincre les acteurs d'un territoire ciblé à travers les vecteurs et les réseaux de communication.

Les actions d'influence peuvent être positives comme elles peuvent être négatives, selon les acteurs qui les subissent et la façon où l'on cette place, par exemple si l'utilisation intensive et abusive des ressources et le rejet des déchets dans la nature contribuent à détériorer la société, la santé humaine, les espèces vivantes, l'écologie...etc., ceci peut provoquer l'intervention d'organisations et d'associations à protéger l'environnement. De plus, s'il y a des violations étendues et ses conséquences sont graves sur l'environnement, peuvent conduire l'entreprise à payée des amendes ou à la suspension des activités, pour ne pas arriver à ce stade-là, l'entreprise doit d'avantage définir sa politique, en incitant ses employés à adopter des comportements économes en ressources, faire changer les méthodes de production en respectant l'environnement, en se pliant aux exigences des normes, recyclé les déchets ou utilisé des matières à recyclés...etc.

3. L'intelligence économique et l'environnement interne de l'entreprise :

Surveiller le changement et l'évolution de l'environnement externe pour l'anticipation et l'acquisition de la bonne information incombe à l'entreprise, bien sûr, en tenant compte premièrement de son besoin vis-à-vis de cette information, ensuite en considération de ses points de force et de faiblesse par lesquelles elle puisse l'exploiter à des fins réussis durablement. Dans ce sens, l'information va suivre quelques étapes pour arriver à cette phase finale. *Jean-Louis MONIO*⁴¹ dans son article « L'information au cœur de l'intelligence

⁴¹ . *MONINO, J-L.*, (2012), " L'information au cœur de l'intelligence économique Stratégique", Réseau de Recherche sur l'innovation (RRI), Document de travail, N° 27. <https://rrif.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2017/06/doc27.pdf>. visité le 1/11/2018.

économique Stratégique » a souligné trois passages qui débouchent sur la prise de décision en partant de la collecte des données de la manière suivante :

- *Des données à l'information :*

« Je veux la bonne information au bon moment! » pour cela il faut :

- Définir des objectifs ;
- Rechercher et collecter des données ;
- Trier et stocker les données ;
- Disposer d'informations pertinentes.

- De l'information à la connaissance :

« Comment puis-je rendre l'information utile ? » une fois les objectifs globaux en matière d'information arrêtés et les missions de recherche, collecte, tri et stockage validés, il faut :

- Analyser l'information ;
- Exploiter les résultats de manière à faire ressortir les aspects aidant à la prise de décision.

- De la connaissance à l'intelligence :

« Il faut faire évoluer la culture de l'entreprise! ». Le système de prise de décision n'est pas un système figé. Il doit s'adapter et évoluer dans le temps, pour cela il faut :

- Partager l'information;
- Evaluer la qualité et la pertinence des décisions ;
- Se remettre en question : reformulation, changement, amélioration.

On constate que ces trois passages ne seront complétés qu'avec la présence de deux facteurs importants dans l'entreprise celui du facteur humain et le facteur technologique car "la mauvaise gestion de l'information, par-delà les pertes de temps et d'argent qu'elle provoque, peut avoir de profondes incidences sur la

compétitivité d'une entreprise .de nombreuses études empiriques (B.MARTINET et Y.M. MARTI, 1995) ont montré que, le plus souvent, les entreprises sont surinformées, ce qui conduit à une exploitation non optimale de l'information utile"⁴² donc chaque passage, comme nous l'avons évoqué, doit être transmis entre de bonnes mains qui s'en chargent de le conduire.

L'information au sein de l'entreprise heurte de plusieurs barrières parfois d'ignorance de valeur que se soit intentionnellement ou pas, et dès fois culturelles et la plupart des temps structurels (celui qui détient l'information détient le pouvoir)...etc. donc la présence de l'intelligence économique réside dans la lutte et la protection contre de telles barrières qui entravent la gestion de l'information.

Dans cette section nous analysons quelques fonctions de l'intelligence économique concernant la protection de l'information, l'apprentissage organisationnel et la prise de décision.

3.1. L'intelligence économique, un outil de confidentialité et de protection d'information :

Nombreuses sont les entreprises qui possèdent des informations importantes, pouvant être divulguées d'une manière ou d'une autre même si elles sont "stockées ou traitées sur des ordinateurs de plus en plus puissants. Le problème est que cette technologie peut s'avérer vulnérable et qu'il existe un risque de sabotage, d'altération, d'effacement ou de fraude sans que l'entreprise en ait connaissance, ou contre sa volonté "⁴³, donc les conséquences peuvent être lourdes notamment en terme d'image, de baisse du chiffre d'affaires ou même de perte des parts de marché. Le rôle de l'entreprise réside là, en utilisant son volet défensif pour protéger son patrimoine informationnel de toute menace interne (fausse manœuvre, perte, distorsion, suppression et vol d'information...), ou

⁴² Bloch, A., (1999), " L'intelligence Economique", 2iém édition, Economica, Paris, France, P81.

⁴³ .DELECROIX, B., (2005),"La Mesure de la Valeur de l'information en Intelligence Economique", Thèse de Doctorat en sciences de l'information, Spécialité : Information scientifique et Technique, Université de MARNE-LA-VALLEE, France. P 99.

externe (espionnage industriel, cybercriminalité), les sphères de la sécurité de l'information sont diverses et recouvrent des réalités très variées, souvent complexes et imbriquées où la technique et le facteur humain sont étroitement liés. La sécurité de l'information appliquée au sein de l'entreprise se classe en trois types suivants :

3.1.1. La Sécurité du système informatique : le système informatique est "un ensemble organisé d'objet technique (matériels, logiciels, applications) dont la mise œuvre réalise l'infrastructure d'un système d'information "⁴⁴, le domaine de sécurité dans ce système selon Solange Ghernaouti-Hélie ⁴⁵ se décline en :

- sécurité Logique qui fait référence à la réalisation de mécanismes de sécurité par logiciel contribuant au bon fonctionnement des programmes et des services offerts, il s'appuie sur les procédures de cryptographie, contrôle d'accès logique, de sauvegarde et d'authentification.

- sécurité applicative comprend le développement pertinent des solutions logicielles (ingénierie du logiciel, qualité du logiciel) ainsi que leur intégration et exécution harmonieuses dans des environnements opérationnels.

- sécurité de l'exploitation comprend la mise en place d'outils et de procédures relatifs aux méthodologies d'exploitation, maintenance, de test, de diagnostic, de gestion de performance, de gestion de changement et des mises à jour.

- sécurité physique repose sur la protection des équipements informatique (PC, Imprimante, Scanner...), par le marquage des matériels qui contribue à dissuader le vol et éventuellement de le trouver.

Comme il existe d'autres types de sécurité celui des communications par réseaux (Intranet, Extranet, Wi-Fi, GPRS, Réseau personnelle ...) où l'identification des utilisateurs pour avoir accès à effectuer leurs droits se fait par un mot de passe ou par un moyen de codage, par l'utilisation des systèmes pare- feu ...etc.

⁴⁴ .MORLEY, C., (2012)," Management d'un projet Système d'information", 7^{ième} édition, DUNOD, France, P14.

⁴⁵ .GHERNAOUTI-HELIE, S., (2011)," Sécurité Informatique et Réseaux", 3^{ième} édition, DUNOD, France, P8/9.

3.1.2. La sécurité de l'environnement : ce type de sécurité concerne tous les aspects qui contournent le système d'information et le lieu dans lequel il opère, son objectif c'est la protection de toutes menaces qui peuvent être :

- naturelles : tremblement de terre, inondation, le vent, incendie, le degré de températureetc.
- techniques : alimentation électrique, refroidissementetc.
- locales : les issues d'accès, les clés, les poubelles...etc.

3.1.3. La Sécurité Ethique : la sécurité de l'information dans l'entreprise ne concerne pas seulement le côté technique ou organisationnel, mais aussi le côté humain puisque ce dernier forme un référentiel des compétences bien définies qui comporte le savoir, le savoir-faire et le savoir-être. Le grand souci de l'entreprise se concentre surtout sur le savoir et le savoir-faire technique requis par une situation de travail donnée dans une durée donnée, puisqu'il s'agit d'un ensemble important de connaissances et d'expériences acquises par lesquelles, une simple transmission à n'importe quel concurrent qui peut les guetter peut engendrer des pertes et des couts fatales à l'entreprise qu'elle doit davantage les supportés.

À cet égard, la sécurité des savoirs est un enjeu très important pour l'entreprise qui peut être concrétisée à travers des rémunérations élevées par rapport au concurrent, une charte d'éthique "reconnue par chacune et par un engagement personnel à la respecter"⁴⁶ et une sensibilisation intense de leur importance dans l'entreprise qui tende vers la réalisation commune des objectifs.

3.2. L'intelligence économique un outil d'apprentissage organisationnel :

Le passage d'information de l'environnement externe vers l'environnement interne de l'entreprise suit trois niveaux auparavant cités, qui commence par le passage des données vers l'information ensuite de l'information vers la

⁴⁶ GHERNAOUTI-HELIE, S., (2006), " Sécurité Informatique et Réseaux", 2^{ième} édition, DUNOD, France, P13.

connaissance et finalement de la connaissance vers l'intelligence, on perçoit aisément que chaque passage doit être véhiculé par le facteur humain en utilisant la technologie comme vecteur médiateur.

Dans ce contexte, quand on parle de la gestion des connaissances, de l'entreprise apprenante, de la mémoire d'entreprise, des savoirs et des savoirs faire...etc. on met là l'accent sur la connaissance elle-même comme ressource précieuse susceptible de donner un avantage concurrentiel durable à l'entreprise, ce qui explique que la gestion des connaissances n'est qu'un aspect d'apprentissage organisationnelle qui dépend de l'absorption de l'information externe sous l'optique de l'intelligence économique, *Koenig* (2006)⁴⁷, définit l'apprentissage organisationnel "...comme un phénomène collectif d'acquisition et d'élaboration de compétences qui, plus ou moins profondément, plus ou moins durablement, modifie la gestion des situations et les situations elles-mêmes" ou en tant qu'"ensemble organisé de ressources (matérielles, logicielles, en personnel, données, procédures) permettant d'acquérir, traiter, stocker, communiquer des informations" (*Reix*, 1995)⁴⁸; Pour dévoiler le vrai sens interactif de ces notions, nous penchons dans cette section sur les catégories des connaissances au sein de l'entreprise ensuite leurs relations avec l'intelligence économique.

3.2.1. Les catégories de connaissances de l'entreprise :

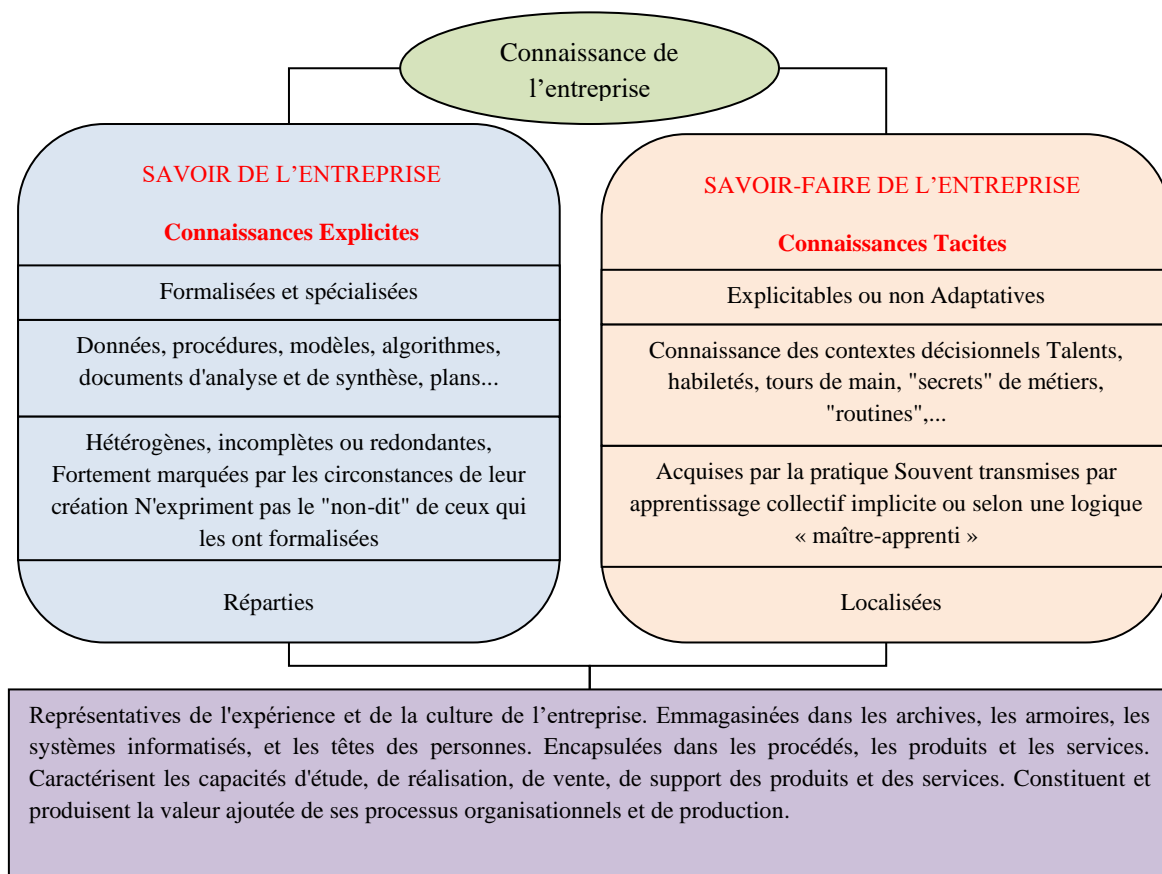
Les connaissances dans les entreprises sont détenues par des individus ou même des groupes et ils font, jusqu'à nos jours, l'objet de nombreuses recherches en cours de définitions, selon *Aurélie Dudezert* (2013), deux types d'approches ont plus particulièrement été adoptées pour étudier la connaissance : des approches fondamentales qui ont discuté la nature de la connaissance et des approches appliquées plus récentes qui qualifient plutôt les catégories de

⁴⁷. *Koenig, G.*, (2006). "L'apprentissage organisationnel : repérage des lieux", *Revue française de gestion*, 2006/1 N° 160, P. 293-306.

⁴⁸. *Reix, R.*, (1995). "Savoir tacite et savoir formalisé dans l'entreprise". *Revue française de gestion*, 3(5).

connaissances présentes dans l'organisation ⁴⁹, en effet, Michel GRUNDSTEIN(2009) dans son article : "Le management des connaissances dans l'entreprise", a fait référence à deux grandes catégories de la connaissance celle de l'explicite qui constitue « les savoirs de l'entreprise » et celle de tacite qui constitue « les savoir-faire de l'entreprise » résumé sur la figure suivante ⁵⁰:

Figure N°5: les catégories de connaissance dans l'entreprise :



Source : Michel GRUNDSTEIN(2002), "Le Management des Connaissances dans l'Entreprise", P6.

À travers cette figure on constate une distinction cruciale de la connaissance dans l'entreprise, "cette distinction résulte du fait qu'une partie de la connaissance peut être transcrite dans des supports et peut-être facilement

⁴⁹. Dudezert, A., (2013), "Vers l'entreprise centrée « connaissance » ou les conditions d'efficacité de ces nouvelles formes organisationnelles". Gestion et management. Université Nancy II. P8. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00832860/document>. visité le 5/11/2018.

⁵⁰. GRUNDSTEIN, M., (2002), "Le Management des Connaissances dans l'Entreprise1 Problématique, Axe de progrès, Orientations", Research Report 050207, MGConeil, P6, <http://michel.grundstein.pagesperso-orange.fr/References/Rr050207.pdf>. visité le 5/11/2018.

transmissible (connaissances codifiées), alors qu'une partie des connaissances demeure non codifiée (connaissances tacites) "⁵¹.

Les connaissances explicites font référence aux connaissances facilement exprimables et transmissibles dans un langage formel ; elles sont faciles à codifier et à transmettre. Les connaissances tacites, quant à elles, ne peuvent s'exprimer en dehors de l'action et du contexte de celles et ceux qui les détiennent ; elles sont attachées aux modèles mentaux des individus, à leurs compétences et leur savoir-faire concrets. En ce sens, elles sont difficiles à collecter, à codifier et à véhiculer. Pourtant, ces connaissances tacites jouent un rôle clé dans les processus d'innovation et, plus largement, dans la capacité à générer un avantage concurrentiel pour qui sait les saisir⁵².

À la lecture de ces deux catégories de connaissance et d'après plusieurs recherches ont un effet important dans la construction et la production de la valeur ajoutée de l'entreprise.

3.2.2. le processus d'apprentissage de l'entreprise:

Le concept « apprentissage tout au long de la vie », dans le contexte actuel, se réfère à une nouvelle philosophie de formation qui est basée sur un apprentissage évolutif, autodidacte, qui s'adapte aux besoins de poste de travail et dont la responsabilité principale incombe à l'individu plutôt qu'au chef de l'entreprise⁵³, c'est-à-dire que le niveau de connaissance de l'individu déjà maîtrisé influence positivement sa capacité à apprendre de nouvelles connaissances et de plus cette connaissance de base est diversifié et maîtrisé de plus l'apprentissage de nouvelles connaissances sera simplifié et moins compliqué auparavant, puisque le passage de l'information à la connaissance a été déjà possédé par l'individu. Dans ce sens *Hally et Beaulieu* (2000) ont identifié quatre activités

⁵¹ . *DJEFLAT, A.* (2006), "Économie fondée sur la connaissance / enjeu et perspectives", Éditions : Dar El Adib, Oran, Algérie, P36.

⁵² .*DIBIAGGIO, L., MESCHI, P-X.*, (2010), "Le Management dans l'économie de la connaissance", PERSON EDUCATION, France, P135/136.

⁵³ .*BENRAOUANE, S-A.*, (2010), "Le Management Des Ressources Humaines ", Office des Publications Universitaires, Alger, Algérie, P160.

d'apprentissage : acquisition, distribution, interprétation et stockage⁵⁴.ces quatre activités sont intimement liées entre elles (Huber, 1991)⁵⁵, permettant d'accroître une meilleure *capacité d'absorption* de l'entreprise.

3.2.3. Les connaissances d'entreprise et l'intelligence économique:

Comme évoqué précédemment, le point de convergence entre l'intelligence économique et les connaissances, tient au fait que nous introduisons la notion de capacité d'absorption pour établir un pont qui facilite la circulation d'information externe dans l'entreprise, mais dans notre recherche nous essayons tout d'abord de savoir de quelle connaissance il s'agit, ou laquelle des deux types de connaissance est favorisée pour une bonne liaison avec l'intelligence économique.

Michel GRUNDSTEIN(2002), a réparti la connaissance dans l'entreprise en deux parties, premièrement la connaissance explicite qui comprend les modèles, les procédures, les brevets, les plans, documents d'analyse et de synthèse...etc., deuxièmement la connaissance tacite qui "désigne toute connaissance personnelle liée au savoir expérientiel de l'individu par exemple : savoir-faire, intuition, croyance, expérience"⁵⁶, tours de main, secrets de métiers, habileté...etc., il est clair que le rôle de l'intelligence économique est de protéger de telles connaissances de toutes menaces que ce soit interne ou externe, ce qui explique seulement la présence partielle de l'intelligence économique et sa contribution de protéger ces connaissances devient limitée.

⁵⁴ . Halley, A., & Beaulieu, M., (2000)." La métamorphose des compétences en contexte d'intégration de la chaîne d'approvisionnement". Troisièmes Rencontres Internationales de la Recherche en Logistique, Trois Rivières.

⁵⁵ . Hamel, G., (1990). Competitive collaboration: learning, power and dependence in international strategic alliances. Unpublished dissertation, The University of Michigan.

⁵⁶ .ZIAM, S., (2010), " LES DETERMINANTS DE LA CAPACITE D'ABSORPTION DES CONNAISSANCES : LE CAS DES COURTIERES DE CONNAISSANCES ŒUVRANT DANS LE DOMAINE DE LA SANTÉ AU CANADA", thèse de doctorat en science d'administration, Département de Management, Faculté des sciences de l'administration, Université LAVAL, Canada, P18.

Daniel Bretonè et Antoine Saïd (2009)⁵⁷ dans leur article " la capacité d'absorption de l'information au service de la performance application au cas de l'Intelligence Économique (I.E) et du Management des connaissances ", ont dévoilé une liaison très importante entre l'intelligence économique et KM, en basant sur le modèle de spirale de la connaissance développé par *Nonaka et Takeuchi*^{*} en 1995 qui représente comment la connaissance tacite et la connaissance explicite s'interagissent pour créer la connaissance dans une organisation, selon ces auteurs l'implication de KM et de l'IE se forge dans la combinaison (explicite à explicite) où l'IE peut directement l'affecter, et à moindres degrés de façon indirecte. Par ailleurs, la présence du tacite est aussi importante pour interpréter l'information externe puisque l'intelligence économique est "un mode d'interprétation idéalement hybride" (*EL MABROUKI M.* 2014)⁵⁸, ce qui explique et selon notre conviction une complémentarité entre les deux notions (l'IE et la connaissance).

Par conséquent, le rôle de l'intelligence économique est de créer des connaissances à partir des informations, et de plus elle crée des connaissances en termes de compréhension, connues sous le nom de connaissances tacites dans les têtes des utilisateurs, de plus les résultats sont des décisions qui améliorent et optimisent des décisions de l'entreprise (du Toit 2003)⁵⁹.

⁵⁷. Bretonè, D., Saïd, A., (2009)," La capacité d'absorption de l'information au service de la performance Application au cas de l'Intelligence Économique (I.E) et du Management des connaissances ",Univ. Empresa, Bogotá (Colombia) 8 (16): 11-44, P34/35.

*.le modèle de la connaissance de *Nonaka et Takeuchi* est basé sur quatre phases : (1) socialisation (tacite à tacite) ; (2) externalisation (tacite à explicite) ; (3) combinaison (explicite à explicite) et (4) internalisation (explicite à tacite).

⁵⁸ . *EL MABROUKI, M.*, (2014), "L'intelligence économique: un mode d'interprétation organisationnel hybride", Revue Internationale de Management et de Stratégie, (10:2), P.21/33, www.revue-rms.fr VA Press.

⁵⁹. Cité par: *Oubrich, M.*, (2011), "Competitive Intelligence and Knowledge Creation - Outward insights from an empirical survey", Journal of Intelligence Studies in Business 1 (2011) 97-106, P101. <https://ojs.hh.se/>. Visité le 10/11/2018.

3.3. *L'intelligence économique un outil de prise de décision :*

D'après *Peter Drucker* : "tant qu'une décision n'est pas mise en œuvre, elle n'est pas une décision, au mieux elle n'est qu'une bonne intention"⁶⁰, la prise de décision n'est pas une situation de tout repos ou un exercice des plus simples, c'est "un acte courant qui suppose de formuler un problème, d'envisager des solutions possibles, de renoncer à certaines d'entre elles en raison de leurs conséquences, de retenir celles qui semblent apporter le meilleur niveau de satisfaction au regard des objectifs et des moyens consentis"⁶¹.

Le dernier passage de l'information externe sous l'optique de l'intelligence économique est de passer de la connaissance vers la décision stratégique qui commence par le partage, l'évaluation et la reformulation ou l'amélioration de la connaissance grâce au processus d'apprentissage organisationnel (capacité d'absorption), en autre terme c'est "le couplage le plus étroit possible entre information et prise de décision car, dans ce cas, les décisions sont présent entièrement en fonction de l'information"⁶², donc pour passer à l'action et de "préparer la décision stratégique"⁶³, il est nécessaire de savoir quelles décisions et quel personnes sont concernées de mettre en évidence la valeur de cette connaissance et l'exploitée au bon moment .

3.1.1. *De quelle décision s'agit-il?*

Avant de savoir le concerner par la décision stratégique dans l'entreprise sous l'optique de l'intelligence économique, il faut tout d'abord savoir le type de décision elle-même, en d'autres termes de quel type de décision qui s'accorde avec l'objectif de l'intelligence économique dans l'entreprise ?

⁶⁰ . <https://www.piloter.org/decision/decision-drucker.htm>, visité le 10/10/2018.

⁶¹ . *CHARPENTIER, P.*, (2007), " Management et gestion des organisations ", Edition Broché, France, P123.

⁶² .*Nykänen, E., Järvenpää, M., Teittinen, H.*, (2016), " Business intelligence in decision making in Finnish enterprises ", Nordic Journal of Business, Vol 65, N° (2), P24-44.

⁶³ . *El Mabrouki N-M.*, (6-9 Juin 2007), "La pratique de l'intelligence économique dans les grandes entreprises : voyage au cœur d'un système non univoque", XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal. <https://www.strategie-aims.com>. Visité le 10/11/2018.

Dans son article « l'intelligence économique au service de l'innovation », *Naima El Haoud*⁶⁴ a fait référence de trois types de décision classée comme suit :

- *Les décisions offensives* concernent fréquemment la *R&D* où les nouveaux programmes de recherche à lancer, les nouveaux projets de développement à soutenir, jouent un rôle capital dans la capacité à l'innovation permanente qui doit constituer un objectif essentiel. Il s'y ajoute les activités de transfert de technologies comme la vente, l'achat, l'échange de licences, ou d'unités de production. La direction commerciale, le marketing sont également très impliqués dans les décisions offensives.

- *Les décisions défensives* sont relatives à la protection du patrimoine, à la sécurité et à la maîtrise des risques. La notion de risque s'étend maintenant à tous les domaines de l'entreprise, du risque industriel au risque commercial en passant par le risque d'image : quelques traces de benzène dans une eau minérale ont, avec la médiatisation généralisée, des conséquences terribles.

Le management défensif consiste à mettre les risques en évidence, à les mesurer, à s'efforcer d'en réduire la probabilité d'occurrence et de déterminer l'importance du dommage potentiel. Les entreprises possédant un dispositif d'intelligence économique sont conscientes d'un risque moins évident mais bien réel, celui de la désinformation sciemment organisée pour détruire l'image de l'entreprise ou pour faire s'effondrer le cours de ses actions. La détection des menaces techniques : apparition possible d'un produit de substitution, concerne la *R&D*.

La détection de la menace commerciale : risque d'apparition d'un nouveau concurrent entrant dans le marché, est du domaine de la direction commerciale, du marketing. Ces deux cas de menaces conduisent à des décisions stratégiques, et, comme pour les décisions offensives, les informations provenant de

⁶⁴ . *El Haoud, N.*, (2011), " l'intelligence économique au service de l'innovation", *Revue Internationale d'intelligence économique*, Vol3, N°2, P175/187. <https://www.cairn.info/revue-internationale-d-intelligence-economique-2011-2-page-175.htm>. visité le 12/11/2018.

l'intelligence économique jointes à la compétence des dirigeants permettront de choisir les meilleures options.

- *Les décisions organisationnelles* constituent la troisième famille. Liées aux actions majeures de méthodes, d'organisation, de réorganisation elles semblent avoir, dans l'univers incertain et fluctuant, une importance croissante. La mise en place d'une politique de *Supply Chain Management* ou la réactualisation de la gestion de la relation client (CRM, Consumer Relationship Management) constituent des exemples qui concernent les directions commerciales et le marketing.

3.1.2. *Qui décide?*

Nombreuses sont les définitions d'un décideur, nous retenons seulement celles qui vont avec notre recherche, *Najoua Bouaka et Amos David* ont cité deux définitions ⁶⁵ basées sur le rôle du décideur dans l'environnement interne et externe de l'entreprise, la première définition considère le décideur : « celui qui est apte à identifier et à poser le problème à résoudre en terme d'enjeu, de risque ou de menace qui pèse sur l'entreprise » et la deuxième le considère comme « un acteur social. Il doit être décrit et traité comme un système ouvert qui, activement, saisit de l'information, qui la traite et qui agit. Il possède une certaine indépendance cognitive ». Le point de vue de ces auteurs vis-à-vis le décideur n'est qu'un observateur bien placé dans son environnement interne et externe et grâce à cette position qu'il est le sensible à détecter les signaux de l'environnement. En d'autre terme, "il connaît les besoins de son entreprise, les enjeux et éventuellement les risques et menaces qu'elle peut subir"⁶⁶.

⁶⁵. *Bouaka, N., David, A.*, (14-15 avril 2003), "Modèle pour l'explicitation d'un problème décisionnel: un outil d'aide à la décision dans un contexte d'intelligence économique", Conférence "Intelligence Economique : Recherches et Applications, <https://hal.inria.fr/inria-00107666/document>. visité le 12/11/2018.

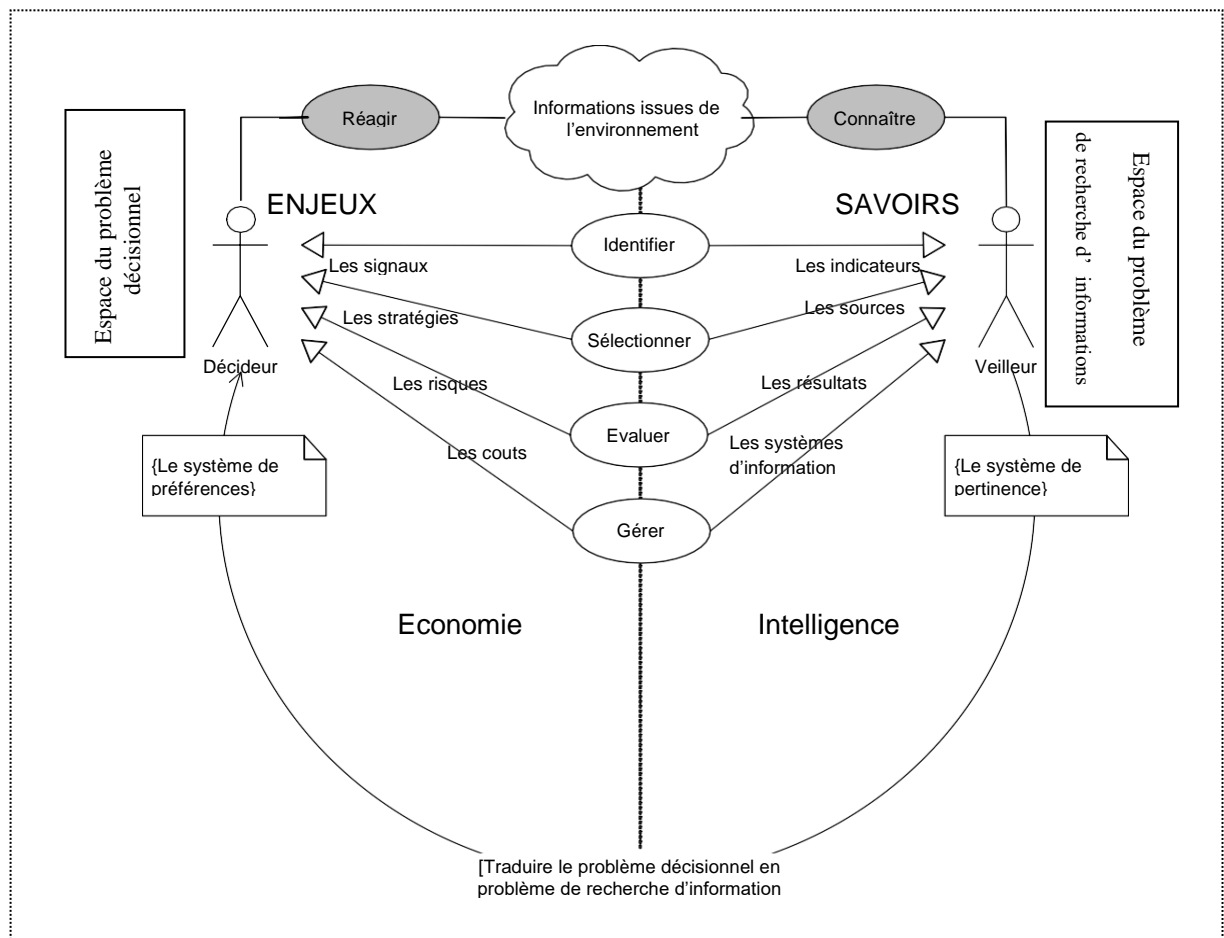
⁶⁶. Cité par : *Goria, S., Knauf, A., David, A., Geffroy, P.*, (2005), "Le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de recherche d'information". Colloque ATELIS (Ateliers d'Intelligence Stratégique) (Poitiers), France. P 99/114. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001384/document . visité le 14/11/2018.

Bien que la décision des opportunités appartienne à la direction générale, notamment le décideur de l'entreprise, est l'une "des préoccupations de l'IE qui représente pour le décideur l'occasion unique de conquérir de nouveaux marchés, de proposer de nouveaux produits et de séduire de nouveaux clients [...]. La détection de telles opportunités, quant à elle, revient essentiellement au veilleur qui se place en position d'appui aux intérêts et il s'agit d'une phase importante dans l'exercice du métier de celui-ci"⁶⁷, sur ce point-là, et selon l'interprétation des travaux de *Philippe Kislin* et *Amos David* concernant la caractérisation de l'espace-problème décisionnel à l'élaboration des éléments de solution en recherche d'informations dans un contexte d'intelligence économique, ont souligné les principales fonctions du décideur et du veilleur, où il semble une très grande similitude autour de leur activités pour identifier, sélectionner, évaluer et gérer l'information issue de l'environnement, sauf que le décideur traduit le problème décisionnel en problème de recherche d'information en termes d'enjeux, tandis que le veilleur le traduit en terme de savoir. Les principales fonctions⁶⁸ du décideur et du veilleur sont ainsi décrites dans la figure suivante :

⁶⁷ . *Dhaoui, C.*, (2008), " Les critères de réussite d'un système d'intelligence économique pour un meilleur pilotage stratégique : Proposition d'un Modèle d'Évaluation de la Réussite d'un Système d'Intelligence Économique MERSIE", Thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Nancy 2, France, P 146. <https://hal.univ-lorraine.fr/tel-01752721/document>. visité le 15/11/2018.

⁶⁸ .cité par : *Kislin, P. David, A.*, (14-15 Avril 2003), " De la caractérisation de l'espace-problème décisionnel à l'élaboration des éléments de solution en recherche d'information dans un contexte d'Intelligence Economique : le modèle WISP", Conférence Intelligence Economique : Recherche et Application, Vandoeuvre, France.

Figure N°6 : les principales fonctions du décideur et du veilleur⁶⁹ :



Source : Kislin, P. David, A., (2003), "De la caractérisation de l'espace-problème décisionnel à l'élaboration des éléments de solution en recherche d'information dans un contexte d'Intelligence Economique", P6.

On constate, particulièrement au niveau d'une entreprise, notamment les petites et moyennes, que le décideur puisse lui-même revêtir les fonctions d'un veilleur par contre dans les grandes entreprises, le veilleur doit toujours travailler en collaboration avec le décideur "de s'entendre mutuellement sur ce qui est demandé, échangé et prescrit. Le but étant que les acteurs puissent multiplier les points de vue pour compléter leurs représentations"⁷⁰, mais la

⁶⁹ . Kislin, P. David, A., (2003), "De la caractérisation de l'espace-problème décisionnel à l'élaboration des éléments de solution en recherche d'information dans un contexte d'Intelligence Economique : le model WISP", ISDM, N° 101, P6. <http://www.isdm.org/>. Visité le 16/11/2018.

⁷⁰ . KISLIN, P., (2007), "Modélisation du problème informationnel du veilleur dans la démarche d'intelligence économique", Thèse de Doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Nancy2, France. P221.

décision revient toujours au dirigeant lui-même puisque c'est le seul qui "est apte à identifier le problème à résoudre en terme d'enjeu, de risque et de menace qui pèse sur l'entreprise"⁷¹.

Pour conclure, l'intelligence économique apparaît comme une vraie démarche qui s'impose dans l'environnement de l'entreprise, elle a pour but d'assurer sa survie et sa pérennité durant les changements variables et évolutifs, concrètement ceci n'est réalisable que si elle arrive à faire une bonne adaptation afin qu'une stratégie puisse se montrer efficace.

Sur l'environnement externe, l'intelligence économique permet d'une part, d'anticiper des informations répandant aux besoins réels de l'entreprise auprès ses concurrents, ses clients, ses fournisseurs, son marché et même autour des tendances politique, économique, sociétal, technologique, environnementale et légal à travers la veille stratégique, et d'autre part, elle permet d'exercer des techniques d'influence tels : la communication, la négociation et le lobbying, et tout cela dans le but de bénéficier aux nouvelles opportunités accrues.

Sur l'environnement interne, l'intelligence économique a pour rôle de créer les connaissances à partir des nouvelles informations, de protéger le patrimoine informationnel de l'entreprise de toute menace interne ou externe et de créer un plat de forme solide pour les décisions stratégiques auprès des décideurs de l'entreprise.

⁷¹. David, A., Thiery, O., (2001), "Prise en compte du profil de l'utilisateur dans un système d'information stratégique", Texte de communication, Tome2, Université Nancy2, France, P288-296.

4. L'intelligence économique, un outil de compétitivité et de performance d'entreprise:

L'intelligence économique en tant qu'une activité continue de recherche d'informations fiables sur l'environnement de l'entreprise a pour but d'alimenter le processus décisionnel des dirigeants, d'améliorer la compétitivité de l'entreprise par une compréhension meilleure de ses concurrents et de créer une valeur durable, mais il semble difficile d'aborder un tel sujet qui cherche une liaison concrète entre ces trois notions à la fois, vu que la littérature dans ce domaine nous semble médiocre.

À cet effet, une élucidation de chaque binaire séparément nous semble parfaite de manière à accélérer l'interprétation de ces trois concepts, c'est-à-dire dans cette section nous allons essayer de voir les relations : IE/Compétitivité, Compétitivité/Performance et IE/Performance.

4.1. La relation entre l'intelligence économique et la compétitivité d'entreprise :

La compétitivité, souvent confondue avec sa traduction financière, productivité ou rentabilité, quoique ces derniers ne sont que des mesures partielles d'un ensemble beaucoup plus vaste, d'un autre angle, quand il s'agit d'expliquer la compétitivité d'entreprise par un seul facteur ou quelques facteurs restreints on lui donne pas sa juste valeur qu'elle mérite réellement, c'est-à-dire pour saisir un phénomène aussi complexe que la compétitivité, l'explication multicritère est la plus favorisée.

En effet, *Crouch et Ritchie* (1999) affirment que "la complexité du concept de la compétitivité est due à l'unité d'analyse ainsi qu'aux points de vue de ceux qui l'étudient. Les politiciens perçoivent la compétitivité en tant qu'intérêt économique avant tout. Les industriels la recherchent plutôt pour le bien et le développement de leur propre industrie. Les entrepreneurs et les dirigeants

d'entreprises y voient des avantages face au marché dans lequel ils évoluent"⁷², ce qui nous intéresse plus c'est le point de vue des dirigeants et les industriels puisqu'ils sont toujours en contact perpétuel de l'environnement dont ils opèrent.

Dans un dictionnaire d'économie et des faits économiques et sociaux contemporains, la compétitivité est définie par "la capacité à faire face à la concurrence et à occuper une position forte sur le marché qui est d'ailleurs la principale mesure de la compétitivité [...]"⁷³, elle "désigne la capacité, pour une entreprise, pour soutenir la concurrence sur les marchés où elle vend des produits. Lorenzi (2002) propose une définition similaire, la« capacité [d'une entreprise] de vendre durablement et avec profit ce qu'elle produit» "⁷⁴, ainsi, Pascallon (1984) stipule qu' "une firme sera dite compétitive pour un produit donné si elle est capable de l'offrir sur les marchés à des prix inférieurs ou égaux à ceux des concurrents effectifs ou potentiels, mais suffisants pour rémunérer les facteurs nécessaires et dégager une marge bénéficiaire supérieure ou égale à celle des concurrents"⁷⁵.

La plupart de ces définitions mettent l'accent sur les mêmes aspects, certaines insistent sur la capacité à faire face à la concurrence et de lutter pour un positionnement fort sur le marché, d'autres insistent sur le produit en minimisant les coûts tout en maintenant la qualité et vendre durablement, d'une façon ou d'une autre, la compétitivité n'est qu'une potentialité qui se caractérise par un avantage par rapport aux compétiteurs de son marché, cet avantage non seulement il peut la différencier de ses concurrents mais aussi il peut lui

⁷² .Cité par : *GHOMARI, S.*, (2015),"impact des programmes de mise à niveau sur la compétitivité des entreprises algériennes", thèse de doctorat en sciences de gestion, option Marketing, Faculté des sciences économiques de gestion et des sciences commerciales, Université Abou-Bakr Belkaid, Tlemcen, P 47.

⁷³ . *Bialès, C., Leurion, R., Rivaud, J-L.*, (1996), Dictionnaire des faits économiques et sociaux, ED FOUCHER, PARIS.

⁷⁴ . *Aubert, P., Leclaire, M.*, (2006)," La compétitivité exprimée dans les enquêtes trimestrielles sur la situation et les perspectives dans l'industrie", *ECONOMIE ET STATISTIQUES*, N° 395-396, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1376393?sommaire=1376397>, visité le 22/11/2018.

⁷⁵ . *Khamassi-El Efrif, F., Hassainya, J.*, (2001)," Analyse de la compétitivité des entreprises et des produits agro-alimentaires : pertinence et apports de l'approche filière". *CIHEAM, Méditerranéennes : Série B. Etudes et Recherches*, N° 32, MONTPELIER, P 223-238. <http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI011673>. Visité le 22/11/2018.

constituer un facteur clé de succès, par lequel on trouve une issue pour notre recherche en posant la question suivante : Est-ce que l'intelligence économique peut-elle transformer les informations stratégiques en véritables avantages concurrentiels ?

Frédérique Peguiron trouve que "l'intelligence économique n'est pas une mode, mais le socle de la compétitivité des entreprises ; et la condition de leur survie dans un contexte de concurrence mondiale"⁷⁶, ce socle forme un ensemble d'indicateurs pouvant être le comportement d'information, capacité d'absorption, l'orientation stratégique, la source d'information, l'information technologique....etc.

Pour bien mettre cette relation mieux aux claires nous avons recensé pas mal d'études empiriques sur l'impact d'un ou plusieurs indicateurs de l'intelligence économique sur la compétitivité d'entreprise. Notre raisonnement est fondé tout d'abord sur des études fondamentales par les chercheurs⁷⁷ (*Johanson et Vahlne, 1993 ; Christensen, 1991 ; Millar et Porter, 1991 ; Czinkota et Ronkainen, 1990*) que l'accès à l'information est indiqué comme étant un facteur de succès.

Dans le même sens, (*Pierre-André Julien et autres, 1998*)⁷⁸ ont prouvé que le comportement d'information fondée sur la perception de l'importance des informations et la fréquence d'utilisation des sources d'information en présence des compétences interne de l'entreprise pour repérer, acquérir et utiliser cette information, ont un effet significatif sur la compétitivité des entreprises notamment les PME exportatrices, ainsi dans les travaux de (*SLAMA, B.,*

⁷⁶ . *Péguiron, F.*, (2008), "L'intelligence économique au service des acteurs de l'université, la question du partage de l'information", L'Harmattan, France, P50.

⁷⁷ . Cité Par : *NDJAMBOU, R.*, (1999), "analyse de l'impact de la localisation et de la technologie sur l'accès à l'information et la performance des PME exportatrices" une mémoire présenté à l'université du Québec à trois rivières comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des PME et de leur environnement, Université du Québec, P41. <http://depot-e.uqtr.ca/3397/1/000659559.pdf>. visité le 24/11/2018.

⁷⁸ . *Julien, P-A., Toulouse, J-M., Ramangalahy, C., Morin, M.*, (1998), " Comportements d'information, compétitivité et performance des PME exportatrices", 4è Congrès international francophone de la PME, METZ, France. <https://www.airepme.org/images/File/1998/Jutoramo.pdf>, visité le 25/11/2018.

AMMAR, O.,2014)⁷⁹, la capacité d'absorption d'information basée sur les richesses des informations, des sources d'information, des pratiques managériales, des compétences et d'expériences ont un effet significatif sur la compétitivité d'entreprise et de plus cette capacité d'absorption est efficace de plus elle permet de créer un avantage compétitif pour l'entreprise.

Globalement, comme nous l'avons constaté à travers les recherches citées au-dessus que tout ce qui a un lien avec les attributs de l'information, les mécanismes organisationnels et la gestion du processus informationnel, a un *effet positif* sur la compétitivité d'entreprise puisque chacun d'eux peut créer un avantage concurrentiel surtout quand il s'agit des richesses en qualité d'information et en connaissances comme des vrais vecteurs permettant de préserver la compétitivité et de créer des opportunités à partir de l'anticipation, la compréhension des stratégies des concurrents ainsi que la bonne diffusion d'informations à la bonne personne.

4.2. La relation entre la compétitivité et la performance d'entreprise :

La performance est un concept couramment utilisé dans la vie des affaires, "il se réfère à la capacité d'entreprise à concrétiser ses objectifs stratégiques "⁸⁰, (Lorino P., 1997) la considère comme " tout ce qui, et seulement ce qui, contribue à atteindre les objectifs stratégiques"⁸¹, (Carriere, J-B, 1999) "conclut alors que la performance n'est rien d'autre que l'évolution de l'entreprise ou son agrandissement. Cette notion de performance peut se résumer à l'idée de réussite ou de succès de l'entreprise"⁸², d'après (Bouguignon, A, 1995), la performance " contient à la fois l'action, son résultat et éventuellement son exceptionnel

⁷⁹. SLAMA, B., AMMAR, O., (26-28 mai 2014). "La synergie entre intelligence économique et knowledge management : une nouvelle perspective pour l'amélioration de la capacité d'absorption", XXIII Conférence Internationale de Management Stratégique, Rennes.

⁸⁰. Cité par : SAID, A., JOMAA, H., (Juillet 2007), " IE et performance des entreprises", CIGREF, P2.

⁸¹. Lorino, P., (1997), " Méthodes et Pratiques de la Performance, les éditions d'organisation", Paris, France, P512.

⁸². Cité par : Sogbossi Bocco, B., (2010), "Perception de la notion de performance par les dirigeants de petites entreprises en Afrique ", La Revue des Sciences de Gestion, Vol1, N°241, P. 117-124.

succès"⁸³. Ce succès n'est pas seulement un résultat de ses actions, mais aussi la capacité de l'entreprise de s'adapter et d'entretenir sa position dans un environnement aussi changeable et turbulent, ainsi (Tchakam, 2000) définit l'entreprise performante comme celle qui fait mieux que ses concurrents sur le court, moyen et long terme⁸⁴.

Notre but dans cette sous-section est de savoir le lien entre la compétitivité et la performance d'entreprise où il semble que la théorie basée sur les ressources serve comme un appui, *Charles Franklin Edmond Ramangalahy* dans ses recherches doctorales a fait référence à plusieurs travaux en "considérant que l'information (Bamey, 1991 ; Cyert et al. 1993; Mahoney et Pandian. 1992; Mehra, 1996; Hall, 1993; Porter et Millar, 1991; Porter, 1990;). Les sources d'information (Amit et Schoemaker, 1993; Porter et Millar, 1991; Wemefelt, 1984). Les compétences (Amit et Schoemaker, 1993; Bamey, 1991 ; Grant, 1991 ; Hall, 1993; Mahoney et Pandian, 1992; Mehra, 1996; Miller et Shamsie, 1996; Penrose, 1959; Wemefelt, 1981). les expériences (Barney, 1991; Prahalad et Bettis; 1986; Prahalad et Hamel, 1990; Wemefelt, 1984) et les processus de gestion (Amit et Schoemaker. 1993; Barney et Zajac. 1994; Barney, 1991; Chandler et Hanks, 1993; Grant, 1991; Mahoney et Pandian. 1992; Wemefelt, 1984) constituent des ressources génératrices d'avantages concurrentiels et de performance au sens de la théorie basée sur les ressources"⁸⁵.

Rappelons aussi les travaux de (*Pierre-André Julien et autres, 1998*),auparavant cités dans la relation entre l'intelligence économique et la compétitivité, ont prouvé de la même façon qu'il existe une **relation significative** entre la compétitivité mesurée par des composantes reliées au marketing, aux produits et aux prix sur la performance des entreprises

⁸³. Bourguignon, A., (1995), "Peut-on définir la performance?", Revue Française de Comptabilité (269), P62.

⁸⁴ . Cité par : Issor, Z., (2017), " La performance de l'entrepris : un concept complexe aux multiples dimensions", Projectique, Vol2, N°17, P93-103.

⁸⁵ . *Ramangalahy, C-F-E.*, (2001), " Capacité d'absorption de l'information, compétitivité et performance des PME exportatrices: une étude empirique", Thèse de doctorat, école des hautes études commerciales, université de Montréal, Canada, P63.

exportatrices puisque la compétitivité est considérée dans cette recherche comme variable médiatrice entre le comportement de l'information et la performance d'entreprise, ce qui renforce de plus notre conviction que l'information stratégique, la matière première de l'intelligence économique, a un effet significatif sur la performance et la compétitivité en présence de cette dernière comme un élément médiateur.

4.3. La relation entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise :

Dans la littérature du management stratégique plusieurs recherches ont montré une forte corrélation entre la performance d'une entreprise et sa capacité à organiser un processus d'écoute de l'environnement (la veille stratégique), en 1988, l'étude de *DAFT et Al* affirment que l'acquisition et l'utilisation d'informations sur les évènements, les tendances et les relations dans l'environnement externe de l'entreprise faite par les dirigeants ont un rendement élevé (le rendement des actifs) par rapport à ceux qui ne donnent pas d'importance au processus de surveillance de l'environnement de l'entrepris⁸⁶, en 2001, *Chun Wei Choo* dans son article : "Environmental Scanning as Information Seeking and Organizational Learning", a montré que la bonne écoute de l'environnement mesurée par le besoin de l'entreprise en matière d'information stratégique, par sa collecte et par son utilisation est liée par la performance et l'apprentissage organisationnel ⁸⁷. Cependant, ces études s'accordent sur l'écoute de l'environnement et représentent seulement le processus de veille qui semble avoir un effet positif sur la performance des entreprises, c'est-à-dire que les entreprises pratiquantes et/ou accordentes une importance particulière à la surveillance de leur environnement sont plus rentables que celles qui n'ont pas de système de veille formalisé, mais notre

⁸⁶ .Daft, R-L., Sormunen, J., Parks, D., (1988), " Chief executive scanning, environmental characteristics, and company performance: an empirical study ", Strategic Management Journal, Vol. 9, 123-139.

⁸⁷ . Choo, C-W., (2001), "Environmental Scanning as Information Seeking and Organizational Learning", Information Research, 7(1), <http://InformationR.net/ir/7-1/paper112.html>. visité le 30/11/2018.

intérêt est de savoir l'effet de l'intelligence économique sur ce dernier et pas seulement l'effet de veille.

En 1982, *Stubbart* a souligné l'existence d'un lien direct entre la performance et l'intelligence, cependant, l'étude montre que l'association peut être *négative* : dans de nombreux cas, les problèmes de performance entraînent un changement vers une surveillance irrégulière, trois raisons peuvent expliquer cette évolution probable. Premièrement, des contre-performances entraînent souvent des réductions de coûts et les activités de surveillance n'ayant pas encore prouvé leur rentabilité, ils deviennent alors une cible vulnérable, deuxièmement, les mauvais résultats précèdent souvent un changement de direction et la chance que la nouvelle direction ait des points de vue similaires sur l'utilité et l'organisation de la surveillance est mince. Enfin, une baisse soudaine des performances peut être due à des événements inattendus mais importants. Les directeurs sont alors tentés d'interrompre la surveillance en cours afin de mettre en commun toutes les ressources de surveillance pour résoudre le problème. La combinaison de ces trois facteurs peut avoir un effet ironique: c'est quand la surveillance environnementale peut être très utile qu'elle risque de ne pas être pratique⁸⁸.

Un autre effet indiqué plus tard, à travers "l'enquête effectuée en 2000 par l'IHEDN, l'Institut des Hautes Etudes sur la défense nationale (Bournois et Romani-2000), parmi les 1200 entreprises de plus de 200 salariés, seules 19.1 % considèrent que l'IE est prioritaire, et que 52 % déclarent «faire de l'IE» dans un cadre fonctionnel (marketing et système d'information en priorité)"⁸⁹, comme ils " procèdent à un test de chi2 pour étudier les liens entre les variables pratique de l'intelligence économique et résultat financiers et observent qu'elles ne sont pas indépendantes. Si ce résultat semble indiquer que la pratique de l'IE conduit à

⁸⁸ . Cité par: *Cohen, C.*, (2013), "Business intelligence the effectiveness of strategic intelligence and its impact on the performance of organizations", collection ISTE, Wiley & Son, New York.
https://books.google.dz/books?id=r2Ea_aMr1JMC&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false. Visité le 30/11/2018.

⁸⁹ .Cité par : *GUILHON, A.*, (2004), " L'intelligence économique dans la PME : Visions éparses, paradoxes et manifestations", l'Harmattan, France, P12.

une meilleure performance financière de l'entreprise, les auteurs soulignent que certains préféreront inverser la proposition et suggérer que le fait de dégager des bénéfices offre d'investir en intelligence économique"⁹⁰.

Par la suite, dans les recherches de *Saida Habhab–Rave* en 2007, les caractéristiques de l'intelligence économique mesurées par trois dimensions dans les PME en haute technologie, ont une relation avec la performance, la première dimension concerne la culture d'innovation des dirigeants où le désir d'innover et d'inventer sont le moteur des activités d'IE, en stimulant et orientant les efforts d'IE dans l'ensemble de l'entreprise, la deuxième dimension est l'importance du partage d'information, la communication interne et la collaboration. Enfin, la troisième dimension est l'importance des contacts et des réseaux informationnels, ces dimensions ont permis de vérifier le lien entre l'intelligence et la performance d'entreprise⁹¹.

Dès lors, plusieurs travaux ont été recensés mais certains utilisent le terme de competitive intelligence (CI) ou business intelligence (BI), par lesquels l'intelligence économique se voit partiellement puisqu'elle englobe les deux notions, prouvant leurs effets sur la performance d'entreprise, en 2012, *Tej Adidam et al*⁹² ont montré que les entreprises indiennes qui présentent des niveaux d'activité en intelligence compétitive plus élevés obtiennent effectivement de meilleurs résultats de performance financière par rapport à celles qui présentent des niveaux modérés, ultérieurement les travaux de *Nzewi*

⁹⁰. Cité par : *Bezencon, C., Roulet, A.*, (2014), "Évaluation de la performance et de l'impact de la veille", Master en Information documentaire Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE), Suisse. P13. <https://core.ac.uk/download/pdf/20663085.pdf>. visité le 30/11/2018.

⁹¹. *Habhab Rave, S.*, (2007), " Intelligence économique et performance des entreprises : le cas des PME de haute technologie ", *Vie & sciences de l'entreprise*, Vol 1, (N° 174 - 175), P. 100-118. <http://www.cairn.info/revue-vie-et-sciences-de-l-entreprise-2007-1-page-100.htm>. visité le 30/11/2018.

⁹². *Tej Adidam, P., Shukla, P., Banerjee, M.*, (2012), "Competitive intelligence and firm's performance in emerging markets: An exploratory study in India", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 27(3), P242-254.

https://www.researchgate.net/publication/239781427_Competitive_intelligence_and_firm's_performance_in_emerging_markets_An_exploratory_study_in_India. visité le 2/12/2018.

*et al*⁹³ ; *Sepahvand et al*⁹⁴ ; *Tahmasebifard*⁹⁵ ont prouvé eux aussi l'effet positif du CI sur la performance d'entreprise que se soit globale, organisationnelle ou même commerciale. Quant au business intelligence, lui aussi a eu sa part dans les recherches concernant sa relation avec la performance d'entreprise citons l'étude de (Elbashir et al, 2008)⁹⁶, intitulée : « Measuring the effects of business intelligence systems: The relationship between business process and organizational performance », les résultats obtenus ont montré une relation positive sur les entreprises investissent dans les systèmes de BI et leur performance organisationnelle, la même résultat obtenu pour les études ultérieures.

De ce qui précède, nous pouvons constater que l'étude sur le couple IE/performance ouvre beaucoup de possibilités de savoir puisque ce lien est déjà établi dans la littérature, quoique les caractéristiques testées de l'IE ne sont que partielles, c'est ce qui nous a poussé à chercher encore plus sur ce sujet.

Dans les travaux de (Corine Cohen, 2007)⁹⁷ : « Intelligence et performance mesurer l'efficacité de l'intelligence économique et stratégique (IES) et son impact sur la performance de l'organisation », elle a proposé un modèle global, pour évaluer la performance de l'IES, en rapprochant deux instruments de

⁹³ . *Nzewi, H-N., Chiekezie, O-M., Anizoba, A-S.*, (2016), " Competitive Intelligence and Performance of Selected Aluminium Manufacturing Firms in Anambra State, Nigeria", International Journal of Business Administration, Vol7,N⁰3. <http://www.sciedupress.com/journal/index.php/ijba/article/view/9402>. visité le 2/12/2018.

⁹⁴ . *Sepahvand, R., Nazarpouri, H-A.,Veisi, M.*,(2016),"The effect of competitive intelligence on organizational performance through orientation (case study: insurance companies sanandaj), International Business Management, Vol10, N⁰7, P1280-1283. <http://docsdrive.com/pdfs/medwelljournals/ibm/2016/1280-1283.pdf>. visité le 2/12/2018.

⁹⁵ . *Tahmasebifard, H.*, (2018), "The role of competitive intelligence and its sub-types on achieving market performance", Cogent Business & Management, Vol5, N⁰1. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2018.1540073> .visité le 2/12/2018.

⁹⁶ . *Elbashir, M-Z., Collier, P-A., Davern, M-J.*, (2008), "Measuring the effects of business intelligence systems: The relationship between business process and organizational performance", International Journal of Accounting Information Systems, Vol 9, N⁰3, P135–153. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1467089508000353>. visité le 3/12/2018.

⁹⁷ . *Cohen, C.*, (2007), "Intelligence et performance mesurer l'efficacité de l'intelligence économique et stratégique (IES) et son impact sur la performance de l'organisation", Vie & sciences de l'entreprise, Vol1, N⁰ 174 - 175, P15-50. <http://www.cairn.info/revue-vie-et-sciences-de-l-entreprise-2007-1-page-15.htm>. Visité le 3/12/2018.

mesure (celui consacré au moyen de l'IES, à destination des responsables IES, et celui consacré aux produits, à l'utilisation et aux résultats de l'IES, en direction des utilisateurs dirigeants) ; Il s'agit là d'un contrôle de gestion essentiellement orienté vers la recherche de compétitivité à partir de la maîtrise de la relation valeur-coût (BSC de Norton et Kaplan)⁹⁸. Ce modèle est adaptable à toutes les entreprises dans les divers secteurs économiques puisqu'il est fondé sur la base d'un tableau de bord intelligence/performance pour piloter l'intelligence économique de l'organisation et plus particulier de l'entreprise à des fins performantes.

Ainsi, il ressort de ces recherches qu'il y a un lien entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise pouvant causer un effet négatif car les mesures et les moyens pour exploiter la bonne information au bon moment génèrent des charges et des coûts mais de plus cette entreprise devienne apprenante en termes de maîtrise perpétuelle des activités d'intelligence économique de plus elle réalise des succès et des performances.

Globalement, dans cette section on a constaté qu'il y a un effet significatif dans le tryptique (intelligence/ performance /compétitivité) où l'intelligence économique se présente comme un processus adapté pour fournir les entreprises en matière d'information, dont ses composantes peuvent créer des avantages concurrentiels et une valeur ajoutée à l'entreprise.

⁹⁸ . Cité par : Saïd, A., Jomaa, H., (2007), "Introduction", Vie & sciences de l'entreprise, Vol1, N^o 174-175, P10-14. <https://www.cairn.info/revue-vie-et-sciences-de-l-entreprise-2007-1-page-10.htm>. Visité le 3/12/2018.

Conclusion Chapitre1 :

La survie et la pérennité de l'entreprise sont liés étroitement avec sa capacité de s'adapter dans son environnement dont-elle opère, désormais celle qui affranchit et prévoit les tendances et les changements qui l'entourent, en cernant bien ses besoins potentiels pour agir, aura cette chance pour assurer sa continuation si seulement si, elle arrive à procéder aux techniques managériales tel que l'intelligence économique.

Ce premier chapitre, nous a permis de concevoir que la notion de l'intelligence économique comme une démarche à la fois offensive, défensive et d'influence, elle est apte à transformer la bonne information qui parvient de l'environnement externe de l'entreprise en valeur ajoutée et/ou un avantage concurrentiel pour conquérir ses principaux concurrents, c'est un processus à caractère stratégique ayant pour ultime objectif de mener à une prise de décision à un moment opportun.

L'intelligence économique se caractérise par un ensemble d'actions coordonnées et synchronisées, mettant en œuvre les moyens humains et matériels pour faciliter la capacité d'absorption informationnelle, en d'autres termes, c'est une approche fondée sur la maîtrise de l'information et la production des connaissances.

Sa relation avec la compétitivité s'inscrit dans la capacité de valoriser une nouvelle information externe en vue de générer, de manière continue, des produits et des services concurrentiels dont plusieurs recherches ont prouvé une forte corrélation entre les attributs de l'information, les mécanismes organisationnels et la gestion du processus informationnel, tandis que son lien avec la performance d'entreprise peut être négatif en cause d'une part des coûts et des charges à supporter par la mise en œuvre des activités d'intelligence économique (collecter la bonne information, la traiter et la protéger de toute menace), d'une autre part, l'interdépendance des déterminants de la performance complique cette liaison. Malgré que certains chercheurs ont préféré inverser le sens de la relation et suggérer que le fait de dégager des bénéfices ouvre la porte d'investir en intelligence économique, et cela confirme plus la relation négative puisqu'elle n'est qu'un coût à supporter primitivement et en force de maîtrise, l'entreprise devient apprenante en matière d'intelligence économique et résulte des bénéfices.

Chapitre 2

Modélisation conceptuelle de la recherche

Plusieurs spécialités en sciences économiques et de gestion ont abordé la thématique de l'intelligence économique ce qui reflète son importance comme un sujet d'actualité préoccupant les pensées des doctorants et les chercheurs, grâce aux nombres importants en matière de thèses et d'articles que ce soit au niveau national ou international, au niveau macroéconomique ou microéconomique, comme il est utile de constater que cette thématique a pu trouver d'autres champs de recherches dans les sciences politiques, juridiques et les sciences d'information et de la communication.

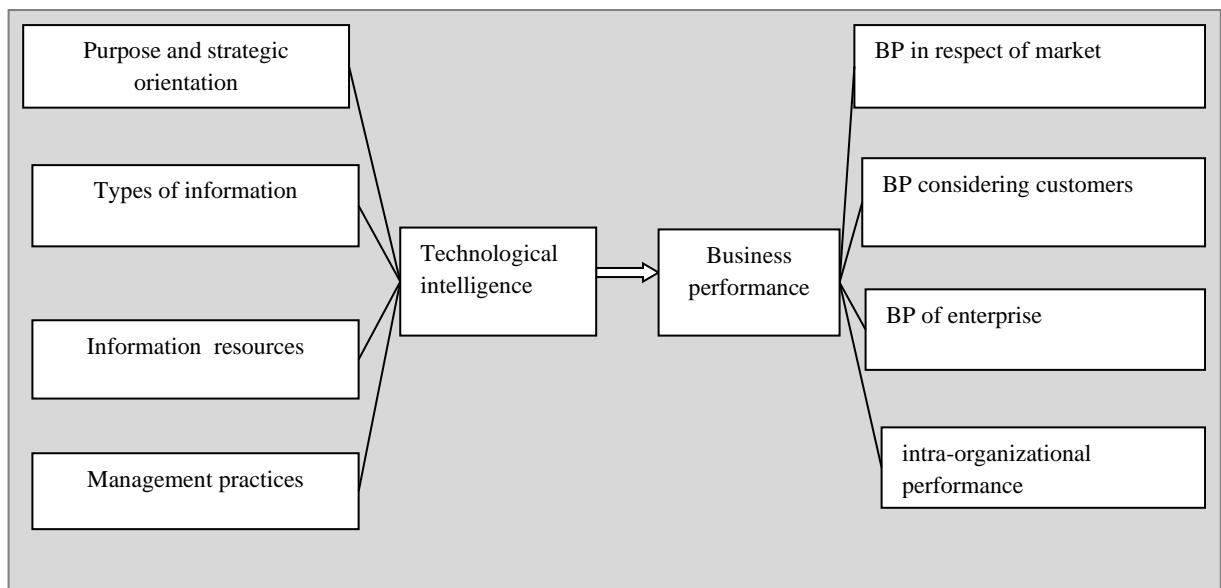
Dans ce contexte nous allons présenter dans ce chapitre plusieurs études préalables en relation avec notre objectif de recherche dans le but de tirer les points de convergence nécessaire pour élaborer le modèle conceptuel de recherche regroupant les trois thématiques intelligence économique, performance et compétitivité, ensuite nous posons les hypothèses qui d'écoulent de ce modèle et finalement nous détaillons les déterminants de chaque variable extraite du modèle conceptuel posé.

1. les études préalables :

Dans cette section, nous allons présenter les études préalables selon une chronologie qui remonte de 2014 jusqu'à 2018, accompagnées par un résumé pour chaque étude, et distinguer par: L'objectif de l'étude, les variables étudiées, les résultats obtenus et les modèles conceptuels proposés

- L'étude de (Hadi, Ebrahimpoor, 2014)⁹⁹, "Investigating the relationship between technology intelligence and business performance", l'objectif de cette recherche est d'examiner l'effet de l'intelligence technologique sur la performance de l'entreprise, les résultats obtenus ont prouvé qu'il existe une relation significative entre l'intelligence technologique et la performance de l'entreprise dans la zone industrielle d'Ardabil en Iran.

Figure N°7 : modèle de recherche de Hadi et Ebrahimpoor :

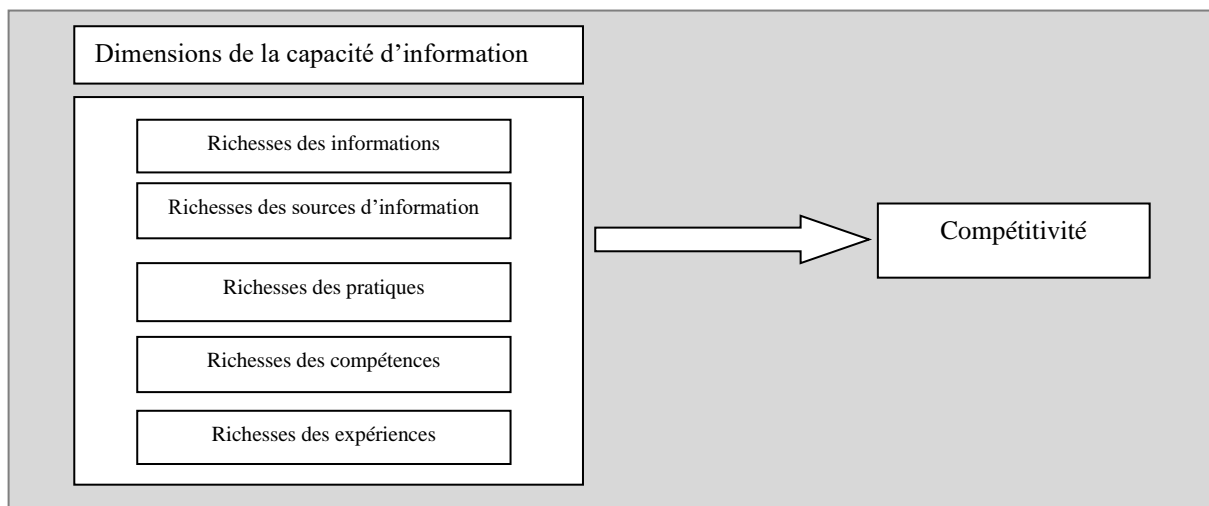


Source: HADI, F., EBRAHIMPOOR, H. (2014). "Investigating the relationship between technology intelligence and business performance", Singaporean Journal of Business Economics & Management Studies VOL2, N°11, P211.

⁹⁹. HADI, F., EBRAHIMPOOR, H., (2014). "Investigating the relationship between technology intelligence and business performance", Singaporean Journal of Business Economics & Management Studies, VOL2, N°11.

- L'étude de (Slama, Ammar, 2014)¹⁰⁰ , " La synergie entre intelligence économique et knowledge management : une nouvelle perspective pour l'amélioration de la capacité d'absorption" a visé l'impact de la capacité d'absorption de l'information sur la compétitivité d'un échantillon composé de 145 entreprises françaises en tenant compte entre la complémentarité de l'intelligence économique et le knowledge management, les résultats obtenus ont montrés que la capacité d'absorption en matière d'information des entreprises testées dépend de la synergie et la complémentarité entre l'intelligence économique et le Knowledge Management a un effet positif sur la compétitivité de ses entreprises.

Figure N°8 : modèle de recherche de Slama et Ammar :



Source : B.SLAMA, B., AMMAR, O., (26-28 mai 2014). "La synergie entre intelligence économique et knowledge management : une nouvelle perspective pour l'amélioration de la capacité d'absorption", XXIII Conférence Internationale de Management Stratégique, Rennes. P15.

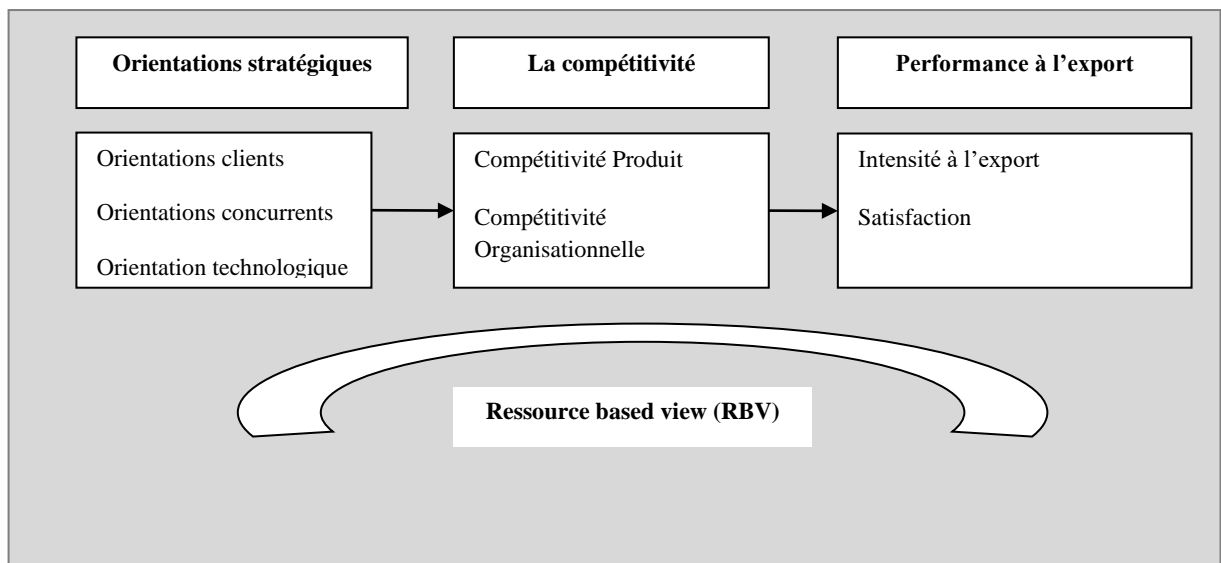
- L'étude de (Elmakrini, 2014)¹⁰¹ , "Les orientations stratégiques et la performance à l'export : le rôle médiateur de la compétitivité", l'objectif de cette recherche est d'analyser le rôle médiateur de la compétitivité dans la relation

¹⁰⁰ .SLAMA, B., AMMAR, O., (26-28 mai 2014). "La synergie entre intelligence économique et knowledge management : une nouvelle perspective pour l'amélioration de la capacité d'absorption", XXIII Conférence Internationale de Management Stratégique, Rennes.

¹⁰¹ . ELMAKRINI, H., (29/30/31 Octobre 2014). " Les orientations stratégiques et la performance à l'export : le rôle médiateur de la compétitivité", 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME, Agadir.

entre orientations stratégiques des dirigeants et la performance à l'export des PME, en se basant sur la théorie des ressources (RBV), une analyse quantitative utilisée sur un échantillon de 134 dirigeants de PME marocaines, les résultats identifient certaines dimensions des orientations stratégiques comme ayant une influence positive et significative sur la compétitivité et la performance à l'export, et confirment l'applicabilité de RBV dans la littérature d'export.

Figure N° 9 : modèle de recherche d'Elmakrini :



Source : ELMAKRINI, H., (29/30/31 Octobre 2014)." Les Orientations Stratégiques et la Performance à l'export : le rôle médiateur de la compétitivité", 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME, P8.

- L'étude de (Ramli, 2014)¹⁰², "étude exploratoire sur la réalité de la veille stratégique dans l'industrie pharmaceutique à Constantine", cette étude a visé à éclairer la réalité de la veille stratégique auprès de 12 entreprises opérantes dans l'industrie pharmaceutique sous ses deux axes, le premier axe selon le type de la veille (technologique, concurrentiel, commercial et social) et le deuxième axe selon les étapes de veille (la collecte, l'analyse et l'utilisation de l'information), le chercheur a utilisé une seule variable celle de la veille stratégique, les résultats

. حمزة رميلي،دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الادوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية،¹⁰² العدد2، 2014.

de l'étude ont débouché sur une conclusion générale que la présence de pratiques de veille stratégique dans ces entreprises a été de niveau faible et bas.

- L'étude de (*Belhocine, 2015*)¹⁰³, "Pratique de la veille technologique dans les PME algériennes" a pour but de faire un état des lieux de la veille technologique auprès de 64 PME appartenant à huit branches d'activités identifiées, les résultats obtenus ont montré que les PME enquêtées ont une prise de conscience et accordent une importance réelle à la veille technologique dont la concurrence serait un facteur déterminant dans cette prise de conscience ce qui traduit que la pratique de veille technologique dans ces entreprises reste lente et peu efficace.

- L'étude de (*Bendiabdelah, Djennas, 2015*)¹⁰⁴, "Veille stratégique et système d'intelligence économique en Algérie : Evaluation et Perspectives", l'objectif de ce travail est d'étudier le concept de l'intelligence économique ses composantes et ses types ainsi que les possibilités de sensibilisation des agents économiques concernés par ce système à prendre conscience de l'importance de l'information dans la prise de décision notamment la maîtrise de l'information stratégique , une étude empirique mené sur 350 entreprises œuvrant dans les différents secteurs d'activités, les résultats de l'enquête ont montré que l'entreprise algérienne utilise l'information dans un contexte restreint pour la prise de décision, autrement dit l'information est utilisée pour la gestion quotidienne de l'entreprise sans aucune relation avec le devenir de l'entreprise.

- L'étude de (*Abderrahim, 2015*)¹⁰⁵, "L'intelligence économique et ses répercussions sur le contrôle de gestion (cas des EPE de la wilaya de TLEMCEM)", cette thèse a visé l'apport de l'intelligence économique en contrôle de gestion en examinant les facteurs internes et externes qui influencent

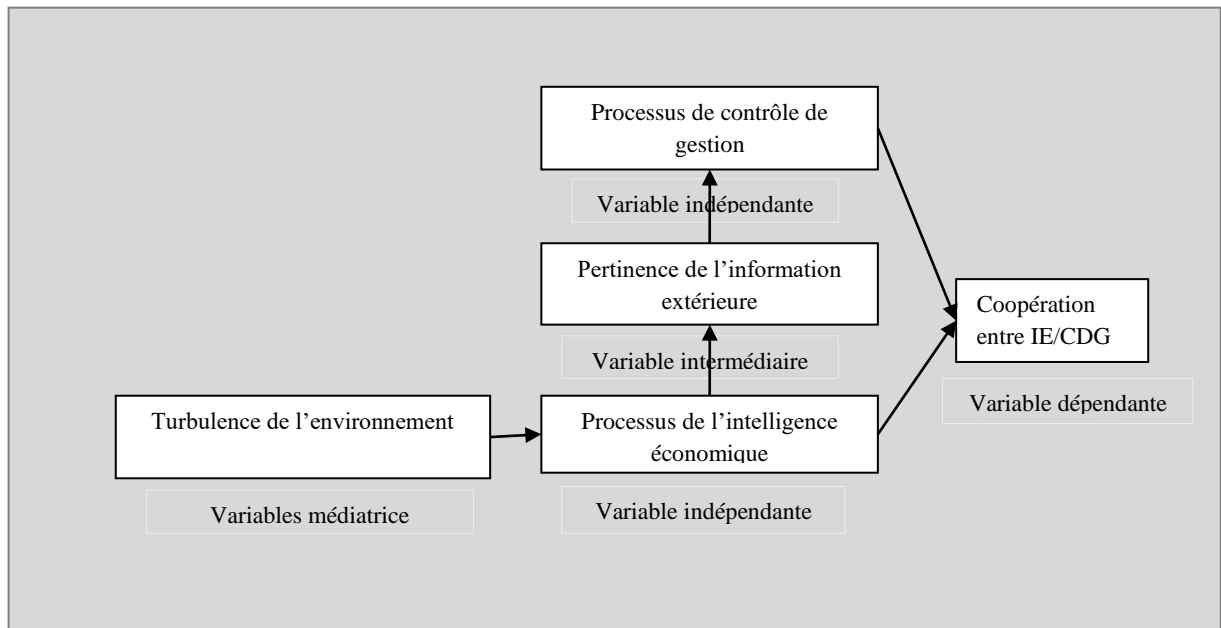
¹⁰³. BELHOCINE, M., (2015). "Pratique de la veille technologique dans les PME algériennes, Pratique de la veille technologique dans les PME Algériennes", volume10, N°19, 2015.

¹⁰⁴. BENDIABDELAH, A., DJENNES, M., (2015). "Veille Stratégique et Système D'intelligence Economique En ALGERIE : Evaluation et Perspectives", les cahiers du Cread N°111.

¹⁰⁵. ABDERRAHIM, N., (2015), "L'intelligence économique et ses répercussions sur le contrôle de gestion (cas des EPE de la wilaya de Tlemcen", Thèse de doctorat en sciences de gestion, spécialité Management des Organisations, université Abou bekr Belkaid, Tlemcen.

cette interaction dans les entreprises publiques économique de la wilaya de Tlemcen, les résultats obtenus ont permis de démontrer que la turbulence de l'environnement et la pertinence des informations de veille jouent un rôle déterminant pour favoriser l'interaction entre l'intelligence économique et le contrôle de gestion.

Figure N° 10 : modèle de recherche d'Abderrahim :



Source : ABDERRAHIM, N., (2015), " l'intelligence économique et ses répercussions sur le contrôle de gestion", Thèse de doctorat en sciences de gestion, spécialité Management des Organisations, université Abou bekr Belkaid, Tlemcen, P195.

- L'étude de (Merabat, 2015)¹⁰⁶, "L'intelligence économique et la valeur compétitive de l'information (étude de cas le secteur textile et d'habillement Algérien) ", l'objectif de cette thèse est d'éclairer la réalité de l'intelligence économique avec ces trois composantes (veille, influence et protection) dans les 44 entreprises algériennes qui opèrent dans le secteur du textile et d'habillement de la willaya d'Oran et de Tlemcen, les résultats obtenus ont montré que les entreprises dans le secteur de textile et d'habillement sont loin de comprendre et d'appliquer les actions de l'intelligence économique.

¹⁰⁶ . MERABAT, S., (2015). "L'intelligence économique et la valeur compétitive de l'information (étude de cas le secteur de textile et d'habillement Algérien)", Thèse de doctorat en sciences économiques, spécialité Gestion, université Abou bekr belkaid, Tlemcen.

• L'étude de (*Fekir, 2015*)¹⁰⁷, " L'impact des politiques de ressource humaine sur le développement de l'intelligence économique dans le secteur public des Télécommunication en Algérie (étude de cas Algérie Télécom)", l'objectif de cette étude est une tentative de démontrer la nécessité d'instituer une adéquation vertueuse entre la fonction de l'intelligence économique et celle des ressources humaine dans le cadre d'une stratégie dans un environnement concurrentiel, un échantillon composé de 100 personnel interrogés appartient à une unité de Télécommunication implantée dans le territoire d'Alger, les résultats obtenus ont démontré qu'il existe une relation de causalité entre les deux variables testées, ce qui implique que le modèle globale de la recherche a pu relier l'efficacité de l'intelligence économique à l'efficacité du système des ressources humaines, et plus le système des ressources humaines est efficace plus l'activité de l'intelligence économique est efficace, comme il a confirmé l'effet exercé par les facteurs démographiques sur la relation entre les deux variables testées dans le secteur de la communication.

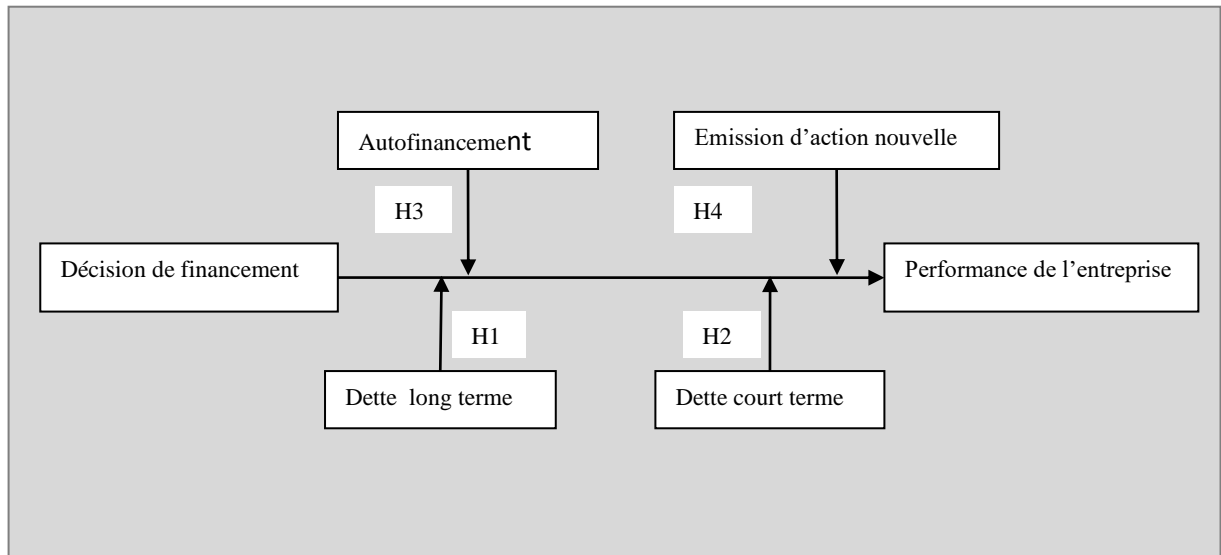
• L'étude de (*Lahmini, Ibenrissoul, 2015*)¹⁰⁸, " Impact de la décision de financement sur la performance de l'entreprise marocaine: Cas des sociétés cotées des secteurs Immobilier et Matériaux de Construction ", l'objectif de cette étude est d'examiner les effets de la structure financière sur la performance de l'entreprises marocaine opérant dans le secteur immobilier dans l'optique de la théorie de financement hiérarchique. Les chercheurs divulguent que le choix d'un mode de financement qu'il soit interne ou externe, dettes ou fonds propres, à long ou court terme est susceptible d'avoir des effets différents sur la performance financière. En effet, les résultats obtenus ont montré que la dette à long terme a un effet négatif sur la performance et la dette à court terme et

¹⁰⁷ .FEKIR, S., (Mai 2015). "L'impact des politiques de ressource humaine sur le développement de l'intelligence économique dans le secteur public des Télécommunication en Algérie (étude de cas Algérie Télécom)", Thèse de doctorat en sciences commerciales, Ecole des Hautes Commerciale d'Alger " EHCA", Alger.

¹⁰⁸ .LAHMINI, H., IBENRISSOUL, A., (Juin 2015). "Impact de la décision de financement sur la performance de l'entreprise Marocaine: Cas des Sociétés cotées des secteurs immobiliers et matériaux de construction", Communication présentée lors du 4^{ème} colloque et séminaire doctoral international sur les méthodes de recherche, Université Jean Moulin Lyon3- France.

l'autofinancement à contrario ont une influence positive et le financement par émission d'actions nouvelles ne semble pas avoir d'impact sur la performance quel que soit la mesure de performance retenue.

Figure N°11 : modèle de recherche de Lahmini, Ibenrissoul :



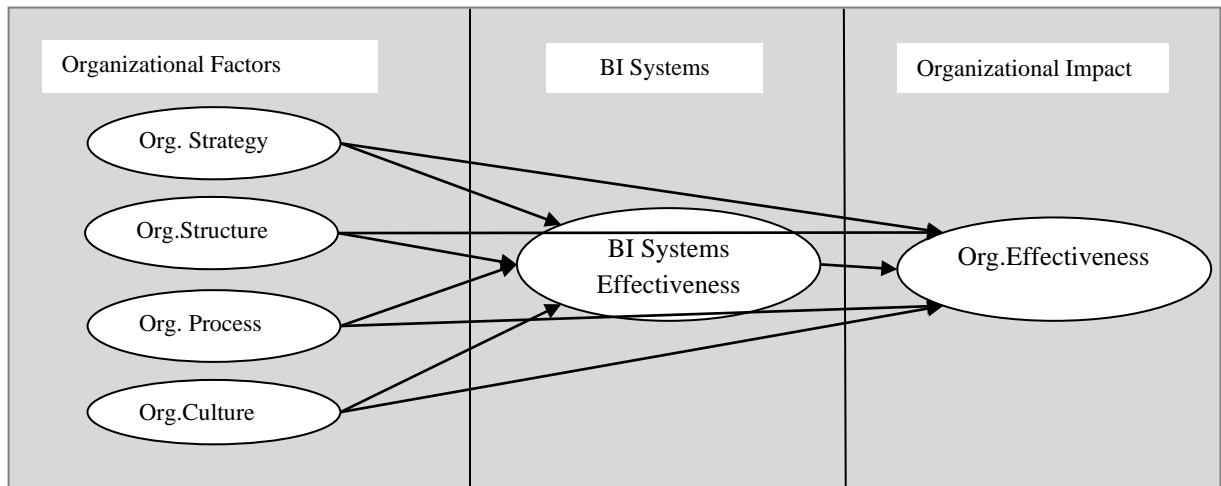
Source: LAHMINI, H., IBENRISSOUL, A., (Juin 2015). "Impact de la décision de financement sur la performance de l'entreprise marocaine: Cas des sociétés cotées des secteurs Immobilier et Matériaux de Construction", Communication présentée lors du 4^{ième} colloque et séminaire doctoral international sur les méthodes de recherche, Université Jean Moulin Lyon3- France, P8.

- L'étude de (Arefin, Hoque & Bao, 2015)¹⁰⁹, "The Impact of business Intelligence on Organization's Effectiveness; An Empirical Study", le but de cette étude était d'identifier l'influence de la stratégie organisationnelle, la structure, le processus et la culture sur l'efficacité organisationnelle et le rôle du médiateur possible des systèmes de business intelligence (BI) parmi eux, les données ont été recueillies auprès d'un échantillon composé de 225 unités organisationnelles au Bangladesh, les résultats ont révélé que les facteurs organisationnels, tels que la stratégie organisationnelle, la structure, le processus

¹⁰⁹. AREFIN, S., HOQUE, R., BAO, Y., (2015). "The Impact of business Intelligence on Organization's Effectiveness; An Empirical Study", Journal of Systems and Information Technology, Vol.17, N°3, pp.1-32. <http://dx.doi.org/10.1108/JSIT-09-2014-0067>.

et la culture influent positivement sur l'efficacité organisationnelle des systèmes de (BI). De plus, l'effet du médiateur sur cette relation n'est que partiel.

Figure N° 12 : modèle de recherche d'Arefin & al :



Source: Arefin. A., al, (2015). "The Impact of business Intelligence on Organization's Effectiveness; An Empirical Study", Journal of Systems and Information Technology, Vol.17, N°3, P3.

- L'étude de (Maghmouli, 2016)¹¹⁰, " le rôle de l'intelligence économique dans l'accroissement de la compétitivité internationale des entreprises économiques Algériennes (étude de cas Fertial-Annaba)", cette étude a pour but de jeter la lumière sur les principes de l'intelligence économique et de tester son impact sur la compétitivité internationale de l'entreprise Fertial-Annaba, les résultats ont montrés une forte corrélation entre la compétitivité internationale de l'entreprise Fertial et les items de l'intelligence économique (veille stratégique, protection du patrimoine immatériel, activité d'influence et de lobbying).

- L'étude de (Day, 2016)¹¹¹, " L'intelligence économique au service de la compétitivité territoriales (étude de cas l'industrie biopharmaceutique en Algérie)", l'objectif de cette étude vise à connaître le rôle crucial des outils d'intelligence économique dans la réalisation d'un avantage concurrentiel des

¹¹⁰ MAGHMOULI, N., (2016). "Le rôle de l'intelligence économique dans l'accroissement de la compétitivité internationale des entreprises économiques algériennes (étude de cas Fertial-Annaba)", thèse de doctorat en sciences commerciales, spécialité commerce international, université Mohamed Khider Biskra.

¹¹¹ .DAY, W., (2016). "L'intelligence économique au service de la compétitivité territoriales (étude de cas l'industrie biopharmaceutique en Algérie)", thèse de doctorat en sciences de Gestion, spécialité Gestion des entreprises, université de BATNA1.

territoires en le transformant aux unités spatiales s'approprient les bons facteurs compétitifs et attractifs des différentes activités économiques et humaines, à travers le développement et la mise en réseau des acteurs territoriaux, la gouvernance et la valorisation des ressources territoriales, ces efforts sont destinés à construire une personnalité territoriale initiative-entrepreneuriale à l'instar d'entreprise économique, et non seulement des institutions administratives abstraites, les résultats de l'étude a révélée en comparaison avec le SNTA 2030, qu'il existe une concentration économique intense constitue un nœud d'un système territorial d'innovation pour l'industrie biopharmaceutique au sein du territoire d'Alger, signé par le coefficient de localisation industrielle avec la détection d'une masse critique des déterminants compétitifs territoriaux adéquats à la fondation et la croissance du cluster biopharmaceutique d'ici 2020, chapeauté par une intervention intelligente des autorités publiques et territoriales pour renforcer la compétitivité du territoire.

- L'étude de (*Preet Kaur & al, 2016*)¹¹², "Impact of competitiveness on business performance: a case study of manufacturing SMEs in Northern India", l'objectif de cet article est de démontrer l'impact de la compétitivité sur la performance des PME opérantes dans le secteur de fabrication d'automobile, l'ingénierie légère (composants et équipements mécaniques) et à la fabrication de machines-outils dans les différentes régions du nord de l'Inde, un échantillon composé de 301 cadres et dirigeants ont été interrogés, les résultats obtenus ont justifié cet impact où la qualité du produit a un effet très élevé sur la performance de ses entreprises par rapport au prix, la gamme de produit et la livraison.

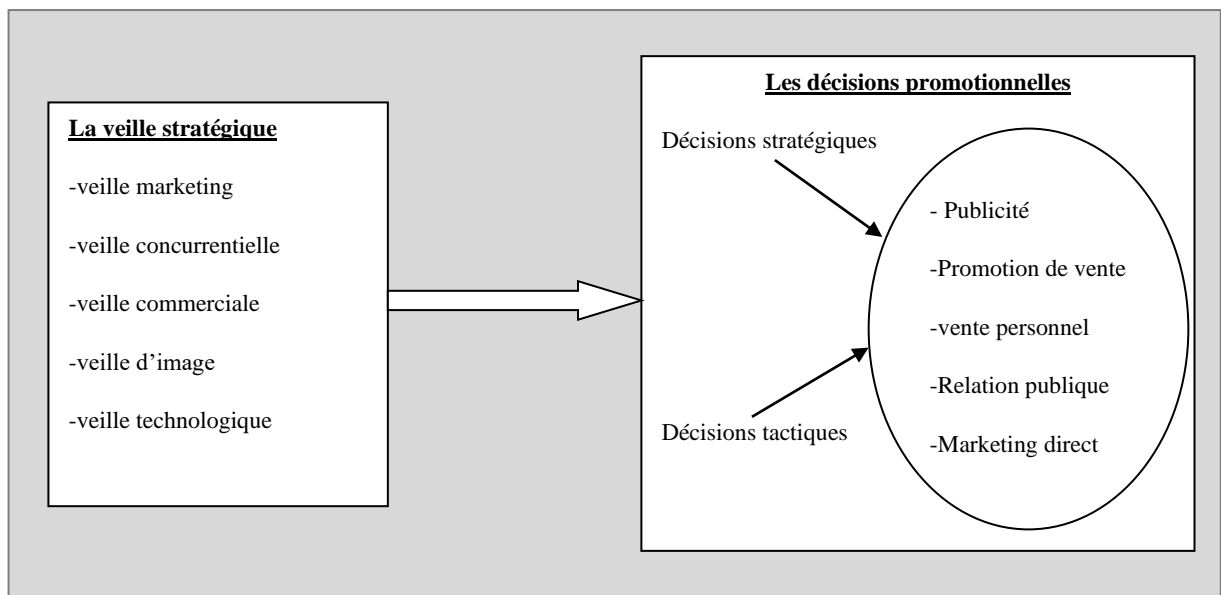
- L'étude de (*Wegenouni, 2016*)¹¹³, "La veille stratégique et son importance dans la prise de décision promotionnelle, étude sur terrain d'un échantillon

¹¹² .PREET KAUR, S., KUMAR, J., KUMAR, R., (2016), Impact of competitiveness on business performance: a case study of manufacturing SMEs in Northern India, Int. J. Indian culture and Business Management, Vol.13, N° 2, India. <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJICBM.2016.078039>.

¹¹³ .باية وقنوني، اليقظة الإستراتيجية وأهميتها في اتخاذ القرار الترويجي (دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة تسويقية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2016.

d'entreprises économiques algériennes ", cette étude a visé de dévoiler l'importance que joue la veille stratégique dans la prise de décision promotionnelle, 50 entreprises économiques opérante dans les wilayat d'Alger, Boumerdes et Bouira ont été interrogées, les résultats obtenus ont démontré que la veille stratégique a une importance significative sur la prise de décision promotionnelle.

Figure N°13 : modèle de la recherche de WAGENOUNI :



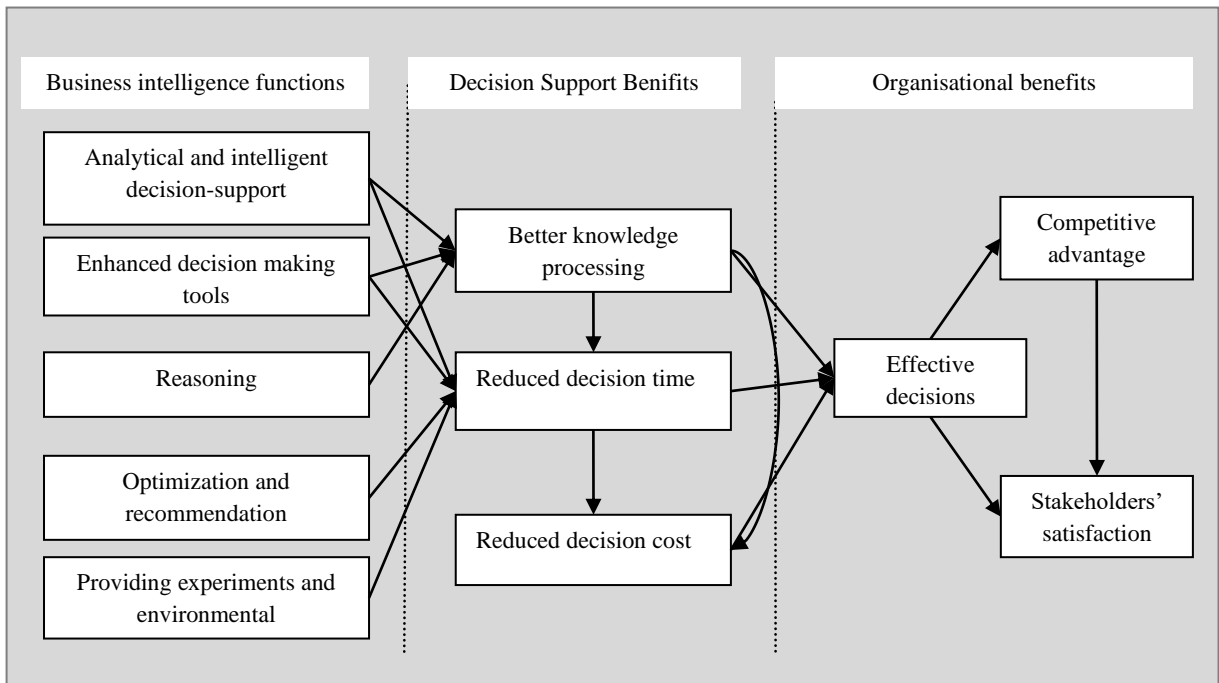
Source : WAGENOUNI, B., (2016)." La veille stratégique et son importance dans la prise de décision promotionnelle", P225.

• L'étude de (Rouhani & al, 2016)¹¹⁴, " The impact model of business intelligence on decision support and organizational benefits ", le but de cet article est d'étudier la relation entre les fonctions de Business intelligence (Bi), les avantages du support décisionnel(SD) et les avantages organisationnels dans le contexte de l'environnement décisionnel dans un échantillon composé de 228 entreprises de différentes industries situées dans les pays du Moyen-Orient, les résultats obtenus confirment l'existence d'une relation significative entre les

¹¹⁴ . ROUHANI, S., ASHRAFI, A., RAVASAN, A., & AFSHARI, S., (2016)." The impact model of business intelligence on decision support and organizational benefits", Journal of Enterprise Information Management, Vol.29, N°1, PP.19-50. <http://dx.doi.org/10.1108/JEIM-12-2014-0126>.

fonctions de Business Intelligence, les avantages de support décisionnel et les avantages organisationnels.

Figure N°14 : modèle de la recherche de Rouhani & al :



Source: .Rouhani, S., Ashrafi, A., Ravasan, A., & Afshari,S. (2016)," The impact model of business intelligence on decision support and organizational benefits, Journal of Enterprise Information Management, Vol.29,N°1, P26.

• L'étude de (Oumaya, Gharbi, 2016)¹¹⁵, "la capacité d'absorption d'entreprise : conceptualisation et mesure", cette étude a pour objet d'étudier le concept de la capacité d'absorption de l'entreprise, d'analyser ses différentes dimensions et de proposer une opérationnalisation de ce concept, en considérant les différents niveaux d'apprentissages individuel et collectif dans l'entreprise vis-à-vis une nouvelle connaissance externe, une opérationnalisation de la capacité d'absorption est alors proposée et validée par un test sur un échantillon composé de 92 entreprises tunisiennes innovantes opérantes dans les industries mécaniques, métallurgiques, électriques, électroniques et chimiques supposées être fortement intensives en activité de recherche et d'innovation, les résultats obtenus ont permis de confirmer la multi-dimensionnalité de la capacité d'absorption et de montrer ces dimensions considérées sont réellement distinctes et il importe donc de les considérer en tant que telles dans les recherches futures.

¹¹⁵. OUMAYA, S., GHARBI, L., (30 Mai- 1^{er} Juin 2016). "La capacité d'absorption de l'entreprise : Conceptualisation et mesure", XXVe Conférence Internationale de Management Stratégique, Hammamet, Tunis.

• L'étude de (Benyelles, 2017)¹¹⁶, "Le rôle de l'intelligence économique dans la compétitivité des PME-PMI (cas de la wilaya de TLEMCCEN)", l'intérêt de cette recherche est de cerner l'importance de l'intelligence économique dans les PME en décryptant toutes les données collectées par l'entreprise pour apporter des réponses décisives aux managers, les résultats obtenus ont indiqué que l'impact entre les variables étudiées ont été positif et direct, ce qui prouve l'objectif de l'étude que l'intelligence économique est une pratique managériale qui existe au niveau des PME étudiées mais d'une façon implicite et non formalisée.

• L'étude de (Salaouatchi & al, 2017)¹¹⁷, "Pratiques de l'intelligence économique et compétitivité des entreprises: Le cas des PMI de la wilaya de Sétif", le but de cet article est d'analyser le lien entre les pratiques de l'intelligence économique et la compétitivité d'un échantillon composé de 150 entreprises industrielles à Sétif, les résultats ont montrées un lien positif entre la sécurité d'information et la compétitivité par ces industries tandis que la veille stratégique a une faible appropriation et l'influence reste presque inexistante pour face à la concurrence ce qui reflète un besoin énorme en terme d'intelligence économique dans ces entreprises étudiées.

• L'étude de (Badaoui, Chettih, 2017)¹¹⁸, La modélisation par des équations structurelles et leurs applications en Management (le rôle de l'intelligence économique dans le management stratégique des PME), cet article s'attache essentiellement à expliciter l'utilité et l'intérêt portés aux modèles des équations structurelles en science de gestion et plus particulièrement en management stratégique, un échantillon sélectionné de 133 PME Algériennes répartis équitablement entre trois régions du pays (centre, est et ouest), les résultats

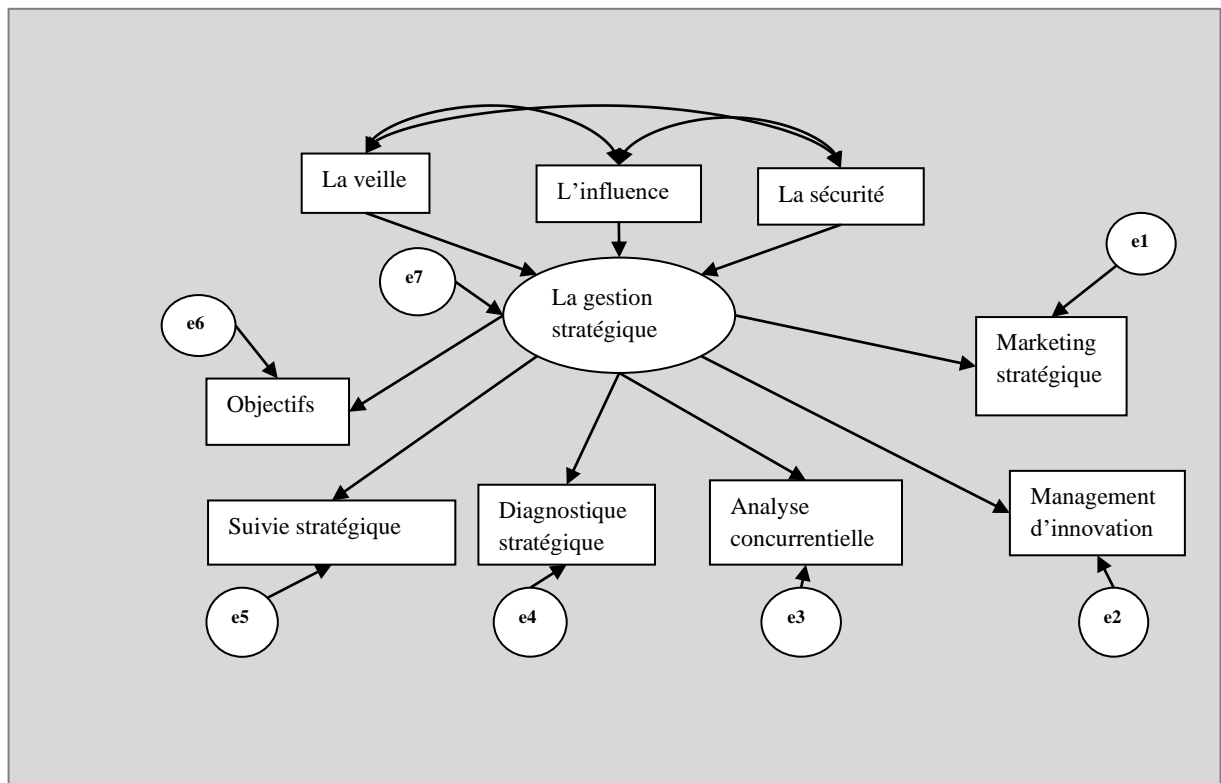
¹¹⁶ .BENYELLES, K., (2017). "Le rôle de l'intelligence économique dans la compétitivité des PME/PMI (cas wilaya de TLEMCCEN)", Thèse de doctorat en sciences économiques, option Gestion, université Abou Bekr belkaid, Tlemcen.

¹¹⁷ . SALAOUATCHI, H.S., BEKIOUA, F., SEBAA, S., (2017). "Pratiques de l'intelligence économique et compétitivité des entreprises: Le cas des PMI de la wilaya de Sétif", Revue d'économie et de statistique appliquée, Vol14, N°1.

¹¹⁸ . BADAOU, M., CHETTIH, A., (Janvier- Juin 2017). " La modélisation par des équations structurelles et leurs applications en Management (le rôle de l'intelligence économique dans le management stratégique des PME)", Revue Marocaine de RECHERCHE EN MANAGEMENT ET MARKETING, Vol 1, N°16.Maroc.

obtenus ont démontré que l'application des équations structurelles ont permis de vérifier l'existence du rôle de l'intelligence économique par ses fonctions et composantes à savoir : la veille, l'influence et la sécurité informationnelle dans le domaine stratégique des PME.

Figure N°15 : modèle de recherche de M.BADAOU, A.CHETTIH :



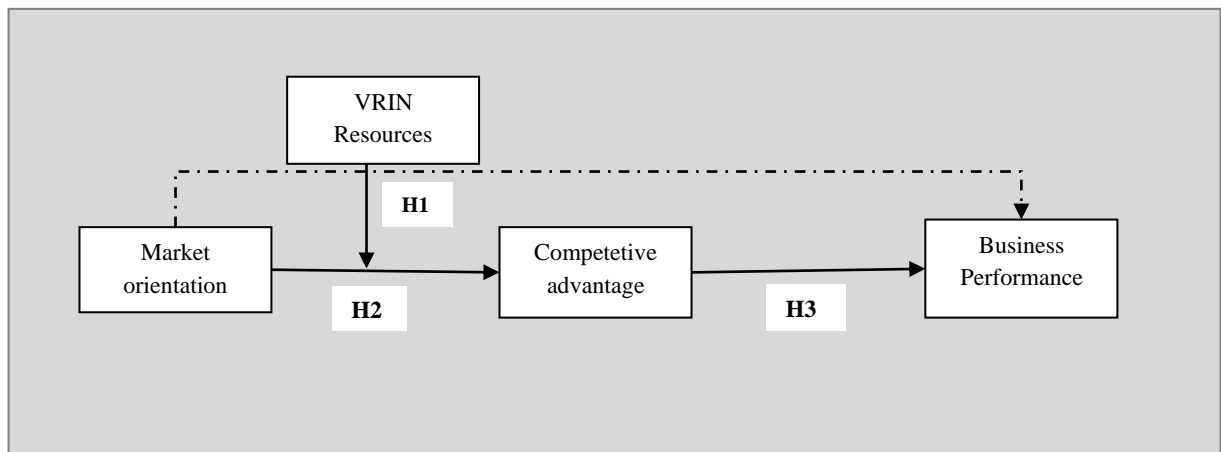
Source: BADAOU, M., CHETTIH, A., (Janvier- Juin 2017). "La modélisation par des équations structurelles et leurs applications en Management (le rôle de l'intelligence économique dans le management stratégique des PME)", Revue Marocaine de RECHERCHE EN MANAGEMENT ET MARKETING, Vol 1, N°16. Maroc. P151.

• L'étude de (Talaja & al, 2017)¹¹⁹, "Market orientation, competitive advantage and business performance: exploring the indirect effects", dans cet article les chercheurs ont étudié les relations indirectes entre l'orientation du marché, les ressources stratégiques organisationnelles et la performance d'entreprise dans un échantillon composé de 256 entreprises de grande et moyenne taille en Croatie, les résultats obtenus ont indiqué que les influences de l'orientation marché

¹¹⁹.TALAJA, A., MIOČEVIĆ, D., ALFIREVIĆ, N., PAVIČIĆ, J., (2017)."Market orientation, competitive advantage and business performance: exploring the indirect effects", Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, Vol.26 N°4, Croatia, Prosinac. <https://doi.org/10.5559/di.26.4.07>.

contribuent à améliorer les niveaux les plus hauts des ressources de VRIN (de Valeur, Rare, Inimitable et Non-substituables). De plus, l'avantage concurrentiel a joué un rôle de médiateur entre l'orientation du marché et la performance d'entreprise.

Figure N° 16: modèle de la recherche de TALAJA & Al :

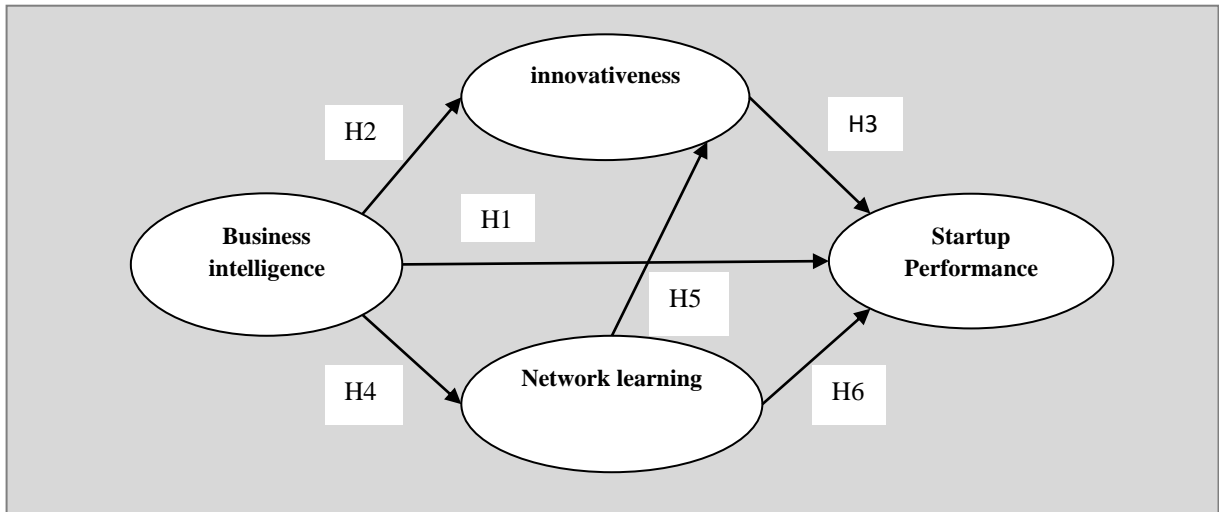


Source: Talaja, A., al, (2017), "Market orientation, competitive advantage and business performance: exploring the indirect effects", Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, Vol.26 N°4, Croatia, Prosinac. P587.

- L'étude de (Caseiro, Coelho, 2017)¹²⁰, "The influence of Business Intelligence capacity network learning and innovativeness on startups performance", l'objectif de cette recherche est une proposition d'un modèle qui démontre l'effet direct et indirect de business intelligence sur la performance à travers l'apprentissage réseau et l'innovation, une étude basée sur un échantillon composé de 228 startups de différents pays européens, les résultats obtenus ont indiqué l'effet positif entre les variables étudiées où les caractéristiques de l'intelligence économique (l'exhaustivité intra-industrielle, l'analyse industrielle, les formalités et l'utilité perçue) ont un effet sur l'innovation , l'apprentissage réseau et la performance de ces startups.

¹²⁰.CASEIRO, N., COELHO, A., (2017). "The influence of Business Intelligence capacity network learning and innovativeness on startups performance", Journal of Innovation & Knowledge, Published by Elsevier, España. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.009>.

Figure N° 17: modèle de la recherche de CASEIRO & COELHO :

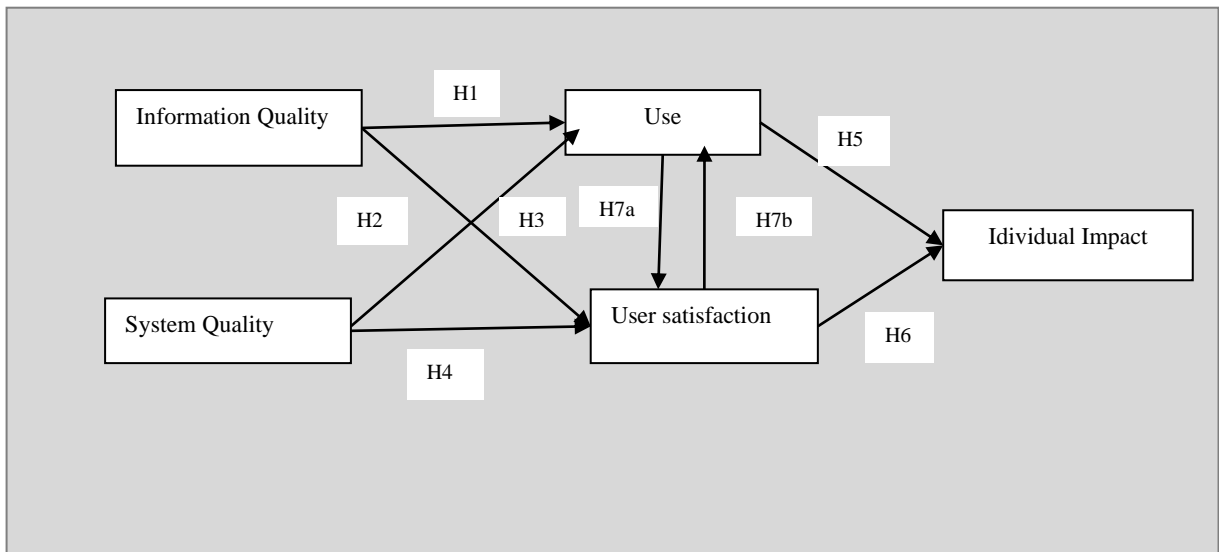


Source: CASEIRO, N., COELHO, A., (2017). "The influence of Business Intelligence capacity network learning and innovativeness on startups performance", Journal of Innovation & Knowledge, Published by Elsevier, España.P4.

• L'étude de (Gaardboea & al, 2017)¹²¹, "Business Intelligence Success applied to Healthcare Information Systems", dans cet article, le modèle succès du système d'information de Delone et Mclean a été testé empiriquement sur un système de Business Intelligence appliqué aux systèmes d'information de santé dans 12 hôpitaux publics au Danemark, le but de l'étude est d'examiner quels facteurs contribuent au succès de Business intelligence, 746 employés dans les hôpitaux qui avaient droits d'accès au système de business intelligence ont répondu aux questionnaires, les huit relations dans le modèle ont été testées dont quatre sont positives et significatives, il s'agit de l'effet de la qualité d'information sur la satisfaction de l'utilisateur, ensuite l'effet de la qualité du système d'information sur l'utilisateur et la satisfaction d'utilisateur et finalement de l'effet de satisfaction d'utilisateur sur l'impact individuel.

¹²¹ .GAARDBOEA, R., NYVANGA, T., SANDALGAARDB, N., (2017). "Business Intelligence Success applied to Healthcare Information Systems", Procedia Computer Science 121,483–490, Published by Elsevier, España.

Figure N° 18: modèle de la recherche de Gaardboea & al :

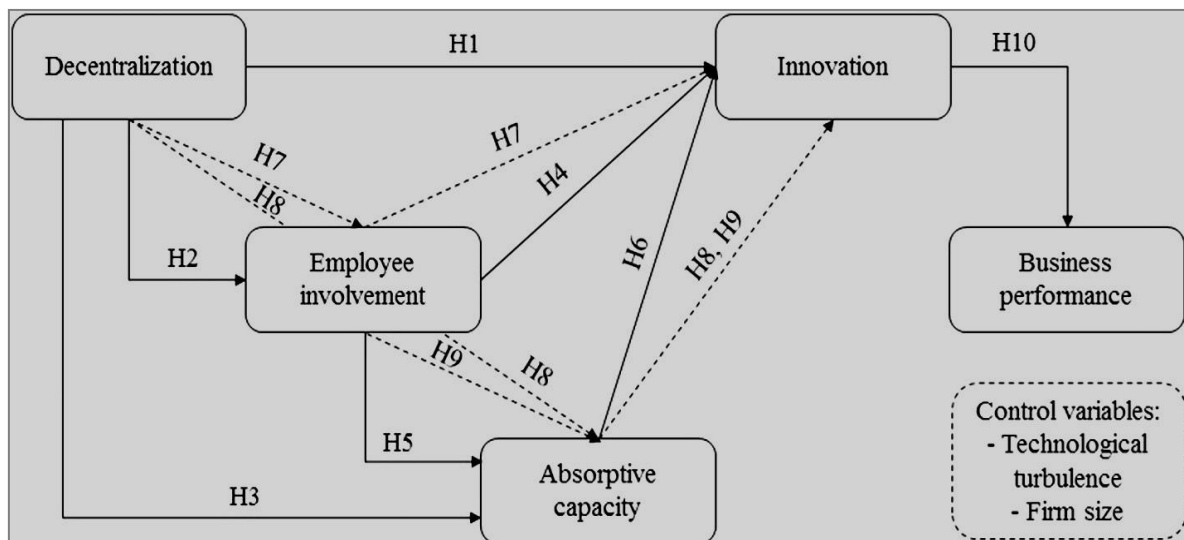


Source: Gaardboea, R., & al, (2017). " Business Intelligence Success applied to Healthcare Information Systems", *Procedia Computer Science* 121, P 485.

• L'étude de (Rangus, Slavec, 2017)¹²², " The interplay of decentralization, employee involvement and absorptive capacity on firms' innovation and business performance", le but de cette recherche est d'examiner comment la décentralisation, la capacité d'absorption et la participation des employés influent sur l'innovation de la firme, qui à son tour affecte la performance des entreprises, un modèle proposé a été testé sur un échantillon important de 421 entreprises manufacturières et de service en Slovénie, les résultats obtenus ont montré que la décentralisation est positivement liée à la participation des employés, à la capacité d'absorption et à la performance de l'entreprise en matière d'innovation, de plus, l'implication des employés et la capacité d'absorption ont joué le rôle de médiateur dans la relation entre la décentralisation et la performance d'entreprise en matière d'innovation.

¹²² . RANGUS, K., SLAVEC, A., (2017). "The interplay of decentralization, employee involvement and absorptive capacity on firms' innovation and business performance", *Technological Forecasting & Social Change*, TFS-18810; No of Pages 9, published by Elsevier, España. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2016.12.017>.

Figure N°19 : modèle de la recherche de Rangus, Slavec :

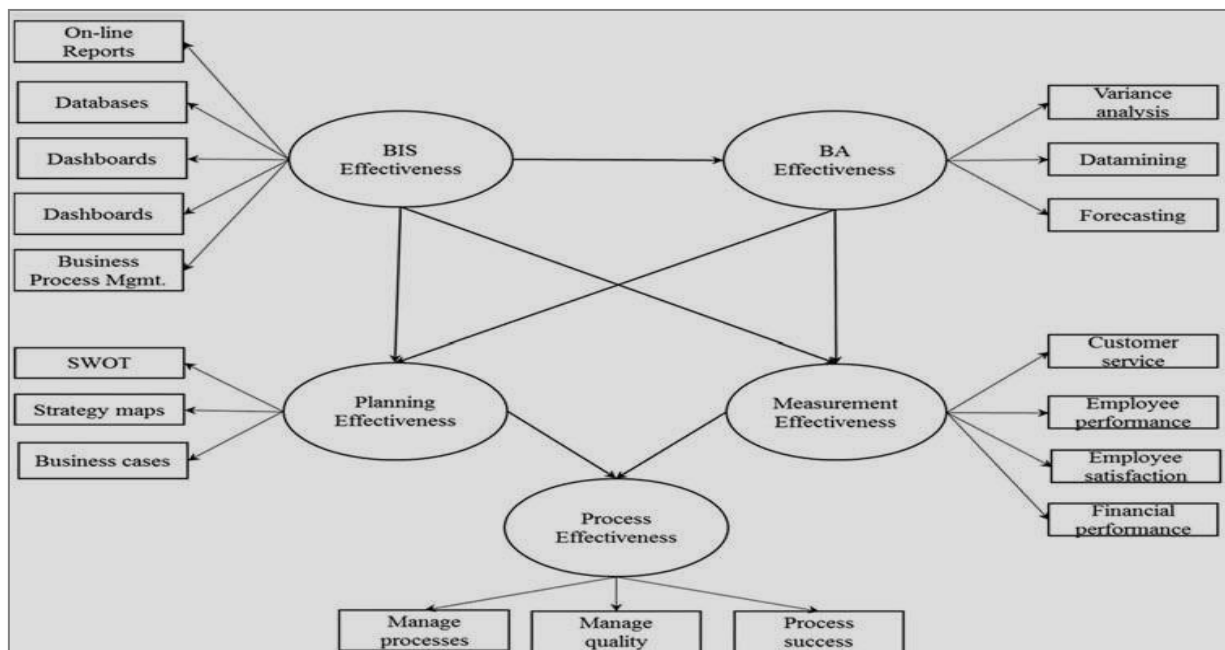


Source: Rangus, K., Slavec, A., (2017). "The interplay of decentralization, employee involvement and absorptive capacity on firms' innovation and business performance", *Technological Forecasting & Social Change*, P3.

• L'étude de (Richards & al, 2017)¹²³, "Business Intelligence Effectiveness and Corporate Performance Management: An Empirical Analysis", le but de cet article est de combler la lacune en matière des études qui existe entre Business intelligence(BI) , Business analyse(BA) et la gestion de performance d'entreprise (CPM), en modélisant un cadre CPM basé sur le modèle intégratif de la valeur métier informatique et sur la théorie du traitement de l'information , Les données ont été recueillies à partir d'une enquête mondiale auprès des cadres supérieurs de 337 entreprises, les résultats obtenus ont montré que la mise en œuvre de la BI est efficace plus les pratiques de planification et d'analyse associées à la CPM sont efficaces, l'efficacité de BI est fortement liée à BA, à la planification et à la mesure. Les auteurs ont suggéré que bien que BI et BA contribuent aux pratiques de gestion d'entreprise, les besoins d'information sont différents en fonction du niveau d'incertitude par rapport à l'ambiguïté caractéristique de la pratique de gestion.

¹²³. RICHARDS, G., YEOH, W., LOONG CHONG, A.Y., POPOVIĆ, A., (2017). "Business Intelligence Effectiveness and Corporate Performance Management: An Empirical Analysis", *Journal of Computer Information Systems*. <http://dx.doi.org/10.1080/08874417.2017.1334244>.

Figure N° 20 : modèle de la recherche de Richards & al :

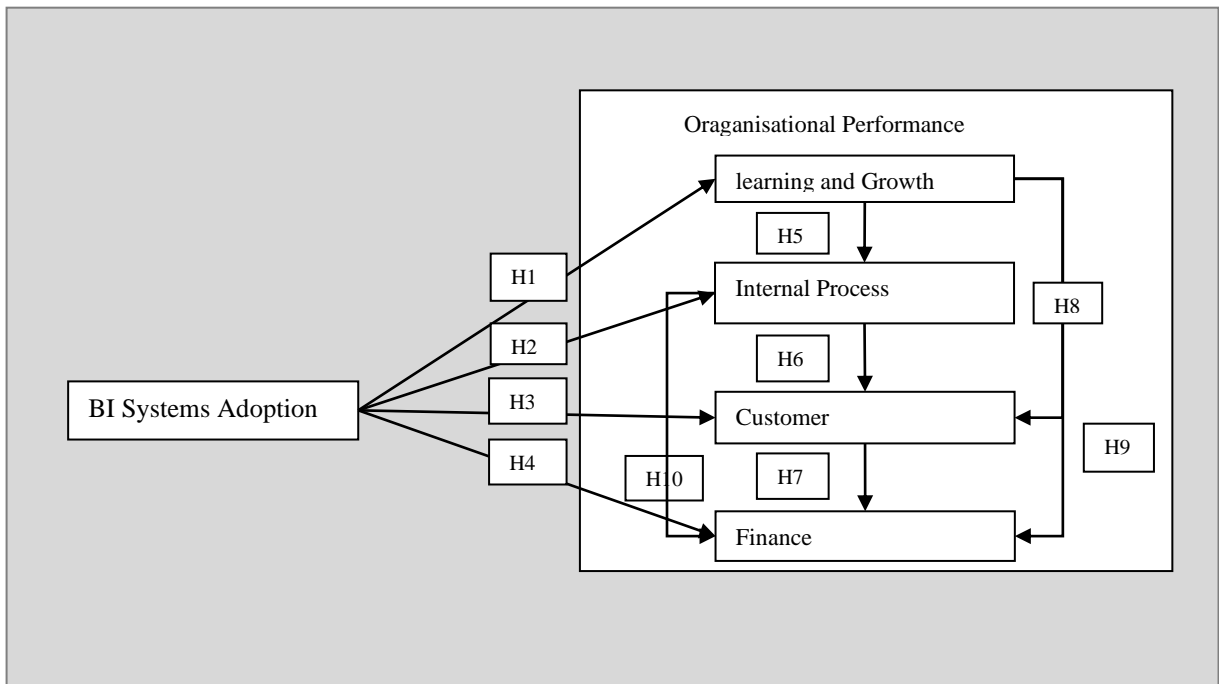


Source: Richards, G., Yeoh, W., Loong Chong, A.Y., & A. Popovič, A., (2017). " Business Intelligence Effectiveness and Corporate Performance Management: An Empirical Analysis", Journal of Computer Information Systems, P4.

- L'étude de (Owusu, 2017)¹²⁴, "Business intelligence systems and bank performance in Ghana : The balance scorecard approach", l'objectif principal de cette étude est d'évaluer empiriquement les impacts de l'adoption des systèmes de Business Intelligence(BI) sur la performance organisationnelle des banques, un modèle conceptuel a été développé en utilisant le tableau de bord équilibré, les données ont été recueillies auprès de 130 cadres travaillant dans les banques universelles au Ghana, les résultats obtenus ont indiqué que le business intelligence système a en effet un effet significatif et positif sur l'apprentissage et la croissance, le processus interne et la performance des clients; Toutefois, les résultats ont prouvé que l'adoption des systèmes BI ne conduit pas directement aux performances financières des banques, mais plutôt aux effets indirects de l'apprentissage et la croissance des processus internes et des performances des clients confirmant ainsi le principe de base du tableau de bord prospectif.

¹²⁴ . OWUSU, A., (2017)," Business intelligence systems and bank performance in Ghana: The balance scorecard approach", Cogent Business & Management, 4:1364056, 2017. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1364056>.

Figure N° 21 : modèle de la recherche d'Owusu :

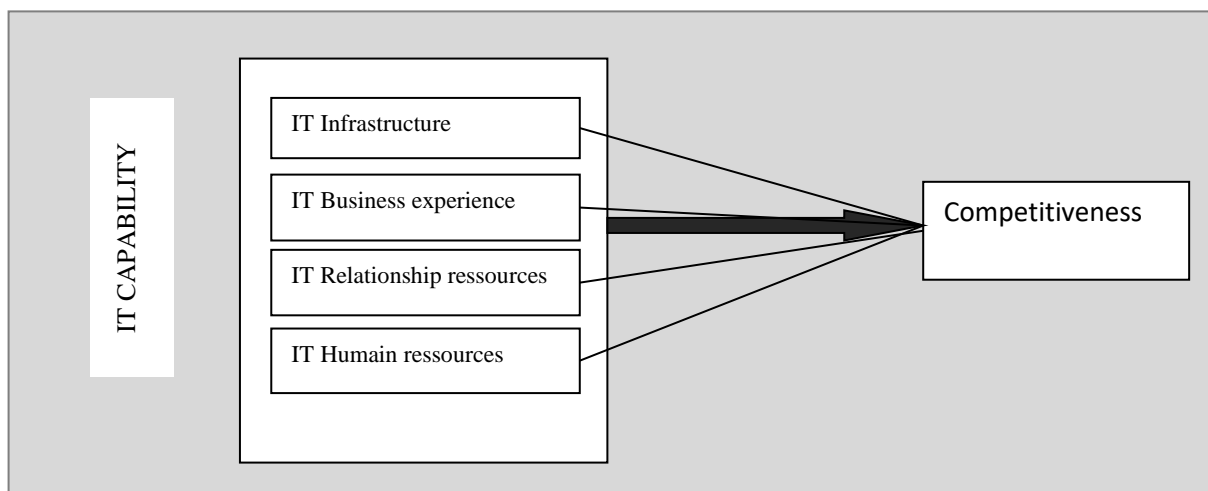


Source: Owusu, A., (2017). Business intelligence systems and bank performance in Ghana: The balance scorecard approach, *Cogent Business & Management*, 4:1364056, P5.

• L'étude de (Bakan & Sekkli, 2017)¹²⁵, "Types of information Technology Capability and Their Impacts on Competitiveness", ce document vise à examiner les impacts de la capacité informatique et de ses quatre sous-dimensions sur la compétitivité des entreprises dans le secteur de la logistique, il s'agit de l'infrastructure informatique, l'expérience métier informatique, ressources relationnelles informatiques et humaines informatiques, un échantillon composé de 428 des gestionnaires des entreprises de services logistiques de l'industrie nationale dans 9 villes de Turquie, les résultats des analyses statistiques ont montré que la capacité informatique d'une entreprise et ses sous-dimensions ont des effets positifs sur la compétitivité.

¹²⁵ . BAKAN, I., SEKKILI, Z.H., (2017). "Types of information technology capability and their impacts on competitiveness". *Research Journal of Business and Management (RJBM)*, V.4, Iss.2, p.201-210. <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2017.477>.

Figure N° 22: modèle de la recherche de Bakan & Sekkli :



Source: Bakan, I. & Sekkeli, Z-H., (2017). "Types of information technology capability and their impacts on competitiveness". Research Journal of Business and Management (RJBM), V.4, Iss.2, P215.

• L'étude de (Kiani Mavi, Standing, 2018)¹²⁶, "Cause and effect analysis of business intelligence (BI) benefits with fuzzy DEMATEL", De nombreuse entreprises ont adopté les technologies de Business intelligence et elles ont obtenue une valeur significative de son application, contribuant ainsi à une productivité et à une compétitivité organisationnelles accrues, le but de cet article est d'identifier la cause et la relation d'effet pour bénéficier de Business Intelligence, une technique floue de prise de décision de laboratoire d'évaluation (DEMATEL) est appliquée pour diagnostiquer les interrelations entre les bénéfices Business intelligence, dix expert professionnels ont participé à cette recherche pour faire en sortir dix huit avantages de business intelligence réparti en quatre dimensions celles des avantages organisationnels, relation fournisseur/ partenaire, l'efficacité des processus interne et les avantages du services clients, respectivement, les résultats obtenu ont montré que l'amélioration de la coordination avec les partenaires/ les fournisseurs et l'augmentation des revenus

¹²⁶ . KIANI MAVI, R., STANDING, C., (2018). "Cause and effect analysis of business intelligence (BI) benefits with fuzzy DEMATEL", Knowledge Management Research & Practice, DOI: 10.1080/14778238.2018.1451234. <https://doi.org/10.1080/14778238.2018.1451234>.

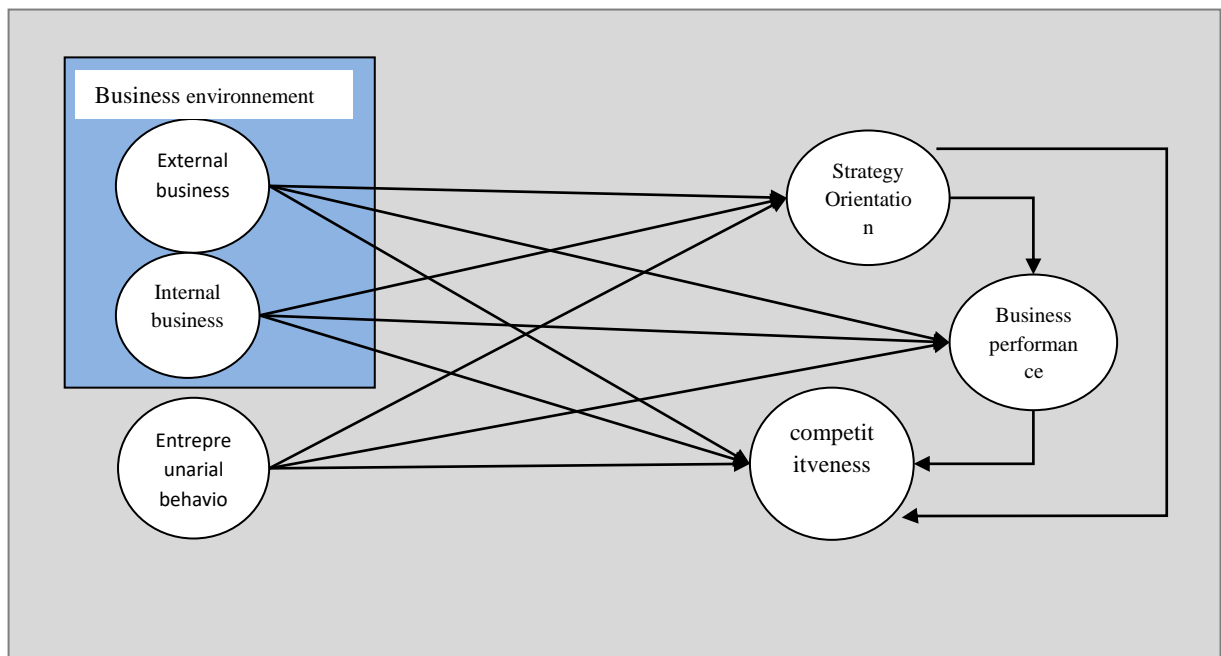
sont les plus importants avantages de la cause et de l'effet , cela montre que les meilleurs partenariats et collaborations en amont avec les fournisseurs, et en aval avec les clients conduisent à une croissance des revenus et à une amélioration de la compétitivité. Cet article présente des aperçus sur les interrelations entre la valeur BI dans les organisations industrielles ; ces résultats aideront les gestionnaires à se concentrer sur ce qui cause les avantages liés à la mise en œuvre de BI qui mènent à un plus grand avantage concurrentiel, en outre, il démontre que DEMATEL floue est une technique de gestion utile lorsqu'elle est appliquée à l'évaluation du système logiciel pour identifier les relations critiques entre les avantages.

- L'étude de (*Suardhika, Wirati Adriati, 2018*)¹²⁷, "Strategic orientation based on business environment and entrepreneurs behaviors as well as its effects on SME performance and competitiveness in Bali Indonesia", le but de cette étude est de tester et d'analyser le rôle de l'environnement des affaires externe et le support du comportement entrepreneuriale interne dans l'amélioration dans la mise en œuvre des stratégies visant à évoluer la performance de l'entreprise qui entraîne la création d'une compétitivité élevé dans les PME exportatrices, les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire auquel ont participé 175 PME orientées vers l'exportation à Bali, les résultats obtenus ont montré que l'orientation de la stratégie peut s'expliquer par l'environnement réel, l'environnement interne et le comportement entrepreneurial, comme ces derniers peuvent prédire l'amélioration de la performance des entreprises exportatrices à Bali , tandis que l'orientation stratégique mise en œuvre par les PME n'a pas été en mesure de déterminer la performance de ses activités et pour prédire la compétitivité les résultats ont montré que l'orientation stratégiques et la

¹²⁷. SUARDHIKA, N., WIRATI ADRIATI, G.A., (2018). "Strategic orientation based on business environment and entrepreneurs behaviors as well as its effects on SME performance and competitiveness in Bali Indonesia", International Journal of Contemporary Research and Review, Vol. 9, Issue. 02, Page no: ME 20455-20466 doi: <http://dx.doi.org/10.15520/ijcrr/2018/9/02/417>.

performance des entreprises sont des variables clés qui interviennent dans le comportement entrepreneurial et l'environnement interne et externe.

Figure N°23 : modèle de la recherche d' N. Suardhika, G.A. Wirati Adriati :



Source: Suardhika, N., Wirati Adriati, G.A., (2018). "Strategic orientation based on business environment and entrepreneurs behaviors as well as its effects on SME performance and competitiveness in Bali Indonesia", International Journal of Contemporary Research and Review, Vol. 9, Issue. 02, P 2458.

• L'étude de (Chesoli, 2018)¹²⁸, " Employee involvement in Decision Making on Performance of SME's in Kitale, Trans Nzoia County, Kenya", cette étude a examiné l'effet de la participation des employés dans la prise de décision sur la performance des PME sélectionnées à Kitale au Kenya, un questionnaire distribué auprès de 129 employés et 27 propriétaires de ces PME, les données ont été analysées statistiquement et les résultats ont montré que la participation des employés à la prise de décision a un impact positif et significatif sur la performance organisationnelle des PME.

Finalement, après cette présentation importante en recherches ultérieures, nous résumons les méthodes, et les outils utilisés de chaque étude dans le tableau suivant :

¹²⁸ . CHESOLI, J.W., (2018). " Employee involvement in Decision Making on Performance of SME's in Kitale, Trans Nzoia County, Kenya", IJRDO-Journal of Business Management, Volume-4 | Issue-2 | <https://ijrdo.org/index.php/bm/article/view/1859>.

Tableau N°2 : Méthodes et outils utilisés dans les études antérieurs :

<i>Année</i>	<i>Auteurs de la recherche</i>	<i>Méthode de recherche</i>	<i>Outil de renseignement</i>	<i>Méthode d'analyse statistique</i>
2014	Hadi, Ebrahimpoor	Qualitative	Questionnaire	Coefficient de corrélation de Pearson
2014	Slama, Ammar	Qualitative	Questionnaire	Partiel Least Squares : PLS
2014	Elmakrini,	Quantitative	Questionnaire	- analyses factorielles ACP -Test de médiateur (Baron et Kenny)
2014	Ramli	Qualitative	Questionnaire	T-Test(One-Sample Test)
2015	Belhocine	Qualitative	Questionnaire	Pourcentage
2015	Bendiabdelah, Djennas	Qualitative	Questionnaire	Pourcentage
2015	Abderrahim	Quali-Quantitative Comparée (AQQC)	entretiens semi-directifs	
2015	Merabat	Qualitative	Questionnaire	ACP (Analyse des Composantes Principales)
2015	Fekir	Qualitative	Questionnaire	AFC (analyse Factorielle Confirmatoire)
2015	Lahmini, Ibenrissoul	Quantitative		économétrie des données de panel
2015	Arefin, Hoque & Bao	Qualitative	Questionnaire	ACP
2016	Maghmouli,	Qualitative	Questionnaire	T-test, F-test, Anova (one way).
2016	Day	Quantitative		cluster en deux étapes
2016	Preet Kaur & al	Qualitative	Questionnaire	ACP
2016	Wegenouni,	Qualitative	Questionnaire	T-test, F-test.
2016	Rouhani & al,	Qualitative	Questionnaire	Partiel Least Squares : PLS
2016	Oumaya, Gharbi,	Qualitative	Questionnaire	AFC (Analyse Factorielle exploratoire)
2017	Badaoui, Chettih	Qualitative	Questionnaire	SEM (modélisation par équation structurelle)
2017	Talaja & al	Qualitative	Questionnaire	SEM (modélisation par équation structurelle)
2017	Caseiro, Coelho	Qualitative	Questionnaire	SEM (modélisation par équation structurelle)
2017	Gaardboea & al	Qualitative	Questionnaire	SEM (modélisation par équation structurelle)
2017	Rangus, Slavec	Qualitative	Questionnaire	AFC (analyse Factorielle Confirmatoire)
2017	Salaouatchi & al,	Qualitative	Questionnaire	régression logistique multinomiale (LOGIT)

2017	Richards & al	Qualitative	Questionnaire	Partiel Least Squares : PLS
2017	Benyelles	Qualitative	Questionnaire	AFE (Analyse Factorielle exploratoire)
2017	Owusu,	Qualitative	Questionnaire	AFC (analyse Factorielle Confirmatoire)
2017	Bakan & Sekkli	Qualitative	Questionnaire	T-test, F-test.
2018	Kiani Mavi, Standing	Quantitative		économétrie des données de panel
2018	Suardhika, Wirati Adriati	Qualitative	Questionnaire	SEM (modélisation par équation structurelle)
2018	Chesoli	Qualitative	Questionnaire	T-test, F-test, Anova (one way).

Source: Tableau confectionné par la chercheuse.

2. Discussion et utilité des études précédentes:

A partir de cette illustration diversifiée en études et en recherches antérieures réalisées surtout dans des entreprises opérantes dans des environnements variés, différent ou quasiment semblable à l'environnement de l'entreprise Algérienne, reflète une liaison étroite avec l'objet de notre travail basée sur un ensemble d'indicateurs comme suit :

- La période pour compléter ces recherches a été déroulée entre 2014 et 2018, ce qui donne une indication des changements récents dans les efforts cognitifs, en particulier en termes de comportement organisationnelle vis-à-vis la thématique de notre recherche.

- La nature des efforts cognitifs variait entre études étrangères (de Moyen-Orient, d'Asie, d'Europe et d'Afrique) et études locales dans les divers régions du pays, généralement toutes ces études sont des études appliquées où la majorité ont été modélisé par équation structurelle ce qui nous a permis de retirer les fondements et les dimensions de notre étude actuelle.

- Les limites de ces recherches ont été concentrées sur trois directions : des études basées sur une seule variable représentaient 33%, des études basées sur deux variables constituaient 57% de l'ensemble des efforts cognitifs et 10% du reste qui regroupe partiellement les trois variables ce qui indique le besoin

d'études reliant les trois variables étudiées (l'intelligence économique, la compétitivité et la performance) pour enrichir et identifier la nature de leurs relation.

- Une variété d'échantillonnage de ces études a été remarquée dans les différents types d'organisation notamment les entreprises actives dans les secteurs économique tels :

- ° Le secteur industriel : textile, immobilier, fabrication d'automobile, l'ingénierie légère, biopharmaceutique, mécaniques, métallurgiques, électriques, électroniques, chimiques pétrochimie et d'autres ...

- ° Le secteur de service : les banques, les hôpitaux, télécommunication, logistique, hôtels...etc.

Cette variété nous a incités d'entamer notre recherche dans ces secteurs là en intégrant aussi le secteur primaire (agriculture, activité minière) en première raison de son rôle vital à l'heure actuelle par rapport à d'autres secteurs notamment celui de l'industrie pétrolière peut maintenant être dans une phase de décroissance dépendra du prix du baril au future proche, en deuxième raison le test dans ces trois secteurs économiques à la fois semble crucial pour la survie et la réussite des entreprises qui y opèrent et cherchent à développer leurs produits surtout à l'export.

- La plupart des efforts cognitifs ont utilisé la méthode qualitative de recherche et les questionnaires comme outils de renseignement pour la collecte des données et des informations utiles et liées aux objectives des études.

- Les méthodes d'analyses statistiques adoptées dans ces efforts cognitifs varient selon leurs objectifs et leurs orientations, où la majorité s'est penchée vers l'analyse par équations structurelles, analyse factorielle exploratoire et/ou confirmatoire avec 53.33% de l'ensemble de ces efforts et le reste se sont basées sur les moyennes, les écarts-types, la corrélation, l'analyse de régression et le

test(t), il est à noter que la chercheuse va utiliser dans l'étude actuelle la première méthode celle des équations structurelles, ainsi que d'autres moyens peuvent être requis par la nature des données de la recherche.

• Les travaux pertinents que nous avons repérés ont pour point commun de mettre généralement l'accent sur les attributs de l'information (qualité d'information, valeur d'information, source de l'information...etc.), la gestion du processus informationnel par lequel l'information doit être repérée, collectée, traitée, diffusée et protégée de toute menace interne ou externe (le cycle de veille et la sécurité d'information) et leurs effets sur les mécanismes organisationnels (compétences, communication, coordination, etc.), qui contribuent à l'efficacité de l'utilisation et l'exploitation de l'information pertinente sur laquelle l'entreprise détient/garde son positionnement concurrentiel et réalise ses objectifs.

À la lumière de ces efforts cognitifs présentés et discutés en fonction de ce qui a été mentionné, on peut dire qu'ils ont été très bénéfiques pour faire avancer la recherche actuelle et dans plusieurs directions pouvant être résumés comme suit :

- elles contribuent à l'identification des sources, références et sites web les plus importants (journaux, colloques et congrès), qu'on n'a pas pu les connaître auparavant et qui se rapportent aux variables de la présente étude.

- elles contribuent à la construction théorique de l'étude actuelle, notamment le modèle conceptuel.

- elles offrent une vision intellectuelle et philosophique variée des différents environnements ce qui a éclairci encore plus les variables étudiées.

- elles expliquent et donnent une bonne orientation de formuler la méthodologie de l'étude.

- elles génèrent une conviction de l'importance de notre étude, car ces efforts cognitifs cités auparavant ne sont que des défis intellectuels qui donnent un juste compte à leurs résultats atteints.
- elles représentent une partie des accumulations intellectuelles à partir de laquelle on doit établir et fixer les limites de ses efforts.
- elles accordent une grande confiance au choix du domaine ou du lieu d'étude en raison de l'importance des variables étudiées.

A partir de ce qui précède, la présente étude contribue modestement à l'enrichissement intellectuel des variables étudiées théoriquement et empiriquement, dans ce cas nous essayons dans les étapes suivantes de faire extraire les déterminants convenables de chaque variable en fonction de ce qui a été cité pour élaborer notre modèle de recherche.

3. Le modèle actuel de la recherche:

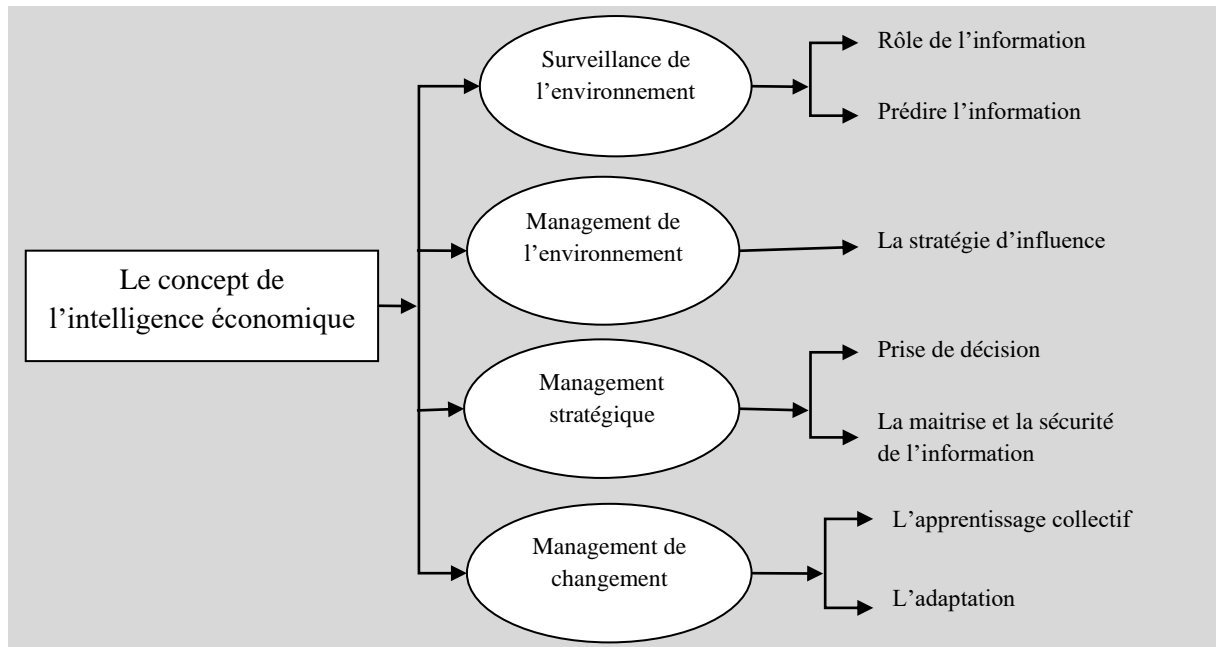
La modélisation par équation structurelle, terme utilisé actuellement dans plusieurs sciences souvent utile aux sciences sociales (sociologie, psychologie, sciences économiques et de gestions ...), c'est une méthode d'analyse des données permettant de mettre en relation des construits non perçus et de présenter les hypothèses en question.

Pour élaborer notre modèle de recherche nous tenant premièrement de rassembler précieusement les déterminants de chaque variable à base des études mentionnées, néanmoins le concept d'intelligence économique nous semble encore flou et pas clair pour identifier ses dimensions, c'est pour ça une autre étude mérite d'être citer pour donner un aspect spécifique et précis à ce concept, il s'agit des travaux de thèse de (**Hamidouche**, 2014)¹²⁹ qui ont été conjoint avec

. أمحمد حميدوش، الذكاء الاقتصادي (فهمه وإنشاءه وتأصيله واستعماله)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي
129

les travaux de *Jermy Depauw* où l'intelligence économique est composé de quatre dimensions indiquées dans le schéma suivant :

Figure N°24 : les dimensions et les attributs de l'intelligence économique



Source: Hamidouche, A., (2014). "L'intelligence économique (concept, genèse et application), Thèse de doctorat dans sciences économiques, spécialité en Analyse économique, Université Alger3, P51.

De telle proposition nous semble féconde et pertinente pour extraire les dimensions et les attributs utiles à notre recherche, dans l'ensemble il n'y a aucune ambiguïté sur la nature de ses dimensions car la surveillance de l'environnement reflète la *veille stratégique*, le management de l'environnement représente les stratégies d'*influence* sur cet environnement, le management stratégique renvoie à la *prise de décision*, la maîtrise et la *sécurité de l'information* au sein des organisations, tandis que le management de changement fait appel à l'apprentissage collective et l'adaptation sous le pôle de l'*absorption d'information*.

A cet effet, nous retenons ces dimensions qui servent notre objectif de recherche, celui de mesurer leurs effets sur la performance et la compétitivité d'entreprise en effectuant premièrement, des petites modifications surtout dans la

dimension du management stratégique où il est indispensable de mesurer chacune de ses composantes de côté, c'est-à-dire de mesurer la prise de décision et la sécurité de l'information comme deux dimensions séparées, cependant, le nombre de dimensions adopté dans notre recherche est composé de cinq dimensions : La veille stratégique, l'absorption de l'information, la sécurité de l'information, l'influence de l'environnement et la prise de décision,

Deuxièmement, d'emprunter l'idée de (Talaja & al, 2017; Emakrini, 2014) et d'introduire la compétitivité d'entreprise comme variable médiatrice mesurée par la compétitivité produit et compétitivité organisationnelle, alors que, la performance d'entreprise dans la plupart des travaux présentés de (Preet kaur & al, 2016 ; Rangus, Slavec, 2017 ; talaja & al, 2017 ; chesoli, 2018 ; Richards & al, 2017 ; caseiro, coelho,2017 ; Lahmini, ibenrissoul, 2015) a été mesuré selon quatre indices largement utiliser.

Le tableau suivant nous résume chaque variable avec ses dimensions retenues en tenant compte de leurs références emprunté :

Tableau N°3 : les variables de recherches et leurs dimensions :

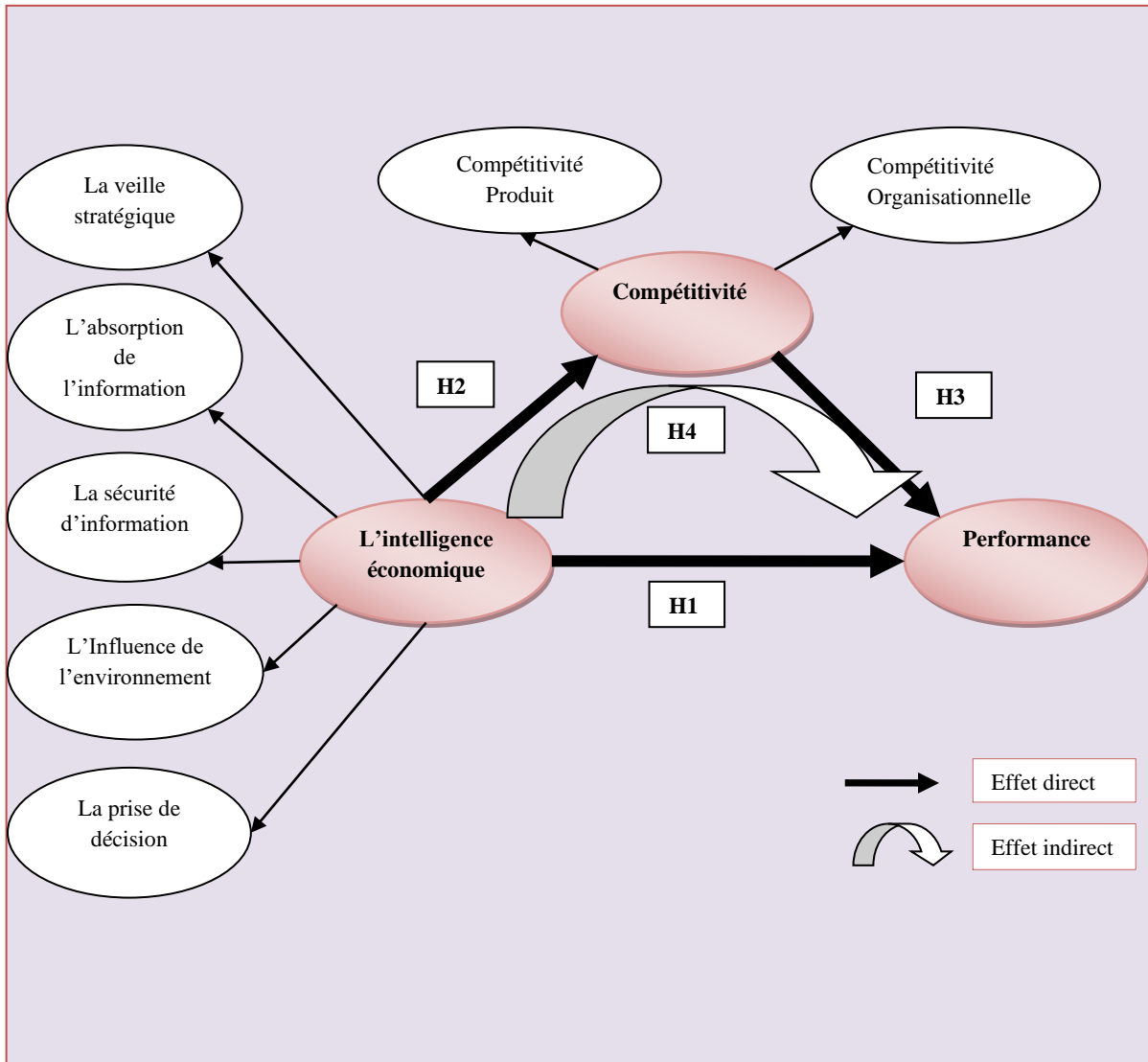
	<i>Dimensions</i>	<i>Références</i>
L'intelligence économique	-la veille stratégique -l'absorption d'information -la sécurité d'information -l'influence d'environnement -la prise de décision.	(Hamidouche, 2014) ; (Badaoui, Chettih, 2017) ;
La compétitivité	-compétitivité produit -compétitivité organisationnelle	(El makrini, 2014); (Preet Kaur & al, 2016) ; (Bakan, sekli, 2017) ; (Suadhika, wirati adriati, 2017);
La performance	-le chiffre d'affaire -le degré de satisfaction client -la capacité de garder la clientèle -la formation des employés	(Fekir, 2015); (Preet Kaur & al, 2016) ; (Rangus, Slavec, 2017); (Talaja & al, 2017); (Owusu, 2017).

Source: Tableau confectionné par la chercheuse.

• **Le modèle conceptuel de la recherche proposé :**

Nous pouvons ainsi schématiser le modèle de notre recherche figuré ci-dessous, que nous essayerons de tester de façon empirique.

Figure N° 25: le modèle conceptuel de la recherche actuelle :



Source : le model de la recherche proposée par la chercheuse.

Ainsi cette logique déductive de démonstration théorique a donné naissance au modèle actuel de recherche(comme le démontre la figure précédente) qui comporte trois groupes de variables, l'intelligence économique forme le premier groupe et représente la variable indépendante (explicative), elle comporte cinq

dimensions visant à mesurer la veille stratégique, l'absorption de l'information, la sécurité d'information, l'influence de l'environnement et la prise de décision ; la compétitivité d'entreprise forme le second groupe et représente la variable médiatrice, elle comporte deux dimensions visant à mesurer la compétitivité produit et la compétitivité organisationnelle ; la performance d'entreprise forme le dernier groupe et représente la variable dépendante (expliquée), elle comporte quatre indices .

Pour dégager les hypothèses de notre modèle, il est important de souligner l'effet direct et indirect du médiateur proposé par (Baron, Kenny, 1986) où il a été décrit comme "un processus à travers lequel la variable indépendante est susceptible d'influencer la variable dépendante "¹³⁰, puis une série de quatre étapes successives a été proposée dans le modèle développé par (Kenny & al, 1998) pour tester l'effet médiateur, cette démarche nous semble claire et facile à formuler nos hypothèses du modèle actuel en suivant ces quatre étapes et elles se présentent comme suit :

H1 : Il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise.

H2 : Il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la compétitivité d'entreprise.

H3 : Il existe un effet significatif entre la compétitivité et la performance d'entreprise.

H4 : il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise en présence de la compétitivité comme médiateur.

¹³⁰ .Rascale, N., Erachabal, S., (2001). Médiateurs et modérateurs : implications théoriques et méthodologiques dans le domaine du stress et de la psychologie de la santé, revue le Travail Humain, P97-118, <https://www.cairn.info>, consulté le 13/01/2018.

4. Les déterminants des variables de la recherche actuelle:

Notre conception a été dotée d'une finalité sous un modèle conceptuel ultime qui regroupe toutes les variables : l'intelligence économique, la performance et la compétitive comme médiateur ainsi que leurs caractéristiques et attributs.

Dés lors nous regroupons les variables de la recherche actuelle avec leurs déterminants comme suite :

4.1. L'intelligence économique est une variable indépendante (explicative), elle regroupe quatre déterminants :

4.1.1. La veille stratégique : la veille stratégique est considérée comme une écoute active et un outil d'observation et d'analyse de l'environnement qui entoure l'entreprise, Elle "vise essentiellement à fournir, analyser, puis à diffuser des informations à valeur ajoutée auprès des décideurs"¹³¹, d'après les diverses écrits il semble que Martnet et Ribaut (1989) sont les premiers qui ont distingué les quatre types de la veille stratégique et qu'ils les claquent sur les cinq forces concurrentielles proposées par Poter (1985), il s'agit de la veille technologique, concurrentielle, commerciale et environnementale ¹³².

Selon Lesca (1997) une entreprise n'est pas forcément dans la nécessité de mettre en œuvre toutes ces veilles spécifiques. Elle doit choisir celle(ou celles) qui lui paraît la plus adaptée à sa situation. Ce choix relève lui-même d'une démarche méthodologique¹³³.

- **La veille technologique** : dans un bulletin bibliographique français publié en 1993 par F.Jakobiak et H.dou, la veille technologique est définie comme l'observation et l'analyse de l'environnement suivie de la diffusion bien ciblée des informations sélectionnées et traitées, utiles à la prise de décision

¹³¹ .Guechtouli, M., (2014) Management des activités de veille stratégique : Entre Organisation Formelle et in formelle, IPAG Business School, Working Paper Series, 146, P2.

¹³² .Bendiabdelah, A., Djennas, M., (2015), Veille Stratégique et Système D'intelligence Economique En ALGERIE : Evaluation et Perspectives, les cahiers du Cread N°111, P8.

¹³³ .Lesca, H., (1997), veille Stratégique, concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise, Guides pour la pratique de l'information scientifique et technique, Ministère de l'Education nationale de la recherche et de la technologie, 27p.

stratégique¹³⁴, dans une autre définition citée dans un article publié par (N.E. Bouchicha et B. Bouyahiaoui,2012), la veille technologique est "l'exploitation systématique et surtout organisée de l'information industrielle. Cette technique de veille technologique consiste à savoir écouter et regarder pour repérer toute les innovations utiles assurant l'aide aux développements techniques indispensables à l'entreprise face à la concurrence mondiale "¹³⁵, à travers ces deux définitions, il semble que l'objectif de la veille technologique fais parti de l'objectif global de la veille stratégique et qui vise l'exploitation systématique de l'information pertinente utile à la prise de décision, notamment celle qui s'intéresse à l'accélération des progrès techniques et scientifiques, à l'évolution des procédés de fabrication, à l'apparition de nouveaux procédés ou matériaux de substitution...etc.

Comme elle s'intéresse aux informations liées aux recherches et développement R&D de l'entreprise, où elle doit davantage vérifier le dépôt des brevets et la certification des concurrents avant de lancer ou d'innover dans un nouveau projet, de plus, la veille technologique permet à l'entreprise de ne pas dépenser de couteuses recherches si des solutions innovantes ont été auparavant mises au point par l'autrui.

- **La veille concurrentielle** : la veille concurrentielle est un état ou dispositif de surveillance continue des actions et produits des concurrents actuels ou potentiels¹³⁶, ce type de veille est basée principalement sur l'écoute et l'observation concentrée sur le comportement des concurrents qui opèrent dans le même domaine d'activité stratégique de l'entreprise "sous toutes les dimensions : structure, capital, actionnariat, participation, organisation, effectifs, produit et service, commercialisation et prix, recherche et développement, production :organisation et coûts, fournisseurs et clients, etc."¹³⁷, elle peut être

¹³⁴. Desvals, H., Dou, H., (1993), La veille technologique, Bulletin des bibliothèques de France(BBF), N°3, P108/109.

¹³⁵. Bouchicha, N-E., Bouyahiaoui, B., (2012), La Veille Technologique au sein des Entreprises Algériennes : Situation et Perspective, Les Cahiers du Cread N°98-99, P 49-74.

¹³⁶. <https://www.definitions-marketing.com/definition/veille-concurrentielle/>, consultée le 01/12/2017.

¹³⁷. Bendiabdelah, A., Djennas, M., OPCIT, P9.

considérée comme le benchmarking pour faire une comparaison par apport aux concurrents en tenant compte à une ou plusieurs de ses dimensions comme référence.

- **La veille commerciale** : la veille commerciale est considérée comme "l'activité par laquelle l'entreprise étudie les relations fournisseurs/clients, les nouvelles compétences sur le marché, les taux de croissance du marché..."¹³⁸, ce type de veille se préoccupe essentiellement sur les clients et les fournisseurs présents sur le marché, mais aussi sur les distributeurs, les sous traitants et ses partenaires comme elle cherche à connaître les tendances de marché, la surveillance de l'offre, de la demande, les activités promotionnelles, l'évolution des coûts des matières, le lancement de nouveaux produits, la déclinaison de produits existants, apparition de nouvelles cibles...etc.

- **La veille environnementale** : ce type de veille "concerne le reste de l'environnement de l'entreprise"¹³⁹, en d'autres termes elle "concerne le reste des signaux provenant de l'externe et qu'il faut décoder afin de s'approprier un avantage stratégique"¹⁴⁰ ; elle s'intéresse aux "aspects économiques, politiques, socioculturelles et géopolitiques, règlementaires, juridiques et législatifs, en plus souvent en termes d'évolutions et de tendances..."¹⁴¹, par exemple on trouve les grandes tendances liées aux aspects économiques et qui peuvent affecter l'activité de l'entreprise dépendent de la croissance du pouvoir d'achat, le niveau d'inflation, le taux d'échange, le taux de chômage ou encore plus la conduite de la politique monétaire.

4.1.2. La capacité d'absorption d'information : cette notion a été abondamment entamée dans les recherches qui concernent l'innovation, le management des connaissances et de l'apprentissage organisationnel surtout après l'apparition des articles fondateurs de M.Cohen et D.Levinthal (1990)

¹³⁸ . <http://www.institut-numerique.org/1-definition-de-la-veille-commerciale-5028f58c11cfd> , consultée le 17/11/2017.

¹³⁹ . Bloch,A.,(1999), L'intelligence économique, 2ème éd, Economica, Economie Poche, Paris, P 16.

¹⁴⁰ . CHAPUT, L., "La Veille stratégique intégrée", Repad Working Paper N°.032006, Université du Québec, Canada, P3. Sans année

¹⁴¹ .MALAVAL, P., BENAROVA, C., (2009), "Marketing Business to Business", 4° edition, Pearson Education, France, P137.

¹⁴²qui la définissent comme l'aptitude d'une firme à reconnaître la valeur d'une nouvelle information, à l'assimiler et à l'appliquer à des fins commerciales ; depuis cet article plusieurs travaux se sont penchés sur cette notion, les uns l'ont déterminée à travers les connaissances intérieures de l'entreprise, les autres à travers les attributs individuels tandis que d'autres ont préféré les mécanismes organisationnelles de l'entreprise.

Toutefois, la divergence de déterminer cette notion nous donne un juste compte de chercher comment mesurée la capacité d'absorption d'entreprise d'une façon approximative comme un ensemble qui regroupe les capacités d'apprentissages individuelle et/ou collective.

A cet égard, nous adoptons le travail de S.Oumaya et L.Gharbi (2016)¹⁴³ qui ont construit la conception dimensionnelle de cette notion basé sur la recherche de P.Y.T.Sun et M.H. Anderson(2010), en impliquant cinq composantes de la capacité d'absorption, il s'agit de :

- **La valorisation** d'une nouvelle connaissance externe : cette première composante de la capacité d'absorption, selon S.Oumaya et L.Gharbi, elle a été remplacé par *l'acquisition* d'une nouvelle connaissance chez d'autres auteurs qu'ils la définissent comme étant l'aptitude à reconnaître, valoriser et acquérir la connaissance externe essentielle aux opérations de l'entreprise (P.J.Lane et M.Lubatkin, 1998 ; S.A.Zahra et G.George, 2002), c'est-à-dire que l'acquéreur doit disposer d'une capacité à reconnaître la valeur des connaissances externes notamment en rapport avec celles existantes (M.L. ARIBOU, S.OUTMANE, 2015)¹⁴⁴, tandis que (S.Oumaya, L.Gharbi, 2016) ont déterminé la valorisation d'une nouvelle connaissance externe selon la capacité des membres à trois facettes :

* La capacité d'identifier une nouvelle connaissance externe,

¹⁴². SLAMA, B., O.AMMAR, O., OP.CIT.

¹⁴³. OUMAYA, S., GHARBI, L., (30 Mai- 1^{er} Juin 2016). "La capacité d'absorption de l'entreprise : Conceptualisation et mesure", XXVe Conférence Internationale de Management Stratégique, Hammamet, Tunis.

¹⁴⁴. ARIBOU, M-L., OUTMANE, S., (3, 4 et 5 Juin 2015), Management des connaissances et réussite des fusions & acquisitions : approche par les normes, XXIVème CONFERENCE DE L'AIMS – PARIS,France.

*La capacité de reconnaître sa valeur pour l'entreprise et troisièmement la capacité d'apprécier sa valeur en distinguant entre la connaissance la plus utile et celle la moins utile pour l'entreprise.

- **L'assimilation** d'une nouvelle connaissance externe : l'assimilation est une étape qui suit la valorisation d'une nouvelle connaissance externe où elle est considérée comme "la capacité d'apprentissage qui concerne l'organisation entière, sans distinction des niveaux différents auxquels se réalise cet apprentissage" (S.Oumaya, L.Gharbi, 2016) ce qui affirme la définition de (S.Zahra et G.George, 2002) que l'assimilation réfère aux routines et aux processus organisationnels qui permettent d'analyser, d'interpréter et de comprendre les connaissances provenant d'une source externe, ces trois éléments permettent "davantage a mobilisé les capacités de base des individus telles que leur formation de base, leur expérience ou leur motivation à apprendre les nouvelles connaissances "¹⁴⁵.

- **Le partage** d'une nouvelle connaissance externe : dans la majorité des écrits, le partage d'une nouvelle connaissance n'a pas eu sa part parmi les composantes de la capacité d'absorption informationnelle malgré que c'est un élément clé qui contribue à faire passer ou à faire diffuser la nouvelle connaissance acquise et assimiler d'un mode cognitif individuel a un mode cognitif collectif convergent dans l'entreprise, dans ce sens S.Oumaya et L.Gharbi (2016) ont conclue une synthèse constituée sur quelques travaux antérieurs, que le partage est appréhendé comme la capacité de transférer la nouvelle connaissance assimilée à partir d'un membre individuel vers les autres membres du groupe, d'en discuter et d'arriver à une interprétation commune et à un sens partagé de cette nouvelle connaissance.

¹⁴⁵. ZIAM, S., (2010). " Les Déterminants de la capacité d'absorption des connaissances : Le cas des courtiers de connaissances œuvrant dans le domaine de la santé au CANADA", Thèse de doctorat en sciences de l'administration, Département de Mangement, Faculté des études supérieures, Université Laval au Québec, CANADA, P22.

- **La transformation** d'une connaissance externe : la transformation est considérée comme l'aptitude de la firme à développer des routines facilitant la combinaison de connaissance existantes avec des connaissances nouvellement acquises et assimilées. Ce critère est atteint par addition ou suppression de connaissances, ou interprétation de connaissances existantes de manière différente. les deux composantes sont l'internalisation et la conversion¹⁴⁶, donc cette étape dans l'absorption d'une nouvelle connaissance permet de combiner les connaissances acquises, assimilé et partagé aux connaissances existantes dont disposent cette entreprise et cette combinaison peut subir des modifications.

S.Oumaya et L.Gharbi (2016) ont réparties cette étape en trois facettes :

- recombinaison la connaissance externe avec la connaissance interne ;
- la modification de la connaissance externe et/ou des connaissances internes pour une meilleure adaptation à l'utilisation ;
- la reconfiguration de l'ensemble des connaissances.

- **L'application** d'une nouvelle connaissance externe: l'application ou l'exploitation d'une connaissance externe dans l'absorption de l'information est déterminé comme l'aptitude de la firme à appliquer la nouvelle connaissance externe de manière commerciale afin d'atteindre des objectifs organisationnels (P.J.Lane et M. Lubatkin, 1998)¹⁴⁷, cela reflète que l'entreprise doit saisir et interpréter cette nouvelle connaissance pour atteindre une finalité commerciale traduite ou mesuré par l'annonce de nouveaux produits ou le nombre de brevets, dans ce sens S.Oumaya et L.Gharbi (2016) ont réparti cette dimension en trois facettes :

- la facilité d'application ;
- l'efficacité de l'application ;
- la valeur créée par l'application de nouvelle connaissance.

¹⁴⁶. NOBLET, J.P., SIMON, É., (2010). "La capacité d'absorption, un état de l'art", Management & Avenir, Vol5, n°35, P. 33-50.

¹⁴⁷. NOBLET, J.P., SIMON, É., (2010). OP.CIT.

4.1.3. La sécurité d'information : le système d'information d'entreprise est le système qui intervient entre le système opérant et le système de pilotage c'est un "[...] réseau complexe de relations structurées où interviennent des hommes, des machines et des procédures, qui a pour objet d'engendrer des flux de données d'informations pertinentes, provenant de sources internes et externes à l'entreprise et destinées à servir de base aux décisions." ¹⁴⁸, selon R. Reix (2004), il s'agit de l'association de ressources humaines, matérielles et logicielles destinées à recueillir, formaliser ; archiver, parcourir, associer et diffuser l'information dans cette même organisation¹⁴⁹, l'information gérée par ce système fait l'objet de convoitises, elle peut être exposée à des menaces internes et/ou à des menaces externes, à cet égard pour protéger et résoudre la vulnérabilité de ce système contre ces menaces, des solutions de sécurité sont mise en place pour contribuer au moins à maîtriser les risque et à préserver la confidentialité de l'information, son intégrité et sa disponibilité d'une manière adéquate par une conception de stratégie sécuritaire constituante de trois phases principales (S.Ghernaouti-Hélie,2011)¹⁵⁰ :

- **la phase d'identification des valeurs*** : cette phase consiste à protéger et à faire une analyse des risques encourus en fonction notamment de leur niveau de vulnérabilité et des menaces dont elles peuvent être la cible, afin de connaître les impacts consécutifs à leur perte totale ou partielle. À l'issue de cette analyse des risques¹⁵¹, une vision de ce qui doit être protégé ?, contre qui ? Et pourquoi peut alors être formulée en fonction des priorités de sécurisation.

¹⁴⁸ . LAMBIN, J.J., (1990)." La recherche Marketing", Mc Graw Hill, Paris, P26.

¹⁴⁹ . REIX, R., (2004)." Systèmes d'information et management des organisations", 5^{ième} édition, Vuibert.

¹⁵⁰ . GHERNAOUTI-HELIE, S., (2011), "Sécurité Informatique et Réseaux", 3^{ième} édition, DUNOD, France, P56/57.

* **les valeurs telles** : le savoir, le savoir faire, les inventions, les brevets, guide des compétences, la mémoire de l'entreprise.

¹⁵¹ . Il s'agit d'une spécification d'une politique sécuritaire pour maîtriser les divers risques que l'entreprise peut atteindre comme : les risques **opérationnels** (fausse manœuvre, perte, distorsion, suppression d'information...); les risques **informatiques** (le contrôle d'accès, le chiffrement des données, la gestion des incidents, des erreurs, des dysfonctionnements, des intrusions, le cloisonnement de l'environnement, réseaux...); les risques **Juridiques** (la conformité des ressources à protégés aux normes et aux droit juridique et législatif).

- **la phase de mettre en places les mesures et les moyens:** cette phase consiste à mettre en place les mesures organisationnels, techniques et procédurales nécessaires à la gestion des risques et à la sécurité des systèmes, services et données.

L'optimisation de la démarche sécuritaire passe par la validation de :

- ° La pertinence de la stratégie au regard des risques encourues ;
- ° La politique de sécurité pour satisfaire aux exigences de maîtrise des risques ;
- ° L'adéquation des solutions de sécurité aux besoins, en fonction également des moyens financiers dégagés ;
- ° La cohérence des mesures les unes par rapport aux autres ;
- ° La qualité de la gestion de la sécurité et par l'intégrité des personnes qui en sont responsable.

- **la phase d'évaluation périodique:** cette phase s'inscrit dans le domaine de contrôle et de suivie, elle a pour but d'une voire constante des mesures (outils et procédures) de sécurité en vue de leur optimisation et rationalisation, permet de répondre au mieux à l'évolution de l'environnement dans lequel elles s'inscrivent.

Elaborer une stratégie de sécurité consiste à effectuer le compromis le plus judicieux possible entre le coût des mesures de sécurité à supporter pour pallier les risques qui pourraient affecter le patrimoine d'une organisation, et le coût des impact de la concrétisation de ces risques s'il n'y avait pas de mesure.

4.1.4. L'influence de l'environnement: cette dimension s'appuie sur l'influence de l'environnement dont l'entreprise opère, par l'utilisation de l'information comme un outil d'influence en toute légitimité et légalité sur les parties prenantes (clients, fournisseurs, actionnaires, concurrents...etc.), ou comme un outil de pression sur des organisations telles que l'état sous forme de lobbying qui a pour objet de faire modifier le cadre réglementaire dans un sens convenable qui tende vers la réalisation des intérêts et des objectifs futurs de l'entreprise.

Dans ce contexte, Christan Harbulot a distingué quatre types d'influence¹⁵² pratiquée au quotidien par les entreprises :

- **Influence d'amplification** : c'est une action de faire un flux d'informations très important et en volume par le biais des médias, les réseaux sociaux, les salons, les portes ouvertes sur les ateliers, les conférences, les journées d'étude...etc., sur la qualité de sa production, de ses services, de son savoir-faire, de ses brevets, de ses investissements future, de ses engagements vis-à-vis des normes économiques, sociétales ou écologiques...etc. afin de baptiser des tranchants solides contre les menaces concurrentielles.

- **Influence d'acquisition** : ce type d'influence s'appuie sur l'acquisition de la bonne information dont l'entreprise elle a besoin pour détecter la stratégie et suivre les activités des concurrents afin d'améliorer son positionnement concurrentiel et générer des nouvelles opportunités en évaluant les produits concurrents, visiter les salons et les stands lors des portes ouvertes des autres entreprises, une recherche intense sur les appels d'offre... etc.

- **Influence de rétention** : dans ce type d'influence, l'entreprise couvre ses informations qui révèlent ses engagements, ses investissements, sa part de marché...etc. et elle détient aux coutumes de rétention même avec ses

¹⁵² . HARBULOT, C., "OCDIE : Influence et contre-influence", <https://www.slideshare.net/jdeyaref/ocdie-influence-et-contreinfluence>, visité le 13/05/2017.

employés, la diffusion de l'information est à la fois restrictive et sélective à quelques privilégiés.

-Influence de perturbation : l'entreprise dans ce genre d'influence s'engage à faire changer les règles du jeu concurrentiel à travers des nouveaux modes ou techniques innovants afin de faire désorienter le concurrent comme par exemple et à juste titre le changement de mode de vente directe de l'entreprise DELL.

4.1.5. La prise de décision : la prise de décision est un processus continu dans la gestion des organisations, étant donné que la décision prise au présent trace l'avenir de demain. Selon Mintzeberg, une décision qu'elle soit individuelle ou basée sur un travail de groupe peut être définie comme « l'engagement dans une action, c'est-à-dire une intention explicite d'agir»¹⁵³ qui peut être influencé par de multiples facteurs tels les types de structures, l'environnement, la taille de l'entreprise, le style de direction, la personnalité et les traits des dirigeants, le budget dont dispose l'entreprise, etc. Ce qui implique qu'aucune décision n'est identique à une autre, et par conséquent, les incidences sur la performance seront différentes.

De ce fait, nous allons présenter trois déterminants très important dans la prise de décision d'entreprise cités dans les travaux de. *SUARDHIKA, WIRATI ADRIATI (2018)*; *RANGUS, SLAVEC (2017)* et *LAHMINI, IBENRISSOUL (2015)*, il s'agit de :

- l'orientation stratégique : pour constituer le portefeuille d'activité, les dirigeants sont amenés à poser des gestes concordant avec les priorités, les stratégies ou la vision de l'entreprise, comme ils sont amenés à faire des choix entre plusieurs orientations qui visent : le marché, le client, le concurrent, le

¹⁵³. SAHEL, F., (2015)." Rôle Du Système Intègre De Gestion Des Coûts Dans La Mesure De La Performance De L'entreprise Et La Prise De Décision Cas Pratique: Hôtel Sheraton Club Des Pins", Thèse de Doctorat en Gestion des Organisations, Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, UNIVERSITE M'HAMED BOUGARA-BOUMERDES, Algérie, P53.

consommateur, le distributeur, les parties prenantes ...etc., dans le but de réaliser un succès que se soit dans des marchés domestiques ou étrangers, en bref, c'est une direction par laquelle elle peut évoluer dans le future en basant sur l'un ou plusieurs de ces choix qui dépendent de la philosophie adoptée par ces dirigeants.

Donc" l'orientation stratégique telle que discutée dans la littérature est une direction des affaires et d'objectifs qu'une entreprise veut atteindre"¹⁵⁴, elle "reflètent les stratégies qu'elle met en œuvre pour atteindre des performances supérieurs continues. Elle facilite l'appariement de la stratégie en fonction des ressources allouées et en s'adaptant aux conditions de marché"¹⁵⁵, dans ce contexte nous adoptons les travaux cités dans l'étude de *Suardhika, Wirati Adriati (2018)* qui ont affirmé que l'orientation stratégique est composée de trois dimensions : "l'orientation innovante, proactive et la prise de risque", pouvant être la clé de succès de l'entreprise par lesquelles elle peut améliorer sa performance et sa compétitivité,

Comme ils ont indiqué que les conditions environnementales (externes) changeantes encouragent les managers à être proactifs et innovants, dans le but de saisir de nouvelles opportunités et de gagner un positionnement compétitif meilleur.

- **l'implication des employés** : la participation des employés à la prise de décision stratégique à coulé beaucoup d'encre à travers plusieurs travaux surtout ceux qui s'accorde avec le concept de leadership, où le style de leadership et la prise de décision dépendent de certains facteurs tels : la communication et la culture organisationnelle, la relation Manger/employé, la complexité de la tâche

¹⁵⁴ .Cité par: *LAU, C.M.*, (2011). "Team and Organizational resources, Strategic orientations, and firm performance in transitional economy", *Journal of Business research*, Vol 64, Issue 12, P1344-1351. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.01.001>

¹⁵⁵ . *SAINIO, L.M., RITALA, P., LAUKKANEN, P.H.*, (2012). Constituents of radical innovation-exploring the role of strategic orientations and market uncertainty, *Technovation*, Vol 32, Issue 11, P591-599. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.06.006>.

et des procédures, difficulté de travail, la routine...etc., alors, la participation semble constituer" un processus par lequel les employés se partagent l'influence avec l'organisation qui les emploie"(Trottier, 2003)¹⁵⁶, à la lumière de cette définition nous constatons que les subordonnés partagent l'influence entre eux avec leurs supérieurs à la prise de décision dépend du style du leadership.

- **le mode de financement** : l'entreprise à besoin des capitaux pour financer des projets à long terme, elle doit décider d'avantage de trouver les sources les plus adéquates et la façon de les obtenir, il est donc primordial pour les dirigeants de connaître les différentes formes de financement possible pour prendre leurs décisions et surtout de faire l'arbitrage qui "consiste à choisir rationnellement entre plusieurs alternatives"¹⁵⁷ entre financement interne ou externe, entre dettes et fonds propres ou quasi fonds propres.

Dans les travaux présentés par *LAHMINI ET IBENRISSOUL* auparavant citées dans les études préalables sur les modes de financement utilisées dans les entreprises testées et leurs effets sur la performance, ont démontré que l'effet des dettes à court terme et l'autofinancement ont un effet positif sur la performance, à contrario les dettes à long terme ont un effet négatif, nous retenons à testé ces deux modes de financement dans notre recherche actuelle.

4.2. La compétitivité est considérée dans notre recherche actuelle comme une variable médiatrice qui agit sur la relation entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise, un avantage concurrentiel dit un avantage compétitif représente l'offre proposé par une entreprise qui la différencie de ses concurrents, cette différenciation repose surtout sur quatre axes selon philipe

¹⁵⁶. Cité par : *COMEAU-VALLEE, M.*, (2009), "La Formation des Pratiques de Gestion Des ressources Humaines dans les Entreprises d'Economie Social : une menace aux valeurs du secteur ? ", Mémoire Présenté comme exigence Partielle de la maîtrise en administration des affaires, Université du Québec, Montréal ; Canada, P60.

¹⁵⁷. *BERK, J., DEMARZO, P.*, (2011)."Finance d'entreprise",2^eédition, Nouveaux Horizons, Paris, P63.

Kotler celles du produit/service, le personnel, le réseau de distribution et l'image de l'entreprise¹⁵⁸.

Dans notre recherche, nous avons adopté les mesures de *Cavusgil & Knight* utilisées dans les travaux d'*ELMAKRINI* (2014), où les quatre stratégies de différenciation ont été regroupées en deux indicateurs suivant :

4.2.1. La compétitivité produit : ce type de compétitivité est lié profondément au produit/service, elle prend en considération tout ce qui a lien avec le rapport qualité/prix, variété des produits, qualité des produits, développement des nouveaux produits...etc.

Plus bref elle est définie comme " la mesure dans laquelle les offres de l'entreprise sont perçues et considérées supérieures, exemptes de défauts et conformes aux exigences de leurs concurrents. En d'autres termes la compétitivité des produits se réfère à une qualité de produit supérieur à celle des concurrents..."¹⁵⁹.

- **la compétitivité organisationnelle:** cet indicateur est mesuré dans les travaux d'*ELMAKRINI*(2014) par l'image et la réputation d'entreprise, par le savoir faire des employés, par les programmes de publicité et promotion, par le réseau de distribution, services à la clientèle, par la méthode de marketing et la connaissance des marchés étrangers, comme on a trouvé les mêmes déterminants utilisés dans les travaux de (*ALAOUI*, 2010)¹⁶⁰, dans ce contexte nous retenons seulement la réputation de l'entreprise, programme de publicité et de promotion et le réseau de distribution comme des indicateurs intrinsèques de différenciation par rapport aux concurrents.

¹⁵⁸ . Cité par: *KOTLER, P., KELLER, K.L., DUBOIS, B., MANCEAU, D.*, (2006). "Marketing management", 12^{em} édition, Pearson Education, France, P367.

¹⁵⁹ .*LUO, X.*, (2010), " Product competitiveness and beating analyst earnings target", Journal of the Academy of Marketing Science-Springer, Vol 38, Issue 3, P253-264. DOI 10.1007/s11747-009-0158-9.

¹⁶⁰ .*Alaoui, A.*, (2010). "Gestion du changement, TIC et compétitivité organisationnelle : le cas de la société MBA-France", La Revue des Sciences de Gestion, n° 245-246, P81-89. <http://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2010-5-page-81.htm>.

4.3. La performance est considérée comme une variable dépendante dans notre recherche actuelle, elle se mesure généralement par des indicateurs qualitatifs et quantitatifs, dans le modèle de tableau de bord prospectif présenté par *KAPLAN* et *NORTON*, l'ensemble des indicateurs de performance que pourrait avoir une entreprise sont regroupé sur quatre dimensions qui concernent l'apprentissage organisationnel, processus interne, résultats financiers et clients, fondés sur la vision et la stratégie d'entreprise¹⁶¹, dans notre recherche et d'après les études antérieurs présentées auparavant, on a constaté que les indicateurs les plus couramment utilisés sont : le chiffre d'affaires ou de ventes, le degré de satisfaction client, la capacité de garder la clientèle, la formation des employés.

a- Le chiffre d'affaires est constitué de l'ensemble de la production vendue par l'entreprise au cours d'un exercice, il permet d'évaluer la croissance de l'activité de l'entreprise¹⁶² et donne une bonne lecture aux dirigeants pour pouvoir se comparer avec le marché et la concurrence plus précisément.

b- Le degré de satisfaction client peut être défini "comme l'impression positive ou négative ressentie par un client vis-à-vis d'une expérience d'achat et/ou de consommation. Elle résulte d'une comparaison entre ses attentes à l'égard du produit et sa performance perçue"¹⁶³, pour mesurer cet indice, il nous semble logique de savoir le flux d'appels ou de réclamation auprès service après vente de l'entreprise qui représente son image et restaure la confiance chez le client.

c- la capacité de garder la clientèle dite la rétention client est définie comme "la capacité de l'entreprise à garder ses clients, à les «retenir», à faire en sorte qu'ils continuent d'utiliser ses services"¹⁶⁴ et la perte de client est l'une des unités d'échec les plus parlantes pour une entreprise, car elle met au jour deux flux de valeur critiques à savoir :

¹⁶¹. cité par : *BERGERON, H.*, (2000), " Les indicateurs de Performance en contexte PME, quel modèle appliquer?", 21^{ème} Congrès de l'AFC, France, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00587425>.

¹⁶². *BERK, J., DEMARZO, P.*, (2011). "Finance d'entreprise", OP.CIT, P38.

¹⁶³. *KOTLER, P., KELLER, K.L., DUBOIS, B., MANCEAU, D.*, (2006). OP.CIT., P172.

¹⁶⁴. <https://www.cartelis.com/blog/retention-client-anti-churn/>. Visité le 25/07/2018.

*La détérioration du flux de valeur allant de l'entreprise aux vers les clients,

*La diminution du cash-flow allant vers l'entreprise¹⁶⁵.

d- la formation des employés : la formation continue ou le développement des compétences est une fonction importante dans la stratégie de l'entreprise, "c'est un investissement dans le capital humain qui permet de perfectionner le niveau de performance de l'entreprise et d'améliorer son positionnement stratégique "¹⁶⁶ par rapport aux autres entreprises qui ne sont pas capables de s'adapter aux changements technologiques, de s'accompagner la croissance économique et surtout de valoriser leurs capital humain.

¹⁶⁵ .cité par : *COOVI, B.*, (2010), "Management du cycle de vie du client : Proposition d'un modèle conceptuel d'évaluation de l'utilisation des logiciels CRM", Gestion de Portefeuilles [q-fin.PM], Université d'Auvergne Clermont-Ferrand I, France. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00719535>.

¹⁶⁶ .*BENRAOUANE, S.A.*, (2010), "Le Management Des Ressources Humaines", Office Des Publications Universitaires, Alger, P177.

Conclusion chapitre 2 :

Dans ce chapitre, nous avons fait appel à plusieurs recherches dans le domaine d'intelligence économique, cette variété nous a permis de tirer les points communs qui tendent vers l'objectif de notre recherche celui de trouver une liaison étroite qui regroupe les trois variables de la recherche, celles de l'intelligence économique, la performance et la compétitivité.

Effectivement, il s'est avéré que ces efforts cognitifs nous ont donné une vision claire pour construire le modèle de recherche actuel, en introduisant la compétitivité comme variable médiatrice entre la variable indépendante de l'intelligence économique et la variable dépendante de la performance d'entreprise.

*En partant des modèles proposés et testés de ces efforts ont pu emprunter les dimensions des variables étudiées notamment les dimensions de la performance et la compétitivité mais les dimensions de l'intelligence économique sont restées peu claires, ce qui nous a motivé à ajouter une autre recherche conjointe avec les travaux de **Jermy Depauw** où l'intelligence économique est composée de quatre dimensions.*

Enfin, Notre modèle de recherche a été construit et il sera ensuite testé dans les prochaines étapes, avec une conviction qu'« il ne faut pas chercher à modéliser pour modéliser ; par jeu intellectuel ou par seul souci de rigueur scientifique, mais modéliser pour agir, un modèle pertinent résultera ainsi toujours d'un équilibre entre exhaustivité et opérationnalité »¹⁶⁷, une condition qui semble pérenne et durable dans de telles recherches.

¹⁶⁷ .MORIN, P., DELAVALLEE, E., (2000), "Le Manager à l'écoute du sociologue", Les Editions d'Organisation, Paris, FRANCE, P68.

Conclusion de la première Partie

L'objectif de la première partie est de faire la revue de la littérature sur le concept de l'intelligence économique dans l'entreprise, évoqué par plusieurs définitions caractérisées par son évolution historique à travers les trois pensées : Anglo-saxonne, Francophone et Algérienne. Sa multidisciplinarité lui a créé un nuage de pensées diverses, d'une simple démarche ou technique à un état d'esprit œuvrant au changement sous le volet offensif qui se décline en veille stratégique, ensuite sous le volet d'influence, dans le but d'avoir la bonne information externe au bon moment pour prendre la bonne décision, et finalement sous le volet sécuritaire pour protéger cette information de toute menace que ce soit interne ou externe.

En outre, nous avons voulu montrer que l'entreprise est un système irrémédiablement ouvert, qui entretient une relation interactive avec son environnement compétitif, et l'intelligence économique n'est qu'un impératif d'aider et de protéger cette ouverture vers l'externe.

En effet, l'intelligence économique permet de faire face aux évolutions externes qui entourent l'entreprise, par le développement de nouvelles pratiques, et par un ajustement meilleurs des différentes activités pour faciliter l'absorption informationnelle, et créer des nouvelles connaissances adaptables aux changements. Elle est donc apte de transformer cette information en avantage concurrentiel en réalisant un bénéfice important.

Dans ce contexte, un consensus des travaux antérieurs sélectionnés et présentés d'une façon chronologique, nous a permis d'élaborer le modèle conceptuel de recherche, comportant les variables principales et les hypothèses qui en découlent, ainsi les déterminants détaillés de chaque variable dans le but de tester la validité et la fiabilité de ce modèle dans la deuxième partie.



«La persévérance c’est ce qui rend l’impossible possible, le possible probable et le probable réaliser»

Léon Trotsky (1879,1940)



Deuxième Partie

Cadre empirique de l'étude : méthodologie de travail et résultats

La première partie de la thèse, était consacrée à une revue de la littérature, en identifiant les concepts principaux impliqués dans cette recherche. Il s'agit d'élucider le contenu conceptuel de la notion d'intelligence économique et de déterminer sa relation avec la performance et la compétitivité d'entreprise dans le but d'élaborer un modèle conceptuel alimenté par quelques études antérieures choisies.

Dans cette deuxième partie, nous présentons le volet empirique qui vise à valider notre modèle de recherche. Le choix des entreprises qui opèrent dans le secteur économique est justifié par la nécessité de tester ce modèle sur les entreprises pour lesquelles les déterminants de l'intelligence économique résultant de la mise en œuvre du concept apparaissent de manière intuitive comme outils à la performance et à la compétitivité.

Ce volet empirique utilise la méthodologie de recherche dans un premier chapitre et l'interprétation des résultats dans le second chapitre, dont le traitement des données suit conformément un raisonnement hypothético-déductif à savoir : émettre des hypothèses, recueillir des données puis tester les résultats obtenus pour affirmer ou infirmer ces hypothèses.

“L'intelligence économique sera au XXIe ce que le Marketing a été dans les années 1970 “. Alain Juillet.

Chapitre 1

Méthode et Recueil des données

Le chapitre précédent nous a permis de présenter le modèle conceptuel de la recherche et les hypothèses émanant de ce modèle, tandis que, dans le présent chapitre nous nous sommes intéressés à la posture épistémologique et méthodologique, où notre réflexion s'ancre dans la tradition académique assez riche. Dans la plupart des disciplines des sciences de gestion, l'exigence d'un questionnement épistémologique semble incontournable, comme dans n'importe quelle autre science (*Burrell et Morgan, 1979 ; Weik, 1989*)¹, où il s'intéresse aux trois questions principales : Qu'est-ce que la connaissance ? Comment est-elle élaborée ? Comment justifier le caractère valable d'une connaissance ?

En effet, pour mettre en œuvre ce processus d'élaboration des connaissances et le valider, les chercheurs sont sensés de poursuivre certaines règles c'est ce qu'on appelle une méthodologie de recherche étant généralement défini comme "l'étude des méthodes destinées à élaborer des connaissances, elle apparaît comme l'un des volets de l'épistémologie"².

Dans ce chapitre nous précisons la façon d'organiser la recherche et les outils mobilisés pour atteindre l'objectif de l'étude actuelle en procédant à la méthodologie utilisée dans la première section, ensuite la stratégie de recherche et d'échantillonnage dans la deuxième section. La stratégie de traitement et

¹ .Cité par : *Gavard-Perret, M-L., Gotteland, D., Haon, C., Jolibert, A., (2012), "Méthodologie de la recherche en sciences de gestion", Pearson, France. P14.*

² . OP.CIT, P13.

l'analyse descriptive des données seront abordées dans la troisième et la quatrième section.

1. L'approche méthodologique :

Nous avons mentionné précédemment que nous suivons le raisonnement hypothético-déductif désignant dans les sciences expérimentales, la méthode qui consiste à formuler des hypothèses et à en déduire des conséquences testables expérimentalement.

Le principe du système est de permettre la vérification de l'hypothèse dans des contextes empiriques différents de ceux qui ont suggéré sa formulation³, ce qui nous a motivés à traiter le sujet de recherche d'une manière subjective, selon *Martine Brasseur* dans son article : "L'interaction du chercheur avec son terrain en recherche -action : deux cas d'accompagnement individuel des managers", a abouti que "la résonance entre les dynamiques d'interaction instaurées entre le chercheur-acteur et demandeur d'aide et celles posant problème entre le demandeur et son environnement professionnel non seulement ne représente pas un biais mais représente un levier de recherche-action, l'évolution impulsée dans les premières favorisant l'enclenchement d'un processus dans les secondes"⁴, c'est-à-dire une combinaison entre la clairvoyance et la vigilance pour ne pas tomber dans l'illusion hostile, ainsi la neutralité du chercheur est très préconiser.

Dans la structuration de notre démarche méthodologique, nous nous sommes particulièrement inspirées des travaux de (*Sabrina Loufrani-Fedida*, 2006)⁵, (*Luu Anh-Ducdes*, 2012)⁶, (*Christian Huynh*, 2013)⁷, (*Loïc Harriet*, 2014)⁸,

³. <https://hal.archives-ouvertes.fr/cel-01767889/document>.

⁴. *Brasseur, M.*, (2012), "L'interaction du chercheur avec son terrain en recherche -action : deux cas d'accompagnement individuel des managers", *Recherches en Sciences de Gestion*, Vol2, N° 89, P 103 -118.

⁵. *Loufrani-Fedida, S.*, (2006), "Management des compétences et organisation par projets : une mise en valeur de leur articulation. Analyse qualitative de quatre cas multisectoriels", Thèse de Docteur en Sciences de Gestion, Université de NICE-SOPHIA ANTIPOLIS, Institut d'administration des entreprises, France.

⁶. *Anh-Ducdes, L.*, (2012), "Analyse stratégique et impacts de performance sur des sites web dans l'hôtellerie française indépendante", Thèse de doctorat en sciences de Gestion, Université Toulouse 1 capitole, France.

⁷. *Huynh, C.*, (2013), "Mesure de l'efficacité de l'Intelligence Economique et Stratégique : le cas des entreprises innovantes", Thèse de Docteur en Sciences de Gestion, Ecole doctorale Sciences de l'Homme, des Organisations et de la Société, Université de RENNES 1, France.

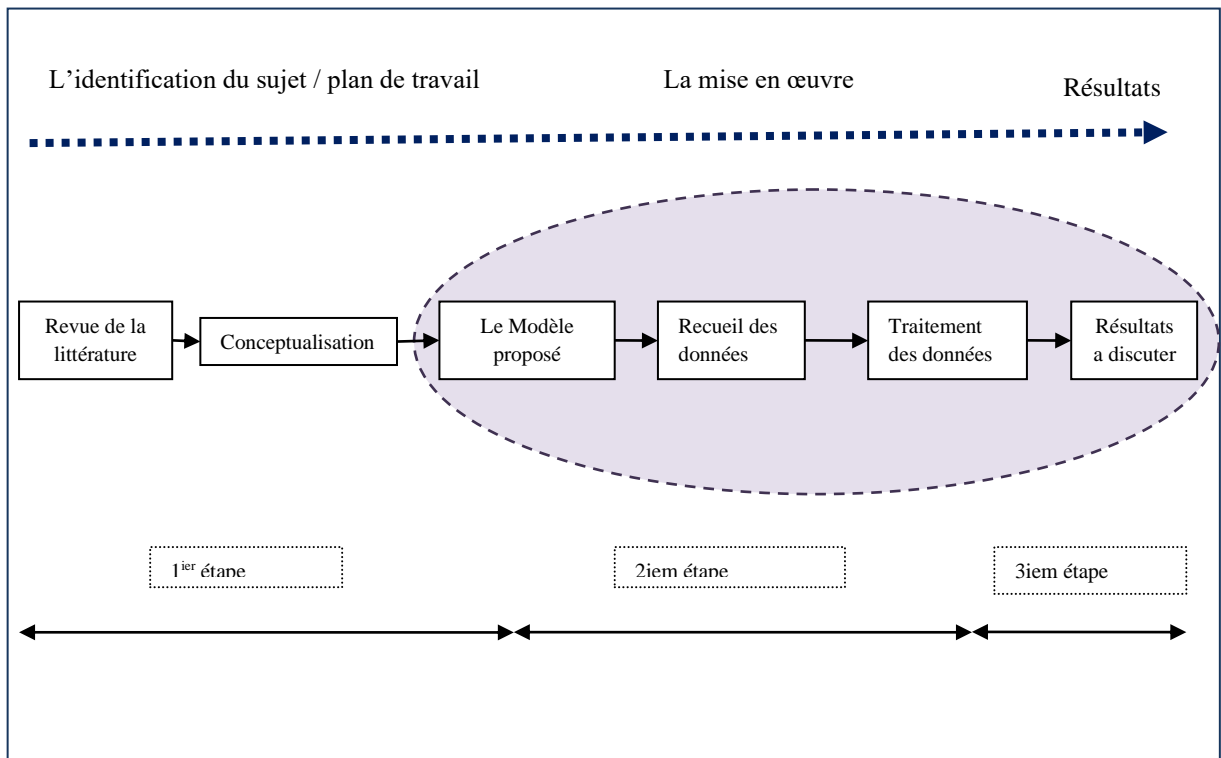
(11, 2018, غوتي محمد), (10, 2017, ماحي كلثومة), (9, 2017, ستي سيدأحمد) où la figure N° 25 résume le déroulement de cette démarche en trois étapes :

*La première étape : revue de la littérature et conceptualisation du modèle de recherche.

*La deuxième étape : le recueil des données alimente le modèle et produit un ensemble de données pour chaque entreprise ciblée.

* La troisième étape : Le traitement des données produit des résultats à discuter.

Figure N° 26: Démarche méthodologique de la recherche :



Source : confectionnée par la chercheuse.

8. Harriet, L., (2014), " L'intelligence économique à la lumière des concepts managériaux : l'étude de cas d'une entreprise du secteur énergétique", Thèse de Docteur en Sciences de Gestion, ECOLE DOCTORALE de SCIENCES ECONOMIQUES, GESTION ET DEMOGRAPHIE (E.D.42), France.

9. ستي سيد احمد، محددات الرضا الوظيفي وعلاقته بكل من الالتزام الوظيفي والنية في ترك العمل دراسة امبيريقية لدى عينة من موظفي الادارات العمومية لولاية سعيدة، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص: الطرق الكمية المطبقة في التسيير، جامعة سعيدة ، 2017.

10. ماحي كلثومة ، أثر جودة الخدمة على ولاء العميل باستخدام المعادلات الهيكلية (دراسة تطبيقية لعينة من البنوك الجزائرية بولاية سعيدة) أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية ، تخصص: الطرق الكمية المطبقة في التسيير، جامعة سعيدة ، 2017.

11. غوتي محمد، أثر ممارسات ادارة الجودة الشاملة على الأداء التنظيمي (دراسة حالة اتصالات الجزائر)، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص: الطرق الكمية للتسيير، جامعة تلمسان ، 2018.

D'une façon plus précise, nous abordons dans cette section, un rappel de l'objectif de recherche, ensuite nous déterminons notre positionnement de choix épistémologique et méthodologique de la recherche.

Selon *Denzin et Lincoln* (1994)¹², les choix pratiques concernant le déroulement de la recherche dépendent de la question qui, elle-même, est fortement liée au contexte dans lequel se déroule cette recherche : à savoir, quelles données sont disponibles et quel type d'étude le chercheur peut réaliser dans ce contexte ?, pour répondre à ces questions, nous rappelons que l'objectif de notre recherche est de savoir la nature de relation qui unit l'intelligence économique, la compétitivité et la performance de l'entreprise, ce qui nous dévoile la présence d'une problématique de nature *explicative causale*, puisqu'il s'agit de connaître l'effet que peut produire l'application de l'intelligence économique dans l'entreprise sur sa performance et sa compétitivité à travers le teste du modèle proposé dans cette étude.

D'un premier aperçu des thématiques à tester surtout au niveau de la performance et de la compétitivité, on constate qu'une méthode quantitative est la plus appropriée, mais si nous revenons aux études antérieures citées dans le chapitre précédent, nous constatons que la plupart d'entre elles ont utilisées *la méthode qualitative* ce qui renforce notre conviction et notre mode de raisonnement d'accepter cette suggestion comme un outil de base permettant de mesurer les variables étudiées dans la recherche actuelle.

2. Stratégie de recherche et d'échantillonnage: enquête par questionnaire

Notre objectif de recherche est de dévoiler la nature de relation entre les variables étudiées en testant le modèle élaboré à base des études préalables en utilisant un design de recherche de type enquête par questionnaire conformément à cet objectif. "Un design de recherche expérimental ou quasi-expérimental est

¹². <https://f.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2413/files/2015/02/mbengue.pdf>.

réputé plus approprié pour identifier des liens de causalité"¹³, selon *Shaughnessy et al*, "le questionnaire constitue l'instrument principal de la recherche par enquête "¹⁴, c'est un outil de recueil, d'enregistrement et de stockage de l'information , c'est un moyen par lequel la recherche passe d'un stade conceptuel à un stade réelle , d'une autre façon c'est la phase de matérialisation de la recherche.

Dans ce sens, nous utilisant *l'enquête par questionnaire* pour collecter des informations pour plusieurs raisons :

- Le questionnaire alimente les données nécessaires à l'évaluation quantitative du modèle de recherche ;
- plusieurs recherches et études préalables recensés ont utilisé le questionnaire par enquête ;
- c'est un outil de contact et de communication avec les répondants.

Cette section, décrit principalement l'élaboration du questionnaire, le choix de l'échantillon enquêté et la collecte des données.

2.1. L'élaboration du questionnaire :

La rédaction du questionnaire est la phase la plus critique du processus d'étude, il n'existe pas de méthode infaillible pour rédiger et tester un support de collecte de données, mais plutôt un ensemble de conseils pratiques et de bon sens qui s'ordonnent autour de trois considérations importantes : la manière de structurer le questionnaire, la formulation des questions et l'administration du questionnaire.

¹³ . *Vicente, R.*, (2017)," Les facteurs critiques de succès de l'implantation de l'ERM", Thèse présentée à l'École de gestion, comme exigence partielle du doctorat en administration (DBA) offert conjointement par l'Université de Sherbrooke et l'Université du Québec à Trois-Rivières, P71.

¹⁴ . *Shaughnessy, J., Zechmeister, E., Zechmeister, J.*, (2011)," Research Methods in Psychology", Ninth Edition, P138.

2.1.1. La structure du questionnaire :

Selon *Fenneteau* "la structure peut être représentée à l'image d'un sablier"¹⁵ et la façon de structurer un questionnaire obéit à quelques règles simples et invariantes, son déroulement se passe en étapes ordonnées dont on donne une courte explication pour chacune.

- ✓ *L'introduction du questionnaire* : nous avons rédigé une petite introduction qui ne dépasse pas les 9 lignes, dont les premières 4 lignes on a identifié le cadre, le sujet et le but de la recherche, ensuite dans les 3 lignes qui suivent on a expliqué au répondant que les informations fournies seront confidentielles et codifiées afin de le rassurer et de l'inciter à répondre, et de prendre en considération que le fait d'interroger un sujet suppose d'interrompre momentanément son activité, de briser une routine et par la suite de percer son intimité"¹⁶, et finalement les dernières lignes de politesses par un remerciement pour le temps et l'intérêt accordé de répondre.
- ✓ *Le corps du questionnaire* : notre questionnaire est divisé en 4 axes dont le premier est consacré aux questions socioprofessionnelles des répondants, et les autres axes portent sur les variables du sujet de la recherche (l'axe de l'intelligence économique, l'axe de la compétitivité et l'axe de la performance).
- ✓ *Types de questions* : nous avons utilisé deux types de questions : des questions fermés à choix binaire et Multiple, et une seule question ouverte pour savoir la culture des répondants vis-à-vis notre sujet de recherche.
- ✓ *Qualification du répondant*: notre questionnaire est destiné aux ***dirigeants des entreprises***, dont des questions ont été construites pour savoir leurs Ages, leurs formations et leurs opinions sur le sujet d'intelligence économique.

¹⁵ . *Fenneteau, H.*, (2002), "Enquête : entretien et questionnaires", Edition Dunod, France.

¹⁶ . *Tourangeau, R., Rips, L-J., Ransinski, K.*, (2000)," The psychology of survey response", Cambridge University Press, P23-61.

2.1.2. La formulation des questions :

Comme nous l'avons évoqué dans le deuxième chapitre de la première partie (Tableau N°3, P91), que chaque variable composante du modèle de notre recherche est formée de plusieurs dimensions empruntées des recherches précédentes. Dans ce contexte nous allons détailler encore plus sur les items empruntés de chaque dimension classées dans le tableau suivant :

Tableau N°4 : les items empruntés

Variable	Dimension	Items	Type d'échelle	Référence
L' intelligence économique	Veille stratégique	4 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Rarement à 5= Très constamment	(.Djennas, Benhabib, 2006), (Ramli, 2014); (Bendiabdelah, Djennas, 2015); (بابة وقتوني, 2016).
	Absorption d'information	5 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Très faible à 5= Très fort	(Slama, Ammar, 2014), (Oumaya, Gharbi, 2016); (RANGUS, SLAVEC, 2017)
	Sécurité d'information	4 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Très faible à 5= Très fort	(Badaoui, Chettih, 2017).
	Influence d'environnement	4 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Pas du tout d'accord à 5= Tout à fait d'accord	(بابة وقتوني, 2016).
	Prise de décision	6 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Pas du tout d'accord à 5= Tout à fait d'accord	(Lahmini, Ibenrissoul, 2015), (Rangus, Slavec, 2017); (Suardhika, Wirati Adriati, 2018).
Compétitivité	Compétitivité Produit	5 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Très inférieur à 5= Très supérieur	(ELMAKRINI, 2014).
	Compétitivité Organisationnelle	3 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Très inférieur à 5= Très supérieur	(ALAOUI, 2010), (ELMAKRINI, 2014).
Performance		4 items	échelle ordinale à 5 points : 1= Très inférieur à 5= Très supérieur	(Fekir, 2015); (Preet Kaur & al, 2016); (Rangus, Slavec, 2017); (Talaja & al, 2017); (Owusu, 2017).

Source : confectionnée par la chercheuse.

2.1.3. L'administration du questionnaire :

Le choix du mode d'administration du questionnaire est important pour avoir des réponses de qualité qui facilitent le traitement ; en fonction du contexte de l'étude, de la nature de la population à interroger, mais surtout des délais impartis et du budget disponible. La méthode de collecte se différencie par la présence ou non d'un enquêteur et par leur degré d'interactivité, dont on distingue deux méthodes¹⁷ majeures sont :

Les méthodes autoadministrées pour lesquelles on envoie le questionnaire au répondant ou on le laisse à sa disposition. Celui-ci est seul pour décider de contribuer ou non à l'enquête, puis pour documenter ses réponses. Il est également responsable du retour du questionnaire.

Les méthodes assistées qui se déroulent en présence d'un enquêteur(en face à face ou par téléphone), qui tentera tout d'abord de convaincre la personne contactée de répondre à l'enquête. Il mènera ensuite l'interview en formulant les questions, tout en apportant son soutien pour la bonne compréhension des sujets abordés. Il maintiendra la dynamique de l'entretien afin d'obtenir des réponses d'une qualité optimale.

Certaines comparaisons inhérentes aux différents modes d'administration des questionnaires sont présentées dans le tableau suivant :

¹⁷. <https://docplayer.fr/88942-Les-differents-modes-de-diffusion-d-un-questionnaire.html>.

Tableau N°5 : comparaison entre les différents modes d'administration d'un questionnaire

	Modes d'administration			
	Postale	Face à face	Téléphone	Informatique
Coût	Moyen, coût postaux et coût de reproduction	Élevé, si non pratiqué par le chercheur.	Élevé, si non pratiqué par le chercheur	Moyen, coûts postaux et coûts informatiques
Contrôle de l'échantillon	Faible, aucun moyen de savoir qui a répondu	Élevé.	Élevé.	Faible, aucun moyen de savoir qui a répondu
Temps de réalisation	Environ 2 mois	Très dépendant de l'échantillon et du nombre d'enquêteurs	Très dépendant de l'échantillon et du nombre d'enquêteurs	Environ 2 mois

Source : Ibert, J., Baumard, P., Donada, C., Xuereb, J-M., (1999), " méthodologie de la recherche en gestion : La collecte des données et la gestion de leurs sources", chapitre IX in R.A. Thiétart (Ed.), Nathan.

Dans notre recherche nous avons choisi d'administrer le questionnaire par certains modes pour augmenter le taux des réponses, puisque notre questionnaire s'adresse aux dirigeants des entreprises qui sont fréquemment occupés et non disponibles, ce qui nous a poussés à diversifier le mode d'administration comme suit :

- ✓ L'administration directe : en ciblant les salons d'exposition, les visites des locaux d'implantation dans ou or les zones industrielles accompagné parfois par des agents des directions de l'énergie et des mines, la chambre de commerce, les experts comptables, des inspecteurs d'impôts, les Forums d'entreprises, les intermédiaires proches, familles et collègues

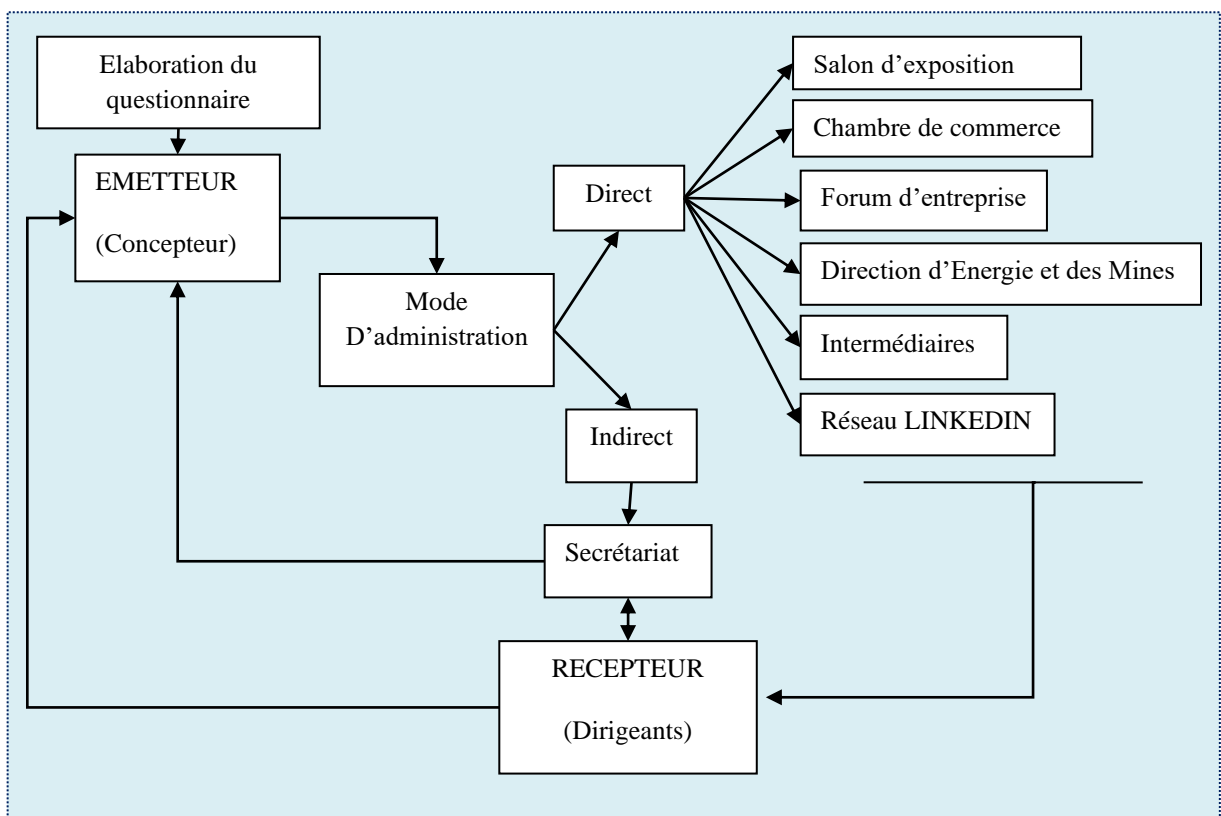
dans le but de faciliter le processus de remplissage du formulaire directement par les personnes concernées.

Comme nous avons utilisé l'administration du questionnaire par le biais du réseau professionnel *LINKEDIN* dont on a renforcé nos échanges avec les chefs d'entreprises plus de 3 ans ce qui a facilité leurs contribution.

- ✓ L'administration indirecte : cette opération a été effectuée en absence du répondant (généralement en déplacement ou à l'étranger) ce qui nous a pousser a déposée le questionnaire chez la Secrétariat de la direction générale de l'entreprises si celle-ci est d'une taille importante.

Pour mettre au point ce processus d'enquête intégré en tenant compte des divers éléments qui le constituent et qui peuvent être schématisés comme suit :

Figure N° 27: *Processus d'enquête par questionnaire :*



Source : confectionnée par la chercheuse (l'idée empruntée de Dermateau, M., 1990)¹⁸.

¹⁸. Dermateau, M., (1990), " L'enquête par question, une méthode de collecte des données", L'A.P.E.S collection, France. P6.

2.2. *Le choix de l'échantillon:*

Une enquête sur terrain se caractérise par un recueil d'information auprès d'un ensemble restreint d'unités statistiques, formant un échantillon, et extrait d'un ensemble plus vaste appelé une population. En effet pour le statisticien, "une population est caractérisée par un ensemble de traits qui ne relèvent pas uniquement des caractéristiques démographiques"¹⁹, c'est "l'ensemble sur lequel des méthodes et techniques de présentation, de description et d'inférence statistique sont appliquées"²⁰ ; quand à l'échantillon : " Une ou plusieurs unités d'échantillonnage prélevées dans une population et destinées à fournir des informations sur cette population. Note – Un échantillon peut servir de base à une décision concernant cette population ou le processus qui l'a produite"²¹.

Dans ce contexte, l'enquête de notre recherche porte sur les entreprises algériennes qui opèrent dans les divers secteurs économiques, la population à laquelle nous nous sommes adressés est très vaste ce qui nous a poussé à prélever un échantillon dont leurs dirigeants vont être les participants pour répondre à nos questionnaires.

Pour savoir le seuil de l'échantillon ciblé en basant sur la taille de population nous semble difficile à calculer, même si on utilise la formule de (*Steven K. Thompson*, 2012), selon les statistiques datée à la fin du 1^{er} semestre 2018, la population globale des PME en Algérie s'élève à 1093170*. Une hausse élevée de mortalité a été observée (1370 PME privés entre le 1^{er} semestre de l'année 2017 et 2018) en manque de maturation dans le lancement des projets et en manque de compétitivité comme causes de cette mortalité. Ce qui explique que

¹⁹. *Dommermuth, W-P.*, (1975), " The use of sampling in marketing research", Marketing research techniques series, American Marketing Association, N°3, P9-33.

²⁰. *Vaillant, J.*, (2005), "Initiation à la théorie de l'échantillonnage". <http://madagascar-interculturel.e-monsite.com/medias/files/theorie-echage.pdf>.

²¹. *Gerville-Réache, L., Couallier, V.*, (2011), " Échantillon représentatif (d'une population finie) : Définition statistique et propriétés, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00655566/document>.

*. Bulletin statistique de la PME : Données du 1^{er} semestre 2018, Ministère d'énergie et des mines, Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Edition Novembre 2018, N° 33.

la taille de population reste instable et déséquilibré dans le temps ce qui renforce notre conviction de chercher une autre façon de calculer.

(ماحي كلثومة, 2017), dans ses recherches doctorales a indiquée comment calculer le seuil de l'échantillon dans les cas d'analyse factorielle et l'analyse d'un modèle par équation structurelle en basant sur les travaux de (Kelin, 2005).

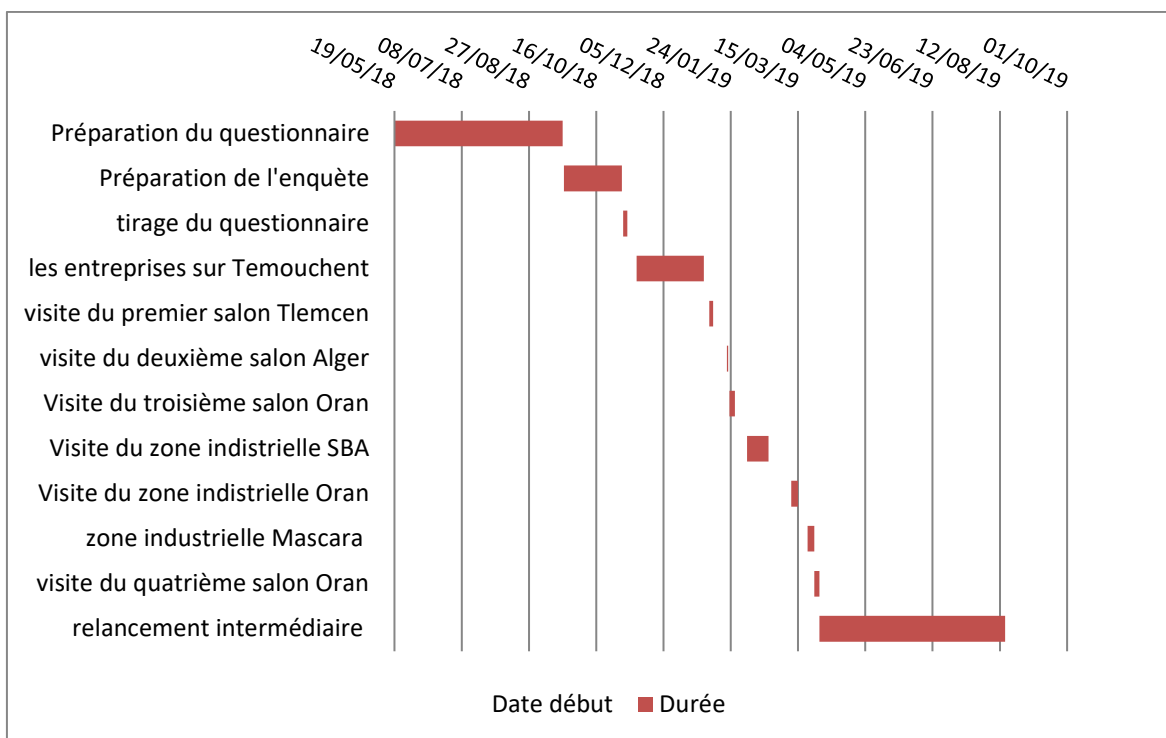
Le calcul du seuil est basé sur cinq cas. Pour chaque variable de l'étude, c'est-à-dire le nombre d'item de tous les variables étudiées seront multiplié par les cinq cas de réponses (selon la classification d'échelle de Likert). Dans notre étude nous avons utilisé 35 items pour nos variables de recherches (l'intelligence économique avec 23 items, compétitivité de 8 items, et la performance de 4 items), ce qui résulte : $35*5= 175$.

Le seuil de notre échantillon doit dépasser les 175 entreprises qui opèrent dans les divers secteurs économiques à travers les quatre régions du pays (ouest, est, nord et sud).

2.3. La collecte des données :

Pour la collecte des données, nous sommes toujours convaincus et par expérience, qu'il existe des difficultés pour réaliser une enquête sur terrain, surtout quand il s'agit des dirigeants (non disponibles, injoignables ou le refus de répondre par prudence de divulguer leurs informations). Par précaution de ne pas affronter des telles situations, on a utilisé plusieurs méthodes d'administration du questionnaire auparavant schématisées dans la figure N⁰26. Dans ce sens un déroulement bien détaillé de l'enquête sur terrain suivant le Diagramme de Gantt comme suit :

Figure N° 28: Déroulement d'enquête par questionnaire :



Source : confectionnée par la chercheuse selon les données extraites d'Excel 2007.

Observation : Le diagramme de Gantt est un outil utilisé en ordonnancement et en gestion de projet et permettant de visualiser dans le temps les diverses tâches composant un projet. Il s'agit d'une représentation d'un graphe connexe, évalué et orienté, qui permet de représenter graphiquement l'avancement du projet.

Le déroulement de notre enquête à subit plusieurs étapes, nous allons présenter ci-dessous l'évolution de chaque étape comme suit :

- ✓ Préparation du questionnaire : l'élaboration du questionnaire auparavant citée, a été réalisée sur la base des recherches et études préalables qui a durée 125 jours. Un pré-test auprès a été établi de deux chefs d'entreprises pour savoir la durée de leurs réponses et la compréhension des termes utilisés, effectivement on a constaté que la durée pour remplir notre questionnaire ne dépasse pas les quinze minutes avec notre présence.

- ✓ Préparation de l'enquête : dans cette étape on a préparé un plan d'action qui désigne les acteurs principaux pour faciliter le travail de collecte des données, à savoir :
 - Les chambres de commerces (Tlemcen, Ain Témouchent) ;
 - Salon d'exposition (le suivi quotidien des programmes des foires et des salons sur le web (calendrier Foires-Info) ;
 - Forum des chefs d'entreprises situé sur la willaya de Témouchent et Oran;
 - La direction d'énergie et des Mines (Mascara) ;
 - Les intermédiaires
 - Le réseau professionnel LinkedIn (le contact direct avec les chefs d'entreprise) ;
 - Les directions générales des entreprises (visite sur lieu et dépôt aux secrétariats) ;

Cette étape a durée 43 jours pour renforcer nos contacts et établir un climat de confiance primitif pour les répondants.

- ✓ Le tirage des questionnaires : puisque la modélisation en équation structurelle demande les grandes tailles des échantillons dépassant les 200 observations, ainsi le seuil calculé de notre échantillon (175 entreprises), nous avons tiré 300 questionnaires en format papier et 50 en format électronique envoyé sur les boites emails des chefs d'entreprises; cette étape a durée 3 jours entres tirage et l'envoi électronique;
- ✓ Les étapes qui suivent ne sont qu'un marathon auprès des entreprises exposantes aux salons (la durée ne dépasse pas les quatre jours maximum pour chacun), et les visites sur lieu (surtout les zones industrielles).

Après la visite du dernier salon qui a eu lieu sur Oran **AGRIPO-EXPO** concernant l'agriculture du 23 au 26 janvier 2019, on a constaté que le nombre des entreprises renseignées n'a pas encore atteint le seuil estimé, cela nous a

conduit à encore renforcer nos relations, de visiter d'autres salons (malheureusement toutes les événements ont été reportés pour l'année 2020 pour cause d'instabilité politique du pays durant cette période) ce qui nous a poussés à relancer une deuxième fois en s'appuyant surtout sur nos intermédiaires et les visites sur lieux et de prendre en considération les délais de réponse qui doivent être compatibles avec un temps impécuniable du traitement des données.

Le déroulement de cette enquête depuis l'élaboration de notre questionnaire jusqu'à la fin de la dernière étape de la deuxième relance a duré **454 jours (un an et 89 jours)** en total 64 semaines complètes du dimanche au jeudi.

Ce résultat inclut le jour de départ (19/05/2018) mais pas le jour de fin (16/08/2019) car les jours fériés ne sont pas pris en compte pour les jours ouvrés, donc nous avons récolté **204** questionnaires bien renseignés, cette procédure de récolte se différencie selon la manière d'envoi :

* L'envoi classique (format papier), les questionnaires ont été remplis et pris directement (renseignement face à face et sur place) ou remplis, signés et déposés chez l'intermédiaire (secrétaire, expert-comptable, inspecteur d'impôts, collègue, famille), et les récupérés plus tard en moyenne de quinze jours.

* L'envoi électronique (format Word), les questionnaires ont été remplis directement par les répondants ciblés sur le fichier Word et envoyés sur notre boîte e-mail ou imprimés, remplis, scannés et ensuite envoyés vers notre boîte e-mail sous format PDF ou Image JPG.

Dans le tableau suivant nous résumons le nombre de questionnaires envoyés, collectés et exploités.

Tableau N^o6 : les questionnaires collectés par les deux voies d'envoi

	Questionnaire classique	Questionnaire électronique
Nb. Questionnaire envoyé	300	50
Nb. Questionnaire reçu	172	32
Nb. Questionnaire exploitable	172	32
Le Total	204	
Le taux de réponse %	58.28%	

Source : confectionnée par la chercheuse.

3. Stratégie de traitement des données

Après les étapes d'administration et de collecte des données parvient une étape très importante qui vise à interpréter ces données brutes en résultat exploitable conformes à nos objectifs de recherche ; mais pour arriver à ce résultat il nous faut des méthodes et des outils de traitements pertinents à ce genre des données.

Dans cette section, nous allons présenter la méthode et les outils convenables au traitement des données ensuite nous entamons une analyse descriptive des données dans le but de décrire au moyen les indicateurs classiques (moyenne, fréquence et écart-type) pour les caractéristiques des répondants et des entreprises échantillonnées ainsi les variables de la recherche actuelle (IE/Performance/Compétitivité).

3.1. Les méthodes et outils de traitement :

Dans le traitement de nos données brutes, nous avons établi deux méthodes :

3.1.1. La méthode descriptive :

Cette méthode a pour but de résumer les données en leur assignant une nouvelle représentation, de synthétiser en faisant ressortir ce qui est dissimulé par le volume, "elle permet de dresser un portrait de situation telle qu'elle nous apparait suite à la compilation et du classement des données qualitatives et quantitatives obtenues" ²² ; dans ce sens, nous recourons des analyses

²² .Tremblay, R-R., Perrier, Y., (2006), "Savoir plus : Outils et méthodes de travail intellectuel", Chenelière Editions, France, P1.

descriptives dans le but de décrire au moyen d'indicateurs classiques²³ (moyenne, fréquence et écart-type) selon les formes d'échelle utilisés dans le questionnaire.

L'échelle Nominal : ce type d'échelle a été présenté par le lieu de localisation de l'entreprise, le nom d'entreprise, son secteur d'activité, le sexe et la profession du répondant, les opérations statistiques les plus fréquent sur ce genre de données sont les fréquences absolues et relatives.

L'échelle ordinale : ce type d'échelle a été présenté par la création d'entreprise, le nombre d'effectif, le niveau d'étude du répondant, son âge et la durée d'occupation du poste, les opérations statistiques convenables sont les fréquences cumulées et la moyenne. Pour les variables de l'étude, on a utilisé l'échelle ordinale de *Likert à cinq points* dont les opérations les plus utilisées sont la moyenne et l'écart-type. L'outil de traitement utilisé pour des telles opérations est: *SPSS V.25*.

Comme nous tenons à mesurer la cohérence interne ou la fiabilité des questions posées pour tester les variables étudiées par : premièrement la méthode de Bipartition dite "*Split Half*" où les items de l'échelle sont partagé en deux moitiés et les demi-scores qui en résultent sont corrélés. Des corrélations élevées entre les moitiés indiquent une cohérence interne élevée. On peut partager les items de l'échelle en se fondant sur des items de nombres pairs ou impairs, ou en procédant de manière aléatoire²⁴ et deuxièmement par le biais du coefficient *Alpha de Cronbah*. Cet indice traduit un degré d'homogénéité (une consistance interne) d'autant plus élevée que sa valeur est proche de 1. Dans la pratique, on considère généralement que l'homogénéité de l'instrument est satisfaisante lorsque la valeur du coefficient est au moins égale à 0.80.

²³ . Tillé, Y., (2010),"Résumé de du Cours de Statistique Descriptive", Université Neuchâtel, Suisse. P10-13.

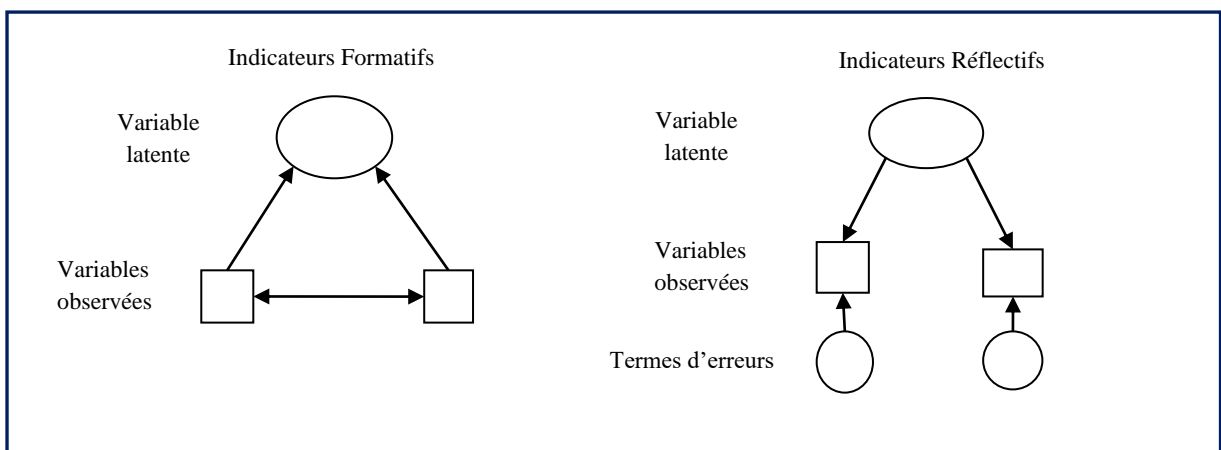
²⁴ Malhotra, N., Décaudin, J-M. ; Bouguerra, A., Borjes, D., (2010),"Etudes Marketing", 6^{ième} édition, Pearson Education, France, P227.

3.1.2. La modélisation par les équations structurelles:

Cette méthode a pour objectif de mettre en évidence des relations de causalité entre les variables. La modélisation par les équations structurelles est toutefois une technique d'analyse globale, dont les cas particuliers sont : la régression, l'analyse canonique, l'analyse de variance, l'analyse factorielle. La modélisation par les équations structurelles permet aussi de faire la distinction entre variables observées et variables latentes. Une variable latente est une variable qui correspond à un concept non observé, mais qui peut être estimée par des variables observables et mesurables, appelées parfois variables manifestes²⁵.

Le modèle d'équation structurel se compose d'un ensemble d'indicateurs de mesures, de variables latentes et des erreurs, le modèle de structure renvoie à déterminer les relations causales entre les variables latentes (dépendantes et indépendantes), d'une autre façon il permet de dévoiler la signification des hypothèses testées de la recherche, tandis que le modèle de mesure renvoie à identifier et à estimer les variables latentes selon sa nature si elles sont réflexives ou formatives.

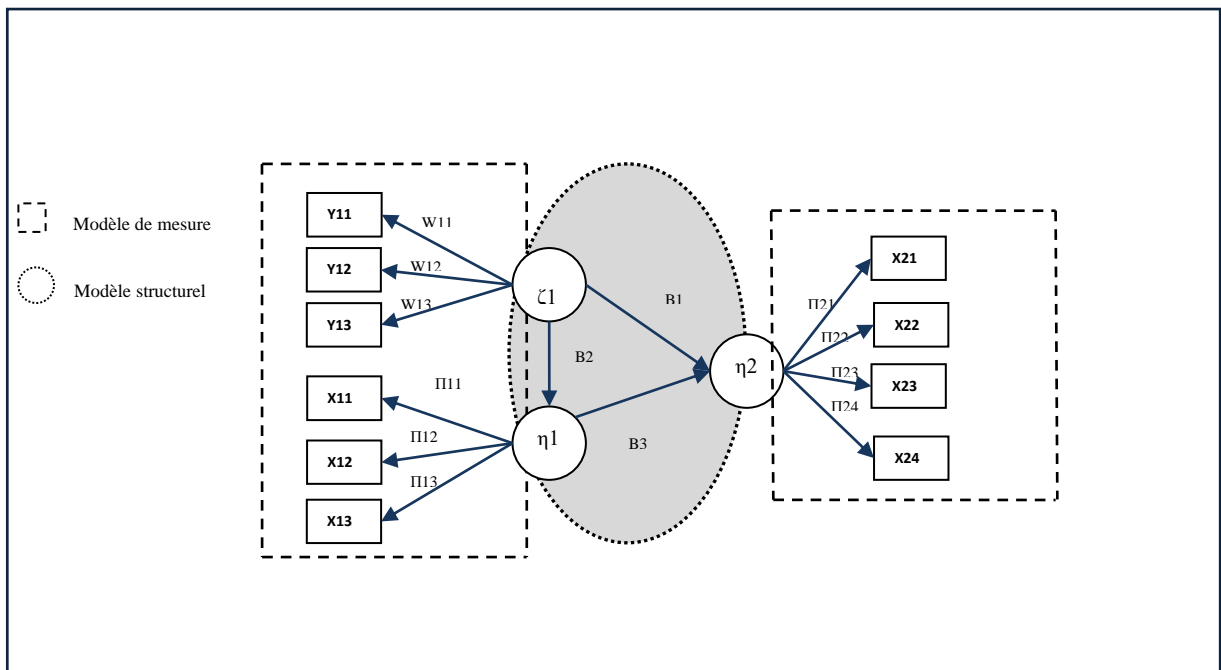
FigureN°29: Indicateurs Formatifs ou Réflexifs d'un modèle de mesure



Source : Jolibert, A., Jourdan, P., (2006), " Marketing Research : Méthodes de recherche et d'études en Marketing", Edition Dunod, France. P46.

²⁵ Jolibert, A., Jourdan, P., (2006), " Marketing Research : Méthodes de recherche et d'études en Marketing", Edition Dunod, France, P460.

Figure N° 30: Exemple de modèle structurelle à variables latentes



Source : Mourre, L-M., (sans date), "La modélisation par équations structurelles basée sur la méthode PLS : une approche intéressante pour la recherche en marketing", institut supérieur de gestion, France.

-Le modèle de mesure indique la façon dont les variables exogènes ou endogènes sont composées à partir de leurs indicateurs ;

-le modèle structurel décrit les relations entre les variables latentes exogènes et les variables latentes endogènes ;

- Y_i et X_j : Indicateurs observés ;

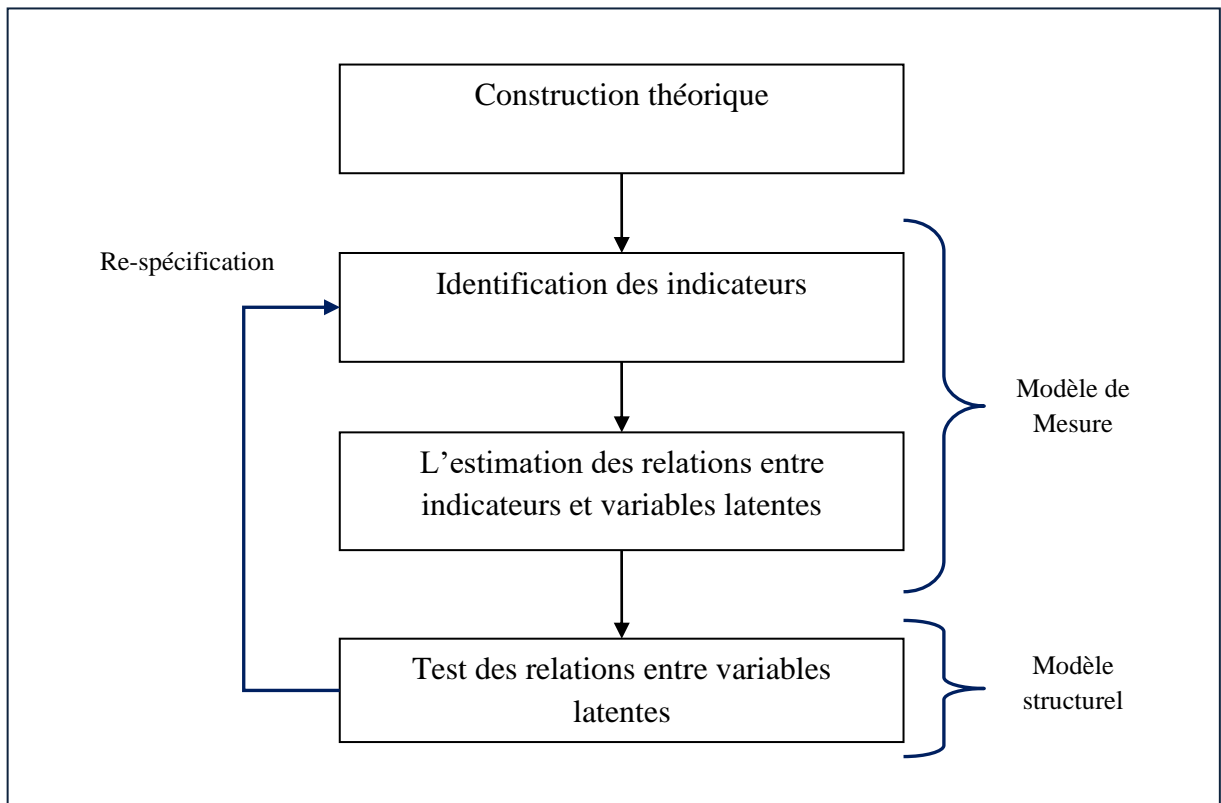
- ζ , η_j : des construits latents ;

- W_i , π_j : des coefficients représentant l'effet du construit sur l'indicateur ;

-il est à noter que les erreurs de mesures sur les indicateurs observés et les construits η_j ne sont pas indiqués sur la figure au dessus.

La méthode d'équation structurelle est construite suivant une logique déductive de démonstration théorique puis de spécification qui le scindant en deux parties comme démontre la figure suivante :

Figure N° 31: Les étapes de la construction du modèle des équations structurelles²⁶



Source : (Meschi et Livolsi, 2003).

*La construction théorique : la modélisation par les équations structurelles nécessite une base théorique rigoureuse permettant au chercheur de définir des relations causales entre des ensembles de variables, en s'appuyant sur des relations logiques et justifiées du point de vue de la théorie sous-jacente.

*identification des indicateurs²⁷ : cette étape permet de savoir si la matrice de covariance contient suffisamment d'informations pour permettre d'estimer un ensemble d'équations structurelles. On peut estimer un paramètre qui servira de modèle pour chaque variance ou covariance parmi les variables observées. Si

²⁶ .Cité par : *Balambo, M-A., Baz, J., (2014), "De l'intérêt de l'analyse des modèles des équations structurelles par la méthode PLS dans les recherches sur les relations inter organisationnelles : le cas des recherches en Logistique". 7ème Edition du colloque international LOGISTIQUE, Fès, Maroc. fhal-01503345f.*

²⁷.*Décaudin, J-M., Bouguerra, A., Borie, D., (2011), "Etudes Marketing ", 6^{ième} édition, PEARSON, France, P647.*

l'on a P variables observées, il est possible d'estimer jusqu'à $(P (P+1))/2$ paramètres.

Si K : le nombre réel de paramètres estimés, est inférieur à $(P (P+1))/2$: le modèle est Sur-identifié et les degrés de liberté sont positifs.

Si K : le nombre réel de paramètres estimés, est supérieur à $(P (P+1))/2$: le modèle est sous-identifié et il est impossible de trouver une solution unique.

En règle générale, disposer d'au moins trois variables observées pour chaque construit latent facilite l'identification du modèle qui sera sur-identifié.

La condition d'ordre est vérifiée lorsque le modèle est juste identifié ou encore sur identifié, c'est-à-dire lorsque le degré de liberté est supérieur ou égal à zéro ($ddl \geq 0$).²⁸

* L'estimation des relations entre indicateurs et variables latentes : cette étape consiste à déterminer les valeurs aux différents paramètres du modèle à tester. Au regard de la littérature, il existe plusieurs méthodes²⁹ d'estimations telles :

- la méthode Lisrel (Linear Structural relationships) qui repose sur l'analyse de la structure de covariance et utilise l'approche du maximum de vraisemblance (maximum likelihood), elle requiert la multi-normalité des données.
- la méthode GLS (Generalized Least Squares) est moins sensible au non normalité mais demeure très sensible à la complexité du modèle.
- la méthode ADF (Asymptotic Distribution Free) et WLS (Weighted Least Squares) ne requièrent pas la multi-normalité mais exigent des échantillons de plus de 2500 observations.

²⁸ . Najjar, H., Najar, C., (2013), "la méthode des équations structurelles : principes fondamentaux et applications en marketing", Institut supérieur de Gestion, Tunis.

²⁹ . Mourre, M.L., "la modélisation par équation structurelles basée sur la méthode PIS : une approche intéressante pour la recherche en marketing".

https://www.afm-marketing.org/fr/system/files/publications/20160516111724_S24_P2_MOURRE.pdf

- la méthode PLS (Partial Least Square) qui repose sur l'analyse de la variance et utilise l'approche des moindres carrés partiels.

Le choix de l'une de ces méthodes dépend d'un certain nombre de conditions, notamment la taille de l'échantillon et la distribution des données (Chin et al, 2008)³⁰. Nous allons baser dans notre recherche actuelle sur la méthode PLS qui s'inscrit dans la modélisation par équation structurelle dite PLS-SEM.

Il est à noter que le test d'un modèle d'équations structurelles s'effectue globalement par étapes, les deux étapes distinguent le test du modèle de mesure, puis le test du modèle complet, qui ajoute le test du modèle structurel. Le choix entre une validation globale ou par étape est aujourd'hui un débat non tranché, même si la première option semble plus justifiée d'un point de vue théorique (Fornell et Yi, 1992)³¹, dans notre cas, l'estimation entre la variable latente et ses indicateurs dans le modèle de mesure selon l'approche PLS-SEM s'effectue à travers des instruments de mesure vérifiant la fiabilité et la validité (en mode réflectif conformément aux variables de l'étude actuelle).

- **La fiabilité** correspond à la cohérence entre les indicateurs des variables latentes testées, nous avons cité auparavant deux types d'instruments largement utilisés dans les recherches et les études, il s'agit du test par bipartition et le test par le coefficient d'Alpha de Cronbach. Dans la méthode PLS "la fiabilité de cohérence interne peut être vérifiée par deux mesures qui sont l'Alpha de Cronbach et la fiabilité composite (Chin, 1998). Ces indicateurs varient entre 0 et 1. La valeur souvent considérée comme indiquant un bon niveau de fiabilité est 0.7 (Tenenhaus, et al. 2005)"³².

Dans les analyses confirmatoires, il existe d'autres tests plus forts, il s'agit du coefficient ρ de Jöreskog. "Selon Roussel et al (2002), ce coefficient est

³⁰ . Najjar, H., Najjar, C., (2013), OP, CIT.

³¹ . Fornell, C., Yi, Y., (1992), " Assumptions of the two step approach to latent variable modeling", Sociological Methods and Research, Vol20, N°3, USA, P291-320.

³² . Fernande, V., (2012), " En quoi l'approche PLS est-elle une méthode à (re)- découvrir pour les recherches en Management ?", Volum 15, N°1, Management. <https://www.cairn.info/revue-management-2012-1.htm>

plus précis que celui d'Alpha de Cronbach, puisqu'il intègre les termes d'erreurs. Il devrait avoir une valeur importante supérieure ou égale à 0.7 pour justifier sa fiabilité"³³.

- **La validité** d'une échelle de mesure désigne sa capacité à appréhender un phénomène³⁴, il se trouve qu'il existe deux types de validation produites par la méthode Pls ; il s'agit de la validité convergente et la validité discriminante ; "**La validité convergente** des échelles du modèle de mesure est évaluée en examinant tout d'abord le niveau et la significativité des contributions factorielles (factor loadings) générés par l'algorithme Pls (qui sont interprétables selon les mêmes modalités qu'une ACP)"³⁵. Selon les règles habituelles utilisées par "les chercheurs consistent à considérer que le coefficient de corrélation doit être supérieur à 0.7, ce qui implique qu'il y a plus de variance partagée entre le construit et sa mesure que d'erreur de variance. Ceci signifie que plus de 50% de la variance dans la variable observée est dû à son construit ; une corrélation inférieure à 0.7 appelle à la vigilance"³⁶, dans la plus part des cas cette corrélation inférieure renvoie à un item mal formulé ou inadéquat pour mesurer la variable latente donc il est préférable de l'éliminer du modèle tout entier et de garder seulement les items dont leurs coefficients de corrélation est supérieur au seuil indiqué.

Pour établir la validité convergente, la variance moyenne extraite **AVE** (Average Variance Extracted) doit être prise en compte puisque elle représente la variance partagée entre construit et ses mesures, sa "valeur doit dépasser

AVE : The amount of variance that captured by the construct in association with the amount of variance due to the measurement error (Fornell & Larcker, 1981)

³³. Najjar, H., Najar, C., (2013), OP, CIT.

³⁴ .Ali Belhadj., Y., (2016), "Etude empirique sur les variables modèle performance balanced scorecard", Volum 5, N°9, Algerian business performance review.

³⁵ .Lacroux., A., "L'analyse des modèles de relations structurelles par méthode Pls : Approche émergente dans la recherche quantitative en GRH". <https://www.agrh.fr/assets/actes/2009lacroux073.pdf>.

³⁶ .Fernande, V., (2012), " En quoi l'approche Pls est-elle une méthode à (re)- découvrir pour les recherches en Management ?", Volum 15, N°1, Management. <https://www.cairn.info/revue-management-2012-1.htm>.

0.50 pour convenir à cette convergence"³⁷. Le deuxième type de validité présenté par la méthode Pls est la validité discriminante, elle a pour but de vérifier "la condition que la variance partagée entre les construits soit inférieure à celle partagée entre les construits et leurs variables de mesure"³⁸.

Après le test du modèle de mesure parvient la deuxième étape celle du modèle structurelle c'est-à-dire de tester la nature des relations entre ses variables latentes ; dans le cadre de l'approche PLS il est à noter que l'absence d'indices d'ajustement (Fit indices) des modèles et bien marqué par rapport aux autres méthodes puisque ces indices ont pour but de juger l'ajustement du modèle aux données empiriques.

Néanmoins, il existe des calculs de certains coefficients qui permettent d'évaluer le modèle structurel sur la base de la pertinence prédictive des variables latentes ; Il convient alors d'analyser le R square (R^2), le f^2 et le Q^2 dans le but de calculer l'indice de Goodness of Fit index (GOF) qui tient à s'assurer à la fois la performance du modèle structurelle et le modèle de mesure.

Ces indices de calcul du modèle structurelle vont être décrites dans le tableau suivant.

Tableau N⁰⁷: les indices d'évaluation du modèle structurel

<i>Indices</i>	<i>Objectif</i>	<i>Référence</i>	<i>Seuil d'évaluation</i>	<i>Résultat</i>
R^2	1/ R^2 test le pouvoir prédictif du modèle.	Croutsche, J.J. (2002)	$R^2 > 0.1$	Modèle significatif
			$0.05 < R^2 < 0.1$	Modèle tangent
			$R^2 < 0.05$	Modèle n'est pas significatif

³⁷ . Ab Hamid., M.R., Sami., W., Mohmad Sidek., M.H., (2017), "Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion", J. Phys.: Conf. Ser. 890 012163.

³⁸ . Jourdan., F., (1998), "Création et validation d'une échelle de classification publicitaire selon la caractéristique d'information ou d'émotion de l'annonce". Acte du 14ème Congrès de l'AFM, sous la direction de B. Saporta, 1998, Paris, France. pp.97-124. fhal-01134671.

	1/ R^2 évalue l'importance des effets.	Chin, W.W. (1998)	$R^2 > 0.67$	Effet Elevé
			$0.33 < R^2 < 0.67$	Effet Moyen
			$R^2 < 0.33$	Effet Faible
f^2	s'assurer de la validité et de l'ampleur des coefficients structurels (la taille de l'effet)	Cohen (1998)	$f^2 > 0.35$	Taille de l'effet est élevée
			$0.15 < f^2 < 0.35$	Taille de l'effet est moyenne
			$0.02 < f^2 < 0.15$	Taille de l'effet est faible
			$f^2 < 0.02$	Pas d'effet
Q^2	Q^2 test la validité prédictive du modèle structurelle	Tenenhaus, (1999)	$Q^2 > 0$	le modèle présente une validité prédictive
			$Q^2 < 0$	Absence de validité prédictive.
<u>GOF</u> (<i>Goodness of fit index</i>)	Analyser la qualité de conformité du modèle global	Wetzels & van ,2009	Gof small=0.1, Gof medium=0.25 Gof large =0.36	La qualité de conformité est Large lorsqu'elle dépasse 0.36.

Source : confectionner par la chercheuse.

Une fois la qualité de conformité du modèle sera établie, l'interprétation des résultats obtenus permet de confirmer ou d'infirmer les hypothèses proposées de la recherche, rappelons que les outils de traitement convenable pour estimer et interpréter ces résultats sont *AMOS* et *SMART-PLS* ; dans notre recherche nous avons utilisé *SMART-PLS3 Professionnel* convenable à construire rapidement le modèle de l'étude, facile à savoir les relations entre les variables étudiées et un

bon moyen pour le traitement statistique des échantillons de grandes et petites taille.

4. Le traitement descriptif des données

Comme nous l'avons évoqué dans la section précédente, le questionnaire a été destiné aux dirigeants des entreprises économiques algériennes qui opèrent dans les divers secteurs dont tous statu sont confondus, le seuil calculer de l'échantillon doit dépasser les 175 entreprises.

Dans cette section nous établirons le traitement descriptif des données récoltés de chaque axe du questionnaire, en commençons par la location géographique des entreprises, ensuite les caractéristiques descriptives de l'échantillon de l'étude, teste de fiabilité et finalement le traitement descriptif des échelles de mesure pour chaque variable étudiée (l'intelligence économique/ performance/ compétitivité).

4.1. La location géographique des entreprises

Dans notre étude, on s'est appuyé sur une enquête empirique qui a touché un échantillon composé de 204 entreprises appartenant à différents secteurs d'activités regroupées et réparties à traves le territoire national, dans le but d'avoir des résultats étendues des quatre régions de l'Algérie : Ouest, centre , est et sud.

Le nombre des willayas recensées dépasse les vingtaines de la totalité (27 wilayas), la figure suivante montre la location géographique des entreprises réalisée sur Excel 2007.

Figure N° 32: location géographique des entreprises de l'échantillon étudié

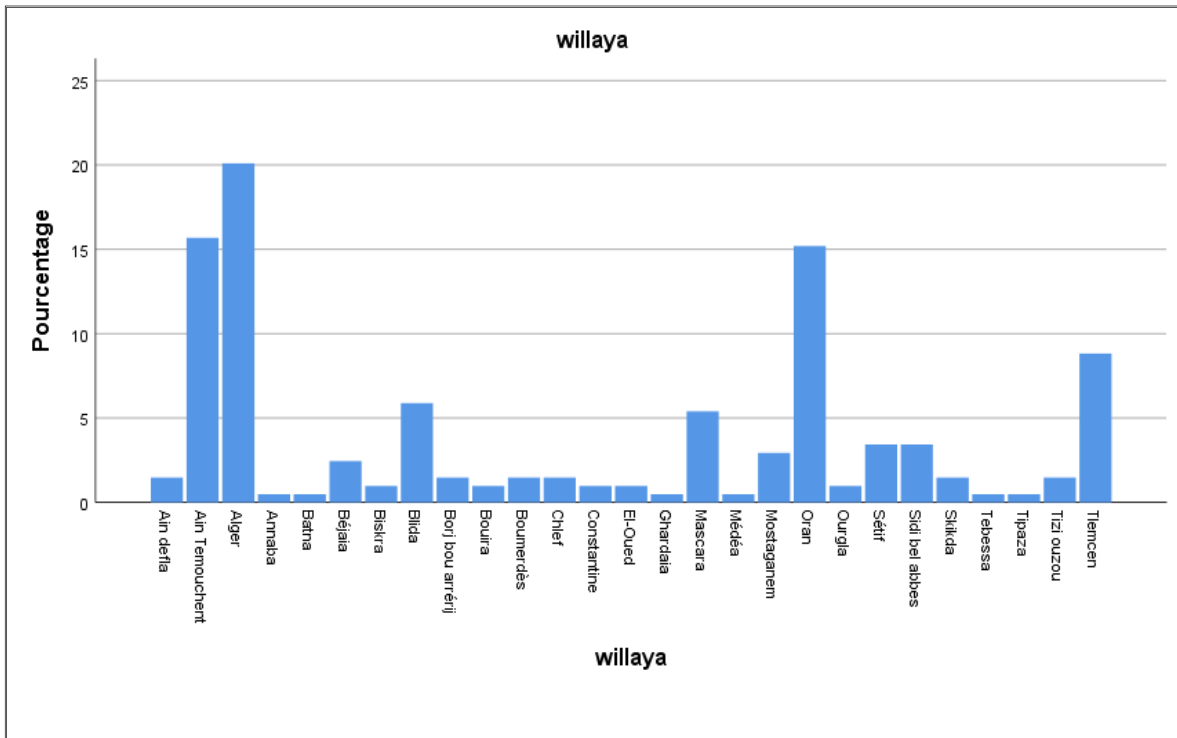
Ain defla(3), Ain Temouchent(32), Alger(41), Annaba(1), Batna(1), Béjaia(5), Biskra(2), Blida(12), Borj bouarréij(3), Bouira(2), Boumerdès(3), Chlef(3), Constantine(2), El-Oued(2), Ghardaia(1), Mascara(11), Médéa(1), Mostaganem(6), Oran(31), Ouargla(2), Sétif(7), Sidi bel abbes(7), Skikda(3), Tebessa(1), Tipaza(1), Tizi ousou(3), Tlemcen(18).

On a constaté que le nombre des entreprises échantillonnées est plus élevé sur la wilaya d'Alger (41 entreprises), d'Oran (31 entreprises), cela est dû à leurs participations intenses sur les salons d'exposition par rapport aux autres wilayas en plus "la région du Nord, en particulier la région Nord-Centre, englobe donc le nombre le plus important d'entreprises. Alger est la wilaya qui regroupe le nombre le plus élevé d'entreprise, suivie par des wilayas du Nord comme Oran ou Tizi-Ouzou"³⁹, dans notre cas la wilaya d'Alger est la plus concentré en

³⁹ .Saadaoui, M., Ait Amokhtar, S., Kalli, S., EL Saadi, N., (2018), "Évaluation de la concentration géographique des activités et de la spécialisation sectorielle en Algérie", International Journal of Management & Marketing Research (MMR), Vol.1, P21-32.

nombre d'entreprises avec 20.1% ensuite Ain Temouchent (la willaya la plus proche vis-à-vis le déplacement) avec 15.7% et suivie par la willaya d'Oran par un ratio de 15.2% schématisé sur le graphique suivant :

Graphique N° 1: Concentration des entreprises par willaya



Source : confectionner par la chercheuse en utilisant SPSS V25.

4.2. Les caractéristiques descriptives de l'échantillon de l'étude

Dans cette sous section nous allons traiter le premier axe du questionnaire concernant les réponses socioprofessionnelles répartie en deux :

4.2.1. Les caractéristiques démographiques concernant les dirigeants comportent quatre questions fermées à propos : du sexe, l'âge, niveau d'étude et la durée d'expérience professionnelle. Le traitement pour ce genre de données se limite sur les fréquences absolues et relatives classées dans le tableau suivant :

Tableau N°8: les caractéristiques démographiques de l'échantillon

Caractéristiques	Genre	Fréquence absolue	Fréquence relative
<i>Sexe</i>	Femme	19	9.3
	Homme	185	90.7
<i>L'Age</i>	Moins de 30 ans	23	11.3
	Entre 30-39 ans	72	35.3
	Entre 40-49 ans	71	34.8
	Plus de 50 ans	38	18.6
<i>Niveau d'étude</i>	Bac	21	10.3
	Licence	49	24.0
	ingénieur	53	26.0
	Master	34	16.7
	Magister	7	3.4
	Doctorat	10	4.9
	Autre	30	14.7
<i>L'expérience professionnelle</i>	Moins de 3 ans	59	28.9
	Entre 3-5 ans	41	20.1
	Entre 5-10 ans	49	23.0
	Plus de 10 ans	57	27.9

Source : Sortie IBM SPSS Statistics Viewer

L'interprétation du tableau N°8: si on se réfère aux données figurant dans le tableau ci-dessus, on constate que chaque caractéristique est d'une extrême importance dans cette étude ; le résultat tel qu'il ressort de l'échantillon se caractérise par une certaine homogénéité :

- ✓ **Pour la caractéristique du sexe** : l'échantillon étudié est totalement masculin ; Il est composé par un ratio qui dépasse les 90,7% de sexe Homme, tandis que le sexe féminin ne représente que les 9.3%, il semble que c'est un ratio très faible qui renvoi à des contraintes que peu empêcher la femme d'exercé ce genre de profession.

Bekaddour Hassen dans ses travaux concernant l'intelligence économique et l'interaction de l'entreprise avec son environnement a ciblé un échantillon composé de 45 entreprises opérantes sur les divers secteurs économiques en Algérie dont le ratio des répondants était très élevé en sexe Masculin (plus de

88%) par rapport au sexe féminin, les raisons⁴⁰ pour lesquelles la femme ne peut exercer ce genre de profession selon ce chercheur revient :

- La culture de la société algérienne ;
- Le manque de confiance parmi les dirigeants dans les capacités et les compétences des femmes à assumer les responsabilités de leadership ;
- Le refus de plusieurs femmes de postes à grandes responsabilités pour des raisons personnelles, familiales.

Néanmoins, il semble que la présence des femmes ait sensiblement augmenté au cours de ces dernières décennies, d'après les résultats obtenus en comparant

les deux sexes avec la durée du poste, le secteur d'activité et la date de création de l'entreprise inclus dans les quatre tableaux croisés en face (selon les sorties du logiciel Spssv25), on constate que la présence de la femme est presque dans tous les secteurs d'activité malgré que c'est une présence un peu faible mais cela n'empêche qu'elle a préoccupé son poste de dirigeante plus de 10 ans dans les petites, moyennes et grandes entreprises.

Tableau croisé N°1 sexe * durée du poste

		Durée de post				Total
		Moins de 3 ans	3-5 ans	5-10 ans	plus de 10 ans	
sexe	masculin	53	37	42	53	185
	féminin	6	4	5	4	19
Total		59	41	47	57	204

Tableau croisé N°2 sexe * secteur

		secteur				Total
		Industrie	Commerce	Service	autre	
sexe	masculin	109	36	19	21	185
	féminin	13	3	3	0	19
Total		122	39	22	21	204

Tableau croisé N°3 sexe * effectif

		effectif			Total
		Moins de 50	50-249	250 et plus	
sexe	masculin	90	53	42	185
	féminin	5	6	8	19
Total		95	59	50	204

⁴⁰ . Bekaddour, H., (2018), "L'intelligence économique et l'interaction de l'entreprise avec son environnement, cas des entreprises Algériennes", Thèse de doctorat dans les sciences de gestion, Spécialité système d'information et de communication en entreprise, Université Abou bekr Belkaid, Tlemcen, P304.

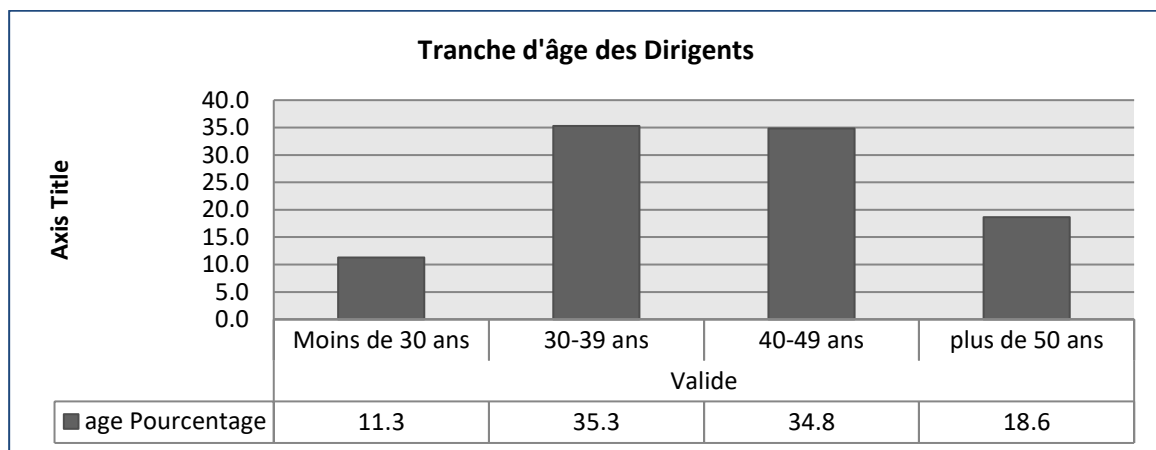
Il est à noter aussi que la majorité des femmes qu'on a croisé, gèrent des entreprises dans le domaine de textile, l'agroalimentaire, pharmaceutique, biochimique, l'agriculture, banque et hôtellerie dont la durée de leurs créations dépasse les 10 ans. Dans ce contexte on peut dire que le sexe prédominant de l'échantillon étudié appartient à l'homme, car il est présent dans tous les domaines et en particulier dans l'industrie lourde car c'est son domaine exclusif et incontesté.

Tableau croisé N°4 sexe * création

		création			Total
		Moins de 5 ans	5-10 ans	plus 10 ans	
sexe	masculin	31	38	116	185
	féminin	1	1	17	19
Total		32	39	133	204

✓ **Pour la caractéristique d'âge :**

Graphique N°2 : Répartition des dirigeants par tranche d'âge



Source : Sortie d'Excel 2007

La majorité des dirigeants leur tranche d'âge est moins de 50 ans, cette part majoritaire est représentée par un ratio de 81.4% de l'ensemble des trois tranches d'âge suivante :

a- Un ratio de 11.3% représenté par les dirigeants âgés de moins de 30 ans, où ces jeunes dirigeants ne sont que des porteurs des nouveaux projets en électronique, communication, l'agriculture et l'agroalimentaire...etc.

Pour justifier notre analyse nous avons comparé l'âge de chaque tranche avec la durée de création d'entreprise (Tableau croisé N°5 âge * création) où il semble que ces jeunes dirigeants bâtissant des nouveaux projets ne dépassent pas les dix ans, tandis que ceux qui l'ont dépassé ne sont qu'une relève ou héritier de leurs entreprises familiales.

b - Un ratio de plus de 34% pour chacune des deux tranches d'âge entre 30 et 50 ans reflète la part majoritaire de l'échantillon. Cet intervalle d'âge particulièrement autour des quarantaines selon les praticiens que l'aventure entrepreneuriale s'apprécie, c'est-à-dire une synchronisation entre la force de l'expérience avec l'énergie de la jeunesse dépasse les cinq ans d'expérience dans l'entreprise (Tableau croisé N°5 âge * création).

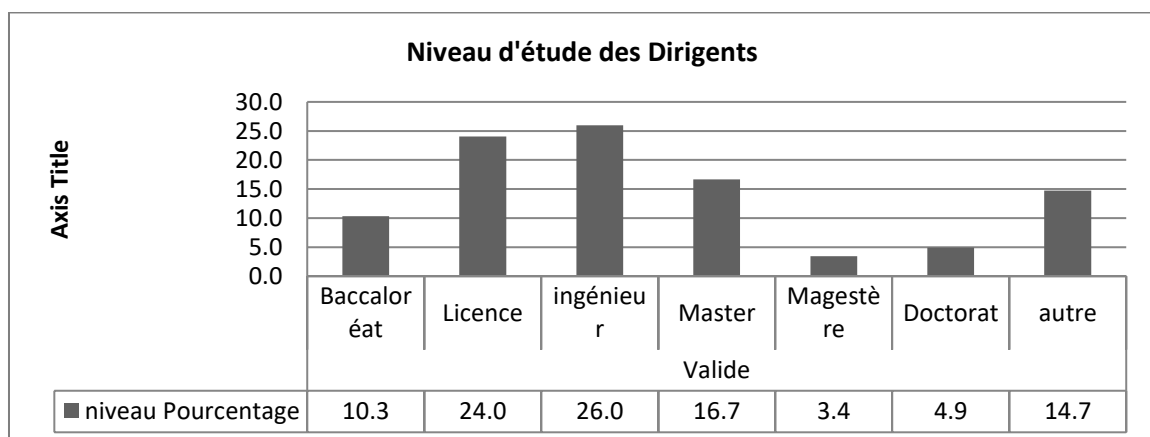
Pour la dernière tranche qui représente les dirigeants qui dépassent les 50 ans avec un ratio de 18.6% ne sont que des PDG ou des DG des grandes entreprises ou des retraités exploitant leurs expériences pour leurs propres projets et/ou les projets des autres.

Tableau croisé N°5 L'Âge * de création

		création			
		Moins de 5 ans	5-10 ans	plus de 10 ans	Total
âge	Moins de 30 ans	5	3	15	23
	30-39 ans	9	21	42	72
	40-49 ans	14	11	46	71
	plus de 50 ans	4	4	30	38
Total		32	39	133	204

✓ **Pour la caractéristique de niveau d'étude :**

Graphique N°3 : Répartition des dirigeants par niveau d'étude



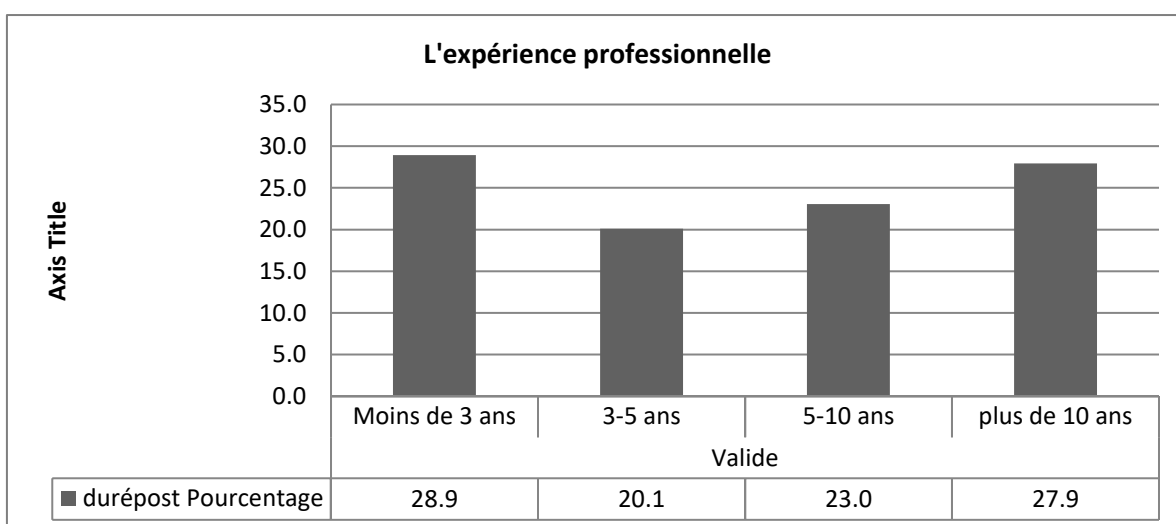
Source : Sortie d'Excel 2007

La quasi-totalité des dirigeants sont des universitaires avec un ratio de 75% qui regroupe les dirigeants diplômés en Licence, Ingénieur, Master, Magister et Doctorat, tandis que le reste de la totalité environ 25% ne sont que des bacheliers ou des dirigeants qui ont fait des formations professionnelles.

Il nous semble que le niveau des dirigeants d'entreprises échantillonnées que ce soit l'acquisition du savoir académique, professionnel ou par expérience reflète leur qualification ce qui nous a facilité la tâche de renseignement et ça nous rassure des réponses suffisamment objectifs de notre questionnaire.

✓ *Pour la caractéristique d'expérience professionnelle:*

Graphique N°4 : Répartition des dirigeants par année d'expérience



Source : Sortie d'Excel 2007

Plus de 71% des dirigeants ont une expérience qui dépasse les trois ans dont presque 28% ont acquis une expérience qui dépasse les 10 ans ce qui justifie notre conviction que les réponses des dirigeants non seulement elles sont objectives mais aussi basées sur des acquis professionnels expérimentés par lesquelles nous pourrons obtenir des résultats fiables.

4.2.2. Les caractéristiques concernant le profil de l'entreprise

Pour savoir le profil de l'entreprise nous allons analyser de façon détaillée les entreprises selon quatre critères : le secteur d'activité, le statut juridique, la création et le nombre d'effectifs. Il est à noter que le nom, l'activité et localisation de chaque entreprise sont classées comme annexe dans cette thèse.

Le traitement de ces critères suit la même démarche du traitement des caractéristiques du profil des dirigeants, dans ce cas les données seront aussi analyser par les fréquences absolues et relatives et classées dans le tableau suivant :

Tableau N°9: le profil d'entreprise

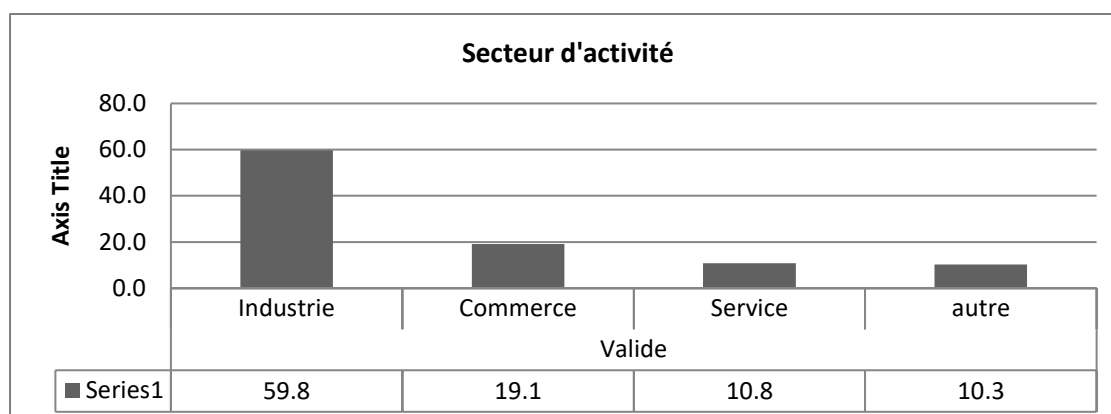
Caractéristiques	Types	Fréquence absolue	Fréquence relative
<i>Secteur d'activité</i>	Industrie	122	59.8
	Commerce	39	19.1
	Service	22	10.8
	Autre	21	10.3
<i>Statut Juridique</i>	EURL	32	15.7
	SPA	39	19.1
	SARL	99	48.5
	SNC	4	2
	Groupement	6	2.9
	Autre	24	11.8
<i>Création</i>	Moins de 5 ans	32	15.7
	Entre 5 et 10 ans	39	19.1
	Plus de 10 ans	133	65.2
<i>L'effectif</i>	Moins de 50	95	46.6
	Entre 50 et 249	59	28.9
	250 et plus	50	24.5

Source : Sortie IBM SPSS Statistics Viewer

L'interprétation du tableau N°9: Les données figurant dans le tableau ci-dessus indiquent que chaque fréquence reflète une interprétation importante et significative pour la présente étude :

✓ critère du secteur d'entreprise

Graphique N°5 : Répartition des entreprises selon le secteur d'activité

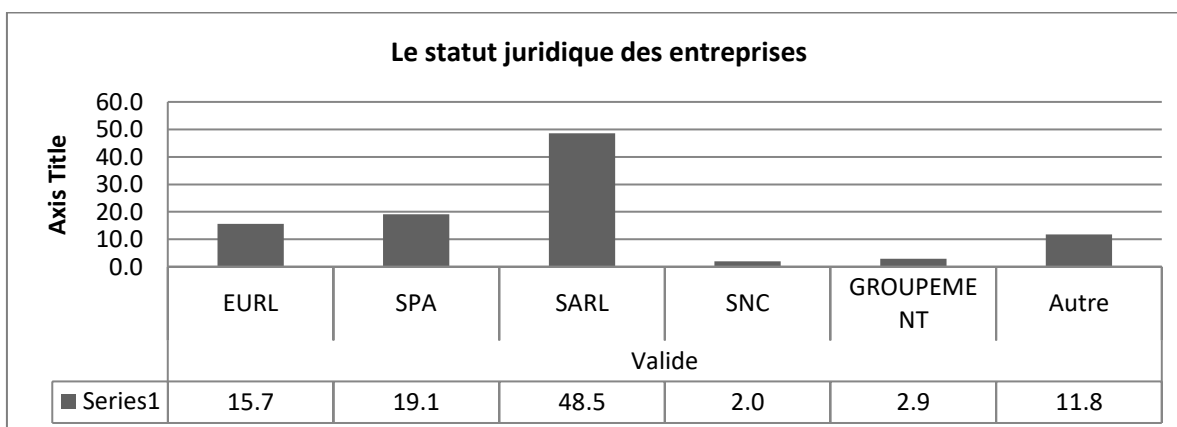


Source : Sortie d'Excel 2007

À travers la figure ci-dessus nous constatons que la majorité des entreprises échantillonnées opèrent dans le secteur d'industrie avec une proportion proche de 60% de la totalité (agro-alimentaire, industrie chimique et para chimique, industrie textile et cuir, industrie mécanique et métallurgique, industrie électrique et électronique...etc.), suivie par le secteur du commerce avec une proportion de 19.1% et le reste entre le secteur de service les autres travaux (réparties entre l'agriculture, tourisme et travaux des bâtiments).

✓ le critère du statut juridique d'entreprise :

Graphique N°6 : Répartition des entreprises selon le statut juridique



Source : Sortie d'Excel 2007.

Nous constatant à travers la répartition des entreprises échantillonnées que la *SARL (société à responsabilité limitée)* est la forme juridique la plus dominante de la totalité des autres formes avec un ratio de 48.5% ce qui explique que c'est une forme plus répandue dans la création d'entreprise, elle est simple à créer et à gérer, elle offre de nombreux avantages telles :

- a- La responsabilité des associés est limitée à leurs apports au capital ;
- b- Un fonctionnement strictement encadré ;
- c- Une flexibilité des régimes fiscaux et sociaux ;
- d- Une liberté de gérance ;
- e- L'ajout du conjoint collaborateur ;
- f- Elle peut être créée par un associé unique comme elle permet ensuite d'ouvrir son capital....etc.

Au deuxième lieu, la SPA avec une proportion de presque 20% de la totalité de l'échantillon suivie par l'EURL avec un ratio de 15.7%, le reste de la proportion regroupe SNC, Groupement d'entreprise et les forme physique.

Pour alimenter l'idée que la SARL est la forme juridique dominante par rapport aux autres formes, nous avons calculé le nombre des entreprises opérant dans les divers secteurs par rapport à leur forme juridique traduite dans le tableau croisé N° 6.

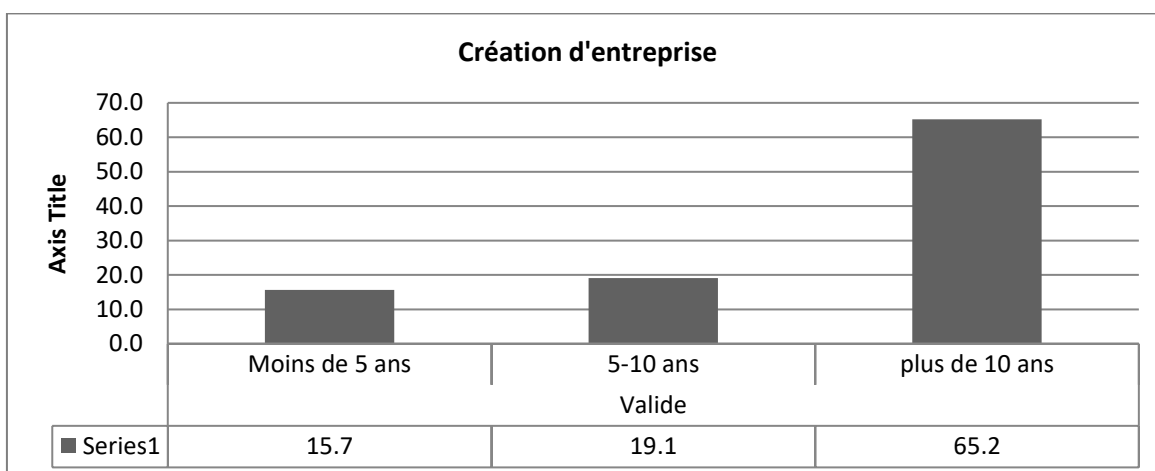
En effet, la forme juridique SARL, représente 48,53% par rapport aux autres formes dans les divers secteurs et une présence importante dans le secteur d'industrie bien marquée

		Statut juridique						Total
		EURL	SP A	SARL	SNC	GRP	Autre	
secteur	Industrie	21	23	64	2	3	9	122
	Commerce	4	5	15	1	0	14	39
	Service	4	7	9	0	1	1	22
	autre	3	4	11	1	2	0	21
Total		32	39	99	4	6	24	204

avec un ratio de 31.37% suivie par la SPA, ce qui reflète et favorise la recherche permanent de l'autonomie décisionnelle chez les dirigeants.

✓ le critère des années de création de l'entreprise :

Graphique N°7 : Répartition des entreprises selon la création



Source : Sortie d'Excel 2007.

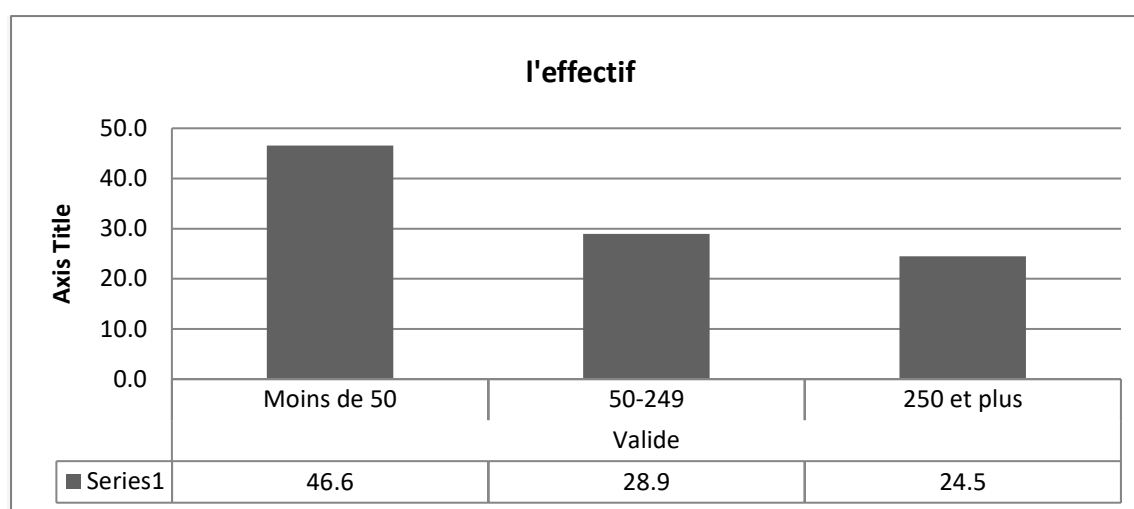
Le troisième critère qu'ont utilisé pour connaître l'âge des entreprises enquêtées est le critère de création, dont la grande proportion 65.2 % de la totalité est représenté par les entreprises dépassant les dix années d'existence ce qui signifie la maturité acquise dans le domaine d'activité exercé, parmi ces entreprises on peut citer celles qui ont existées avant l'indépendance comme *L'exquise* qui date de 1928 c'est-à-dire plus de 90 ans d'existence, *l'Orangina* qui date de 1936 avec une expérience de 81 ans, ensuite celles qui ont été créées après l'indépendance, nous citons quelques unes créées durant le système socialiste avec une prédominance des entreprises étatiques telles *Hydrocanal* en 1967, *Giplait* en 1969, *CERAMIG DIVINDUS* et *ALPHYT* en 1978, tandis que les entreprises privées leur création étaient très modeste durant ce système, telles que l'entreprise de *Bellat* en 1970, *Hasnaoui* 1974, *Chiali* 1981...ect.

Le reste des entreprises ont été créées durant la fin des années quatre-vingt dix où la prédominance de l'état s'est écarté pour trouver des nouveaux dispositifs minimisant le taux de chômage et développant l'investissement productif de l'état vers l'ouverture du marché, en s'appuyant sur le rôle de L'ANDI, ANSEJ, CNAC vis-à-vis les jeunes porteurs de nouveaux projets, l'aide à l'accès au financement bancaire, des nouvelles lois qui visent à faciliter et encourager la

création des entreprises telles les formes juridiques...etc. Le nombre d'entreprise privée (PME) recensées en 1999 était de 309578⁴¹ mais selon le dernier Bulletin statistique de la PME daté en novembre 2018, ce chiffre passe à 1 092 908 entreprises concentrées sur le secteur des services (le transport en particulier), l'artisanat et BTPH (le bâtiment en particulier)⁴².

✓ le critère de taille d'entreprise :

Graphique N°8 : Répartition des entreprises selon l'effectif



Source : Sortie d'Excel 2007.

Le quatrième critère concernant la taille de l'entreprise à partir du nombre d'effectif qu'elle possède, nous distinguons trois catégories dont la plus marquante et celles du moins de 50 employés avec un ratio de 46.6 % de la totalité, suivie par les entreprises de taille moyenne avec une proportion de 28.9% et le reste présente les entreprises de grande taille qui dépasse les 250 employés.

⁴¹ . AKNINE, S-R., FERFRA, M- Y., (2014)," Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises", Revue des Sciences Économiques et de Gestion, Vol56, N°14.

⁴² . Bulletin statistique de la PME : Données du 1^{er} semestre 2018, Ministère d'énergie et des mines, Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Edition Novembre 2018, N° 33

4.3. Test de fiabilité

Auparavant cité nous émanant le test de fiabilité de l'échantillon selon deux méthodes très connus la première la méthode de bipartition dite "*Split Half*" et la deuxième le test de fiabilité en utilisant le coefficient *d'Alpha de Cronbah*.

4.3.1. Le test *Split Half* :

Tableau N°10 : Statistiques de fiabilité

<i>Statistiques de fiabilité (Split Half)</i>			
Alpha de Cronbach	Partie 1	Valeur	,855
		Nombre d'éléments	18 ^a
	Partie 2	Valeur	,835
		Nombre d'éléments	17 ^b
Nombre total d'éléments			35
Corrélation entre les sous-échelles			,676
Coefficient de Spearman-Brown	Longueur égale		,807
	Longueur inégale		,807
Coefficient de Guttman			,805

a. Les éléments sont : Tech, Conc, Comer, Pestel, Valo, Assim, Partg, Trasf, ApplQ, Ident, Mesu, Contr, Cout, Pcom, Nopp, Couv, Chan, Enga.

b. Les éléments sont : Enga, RetD, Pion, Enco, DtC, FdP, Larg, Prod, Quali, PdD, PrixC, REP, PROG, Pol, ChfA, Récl, NmbC, ForD.

Tableau N°11 : Statistiques d'échelle

<i>Statistiques d'échelle (Split Half)</i>				
	Moyenne	Variance	Ecart type	Nombre d'éléments
Partie 1	65,1324	100,184	10,00921	18 ^a
Partie 2	61,1520	83,992	9,16469	17 ^b
Deux parties	126,2843	308,195	17,55547	35

a. Les éléments sont : Tech, Conc, Comer, Pestel, Valo, Assim, Partg, Trasf, ApplQ, Ident, Mesu, Contr, Cout, Pcom, Nopp, Couv, Chan, Enga.

b. Les éléments sont : RetD, Pion, Enco, DtC, FdP, Larg, Prod, Quali, PdD, PrixC, REP, PROG, Pol, ChfA, Récl, NmbC, ForD.

Le principe de la méthode de bipartition est basé sur la répartition de l'échelle de mesure testées en deux parties en examinant la corrélation existée par le calcul et la comparaison des coefficients. Dans notre cas la valeur du coefficient d'alpha de cronbach de la première partie qui comporte 18 items égale à 0.855 qui est supérieure à celle de la deuxième partie qui comporte 17 items 0.835, ainsi la variance de la première partie 100.184 est supérieure par rapport à la deuxième partie 83.992, l'inégalité de ces deux facteurs nous pousse à choisir la coefficient de *Guttman*.

Ainsi, la fiabilité de l'échelle de mesure selon la méthode de bipartition et de **0.805** ce qui reflète une cohérence interne élevée.

4.3.2. Le test d'*Alpha de Cronbach* :

Statistiques de fiabilité générale de l'échelle	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,905	35
Statistiques de fiabilité de l'intelligence économique	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,870	23
Statistiques de fiabilité de la performance	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,532	4
Statistiques de fiabilité de la compétitivité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,839	8

Source : Sortie IBM SPSS Statistics Viewer

Le teste d'*alpha de Cronbach* globale est de 0.905 ce qui reflète une cohérence interne entre les items du questionnaire très élevée, le même résultat obtenu pour chaque dimension où sa valeur dépasse 0.830 pour l'intelligence économique et la compétitivité, tandis que sa valeur semble limité pour la performance vu que le nombre d'items est moins par rapport aux autres dimensions, mais dans l'ensemble la cohérence est très satisfaisante.

4.4. *Le traitement descriptif des échelles de mesure :*

Dans cette sous section nous allons connaitre les tendances des réponses de chaque dimension qui comporte des items classés selon l'échelle de type Likert à 5 point.

Les fréquences et les intensités utilisées varient en fonction de l'ensemble des items de chaque dimension.

Les types de fréquences utilisés permettent de nuancer les degrés d'accord et de rareté, tandis que le type d'intensité permet de nuancer le degré de faiblesse.

Dans ce contexte le tableau suivant résume une pondération* de chacune des réponses selon la fréquence et l'intensité utilisé, où le calcul de niveau de poids est lié à chaque réponse par exemple :

La fréquence de type de degrés d'accord, elle est classée comme suit:

- pas du tout d'accord reçoit le niveau de poids : 1
- plutôt pas d'accord reçoit le niveau poids : 2
- d'accord reçoit le niveau de poids : 3
- plutôt d'accord reçoit le niveau de poids : 4
- tout à fait d'accord reçoit le niveau de poids : 5

Dans le cas de likert à 5 point, le calcul de moyenne pondérée⁴³ s'effectue à travers le calcul d'étendue de catégorie : $E_c = (\text{la borne supérieur} - \text{la borne inférieur}) / \text{le nombre de niveaux}$.

$E_c = (5-1)/5 = 0.80$, cet étendu va être ajouté au premier niveau de poids pour savoir le premier intervalle $[1 \quad 1+0.80[$ comportant la fréquence : "pas du tout d'accord " ; le deuxième intervalle $[1.81 \quad 1.80+0.80[$ comportant la fréquence : "plutôt pas d'accord" ; le troisième intervalle $[2.61 \quad 2.60+0.80[$ comportant la fréquence : "d'accord" ; le quatrième intervalle $[3.41 \quad 3.40+0.80[$ comportant la fréquence : "plutôt d'accord" ; la cinquième intervalle $[4.21$

باية وقنوني، اليقظة الإستراتيجية وأهميتها في اتخاذ القرار الترويجي (دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية)، أطروحة⁴³ دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة تسويقية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2016، ص 232

***Pondération** : elle consiste à attribuer à chacun des répondants un poids reflétant son importance par rapport aux autres. La valeur 1,0 représente un individu non pondéré. La pondération a pour effet d'augmenter ou de diminuer le nombre d'individus dotés de certaines caractéristiques.

4.20+0.80] comportant la fréquence : "tout à fait d'accord". Le même calcul et le même résultat retenu pour les autres fréquences (voir tableau N°11).

Tableau N°12 : La moyenne pondérée des réponses

La moyenne pondérée de réponse	1 -1.80	1.81 - 2.60	2.61 - 3.40	3.41 - 4.20	4.21- 5
Fréquence	pas du tout d'accord	plutôt pas d'accord	d'accord	plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Classement de poids de réponse	1	2	3	4	5

4.4.1. Analyse des réponses sur l'axe de l'intelligence économique :

Dans le cadre d'analyser et d'interpréter les résultats de chaque variable de l'étude mesurées sur une échelle de Likert à 5 points d'ancrage, nous allons calculer l'écart type en prenant en considération le calcul de la moyenne pondérée des réponses pour connaître l'attitude et l'orientation majoritaire de chaque axe en particulier et de l'ensemble tout entier.

Rappelons que la variable d'intelligence économique est mesurée par cinq sous variables, il s'agit de la veille stratégique, l'absorption d'information, la sécurité d'information, l'influence d'environnement et la prise de décision.

✓ **Tableau N°13** : Analyse des réponses de la veille stratégique :

Les items	Moyenne	Ecart-type	Poids	Niveau Rep
Notre entreprise suit et surveille les changements Technologiques liés à ses activités.	3,4020	1,17242	3	Modérément
Notre entreprise suit et surveille le comportement de ses Concurrents .	3,4559	1,23297	4	Constamment
Notre entreprise suit et surveille les changements Commerciaux liés à ses activités.	3,8284	1,08504	4	Constamment
Notre entreprise suit et surveille les évolutions et les tendances économiques, socioculturelles, politiques, règlementaires et juridiques .	3,6422	1,14659	4	Constamment
la veille stratégique	3.5821	0.86407	4	Constamment

L'interprétation des résultats du tableau ci-dessus concernant la première dimension de l'intelligence économique qui comporte 4 items, indique que la veille stratégique est Constamment exercée par les dirigeants pour surveiller l'environnement externe de l'entreprise.

✓ **Tableau N°14:** Analyse des réponses d'absorption d'information:

Les items	Moyenne	Ecart-type	Poids	Niveau Rep
Notre entreprise a une capacité de <i>valoriser</i> une nouvelle connaissance externe.	3,5392	,87855	4	Fort
Notre entreprise a une capacité d' <i>Assimiler</i> la nouvelle connaissance externe.	3,5196	,83908	4	Fort
Notre entreprise a une capacité de <i>Partager et transférer</i> la nouvelle connaissance externe vers les personnes concernées.	3,5441	,96389	4	Fort
Notre entreprise a une capacité de <i>transformer et modifier</i> la nouvelle connaissance pour une meilleure adaptation aux utilisateurs.	3,6275	,87574	4	Fort
Notre entreprise a une capacité d' <i>Appliquer</i> la nouvelle connaissance convenablement pour créer une valeur Ajoutée.	3,7598	,81013	4	Fort
<i>l'absorption d'information</i>	3.5980	0.68768	4	Fort

L'interprétation du tableau N°14 concernant la deuxième dimension de l'intelligence économique, indique que la moyenne pondérée des réponses représentée en 5 items s'avère une forte pratique en matière de valorisation, d'assimilation, de partage, de transformation et d'application d'une nouvelle connaissance externe.

✓ **Tableau N°15:** Analyse des réponses de sécurité d'information:

Les items	Moyenne	Ecart-type	poids	Niveau Rep
Notre entreprise est capable d' <i>identifier ses valeurs</i> à protéger contre toute menace.	3,6520	,97831	4	Fort
Elle est capable de mettre en place <i>les Mesures et les Moyens</i> nécessaires pour les protégés.	3,6814	,93189	4	Fort
Elle est capable de faire le <i>Contrôle et le suivi régulier</i> sur les moyens de sécurité mis en place.	3,7402	,94486	4	Fort
Elle est capable de <i>Supporter les coûts</i> de sécurité pour pallier les risques.	3,7696	,97296	4	Fort
<i>La moyenne pondérée de la sécurité d'information</i>	3.7108	,83765	4	Fort

La moyenne pondérée de la sécurité d'information estimée de 3.7108 et présenté dans le tableau N°15, indique que les réponses des dirigeants ont un niveau fort sur les trois items testés, ce qui explique l'importance que donne les dirigeants pour sécuriser leurs biens informationnels de toute menace que ce soit externe ou interne.

✓ **Tableau N°16:** Analyse des réponses d'influence de l'environnement:

Les items	Moyenne	Ecart-type	Poids	Niveau Rep
Notre entreprise <i>Pratique une politique de communication</i> en participant à des réseaux sociaux, les salons, les portes ouvertes, les conférences, journées d'études.....	3,8284	1,13388	4	Plutôt d'accord
Notre entreprise <i>génère des nouvelles opportunités</i> à travers les appels d'offre, les visites des salons et des stands des autres entreprises, l'évaluation des produits de concurrents.....	3,7255	1,07049	4	Plutôt d'accord
Notre entreprise <i>couvre ses informations</i> qui révèlent ses engagements, sa part de marché, ses investissements...même avec ses employés (elle les diffuse avec quelques privilégiés).	3,5490	1,06561	4	Plutôt d'accord
Notre entreprise change <i>les règles du jeu concurrentiel</i> à travers des nouveaux modes ou techniques innovants afin de faire désorienter le concurrent	3,3039	1,20172	3	D'accord
<i>l'influence d'environnement</i>	3.6017	,82061	4	Plutôt d'accord

Pour l'influence de l'environnement, sa moyenne pondérée est estimée de 3.6017 ce qui reflète que cette dimension a eu un intérêt très important chez les dirigeants des entreprises échantillonnées dont leurs réponses sur chaque item de cette dimension s'avère plutôt d'accord.

✓ **Tableau N°17:** Analyse des réponses de la prise de décision:

Les items	Moyenne	Ecart-type	Poids	Niveau Rep
Dans notre entreprise nous nous <i>engageons à prendre les risques</i> dans l'amélioration et l'innovation de nos produits.	3,5637	1,17899	4	Plutôt d'accord
Dans notre stratégie, nous accordons une importance aux <i>investissements des Recherches et de développement</i> .	3,4951	1,24567	4	Plutôt d'accord
Notre entreprise est toujours <i>pionnière dans l'acquisition des nouvelles opportunités</i> (la conquête de marchés, obtention d'appel d'offres...	3,6471	1,14597	4	Plutôt d'accord

Dans notre entreprise nous <i>encourageons le dialogue</i> avec nos subordonnés en leur laissant la liberté et la responsabilité dans la prise de décision.	3,7451	1,05220	4	Plutôt d'accord
Notre entreprise utilise <i>l'endettement à court terme</i> comme mode de financement	3,9608	1,31622	4	Plutôt d'accord
Notre entreprise utilise <i>ses fonds propres</i> comme mode de financement	3,7255	1,18411	4	Plutôt d'accord
<i>la prise de décision</i>	3.5229	,72376	4	Plutôt d'accord

La moyenne pondérée de la prise de décision estimée de 3.5229 est présentée dans le tableau N°17, indique que les réponses des dirigeants sont plutôt d'accord sur les six items testés, ce qui explique l'importance que donnent les dirigeants pour améliorer leurs produits et services, d'accorder une importance aux investissements des recherches et du développement, d'encourager le dialogue avec leurs subordonnés, de conquérir les marchés pour l'acquisition des nouvelles opportunités et d'utiliser le mode de financement sur leurs fonds propres et l'endettement à court terme.

4.4.2. Analyse des réponses sur l'axe de la compétitivité

La compétitivité d'entreprise est la deuxième variable à tester, elle est mesurée de deux sous variables celles de compétitivité produit et la compétitivité organisationnelle. Nous avons demandé aux répondants de situer la position relative de leurs entreprises par rapport à celle de leurs principaux concurrents durant les trois dernières années.

✓ **Tableau N°18:** Analyse des réponses de la compétitivité Produit:

Les items	Moyenne	Ecart-type	poids	Niveau Rep
Notre entreprise est en mesure de produire une <i>large gamme de produits</i> .	3,7010	1,03334	4	supérieur
Nous fabriquons des <i>produits conformes</i> aux spécifications de nos clients.	4,0686	,88521	4	supérieur
Nous sommes capables davantage de rivaliser (concourir) sur <i>la qualité</i>	4,1618	,82945	4	supérieur

Nous proposons <i>des produits fiables et durables.</i>	4,1275	,96920	4	supérieur
Nous offrons des <i>prix compétitifs.</i>	3,8725	,88970	4	supérieur
la compétitivité produit	3.9863	,72112	4	supérieur

L'interprétation des résultats de la première dimension de la compétitivité d'entreprise qui comporte 5 items présentés dans le tableau ci-dessus, indique que toutes les réponses sur la compétitivité Produit durant les dernières trois années sont toutes d'un poids supérieur, ce qui explique que les dirigeants ont réalisé une position compétitive supérieure par rapport à leurs concurrents en matière de conformité, qualité, fiabilité et prix de leurs produits et/ou services.

✓ **Tableau N°19** : Analyse des réponses de la compétitivité organisationnelle

Les items	Moyenne	Ecart-type	Poids	Niveau Rep
Nous avons une <i>réputation</i> de marque chez le public.	3,9559	,94322	4	supérieur
Nous avons une élasticité pour réaliser les <i>programmes de publicité et de promotion.</i>	3,1961	1,04612	3	comparable
Nous adoptons une <i>politique de distribution.</i>	3,5049	1,07592	4	supérieur
compétitivité organisationnelle	3.5523	,77169	4	supérieur

La moyenne pondérée de la compétitivité organisationnelle estimée de 3.5523 et présentée dans le tableau N°19, indique que les réponses des dirigeants ont un niveau supérieur sur les deux items testés, ce qui explique la bonne réputation marqué chez le public durant les dernières trois années en comparant avec leurs concurrents, ainsi la politique de distribution sont supérieures à celles des concurrents, tandis que le programme de publicité semble comparable.

4.4.3. Analyse des réponses sur l'axe de la performance

La performance d'entreprise est la troisième variable à tester, elle est composée de 4 items sur lesquelles les répondants sont demandés de situer leurs positions en comparant à leurs principaux concurrents durant les trois dernières années.

Tableau N°20 : Analyse des réponses de la performance

Les items	Moyenne	Ecart-type	Poids	Niveau Rep
Nous avons réalisé une croissance en <i>chiffre d'affaires</i> .	3,4853	,86803	4	supérieur
Nous avons enregistré <i>des réclamations</i> auprès de notre service après-vente.	1,9461	1,02291	2	inférieur
Nous avons retenu (garder) <i>un nombre de clients</i> .	3,9020	,78796	4	supérieur
Nous avons assuré une <i>formation continue</i> de qualité à nos compétences.	3,6569	1,00731	4	supérieur
<i>la performance</i>	3.2475	,59761	3	comparable

Pour la performance d'entreprise, sa moyenne pondérée est estimée de 3.2475 ce qui reflète que les dirigeants des entreprises échantillonnées selon leurs réponses sur chaque item de cette dimension ont réalisé une performance comparable à leurs concurrents durant les trois dernières années surtout en chiffre d'affaire, le nombre de clients retenus et la formation continue de leurs compétences, sauf les réponses sur les réclamations auprès des services après vente semblent faibles ce qui explique que la majorité des entreprises échantillonnées sont atteintes d'une certaine maîtrise.

Globalement, nous avons utilisé l'échelle de likerte à cinq points afin de mesurer les réponses des dirigeants aux items appropriés ou non appropriés aux variables de la recherche, tous les résultats révèlent que les répondants à cette étude estiment que leur entreprise est en mesure d'appliquer l'intelligence économique avec ses cinq dimensions présentée par la veille stratégique, l'absorption de l'information, la sécurité d'information, l'influence de l'environnement et la prise de décision.

La moyenne pondérée obtenue de l'ensemble des items utilisés (23items) est d'une orientation forte/supérieur pour la majorité des réponses dont les dirigeants indiquent à quel point ils sont en accord ou en désaccord classé respectivement sur cinq ancrage avec chaque énoncé, du même pour les deux autres variables de la recherche celles de la compétitivité et de la performance de la recherche dont

les dirigeants estiment que leurs entreprises sont en moyenne comparable ou supérieur de leur concurrent sur la plupart des indicateurs de comparaison retenus dans la période des trois dernières années.

En effet, on note que seulement un seul des huit items pour tester la variable de compétitivité sa moyenne pondérée est inférieur à 3.40, ce qui explique le faible intérêt qu'accordent les dirigeants pour la publicité il y a même ceux qui n'accordent aucun intérêt pour cette forme de communication par laquelle l'entreprise puisse fixer l'attention d'une cible visée afin d'inciter à adopter un comportement souhaité d'un achat de produit ou de service.

Pour la performance d'entreprise on a aussi constaté que la majorité des réponses ont atteint le niveau comparable en les comparants avec les principaux concurrents.

Ce qui concerne la valeur des écart-types calculé auprès des dimensions testées est comprise entre 0.597 et 0.86 ce qui explique que certaine réponses sont homogènes et d'autres non, cela indique que les statistiques descriptives reste incapable de décrire l'attitude exacte des répondants à propos de l'application de certaines dimensions des variables étudiées surtout quand on a utilisé des divers fréquences qui permettent de nuancer le degré de rareté, de d'accord et d'intensité dans le même échelle de mesure.

Cet écart dans la manière nous a poussés de chercher d'autres outils statistiques plus explicatifs, telle l'analyse par équation structurelle (selon l'approche (PLS/SEM) qui nous semble convenable à la nature des variables étudiées.

Conclusion chapitre 1 :

Ce chapitre est organisé en quatre sections. Dans la première section nous avons présenté la démarche méthodologique convenable à la réalisation de notre étude, permettant de faciliter la mise œuvre de notre modèle de recherche en suivant le raisonnement hypothético-déductif basé sur trois étapes afin de cerner la problématique de recherche qui est de nature explicative voire causale.

Dans ce contexte, nous avons procédé une stratégie de recherche et d'échantillonnage dans la deuxième section, ensuite la méthode et les outils pertinentes au traitement des données ont été présentés dans la troisième section, tandis que dans la dernière section nous avons analysé les données descriptives à travers les mesures classiques telles les fréquences absolues et relatives sur l'axe socioprofessionnel de l'échantillon, ce qui concerne les trois axes de chaque variable de l'étude, on a procédé au traitement de moyenne pondérée et de l'écart-type .

Afin d'approfondir nos résultats obtenus. Nous avons essayé de connaître la nature de relation entre la variable latente et ses indicateurs (modèle de mesure), ainsi sa relation avec les autres variables latentes du modèle structurel par le biais de d'autres outils et méthodes statistiques.

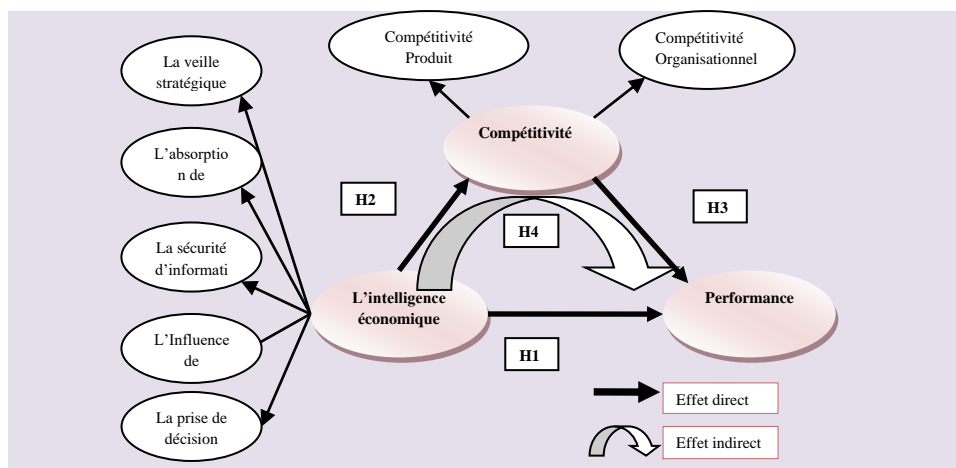
Chapitre 2

Résultats de l'étude et discussion

À titre de rappel, l'objectif de cette recherche est de savoir la nature de relation que peut exister entre l'intelligence économique, la performance et la compétitivité d'entreprise dans les 204 entreprises ciblées à travers le territoire Algérien. La revue de la littérature nous a conduit à élaborer un modèle de recherche en trois variables dont la compétitivité est la variable médiatrice entre l'intelligence économique comme variable indépendante à expliquer et la variable de performance comme variable dépendante explicative.

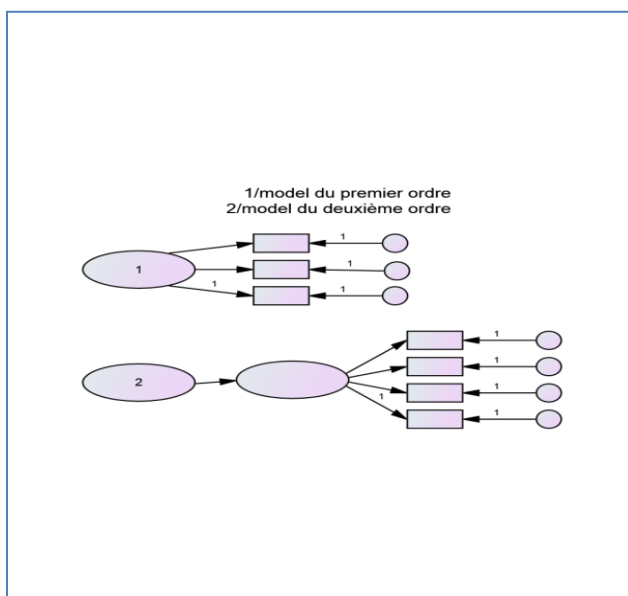
Dans le présent chapitre, nous allons tester les modèles de mesure pour chaque variable dans la première section, ensuite dans la deuxième section le teste du modèle de structure qui permet de répondre aux hypothèses du modèle. Suivi par la discussion des résultats qui va être évoquée dans la troisième section. Ensuite on va essayer de connaître l'avis des dirigeants auprès de la thématique d'intelligence économique au sein de l'entreprise Algérienne comme dernière question à traiter dans la dernière section.

Avant de procéder aux tests causals entre les variables, nous rappelons le modèle de la recherche proposé, le principe de l'analyse factorielle AFC du deuxième ordre et l'identification des indicateurs.



Le modèle structurelle à tester de la recherche actuelle

Le principe d'analyse factorielle confirmatoire du deuxième ordre préconise d'introduire un facteur de second ordre compatible à notre exemple de modèle de recherche vis-à-vis les variables de compétitivité et l'intelligence économique. "Dans ce cas, les facteurs deviennent des variables latentes dont les indicateurs sont aussi latents, mais directement reliés à leur tour à des indicateurs (Mamaun, 2013). Toutefois, selon les préconisations de Roussel et al. (2002), la convergence vers un facteur d'ordre supérieur nécessite une corrélation d'un seuil de 0.6 entre les variables latentes de premier ordre"⁴⁴.



1/ model du premier ordre est construit d'une variable latente et des variables observées (indicateurs).

2/model du deuxième ordre est construit d'une variable de deuxième degré en lien avec plusieurs variables latentes du premier ordre (minimum 3) dont ces derniers sont composés de variables observées (indicateurs)

Pour l'identification des indicateurs auparavant expliqués dans le chapitre précédent concernant la stratégie de traitement des données, on a signalé que la règle générale exige que chaque construit latent dispose au moins trois variables observées pour faciliter l'identification du modèle.

Effectivement puisque l'intelligence économique est un construit du deuxième ordre ses indicateurs répond à cette règle, et la même chose pour la compétitivité puisque elle est composée de deux sous variables latentes (la

⁴⁴ . Ibraheem, M., (2017), " L'influence de la perception de l'environnement de service sur la fidélité du client. Application au secteur de l'hôtellerie de luxe en Région PACA", Thèse de doctorat en sciences de gestion, École doctorale N°513 : ED-DESPEG, Université Côte d'Azur, France, P218.

compétitivité produit / organisationnelle) tandis que la performance suit la règle du premier ordre.

L'ensemble des indicateurs à mesurer dites variables observées sont 35, la deuxième règle consiste à savoir le degré de liberté des construits s'il est supérieur ou inférieur par rapport au k (le nombre réel de paramètres estimés) pour identifier le modèle complet en prenant considération le niveau et le nombre des variables latentes du 1^{er} et 2^{iem} ordre, ainsi le degré de saturation estimé.

Le Degré de liberté du modèle structurelle

$$P=35 \text{ items, } (35(35+1))/2 : \quad 630$$

$$K = 35+35+10-2+7: \quad 85$$

$$\text{Degré de liberté } (630 - 85): \quad 545$$

DF=545 > 0 indique que le modèle est sur-identifié, ce qui nous rassure de passer à l'étape suivante pour évaluer les modèles de mesures ensuite le modèle structurel.

P=35 items, en utilisant la formule suivante : $(P(P+1))/2 = (35(35+1))/2 = 630$

K : P+ estimation de chaque variable observée envers sa variable latente+ le nombre de variable latentes 1^{er} ordre (sans aucune soustraction des paramètres) + le nombre des variables latentes - le paramètre à degré de saturation estimé à 1 + l'estimation de chaque sous variable latente.

$$K=35+35+10-2+7 = 85$$

KDF >0 donc Le modèle est Sur-identifier.

1. L'évaluation des modèles de mesure (Assessment of measurements Model):

Rappelons que, l'évaluation des modèles de mesure générée par PLS suit deux étapes importantes : la fiabilité et la validité pour faciliter ces tests nous devons calculer le Factor loadings de chaque modèle de mesure et voir la signification de chaque contribution factorielle entre les variables latentes et leurs indicateurs selon les sorties de SMART-PLS3.

1.1. Factor loadings :

Le tableau suivant présente la corrélation de chaque variable latente avec l'ensemble des variables manifestes (indicateurs de mesures) qui lui sont associées afin de détecter celles qui ne satisferont pas le critère de corrélation.

✓ **Tableau N°21 : test de Factor loadings**

La variable latente	Indicateur	Loading
La veille stratégique	Thec	0.734
	Conc	0.755
	Comer	0.789
	Pestel	0.702
L'absorption d'information	Valo	0.800
	Assim	0.834
	Partag	0.773
	Trasf	0.757
	AppliQ	0.766
Sécurité d'information	Ident	0.866
	Mesu	0.924
	Contr	0.844
	Cout	0.869
L'influence de l'environnement	Pcom	0.732
	Nopp	0.817
	Couv	0.675
	Chan	0.711
Prise de décision	Enga	0.697
	RetD	0.764
	Pion	0.756
	Enco	0.628
	DtC	0.362
	FdP	0.416
	Larg	0.770
	Prod	0.799

Compétitivité Produit	Quali	0.860
	PdD	0.822
	PrixC	0.661
Compétitivité Organisationnelle	REP	0.797
	PROG	0.733
	Pol	0.730
Performance	ChfA	0.737
	RACL	0.314
	NmbC	0.779
	Ford	0.681

Source : Rapport de Smart-Pls3converti en Excel 2007.

Le calcul du coefficient de corrélation nous a conduit à la suppression de certains indicateurs qui présentaient des corrélations premièrement très inférieurs à 0.5, il s'agit de la réclamation après vente (RACL :0.319), l'endettement à court terme et le fond propre de l'entreprise comme mode de financement (FdP :0.371, DtC :0.418), et deuxièmement les indicateurs inférieur à 0.70 en gardant seulement la formation durable (Ford : 0.681) et Engagement de prise de risque (Enga :0.697) qui sont d'une part, proche de 0.70 et d'autre part, de ne pas sous identifier notre modèle de mesure.

Le nombre restant des indicateurs dont leurs coefficients de corrélation sont proches ou supérieur à 0.70 est de 29 indicateurs.

1.2. *Test de fiabilité :*

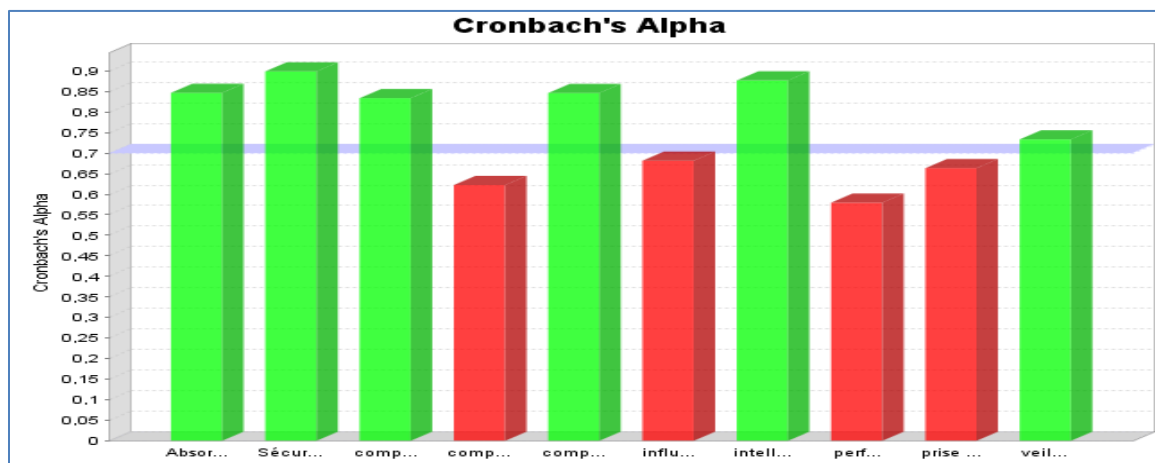
Pour examiner la fiabilité des mesures en examinant la consistance interne des 29 items restants de chaque facteur à l'aide du coefficient d'alpha de cronbach, Rho-A (Rho De Joreskog) et la fiabilité composite présentés dans le tableau suivant :

✓ Tableau N°22 : fiabilité des mesures

variable test	Alpha de cronbach	Rho-A	Fiabilité Composite
Absorption d'information	0.847	0.852	0,890
Sécurité d'information	0.899	0.902	0,930
Compétitivité	0.834	0.844	0,877
Compétitivité organisationnelle	<u>0.622</u>	0.631	0,798
Compétitivité produit	0.846	0.851	0,897
Influence d'environnement	<u>0.682</u>	0.686	0,826
Intelligence économique	0.877	0.887	0,896
Performance	<u>0.579</u>	0.579	0,781
Prise de décision	<u>0.664</u>	0.683	0,815
Veille stratégique	0.733	0.734	0,833

Source : Rapport de Smart-Pls3 converti en Excel 2007.

✓ Graphique N°09 : Valeur d'Alpha de Cronbach

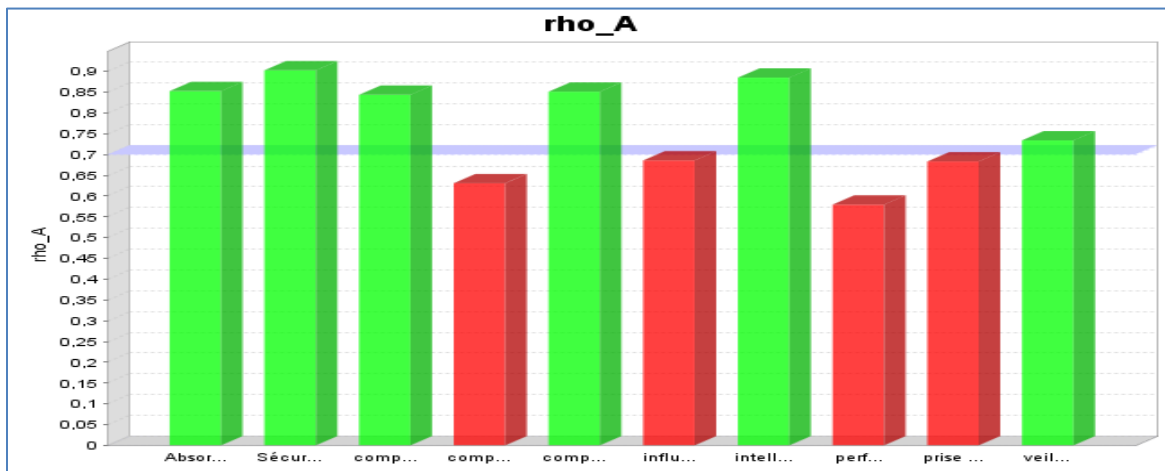


Source : Rapport de Smart-Pls3 converti en Excel 2007.

En se basant sur les résultats obtenus dans le tableau N°22 et figurés sur le graphique N°9, la valeur d'alpha de cronbach est significative et acceptable statistiquement dont la majorité des dimensions, leurs consistance interne est supérieur à 0.8, ce qui montre leur bon niveau de fiabilité, et ce, suite aux

recommandations de *Nunnally et Bernstein*⁴⁵. pour le reste des dimensions leurs valeurs de fiabilité a presque atteint la valeur de 0.70, il s'agit de la compétitivité organisationnelle (0.622), l'influence d'environnement (0.682), prise de décision (0.667) et la performance (0.579), cela explique que ces dimensions correspondent presque à l'indice de fiabilité composite.

✓ **Graphique N°10: Valeur de Rho-A**

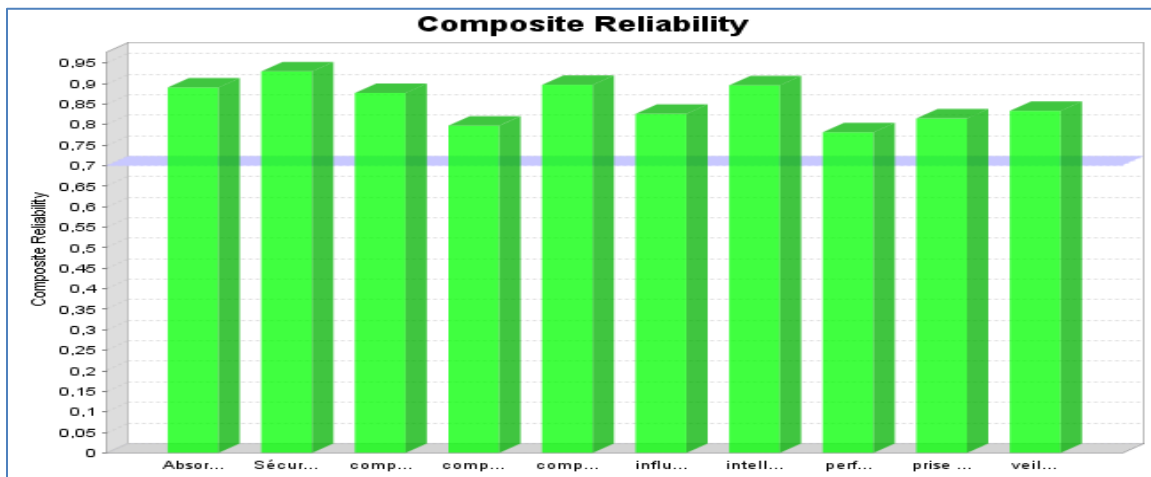


Source : Rapport de Smart-Pls3converti en excel 2007

Le coefficient de Rhô de Jöreskog devrait avoir une valeur supérieure ou égale à 0.7, le rapport de Smart Pls obtenu sur le tableau N°22 indique que les mêmes dimensions qui ont réalisé une valeur proche au seuil de 0.7 en test d'alpha de Cronbach l'ont réalisé en test Rhô de Jöreskog ce qui explique aussi que leur erreurs ne sont pas aussi faibles par rapport aux autres dimensions qui les dépassent. Donc on peut dire que la validité des dimensions est autant très forte pour certains et presque forte pour le reste.

⁴⁵. Cité par : RAIFAI, S., BEN ALI, M., TIZLIOUINE, A., BOUKSOUR, O., (2015), "Proposition d'un modèle causal mesurant l'impact de la qualité sur la performance industrielle: Cas des jeunes entreprises manufacturières installées à la Wilaya de Tanger", Xème Conférence Internationale : Conception et Production Intégrées, CPI 2015, Tanger - Maroc.

✓ **Graphique N°11: Test de fiabilité composite (CR)**



Source : Rapport de Smart-Pls3converti en excel 2007

Selon le tableau et le graphique ci-dessus, tous les coefficients CR (Composite Reliability) sont significatifs et acceptables statistiquement où toutes les mesures sont supérieures aux limites recommandées de 0.7 ce qui reflète que les indicateurs de mesures et leurs variables qui lui sont associés présentent une fiabilité suffisante.

Dans ce cas, on peut dire que les tests de fiabilité des instruments de mesure des variables du modèle étant vérifiés ont confirmés qu'il existe une validité convergente des modèles de mesures de cette étude ce qui nous pousse à poursuivre notre démarche et de passer au test de la validité discriminante.

1.3. ***Test de validité discriminante :***

Nous avons procédé le test de validité discriminante de l'ensemble des variables des modèles de mesure à partir du calcul de la moyenne de la variance extraite (AVE) et la matrice de corrélation croisée comme suit :

✓ Tableau N⁰23 : test d'AVE

variable	AVE (Average Validity Extracted)
Absorption d'information	0,619
Sécurité d'information	0,768
Compétitivité	0,509
Compétitivité organisationnelle	0,568
Compétitivité produit	0,685
Influence d'environnement	0,615
Intelligence économique	0,318
Performance	0,544
Prise de décision	0,596
Veille stratégique	0,556

Source : Rapport de Smart-Pls3converti en excel 2007

✓ Tableau N⁰24 : la validité discriminante

	Abs	Sec	Comp	Com/O	Com/P	infl	intel	perfo	p.dec	veill
Abs	0,787*									
Sec	0,454	0,876								
Comp	0,321	0,380	0,714							
Comp/O	0,216	0,289	0,819	0,754						
Comp/P	0,328	0,367	0,941	0,578	0,828					
infl	0,310	0,377	0,455	0,411	0,405	0,784				
intel	0,741	0,775	0,551	0,437	0,524	0,672	0,564			
perfo	0,379	0,415	0,590	0,526	0,526	0,319	0,521	0,737		
p.dec	0,339	0,463	0,487	0,429	0,437	0,544	0,731	0,382	0,772	
veill	0,318	0,214	0,360	0,269	0,352	0,333	0,577	0,312	0,378	0,746

Source : Rapport de Smart-Pls3converti en excel 2007

Les résultats du tableau N⁰23 indiquent que la valeur de la variance moyenne extraite (AVE) des variables latentes testées supérieur ou égale au seuil de

0.50, traduit une validité convergente satisfaisante selon les instructions de Fornell et Larcker (1981), cela indique que chaque variable latente explique plus de la moitié (50%) des variances des variables observées.

La seule variable inférieure au seuil indiqué est l'intelligence économique avec 0.318 ; ceci peut prouver que la validité de ce modèle de mesure est moins bien acceptée, dans ce cas, puisque le construit est considéré réflectif du deuxième ordre, la fiabilité composite (CR) remplit les conditions requises et cela est confirmé dans les travaux suivants :

- ✓ Wan Mohamad Asyraf Bin Wan Afthanorhan (2013): *"For convergent validity and construct reliability, AVE value for latent variable, challenge, and government is below 0.50. This construct do not achieve the requirement as Fornell and Larcker (1981) proposed. This can prove that validity for this measurement model is less accepted even the composite reliability and cronbach alpha fulfill the requirement as the literature supported. Finally, author proceed for the discriminant validity"*⁴⁶
- ✓ Muhamad Safiih & Nor Azreen (2014): *" AVE should be higher than 0.5. However, the value of 0.4 is acceptable due to condition that if AVE value is less than 0.5, but composite reliability is higher than 0.6, the convergent validity of the construct is acceptable (Fornell and David, 1981)"*⁴⁷.
- ✓ Waiphot Kulachai & Patipol Homyamyen (2018): *" The results show average variance extracted (AVE) of .432 and the construct validity (CR) of .946. The AVE of .50 or higher suggests adequate convergence. The AVE of less than .50 indicates that more error remains in the items than variance explained by the latent factor structure. According to the CR of .946 which greater than .70, it suggests a good reliability"*⁴⁸.

⁴⁶ . Wan Mohamad Asyraf Bin Wan Afthanorhan, (2013), " A Comparison Of Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for Confirmatory Factor Analysis", International Journal of Engineering Science and Innovative Technology (IJESIT) Volume 2, Issue 5. http://www.ijesit.com/Volume%202/Issue%205/IJESIT201305_27.pdf.

⁴⁷ . Safiih, M., Azreen, N., (2014), " Confirmatory Factor Analysis Approach: A Case Study of Mathematics Students' Achievement in TIMSS", Malaysian Journal of Mathematical Sciences 10(S) March : 41- 51 (2016) Special Issue: The 10th IMT-GT International Conference on Mathematics, Statistics and its Applications 2014 (ICMSA 2014). http://einspem.upm.edu.my/journal/fullpaper/vol10smac/4_ID_25.pdf.

⁴⁸ . Kulachai, W., Homyamyen, P., (2018), " Servant Leadership: A Second-Order Confirmatory Factor Analysis", Conference of the International Journal of Arts & Sciences, issue: 1, Volume: 11.

La fiabilité composante obtenue de l'intelligence économique est de **0,896** (voire Tableau N⁰²²) ; elle est supérieur à 0.70 donc la validité de l'intelligence économique est acceptable pour pouvoir procéder à la validité discriminante.

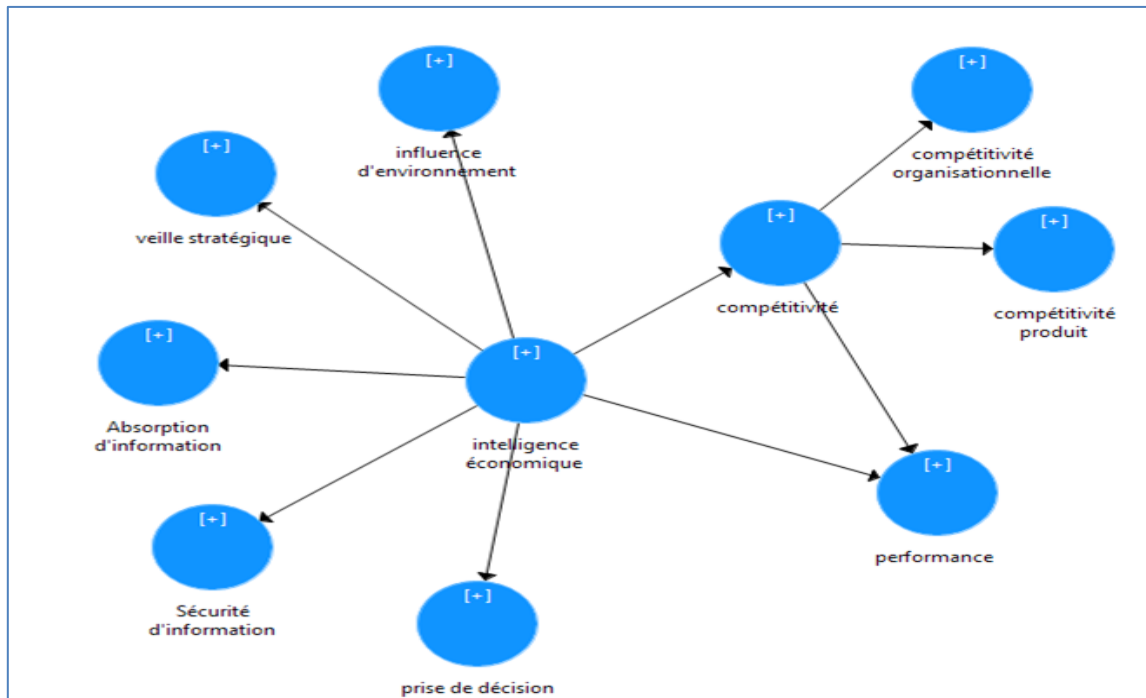
La validité discriminante est confirmée si la racine carrée de la variance moyenne partagée est supérieur aux coefficients de corrélation, c'est-à-dire, cette validité est acquise si les variables manifestes partagent plus de variances avec leurs variables latentes qu'avec d'autres, en d'autre terme, les items mesurant un phénomène doivent être faiblement corrélé aux items mesurant d'autres construits (variables latentes)⁴⁹.

Le tableau N⁰²⁴ illustre le test de validité discriminante. Les valeurs indiquées dans la diagonale de la matrice de corrélation représentent la racine carrée de l'AVE. Pour tester la validité discriminante entre la compétitivité et l'absorption d'information par exemple, il faut comparer la corrélation entre ces deux éléments en calculant la racine carrée de l'AVE respective. La racine carrée de l'AVE de la compétitivité (Comp) est 0.714, la racine carrée de l'AVE de l'Absorption d'information (Abs) est 0.787, et toutes les deux dépassent la corrélation de 0.321(voire tableau N⁰²⁴) ; en plus on remarque que les variables du deuxième ordre dite mère de l'intelligence économique ou la compétitivité leurs corrélation avec leurs sous dimensions dite Fils sont fortes par rapport aux autres construits, par exemple la corrélation de l'absorption d'information avec l'intelligence économique est supérieur par rapport à sa corrélation avec la compétitivité (0.741>0.321) ce qui explique sa validité discriminante ainsi pour le reste des déterminants.

⁴⁹. RAIFAI, S., BEN ALI, M., TIZLIOUINE, A., BOUKSOUR, O., (2015), "Proposition d'un modèle causal mesurant l'impact de la qualité sur la performance industrielle: Cas des jeunes entreprises manufacturières installées à la Wilaya de Tanger", Xème Conférence Internationale : Conception et Production Intégrées, CPI 2015, Tanger - Maroc.

En conclusion, on peut dire que les variables testées de l'échelle de mesure semble dans l'ensemble fiables et valides, ce qui nous permet donc de tester le modèle structurel figuré dans l'étape suivante.

Graphique N°12: Le modèle structurel



Source : Rapport de Smart-Pls3.

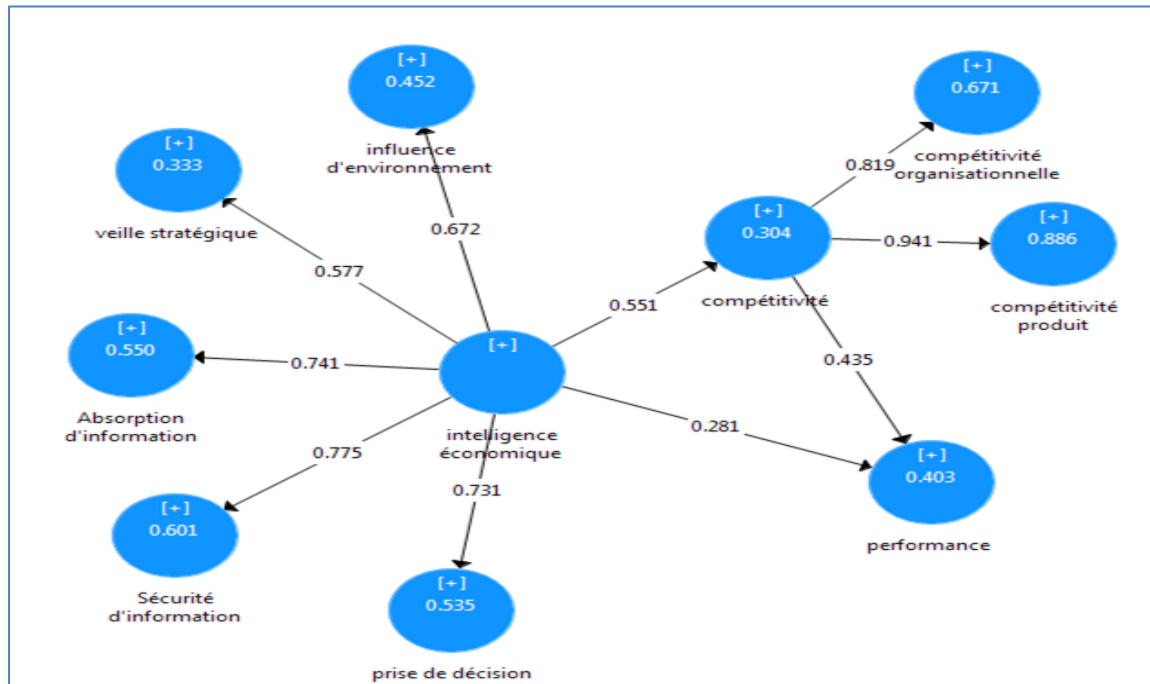
2. L'évaluation du modèle structurel (Assessment of structural Model):

Dans les prochaines étapes, nous allons vérifier les coefficients de trajectoire ensuite nous testons la qualité du modèle structurel (GOF).

2.1. Les Coefficients de la trajectoire (path coefficients) :

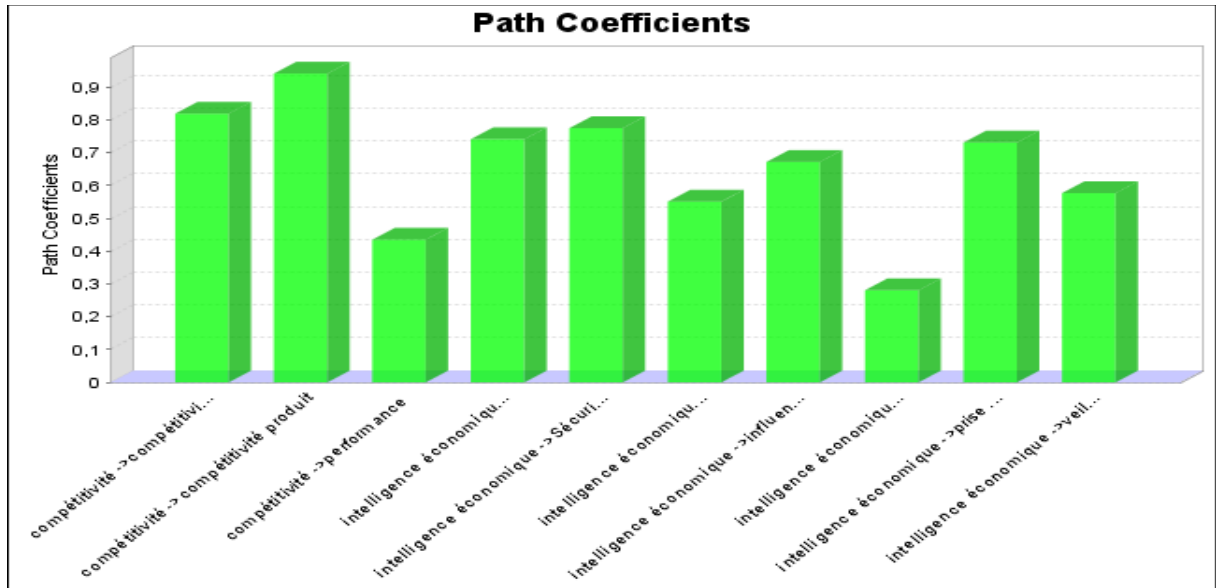
Les coefficients de la trajectoire d'un modèle structurelle sont comprises entre -1 et +1, de plus ces coefficients sont proche de +1 depuis ils indiquent une relation à la fois forte et positive et vis versa pour les coefficients négatifs.

✓ Graphique N°13: Path coefficients du modèle structurel



Source : Rapport de Smart-Pls3.

✓ Graphique N°14: path coefficients du modèle structurel



Source : Rapport de Smart-Pls3.

Les deux graphiques ci-dessus montrent bien que les coefficients de la trajectoire (path coefficients) sont forts et positifs.

2.2. La qualité du modèle structurel (GOF) :

L'évaluation du modèle structurelle selon l'approche *PLS-SEM* se base sur le calcul de certains coefficients tels : (R^2), le f^2 et le Q^2 dans le but de calculer l'indice de Goodness of Fit index (GOF).

Pour ce faire, nous allons faire recours aux conditions indiqués sur le Tableau N^o7 (chapitre1, P136).

2.2.1. Coefficient de détermination R square (R^2) :

Tableau N^o25 : Test de R square

	R Square	R Square Adjusted	Condition1 Croutsche, 2002	Condition2 Chin, 1998
Absorption d'information	0,550	0,547	significatif	Effet moyen
Sécurité d'information	0,601	0,599	significatif	Effet moyen
compétitivité	0,304	0,300	significatif	Effet faible
compétitivité organisationnelle	0,671	0,669	significatif	Effet élevé
compétitivité produit	0,886	0,886	significatif	Effet élevé
influence d'environnement	0,452	0,449	significatif	Effet moyen
performance	0,403	0,397	significatif	Effet moyen
prise de décision	0,535	0,532	significatif	Effet moyen
veille stratégique	0,333	0,329	significatif	Effet moyen

Source : Rapport de Smart-Pls3.

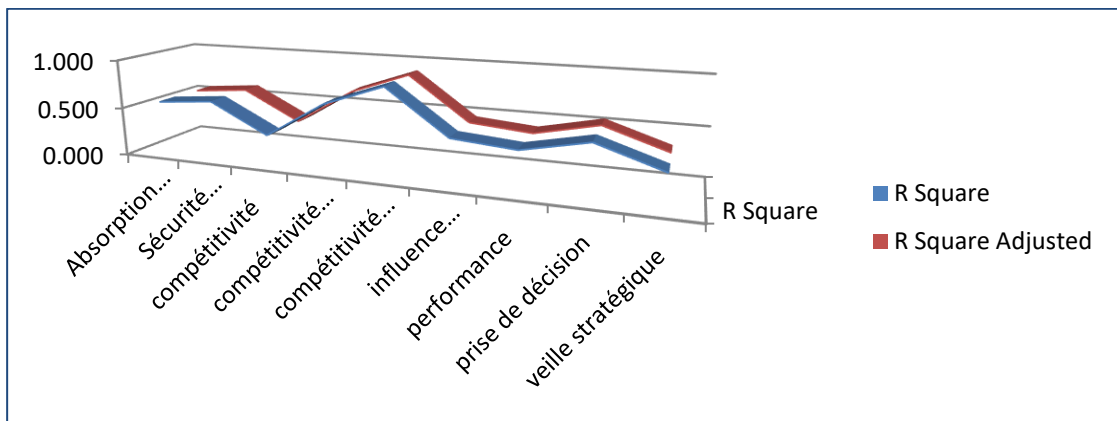
Les résultats du tableau ci-dessus, montrent d'une première lecture que les valeurs des coefficients des déterminations obtenus pour chaque variable latente sont positives et significatives statistiquement, mais si on réfère aux deux conditions 1 et 2 nous aurons d'autres lectures plus précises.

- La première condition ($R^2 > 0.1$), toutes les valeurs obtenues sont supérieur à 0.1 cela explique que le modèle structurelle est significatif.
- La deuxième condition : les valeurs obtenues de R^2 qualifiées respectivement par effet élevé, moyen et faible. C'est-à-dire, la part de la variance de la

variable exogène compétitivité n'explique que 67.1% de la variable endogène compétitivité organisationnelle et 88.6% de la variable endogène compétitivité produit donc c'est un effet élevé puisque ces deux parts sont supérieures à 67% (0.67), quand à la variable exogène intelligence économique, elle n'explique qu'une part moyenne des variables endogènes et une seule part faible avec la compétitivité.

La troisième lecture se traduit dans la comparaison entre le R square et le R square ajusté où il ne semble pas assez différent l'un à l'autre dont leurs coefficients convergent et cela est bien figuré comme suit :

✓ **Graphique N°15: R Square et R square adjusted**



Source : Rapport de Smart-Pls3converti en Excel 2007.

2.2.2. Coefficient de taille d'effet (f^2)

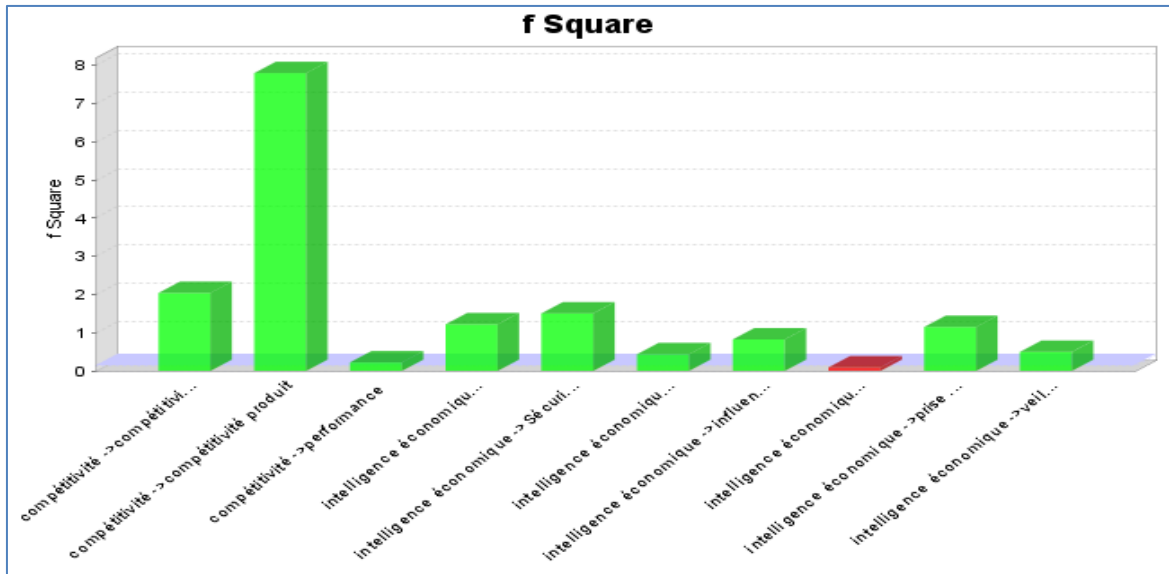
Tableau N°26 : Test de taille d'effet

	Abso	Séc	com	comp o	comp p	infl	perfo	p déc
Compétitivité				2,039	7,794		0,221	
Intelligence	1,220	1,506	0,437			0,824	0,092	1,149
Taille d'effet	Effet élevé	Effet élevé	Effet élevé	Effet élevé	Effet élevé	Effet élevé	Effet moyen /faible	Effet élevé

Source : Rapport de Smart-Pls3.

On peut traduire ces résultats sur le graphique N°17 comme suit :

✓ Graphique N°16: f Square



Source : Rapport de Smart-Pls3 converti en Excel 2007.

Les valeurs visuelles de f^2 sont 0.02, 0.15 et 0.35 (voire tableau N°7, P136), lesdites valeurs correspondent respectivement à la taille de l'effet des pratiques de l'intelligence économique et de la compétitivité sur la performance que semblent avoir un effet faible pour le premier couple et un effet moyen pour le deuxième, tandis que les autres variables marquent un l'effet fort. Cela nous montre l'importance de ces variables latentes du modèle testé.

2.2.3. Test de la validité prédictive (Q^2) :

Tableau N°27: Test de validité prédictive

	Q² (=1-SSE/SSO)
Absorption d'information	0,284
Sécurité d'information	0,391
compétitivité	0,190
compétitivité organisationnelle	0,344
compétitivité produit	0,544
influence d'environnement	0,308
performance	0,284
prise de décision	0,188
veille stratégique	0,280
Absorption d'information	0,122

Source : Rapport de Smart-Pls3

Les résultats du tableau ci-dessus indiquent que la valeur de Q^2 obtenue de toutes les variables latentes est supérieure à zéro et cela explique que le modèle structurelle présente une validité prédictive.

2.2.4. Test de GOF (Goodness of fit index) :

L'indice de la qualité de conformité du modèle global GOF prend à la fois la considération de la performance du modèle structurel et celle du modèle de mesure ; il est défini par la moyenne du coefficient de détermination R square et la moyenne de l' AVE (moyenne de la variance extraite) associés aux variables endogènes indiqué dans le tableau suivant :

Tableau N°28: L'indice de GOF.

	R square (R^2)	AVE
Absorption d'information	0,550	0,619
Sécurité d'information	0,601	0,768
compétitivité	0,304	0,509
compétitivité organisationnelle	0,671	0,568
compétitivité produit	0,886	0,685
influence d'environnement	0,452	0,615
performance	0,403	0,544
prise de décision	0,535	0,596
veille stratégique	0,333	0,556
Absorption d'information	0,550	0,619
Sécurité d'information	0,601	0,768
Moyenne	$4,735/9=0.52611111$	$5.46/9=0.60666667$

$$GOF = \sqrt{(\bar{R}^2 * \overline{AVE})} = \sqrt{(0,52611111 * 0,60666667)} = \mathbf{0.56495}$$

GOF > 0.36 : La qualité de conformité est Large lorsqu'elle dépasse 0.36 suite aux instructions de Wetzels & van ,2009 (tableau N°7, P136). ceci confirme bien la validité du modèle globale de l'étude.

2.3. Test des relations hypothétiques :

Dans le but de valider les hypothèses de recherches, dans cette section nous allons vérifier la significativité et l'importance des liens de causalité entre les variables étudiées (effet direct) et aussi de vérifier l'effet du médiateur (effet indirect).

Il est à noter, pour tester ces relations le PLS-SEM préconise la méthode de bootstrap qui permet de calculer les valeurs de T empiriques et de P values pour tous les coefficients de chemin structurelle et quand une valeur de T empirique est supérieure à la valeur critique, nous concluons que le coefficient est statistiquement significatif à une certaine probabilité d'erreur. Les valeurs critiques couramment utilisées : $T > 1.96$, $P < 0.05$ (Hair & al, 2016, P206).

La procédure de bootstrap est implantée dans divers logiciels tels que SPSS, SAS ou de type équations structurelles (Mplus, Lisrel, Stata, Smart-PLS ou Amos).

Il est généralement recommandé de réaliser au moins 1 000, voire 5 000 ou 10 000 ré-échantillonnages.

Nous avons réalisé **1000** ré-échantillonnages pour la recherche actuelle.

Avant de tester les relations hypothétiques, rappelons les quatre hypothèses du modèle de la recherche actuelle :

H1 : Il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise.

H2 : Il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la compétitivité d'entreprise.

H3 : Il existe un effet significatif entre la compétitivité et la performance d'entreprise.

H4 : il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise en présence de la compétitivité comme médiateur.

Le test des coefficients de la trajectoire de ces hypothèses va nous dévoiler tous les effets des relations directes entre les variables exogènes et leurs sous

variables, ainsi les relations entre les trois variables du modèle de la recherche qui accompagnent les premières hypothèses H1, H2 et H3.

2.3.1. Les coefficients de la trajectoire des hypothèses de recherche :

Tableau N°29: Relations hypothétiques

Relation	Original Sample (o)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (o/STD EV)	P Values
compétitivité -> compétitivité organisa	0,819	0,821	0,029	28,413	0,000
compétitivité -> compétitivité produit	0,941	0,942	0,008	120,935	0,000
compétitivité -> performance	0,435	0,443	0,063	<u>6,914</u>	0,000
intelligence économique -> Absorption	0,741	0,741	0,049	15,128	0,000
intelligence économique -> Sécurité	0,775	0,776	0,033	23,166	0,000
intelligence économique -> compétitivité	0,551	0,550	0,059	<u>9,369</u>	0,000
intelligence économique -> influence	0,672	0,672	0,044	15,345	0,000
intelligence économique -> performance	0,281	0,280	0,076	<u>3,700</u>	0,000
intelligence économique -> prise de décision	0,731	0,731	0,041	17,959	0,000
intelligence économique -> veille stratégique	0,577	0,581	0,065	8,850	0,000

P<0.05, T>1.96.

Source : *Rapport de Smart-Pls3.*

Les résultats du tableau N° 29, indiquent que toutes les hypothèses sont valide où les valeurs de T sont supérieures à 1.96 et P<0.05, elles sont classées comme suit :

- **H1** : Il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise.

La variable de l'intelligence économique et la performance sont associés positivement $\beta = 0.281$ et de manière significative $t = 3.700$ et $P = 0.00$ et cela confirme la validité de l'hypothèse H1.

- **H2** : Il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la compétitivité d'entreprise.

On constate que toutes les hypothèses dérivées associé à l'intelligence économique et à la compétitivité sont valides et conformes aux valeurs critiques (T, P value).

La variable d'intelligence économique marque un effet positif et significatif statistiquement sur la compétitivité d'entreprise où $\beta=0.551$, $t=9.369$ et $P=0.00$.

- **H3** : Il existe un effet significatif entre la compétitivité et la performance d'entreprise.

Nous remarquons que la compétitivité et la performance sont associées positivement où la compétitivité exerce un effet important sur la performance avec un coefficient de la trajectoire relatif à $\beta=0.435$, $T=6.914$ et $P=0.00$.

2.3.2. Le test d'effet du médiateur

Le test indirect fait apparaître le rôle du médiateur, La question est de savoir comment tester la médiation qui a attiré une attention considérable dans la recherche méthodologique au cours ces dernières décennies où plusieurs méthodes s'avèrent nécessaires de traiter la médiation.

Pour notre cas, afin de dévoiler le rôle de médiation de la compétitivité entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise, on a fait recours à la méthode Preacher & Hayes(2008) pour pouvoir valider la quatrième hypothèse du modèle de recherche :

H4 : il existe un effet significatif entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise en présence de la compétitivité comme médiateur.

Cette méthode dépend de deux étapes fondamentales, à savoir :

2.3.3. La première étape : l'effet indirect

Tableau N° 30: L'effet indirect

Relation	Original Sample (o)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (o/STDEV)	P Values
intelligence économique -> performance	<u>0,240</u>	0,244	0,046	<u>5,212</u>	<u>0,000</u>

P<0.05, T>1.96.

Source : Rapport de Smart-Pls3.

Selon le tableau N°30, nous pouvons confirmer la validité de la quatrième hypothèse à travers les résultats obtenus où $T > 1.96$ et $P < 0.05$. Si l'effet indirect est confirmé ça prouve que la compétitivité a un effet de médiateur mais Preacher & Hayes(2008) ne s'arrêtent pas à cette condition ils proposent une deuxième celle d'intervalle de confiance.

2.3.4. La deuxième étape : intervalle de confiance bootstrap

Avant de vérifier cette condition, rappelons l'effet direct de l'intelligence économique sur la performance dans le tableau suivant extrait du tableau N°29 des Relations hypothétiques (voire P179).

Tableau N°31: L'effet direct

Relation	Original Sample (o)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (o/STD EV)	P Values
intelligence économique -> performance	0,281	0,280	0,076	3,700	0,000

P<0.05, T>1.96.

Source : Rapport de Smart-Pls3.

Les données des deux tableaux 30 et 31, ainsi les coefficients de la trajectoire, nous facilite le calcul d'intervalle de confiance c'est-à-dire de déterminer le niveau inférieur et supérieur de l'intervalle qui est censé de contenir la médiation de la compétitivité à un niveau de confiance de 95% comme suit :

Tableau N°32: intervalle de confiance

relation	Path a	Path b	Effet indirect	SE	T.val	95% LL	95%UL
intelligence économique -> performance	0.551	0.435	0.240	0.046	5.217	0.150	0.330

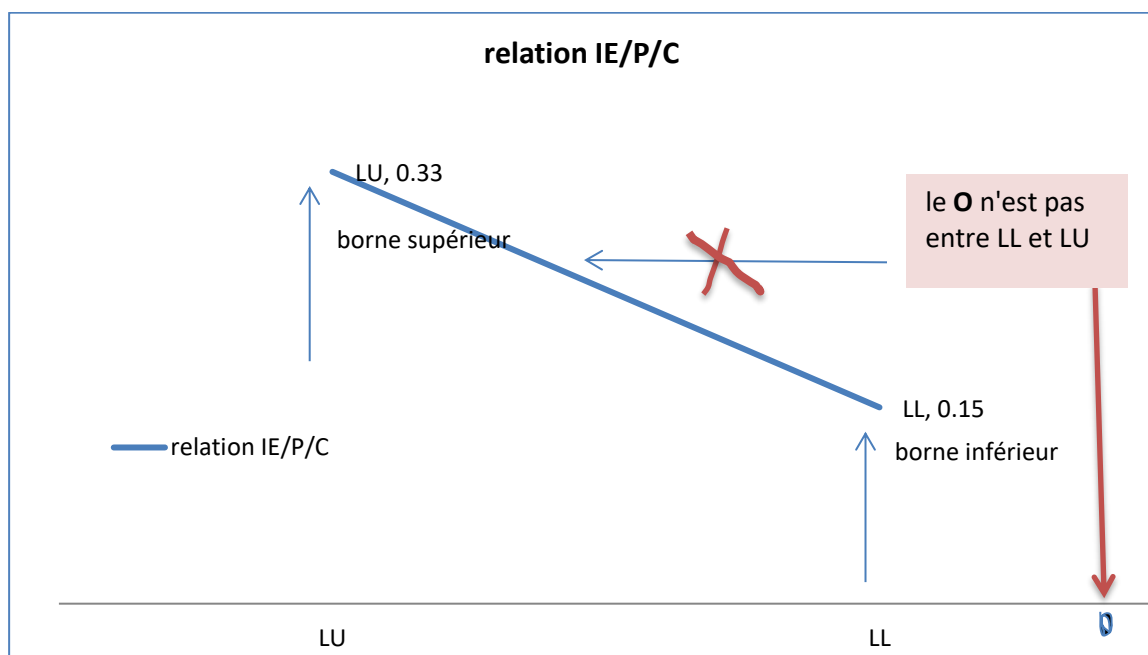
Source : Confectionné par la chercheuse.

- Path a : coefficient de la trajectoire de l'intelligence économique et la compétitivité (voire tableau 29)

- Path b : coefficient de la trajectoire de la compétitivité et la performance (voire tableau29)
- L'effet indirect : coefficient de la trajectoire de l'intelligence économique et la performance en présence de la compétitivité comme médiateur (tableau 30).
- SE : Standard Deviation : erreur d'effet indirect (voire tableau 30).
- T.value : T empirique = effet indirect/SE ($0.240/0.046= 5.217$), $T>1.96$.
- LL : Lower level (niveau inférieur de l'intervalle de confiance), $LL=l'$ effet indirect $- (1.96*SE)$; $LL= 0.240-(1.96*0.046)=0.150$.
- LU : Upper level (niveau supérieur de l'intervalle de confiance), $LU= l'$ effet indirect+ $(1.96*SE)$, $LL= 0.240+ (1.96*0.046)= 0.330$.

D'après ces résultats on remarque qu'il n'y a pas une intersection nulle entre LL (niveau inférieur) et LU (niveau supérieur), c'est-à-dire que la valeur de 0 n'est pas entre les deux valeurs 0.150 et 0.330 ce qui confirme la deuxième condition

✓ **Graphique N°17: Analyse de Médiateur (Preacher & Hayes 2008)**



Source : Confectionné par la chercheuse sur Excel2007.

Donc, pour conclure le coefficient de la trajectoire indirect de l'intelligence économique et la performance en présence de la compétitivité comme médiateur appartient à un intervalle de confiance de [0.150, 0.330], à un niveau de confiance de 95% sachant que cette médiation est de type partiel puisque les deux tests d'effet direct et indirect sont significatifs au risque de 5 % (Hair & al, 2016, P243).

3. Discussion des résultats

À l'issue des résultats, il est utile de souligner que l'objectif principal de cette étude empirique étant, d'une part, de tester l'impact de l'intelligence économique sur la compétitivité et la performance d'entreprise et d'autre part, de voir dans quelle mesure l'intelligence économique peut être considérée comme un mode de changement positif sur le plan organisationnel et managérial des entreprises opérantes dans les divers secteurs économiques sur les 27 wilaya du territoire Algérien (voire P137).

Les résultats descriptifs et structurels obtenus par le biais des programmes statistiques, SPSS25, Excel2007 et SMART-PLS3 auprès 204 entreprises échantillonnées dont la majorité sont mature qui dépassent les dix ans d'existence, d'une forme juridique SARL et qui opèrent beaucoup plus sur le secteur d'industrie ; quand aux résultats structurelles, l'intelligence économique à un effet direct sur la performance et la compétitive comme elle à un effet indirect sur la performance en présence de la compétitivité comme un médiateur de type partiel.

Pour l'effet direct, signalons que le coefficient de la trajectoire de l'intelligence économique sur la compétitivité est supérieur à celui de la performance ($0.551 > 0.281$) ce qui explique que les dirigeants des entreprises échantillonnées donnent beaucoup d'importance à l'information stratégique afin de garder un positionnement compétitive en comparant à leurs concurrents durant ces trois dernières années (2016/2017/2018), c'est-à-dire , le socle que forme l'intelligence économique en présence d'indicateurs de comportement,

d'absorption, de source et de sécurité d'information permette au dirigeants de prendre la bonne décision en matière d'investir aux recherches et de développement, d'acquérir des nouvelles opportunités et de s'engager à prendre des risques pour l'amélioration et l'innovation des nouveaux produits dans le but de réaliser des avantages concurrentiels pouvant les différencier de leurs principaux concurrents ; ces résultats sont conformes aux travaux de (*Pierre-André Julien et autres, 1998*), (*Frédérique Peguiron, 2008*), (*Slama, Ammar, 2014*), (*Talaja & al, 2017*), (*Bakan & Sekkli, 2017*), (*Salaouatchi & al, 2017*), (*Benyelles, 2017*).

Concernant la relation de la compétitivité et la performance, Nous signalons que cette relation a été significative mais supérieure à celle de l'intelligence économique et de la performance ($0,435 > 0,281$) ; ce qui explique que les entreprises qui ont acquis certains avantages concurrentiels liés au produit, la qualité, programme de publicité et de promotion, l'image et les réseaux de distributions comme indicateurs intrinsèques de différenciation par rapport aux concurrents, ont un effet positif sur la performance, ces résultats sont conformes aux travaux de : (*Pierre-André Julien et autres, 1998*), (*Hadi, Ebrahimpoor, 2014*), (*Elmakrini, 2014*), (*Talaja & al, 2017*). Pour sa relation avec l'intelligence économique, certes elle est significative mais faible car le socle de l'intelligence économique se base sur les mesures et les moyens misent à la recherche et à l'exploitation de la bonne information au bon moment génèrent des charges et des coûts surtout pour les dirigeants qui préfèrent innover.

Pour l'effet indirect, l'intelligence économique a aussi réalisée un effet significatif et positif un peu inférieur par rapport à l'effet direct ($0,240 < 0,281$), c'est-à-dire la présence de la compétitivité comme médiateur partiel a prouvé cette différence, plus précisément les bonnes pratiques de l'intelligence économique permettent aux entreprises d'acquérir des avantages concurrentiels auparavant cités à des fins performantes sur lesquelles une croissance supérieure en chiffre d'affaire atteinte, une capacité supérieure de garder ses clients et un

investissement supérieur et de formation continue dans le capital humain capable de s'adapter aux changements environnementales de l'entreprise.

Les résultats de cette recherche montrent que :

** l'approche de l'intelligence économique présente un intérêt managérial et organisationnel pour les dirigeants des entreprises Algériennes échantillonnées surtout pour ceux qui cherchent à innover et à développer leurs produits/services plus conformes aux spécifications des clients, plus fiables et durables par rapport à leurs concurrents, et aussi ceux qui rivalisent sur la qualité.*

** l'effet direct et indirect étaient proche car le motif qui dirige l'intelligence économique est donc une volonté ferme de détecter rapidement les opportunités, de précéder les changements et les tendances de l'environnement, d'exploiter incessamment des occasions d'affaires...etc. ;*

** les informations requises pour arriver à des fins compétitives et performantes relevant beaucoup plus d'un horizon à long terme (Habhab-Rave, 2007) mieux qu'un horizon à court terme et la performance des entreprises a été testé au cours des trois dernières années(2016/2017/2018) ;*

** les résultats obtenus nous semblent satisfaisantes d'une certaine logique, puisqu'elle reflète une réalité sur des terrains féconds et porteurs des nouvelles occasions d'affaires et de business pour ces entreprises dans un avenir proche.*

4. L'avis des dirigeants

Dans cette section nous allons traiter la dernière question posée de type ouverte pour savoir l'avis des dirigeants vis-à-vis la thématique d'intelligence économique au sein de l'entreprise Algériennes.

La question posée est comme suit :

Quelle est votre opinion sur le sujet de l'intelligence économique au sein de l'entreprise Algérienne ?

Ce genre de question, donne aux répondants la possibilité de répondre librement, sans qu'ils soient limités ou influencés par les choix des réponses ;

ces types de réponses qualitatives sont cependant plus difficiles et plus longs à analyser, en raison de leur caractère non structuré mais elles peuvent être souvent riches en informations et aux idées neuves ; plusieurs types d'outils sont susceptibles de les traiter tels : QDA Miner, WordStat, Nvivo...etc.

Le Nvivo est un Logiciel qui est conçu pour organiser, analyser et trouver du contenu perspicace parmi des données non structurées ou qualitatives telles que des interviews, des réponses libres obtenues dans le cadre d'un sondage, des médias sociaux et des pages Web, des enregistrements, des articles sur word, Pdf ou autres format, les entretiens...etc.

Le principe de ce logiciel est basé sur le traitement des nœuds (Nodes) que puisse tirer le chercheur des données en mains, elles servent principalement à classer le contenu des documents en codes ou en thèmes, ce sont des récipients électroniques dans lesquels en place l'extrait ou les extraits provenant d'un ou plusieurs documents.

Pour traiter cette information qu'on a posée aux dirigeants, on a utilisé le Nvivo version 12, où il y a trois étapes conçues de les suivre selon le guide de ce logiciel sont comme suit :

4.1. La première étape : l'importation des données

Le nombre des réponses à traiter était dans l'ensemble 40 réponses (des 204 réponses) où le reste est rendu vide, alors pour faciliter leurs importations sur Nvivo, il fallait traiter chaque réponse de côté par exemple nous avons recensé cinq images format JPEG, et une seule réponse sous forme Pdf, dont leurs réceptions étaient par voie électronique, quand au reste des réponses c'est-à-dire celles en format papier on a du les rédiger sur word 2007 pour obtenir 34 fichiers format word portant le nom de chaque entreprise dans le but d'établir une source interne dans le programme de Nvivo qui comporte ces différents fichiers.

Les entreprises qui ont répondu à cette question sont classées comme suit :

3B Alliance	BDL	Cipal Irrigal	Famag	IOUWON	Moulin Achouak	Simob	Tm TEX
AB.Compo	benzaza	Constuction métallique	Gazelle d'or	ITP Oran	Negos	SMCI	Wifak Russicad
Algeria stone	Caltam tours	Consulting solutions	Général-emballage	L'aquarium Hotel	Ooredoo	Somifer	World Ceram
Amour	CCCA	Datafirst Technologique	GM-peinture	Mitidjal	Orangina	Tassriaa IMP-EXPO	Abdehamid
Apis industry	Cofeed	Elswidy cable	Comlcaf (Image106)	Mobis	Sidna	Tlemcen Ressort	Telecom

4.2. La deuxième étape : le codage

Après plusieurs lectures approfondies et complètes pour chaque réponse, on a essayé de sélectionner des paragraphes qui portent le même sujet ou la même idée, ensuite on les a encodé en nœuds permettant de centraliser des ressources connexes en un seul lieu.

Dix nœuds ont été formés reliés avec l'intérêt de l'intelligence du point de vue des dirigeants, elles sont classées comme suit :

Tableau N°33: Les Nœuds

<i>Les nœuds</i>	<i>Les références encodées</i>
Sujet	<ul style="list-style-type: none"> -L'intelligence économique est un sujet intéressant et d'actualité. - L'intelligence économique est une notion nouvelle, notamment pour le marché algérien. - C'est une pratique essentielle, - C'est un sujet très complexe, - elle devient une importante au sein de l'entreprise Algérienne, sa connaissance et son application.
Niveau de développement	<ul style="list-style-type: none"> -L'intelligence économique est un processus de développement pour l'entreprise. - Elle commence à se développer dans le secteur privé - l'intelligence économique au sein de l'entreprise algérienne est plutôt moyenne par rapport à d'autres pays en Europe et en Asie - L'entreprise Algérienne est encore en stade de tâtonnement au niveau de l'intelligence économique. - l'intelligence économique au sein de l'entreprise algérienne est en petite évolution ces dernières années

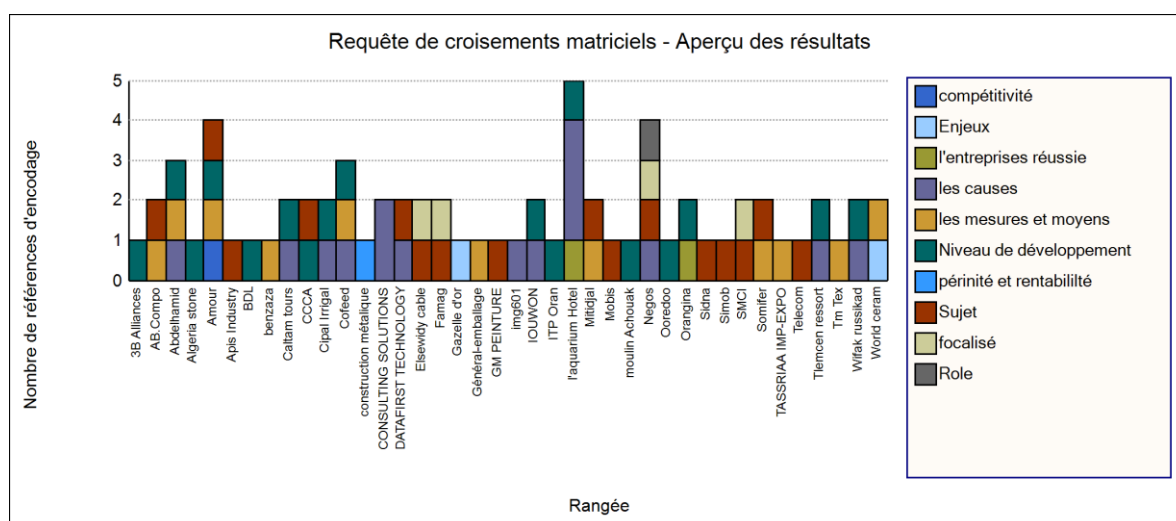
	<ul style="list-style-type: none"> - elle est peu connue chez les entreprises algériennes. - Même si en fait elle existe, elle n'est cependant pas ressentie en tant que telle - L'entreprise Algérienne est en croissance en matière d'intelligence économique - dans un environnement économique instable elle est difficile de l'appliquer correctement.
Les causes	<ul style="list-style-type: none"> -pas de liberté d'opinion et d'initiative pour nos cadres, tout est centralisé à une seule personne qui est le chef ou le patron, je parle du centre de décision - L'activité intelligence économique n'a pas pu émerger faute de maîtrise de concepts, de formation adéquate, de moyens consacrés, d'accompagnement efficace dans la conduite du changement et l'inexistence d'un cadre institutionnel favorisant son développement. Ces résultats peuvent s'expliquer par l'absence d'un cadre institutionnel incitatif d'une part et les formations de vulgarisation de l'IE trop théorique loin de l'action concrète sur le terrain, d'autre part, ce qui a contribué à véhiculer une fausse idée et des désillusions à propos de l'Intelligence économique . - il n'y a pas de culture d'entreprise, - il y a toujours un problème de compétence, - il n'y a pas de formations dans ce domaine, - la non transparence du marché, - il est dû aux plusieurs facteurs bloquants. - trop négligées par les chefs d'entreprises. - nos entreprises ne surveillent pas les changements technologiques dans le monde par manque de contact avec d'autres entreprises étrangères. - Les textes politiques socio-économiques sont encore en mode veille par rapport à ce fin se passe ailleurs - la concurrence est souvent déloyale à l'absence de l'état dans son rôle de régulateur du marché l'aliment n'est pas contrôlé ni agréé par la tutelle ce qui en arrive ce secteur.
Les mesures et moyens	<ul style="list-style-type: none"> - IE nécessite un personnel qualifié - le suivi des institutions étatiques sans encombrement bureaucratique. -les formations continues, les symposiums, les séminaires nationaux et internationaux pour approfondir ces connaissances et ces capacités dans le domaine économique. - mettre un budget pour assister sur toutes les foires internationales pour toujours être sur les nouvelles technologies. - régler les problèmes de bureaucraties et libérer les initiatives. - développement du personnel notamment les décideurs qui sont obligés de s'adapter aux imprévus et à tout changement du climat économique (législation, concurrence, technologie, rénovation.
Les enjeux	<ul style="list-style-type: none"> -Elle à plus ou moins long terme pour être ressentie, c'est cette qualité managériale qui fera la différence entre les différents concurrents, tous secteurs confondus. - Notre Entreprise Ooredoo et déjà certifiée ISO9001 et 27001 elle très rigoureuse cote Procédure et sécurité de l'information. - donner de l'importance aux compétences à l'avenir. -suivre et apprendre des expériences des autres nations qui ont pu devenir des puissances économiques en s'associant et en collaboration avec les labos de recherches scientifiques (projet PHD, PNR...) sans négliger la transformation digitale qui peut être un levier primordial dans l'accompagnement des

	<p>entreprises pour une meilleure accessibilité et maîtrise interne de ses activités plus une veille intelligente et suivie des développement externe (BI, KPI, tableau de bord , ERP...) du marché et de ses concurrents</p> <ul style="list-style-type: none"> - il faut développer le secteur privé et de passer à développer les contraintes avec les pays d'Europe comme étant l'Algérie la porte d'Afrique et valoriser le potentiel privé comme valeur ajoutée dans le marché national et international et diminué le taux d'échange d'euro en exportant. - Cette procédure doit s'inspiré de la mise en place de cellule de veille pour aussi améliorer la bonne prise de décision des mangers d'entreprises .cette cellule de veille se référera aux veilles stratégiques : concurrentielle, technologique, commerciale, marketing, fournisseurs, clients.
L'entreprise réussite	<ul style="list-style-type: none"> - peut aider les entreprises à sonder le marché et a mettre un plan d'action ou un business plan et minimiser les pertes. - elle est un élément important pour le développement et l'épanouissement de l'entreprise
Pérennité et rentabilité	-elle permet à la continuité de l'entreprise.
Focalisé	<ul style="list-style-type: none"> -il faut focaliser sur le personnel -se focaliser surtout sur le secteur privé -se focaliser sur les contraintes avec les pays d'Europe. -focaliser sur les activités de l'entreprise (Marketing, production, gestion des ressources humaines).
Rôle	<ul style="list-style-type: none"> - C'est une pratique essentielle pour faire face aux imprévues économiques - L'intelligence économique permettre de maîtrise, la protection des informations stratégiques dans un monde d'information.
Compétitivité	- un aspect très important au niveau de l'entreprise qui oriente cette dernière à des horizons plus compétitifs et assure la conduite de l'entreprise par rapport aux objectifs fixés au préalable

Source : Confectionné par la chercheuse

A travers les données du tableau ci-dessous on peut créer une matrice de nœuds croisés basée sur les réponses des dirigeants selon les rapports de Nvivo12 comme suit :

Graphique N°18: le croisement matriciel des Nœuds/Entreprises



Source : Rapport de Nvivo12.

Il ressort de cette matrice que le nœud de niveau de développement de l'intelligence économique au sein de l'entreprise algérienne est le plus répondu chez les dirigeants, suivis par les nœuds de sujet des causes et les mesures et les moyens.

On constate que le groupe Amour et Negos ont récolté 4 nœuds par rapport aux autres entreprises ce qui explique la conscience concrète du sujet chez les dirigeants comme nous avons remarqué que l'aquarium Hôtel a beaucoup étalé sur les causes qui entravent l'intelligence économique au sein de l'entreprise Algérienne surtout pour l'étatique puisque le directeur (propriétaire) était un ancien dirigeant de la cimenterie de benisaf (Ain temouchent).

4.3. La troisième étape : Extraire et analyser les résultats

Dans cette étape, l'accent sera mis sur les résultats quantitatifs des diverses données selon les sorties du logiciel Nvivo 12 selon trois approches :

4.3.1. L'approche lexicale: l'analyse lexicale ou lexicométrie est fondée sur la statistique fréquentielle (la redondance des traces lexicales) et les proximités

entre les mots employés⁵⁰, dans notre étude neuf termes ont été extraits et classés sur le tableau suivant

Tableau N°34: Les fréquences statistiques des 9 termes

<i>Mot</i>	<i>Longueur</i>	<i>nombre</i>	<i>Pourcentage pondéré</i>
L'intelligence	14	53	2.06
Economique	10	66	2.56
L'entreprise	12	52	2.02
Algérienne	10	42	1.63
sein	4	40	1.55
sujet	5	39	1.51
opinion	7	33	1.28
Quelle	6	33	1.28
entreprises	11	21	0.81

Source : Rapport de Nvivo12.

Selon les résultats des fréquences lexicales, on constate que "L'intelligence", "Economique" et "L'entreprise" sont les mots les plus fréquents qui viennent le plus souvent dans chaque réponse traitée par exemple le terme "Economique" est répété 66 fois suivis par les deux termes ce qui explique une connaissance large chez les dirigeants du thème de "L'intelligence économique de l'entreprise".

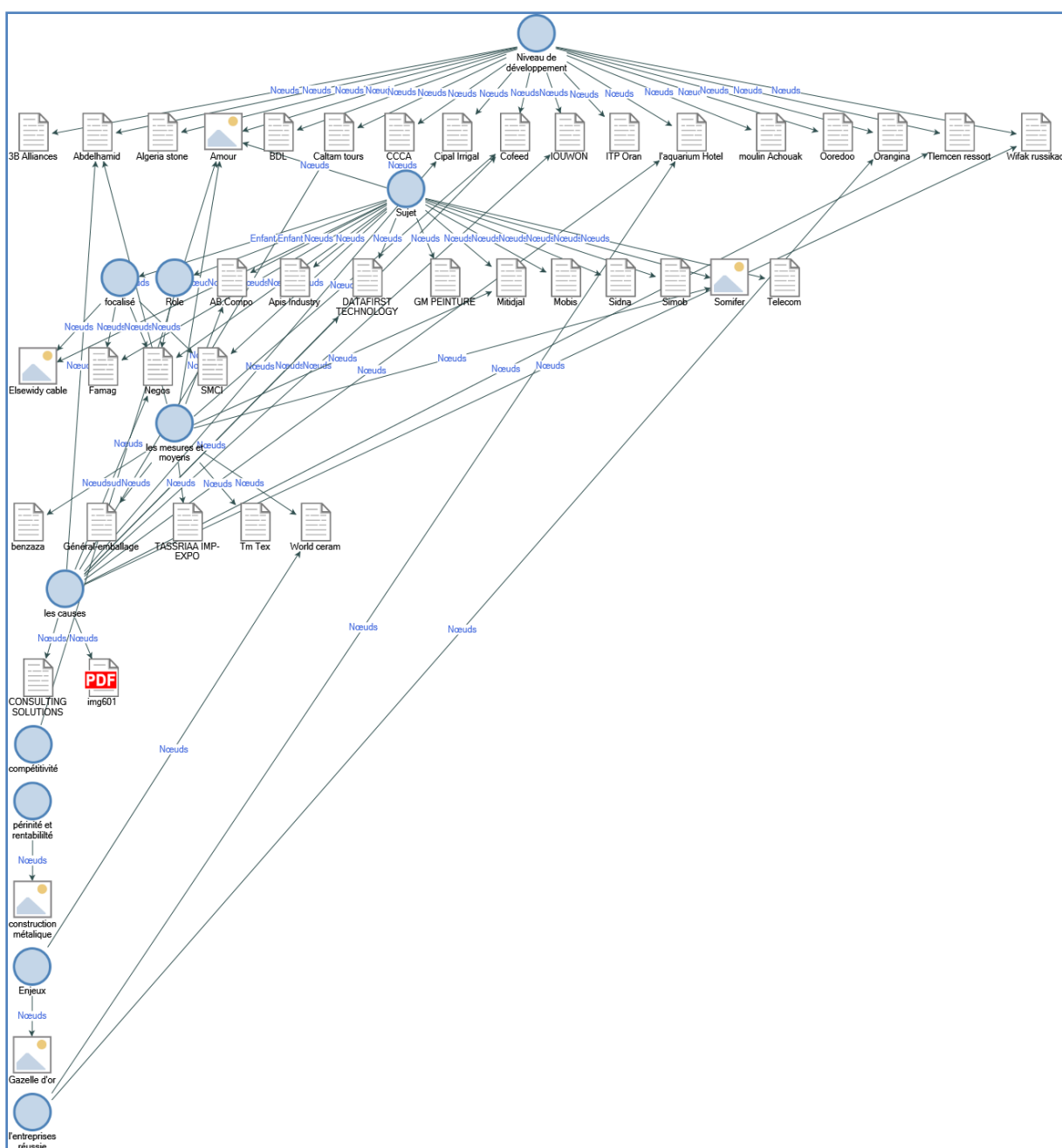
4.3.2. L'approche linguistique : cette approche renforce la précédente puisqu'elle repose sur l'idée qu'il existe des connexions entre le système linguistique et le système cognitif, alors il s'agit de prendre en charge non seulement les aspects liés à la cohérence référentielle (à quoi le texte se réfère-t-il ?), mais aussi relatif au contexte d'énonciation (comment est-ce dit ?)⁵¹.

Dans notre étude, nous avons tout d'abord tracé la grande carte comme technique de visualisation pour obtenir une idée générale sur la relation entre les nœuds, ensuite nous testons seulement ceux qui sont connectés en utilisant la corrélation de Karl Pearson.

⁵⁰ . Fallery, B., Rodhain, F., (2007), "Quatre approches pour l'analyse de données textuelles: lexicale, linguistique, cognitive, thématique.", XVI^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS, Montréal, Canada. pp 1-16. fhal-00821448f.

⁵¹ .OPCIT.

Graphique N°19: la carte des Nœuds

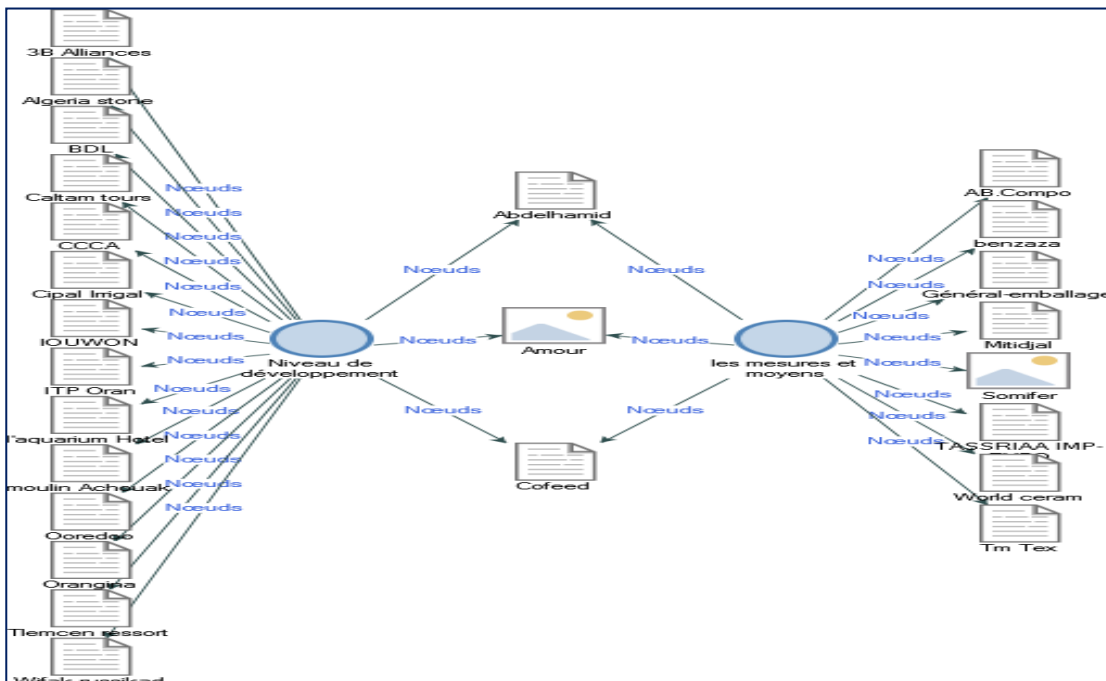
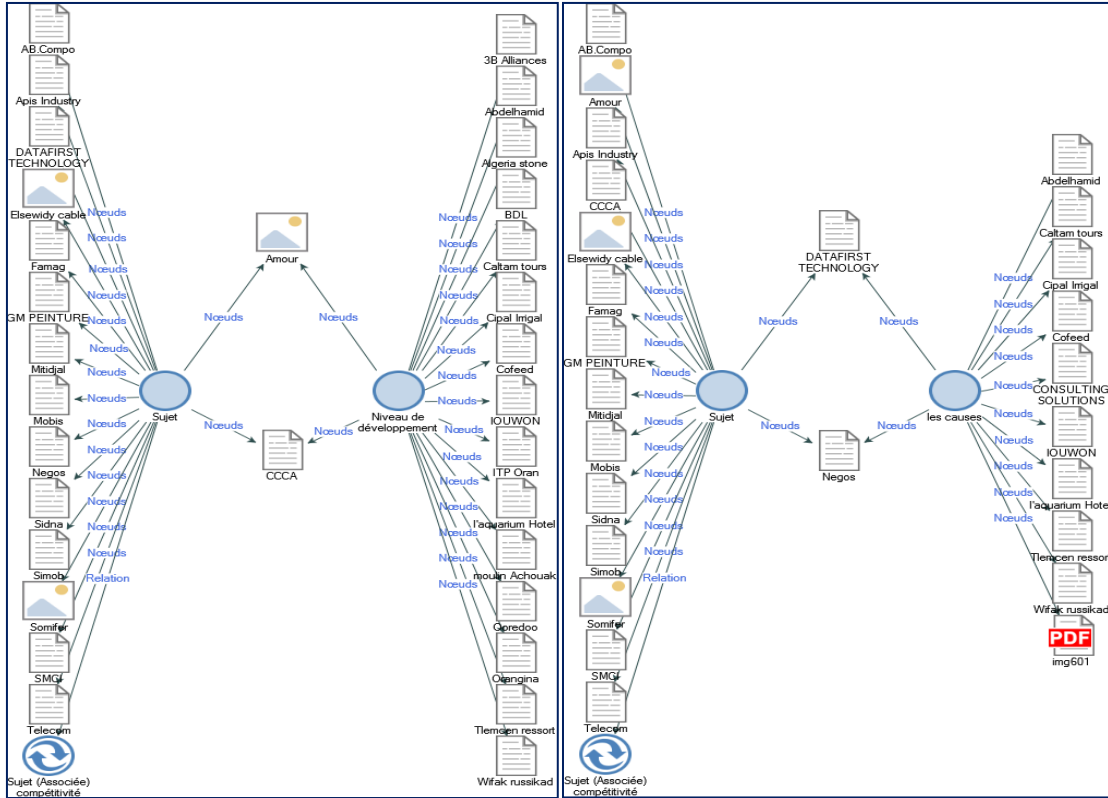


Source : Rapport de Nvivo12.

Cette carte des nœuds, nous a permis de détecter les nœuds les plus connectés l'un à l'autre, donc il ressort trois paires de nœuds : (Sujet, Niveau de développement), (Sujet, les causes) et (Niveau de développement, moyens et mesures).

Les trois paire semblent corrélés dès le premier aperçu selon les trois figures suivante :

Graphique N°20: la carte des Nœuds connectés



Source : Rapport de Nvivo12.

Pour assurer cette connexion entre ces trois paires sélectionnées, on s'est penché au test de similarité entre les nœuds par le biais du coefficient de corrélation Pearson comme suit:

Tableau N°35: Mesure de similarité entre les nœuds

Nœud 1	Nœud 2	Coefficient de Pearson
Sujet	Niveau de développement	-0,496
Sujet	Les causes	-0,312
Niveau de développement	Les moyens et les mesures	0,320

Source : Rapport de Nvivo12.

Selon les résultats du coefficient de corrélation de Pearson indiqué au tableau N°35, on constate que la relation entre la première paire "sujet/niveau de développement" et la deuxième paire "sujet/ les causes" est négative, ce qui explique une dépendance linéaire, les résultats de cette coefficient étant exprimés sous la forme d'un nombre compris entre -1 et + 1, un coefficient négatif renvoi à une corrélation négative, dans ce cas, puisque cette corrélation entre ces nœuds est respectivement : -0.496 et -0. 312, elle signifie que les dirigeants des entreprises testées trouvent que le sujet d'intelligence économique a une certaine importance mais son niveau de développement reflète le contraire puisqu'il est toujours au stade de tâtonnement, commencement, croissance chez certains ou de faiblesse chez d'autres pour causes économique, socioculturelle, organisationnelle et managériale (voir Tableau N°33).

La similarité de la troisième paire "Niveau de développement, Mesures et moyens" est positive puisque la valeur de coefficient de Pearson est de 0.320, ce qui explique que, le niveau de l'intelligence économique au sein de l'entreprise augmente en parallèle avec les moyens et les mesures misent pour le déplacer à un autre niveau plus meilleur en basant surtout sur la compétence,

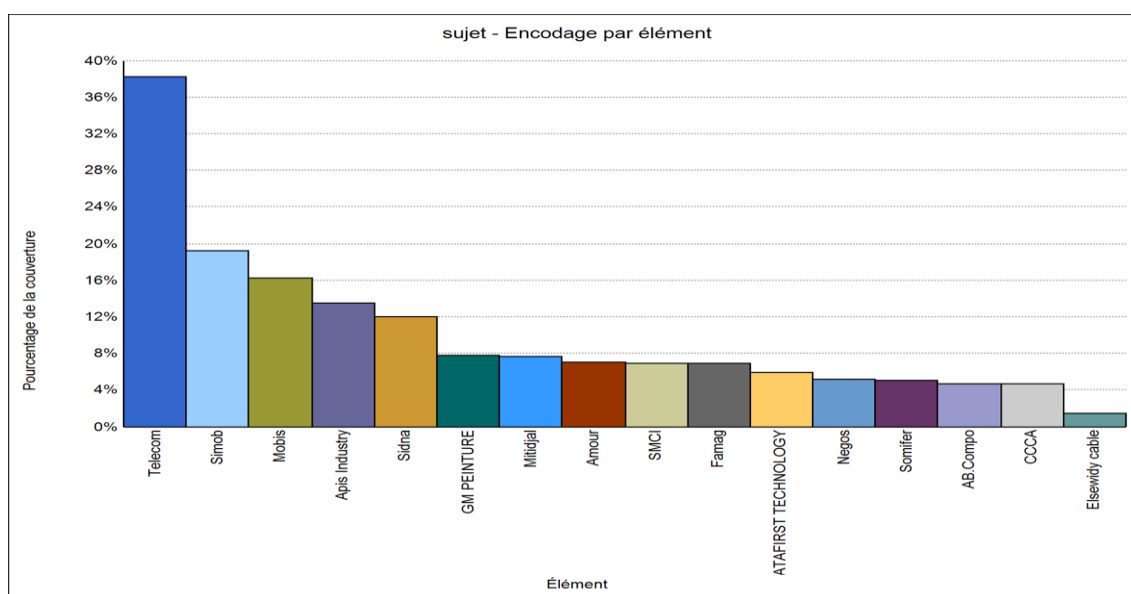
la formation continue, les participations aux foires et les salons d'expositions nationaux et internationaux, mettre des budgets ...etc.

4.3.3. L'approche thématique : cette approche a pour but d'analyser le contenu, "selon Mucchielli (2006), l'analyse de contenu est un ensemble de méthodes diverses, objectives, méthodiques, quantitatives et exhaustives dont le but commun est de dégager, à partir de documents, un maximum d'informations concernant des personnes, des faits relatés, des sujets explorés, mais aussi et surtout de découvrir le sens de ces informations"⁵², l'objectif est de convertir le contenu en chiffre pour l'analyser à travers le calcul des proportions de couverture des nœuds.

Dans ce contexte, nous examinons les quatre proportions de couverture pour chaque nœud comme suit :

✓ Nœud "Sujet" :

A. Graphique N°21: la proportion de couverture du Nœud "Sujet"



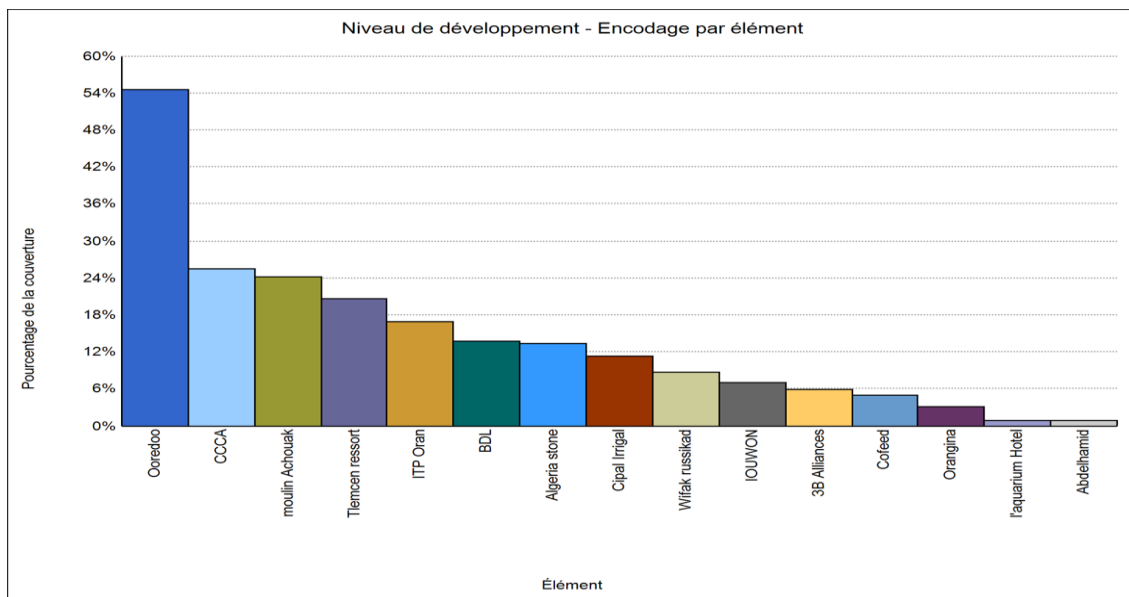
Source : Rapport de Nvivo12.

⁵² . Vanoutrive, J., Derobertmasure, A., Friant, N., (2012), "Analyse thématique et analyse propositionnelle : application à un corpus de témoignages concernant l'injustice scolaire. Mesure et Evaluation en Education", Association des spécialistes de la mesure et de l'évaluation en éducation, 2012, 35 (2), pp.97-123. fhal-00845698f.

D'après le Graphique N° 21 on constate que les proportions du Nœud "Sujet" sont entre 1.47% et 38.32% en moyenne de couverture 10.20%. La réponse de l'entreprise Télécom a une grande part de couverture par rapport aux autres réponses puisque elle considère que : *le sujet d'intelligence économique est important pour les entreprises Algériennes où elles s'engagent dans un processus de développement de leurs forces motrices, lesquelles se déplace vers la maîtrise de l'information*, une telle déclaration nous semble fertile et justifiante sur terrain puisque elle considère que l'intelligence économique un processus de développement de tous les moyens et mesures que possèdent les entreprises pour exploiter et maîtriser l'information dont elles ont besoin.

✓ Nœud "Niveau de Développement" :

Graphique N° 22 : la proportion du Nœud "Niveau de développement"



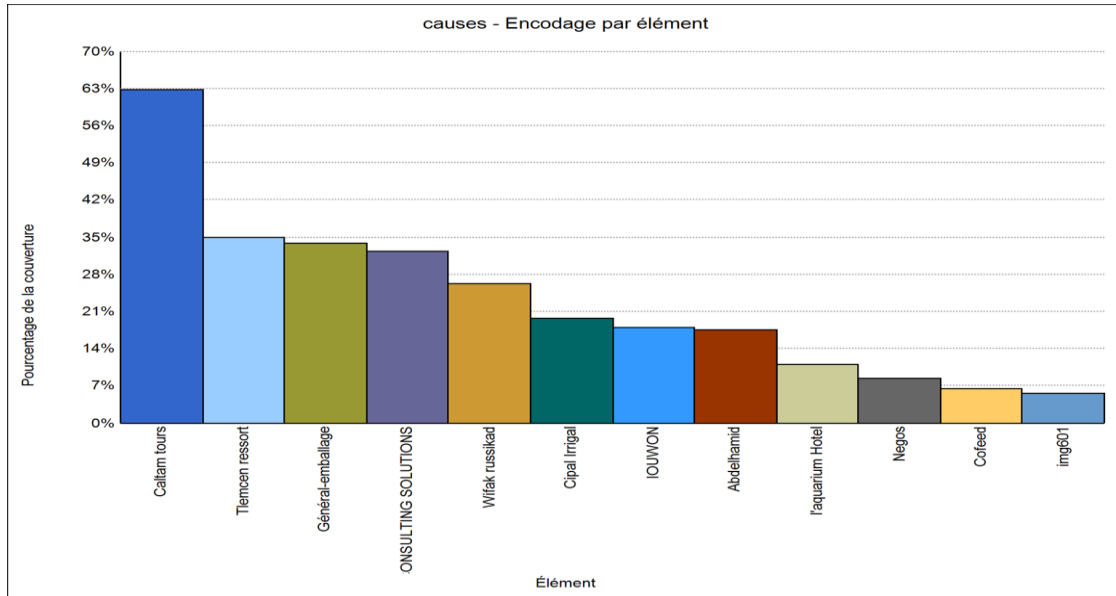
Source : Rapport de Nvivo12.

Le Graphique N°22 indique que la proportion du Nœud "Niveau de développement " est entre 0.97% et 54.51% en moyenne de couverture 14.14%. La réponse de l'opérateur Ooredoo Algérie a une grande part de couverture par rapport aux autres réponses puisque il est certifié d'ISO9001 et ISO27001 où la première norme vise à maintenir de la qualité dans l'ensemble du système de

gestion et la deuxième norme vise à assurer la sécurité de l'information et la protection des données, comme il utilise le Big Data sur Greenplum pour tout besoin analytique et reporting comme outils à l'aide décision.

✓ Nœud "Causes" :

Graphique N°23 : la proportion du Nœud "Causes"



Source : Rapport de Nvivo12.

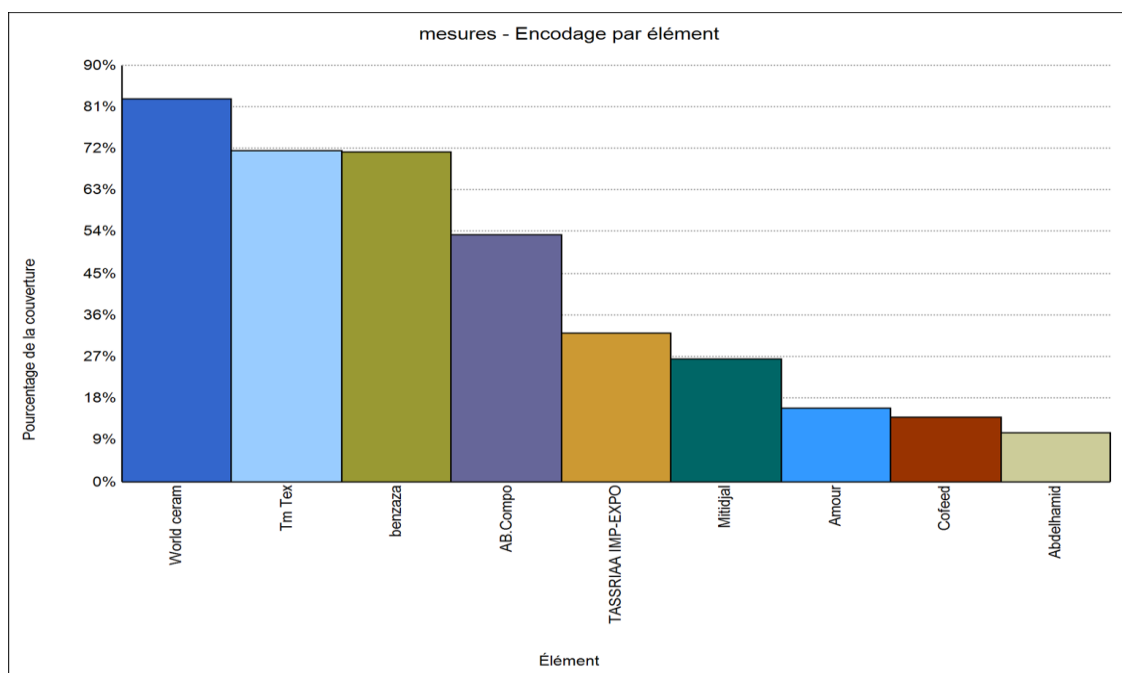
La moyenne de couverture des proportions du Nœud causes est de 23.11%, où l'entreprise Caltam tours a eu sa grande part avec 62.76% suivie par Tlemcen ressort avec une proportion de 34.92%, Générale emballage 33.83% et consulting solutions avec 32.34%.

Les causes qui ont entravé l'émergence de l'intelligence économique au sein de l'entreprise algérienne selon Caltam, reviennent aux : " *faute de maîtrise des concepts, de formation adéquate, de moyens consacrés, d'accompagnement efficace dans la conduite du changement et l'inexistence d'un cadre institutionnel favorisant son développement. Ces résultats peuvent s'expliquer par l'absence d'un cadre institutionnel incitatif d'une part et les formations de vulgarisation de l'IE trop théorique loin de l'action concrète sur le terrain, d'autre part, ce qui a contribué à véhiculer une fausse idée et des désillusions à propos de l'Intelligence économique*". il est à noter que Caltam tours est une compagnie de transport et de

maintenance public là où l'information stratégique est détenue au niveau de la direction générale comme toute entreprise publique ainsi l'absence de liberté d'opinion et d'initiative pour leurs cadres parce que tout simplement la décision est centralisée ; au contrario, pour les entreprises privés les causes sont plutôt cernés sur la non transparence du marché et l'illégalité de la compétitivité en présence des lacunes juridique qui les soutiennent.

✓ Nœud "Mesures" :

Graphique N°24 : La proportion du Nœud "Mesure"



Source : Rapport de Nvivo12.

La moyenne de couverture des proportions du Nœud "Mesures" est de 41.94%, les grandes parts de couverture sont prises respectivement par l'entreprise World Ceram avec 82.84%, l'entreprise Tm Tex et benzaza avec 71.64% chacune.

World Ceram préconise la mise en place des cellules de veilles pour améliorer la bonne décision et d'être à l'écoute de l'environnement externe, tandis que les autres s'appuient sur le développement des compétences, les formations, la collaboration avec des laboratoires de recherches, la maîtrise des

outils d'informatique et la transformation digitale comme levier primordial d'accompagnement.

Dans ce cas, il est à signaler que plusieurs dirigeants des entreprises échantillonnées qui n'ont pas pu répondre à cette question ont déjà lancé et projeté dans ce domaine, par l'installation des cellules de veille par exemple l'entreprise Soummam, Giplait, Belat et JGC Algeria (domaine d'Hydrocarbure). tandis que le Groupe Hasnaoui, il peut être parmi les précurseurs en intelligence économique d'avoir un département de Business Intelligence implanté dans sa direction générale chargé de suivre les tendances et les changements de l'environnement externe.

Enfin la réponse à la dernière question de notre recherche sur l'opinion des dirigeants vis-à-vis le sujet de l'intelligence économique au sein de l'entreprise Algérienne se résume comme suit :

** Le sujet de l'intelligence économique est important pour les entreprises Algérienne, c'est un processus de développement par lequel elles engagent tous ces forces motrices pour une maîtrise d'information meilleure.*

** Son niveau de développement est élevé chez quelques une, en croissance chez certaines et retarder pour d'autres.*

** Les causes entravant dans les entreprises publiques reviennent à l'absence de liberté d'opinion et d'initiative pour les cadres dirigeants et la centralisation des décisions, tandis que les causes dans les entreprises privées sont plutôt cernées sur le non transparence du marché et l'illégalité de la compétitivité.*

** les moyens et les mesures se focalisent sur l'installation des cellules de veille, le développement des compétences, la formation continue, la collaboration avec les laboratoires de recherches et la maîtrise des outils informatiques et la transformation digitale.*

Conclusion chapitre 2 :

Ce dernier chapitre nous a permis de tester les modèles de Mesures et le modèle structurel afin de valider ses quatre hypothèses ; comme il nous a permis d'analyser la dernière question ouverte pour savoir l'avis des dirigeants vis-à-vis le sujet de l'intelligence économique dans les entreprises Algériennes.

En premier lieu, nous avons validé les échelles de mesures par le test de Factor loadings où certains items ont été exclus, ensuite les tests de fiabilité et de la validité pour prouver les conformités. En second lieu, nous avons testé la qualité de conformité du modèle structurelle où la valeur du GOF est supérieur à 0.36 ce qui renvoi à une qualité de conformité large suite aux instructions de Wetzels & Van(2009), cette validité du modèle global nous a permis de tester quatre hypothèses à savoir que l'effet direct et indirect de l'intelligence économique sur la performance s'est avérer significatif et positif.

Les résultats obtenus indiquent que le socle que forme l'intelligence économique permet aux entreprises de réaliser des avantages concurrentiels liés au produit, la qualité, programme de publicité, l'image et les réseaux de distributions pouvant la conduire vers une performance, cette dernière ne peut être concrétiser qu'à long terme, que ce soit par un effet direct ou indirect, puisque l'intelligence économique génère des charges pour avoir la bonne information au bon moment.

Conclusion de la deuxième Partie

Dans cette deuxième partie de la thèse, constituée de deux chapitres, a été consacrée pour le volet empirique de la recherche en décrivant la méthodologie compatible à nos objectifs basée sur le raisonnement hypothético-déductif.

La validation du modèle de recherche, nous a conduits vers la vérification des quatre hypothèses, où leurs validations sont conformes à nos attentes et les résultats obtenus ont prouvé la médiation partielle de la compétitivité, malgré que l'effet de cette médiation était proche de l'effet direct nous a beaucoup rassuré puisque l'effet de l'intelligence économique avec ses cinq dimensions regroupé sur la performance ne peut être efficace et bénéfique qu'à long terme vu que ces valeurs obtenu ne sont qu'un test dans une durée de trois ans.

Les pratiques de l'intelligence économique sont couteuses au début, selon certaines recherches. Elles peuvent engendrer un résultat négatif c'est-à-dire les moyens et les mesures pour exploiter la bonne information au bon moment ne sont que des charges, et de plus cette entreprise devienne apprenante, de plus elle réalise des succès. Donc dans notre cas, l'entreprise Algérienne a dépassé cette étape puisque elle arrive à réaliser un positionnement concurrentiel avec une performance positive et modérée, Bien qu'il y ait des raisons pour des raisons dupliquent, surtout par le non transparence du marché, l'illégalité compétitive et la centralisation décisionnelle dans les entreprises publiques.



«La règle d’or de la conduite est la tolérance mutuelle, car nous ne penserons jamais tous de la même façon, nous ne verrons qu’une partie de la réalité et sous des angles différents»

GHANDI (1869 – 1948)



Conclusion Générale

« La chose la plus importante en communication, c'est d'entendre ce qui n'est pas dit » **P. Drucker**

L'intelligence économique est devenue aujourd'hui un enjeu capital dans un environnement de plus en plus concurrentiel, l'entreprise qui découvrira des marchés porteurs et identifiera de nouveaux besoins aura un avantage certain sur ses concurrents " innover ou périr ", bien souvent, il n'est pas rare qu'un produit acheté devienne obsolète dès sa mise en rayon .Il n'ya qu'a comparer le matériel ou l'outil possédé avec ce que propose au même moment le marché international. Les entreprises se livrent donc une véritable guerre de tranchée qui se caractérise par la mondialisation, la croissance de flux d'information et de sa vitesse de circulation, par la diversité des échanges et les multiples facettes de la crise économique.

Dans ce sillage, l'intelligence économique incite donc à une recherche ordonnée et systématisée d'informations précises qui répondent aux besoins des entreprises sur leur environnement (client, fournisseur, concurrent, sous-traitant, partenaire, technologie, décret et législation, politique et socioculturelle...etc.) dans le but de s'adapter aux changements, d'identifier des vulnérabilités, de détecter des menaces et de saisir des opportunités.

L'intelligence économique est un ensemble d'activités coordonnées de collecte, d'analyse et de traitement d'information qui peut être pratiquée dans tous les types d'entreprise et à tous les niveaux hiérarchiques et dans de nombreux domaines d'expertise.

Cette thèse avait pour finalité d'étudier l'effet de l'intelligence économique sur la performance et la compétitivité des entreprises, à travers un

développement d'un modèle conceptuel selon une perspective cognitive basé sur des recherches et des études un peu par tout sur ce concept. Notre choix s'est porté sur les entreprises Algériennes qui opèrent dans les divers secteurs économiques à travers tout le territoire national, le nombre d'entreprises qui ont répondues à nos questionnaires a dépasser le seuil estimé celui de 175 entreprises.

Notre objectif s'est focalisé surtout, sur la réponse à la question principale :

Comment l'entreprise algérienne arrive-t-elle à réaliser une performance et un positionnement compétitif en s'appuyant sur les bonnes pratiques de l'intelligence économique ?

Et à savoir :

- *Quelles sont les déterminants de l'intelligence économique qui affectent considérablement la performance et la compétitivité des entreprises ?*
- *Quelle place préoccupe l'intelligence économique dans la gestion des entreprises ? ;*
- *Quelle valeur est obtenue à travers l'application de la démarche intelligence économique au sein des entreprises ? Et quels sont les obstacles qui l'entravent ?*

Pour répondre à ces questions, nous sommes remontées aux sources dont L'intelligence économique est vue en tant qu'une activité continue de recherche d'informations fiables sur l'environnement de l'entreprise, elle a pour but d'alimenter le processus décisionnel des dirigeants, d'améliorer la compétitivité de l'entreprise par une compréhension meilleure de ses concurrents et de créer une valeur durable.

Dans ce contexte rappelons les travaux de (Pierre-André Julien et autres, 1998) ont prouvé que le comportement d'information fondée sur la perception de l'importance des informations et la fréquence d'utilisation des sources

d'information en présence des compétences interne de l'entreprise pour repérer, acquérir et utiliser cette information, ont un effet significatif sur la compétitivité des entreprises notamment les PME exportatrices, ainsi dans les travaux de (SLAMA, B., AMMAR, O.,2014).

Globalement l'intelligence économique joue un rôle très important dans la gestion des entreprises puisque elle donne une importance primordiale à l'information stratégique pour conquérir le marché, créer de la valeur et garder un positionnement concurrentiel, plusieurs choses qui entravent cette démarche peut être en matière de méconnaissance de l'importance de cette information, les couts supportés pour sa collecte, son traitement, et son application surtout s'il s'agit d'une cellule de business intelligence ou de veille stratégique implanté dans l'entreprise, le changement intense de l'environnement externe surtout (politique et règlementaire) car l'instabilité de ces deux facteurs engendrent beaucoup de perte pour l'entreprise.

Apports de cette recherche :

De cette recherche se dégagent trois types d'apports majeurs à savoir :

1- Des apports théoriques :

- la tentative de synthèse du concept d'intelligence économique dans l'entreprise économique;*
- une comparaison des deux notions proches et confondues généralement entre l'intelligence économique et le business intelligence ;*
- la collection et la sélection importante en efforts cognitifs préalables pertinentes pour cette recherche ;*
- la tentative d'élaborer un modèle conceptuel en équation structurelle pour mesurer les trois notions (intelligence économique/performance/compétitivité).*

2- Des apports méthodologiques pour facilité l'enchainement de l'étude concernant :

- le mode de collecte des données : l'administration du questionnaire par ces voies directe et indirecte dont on à mobiliser plusieurs acteurs utiles pour cette recherche ;

- les méthodes d'analyse figurent dans le fait que nous avons croisé plusieurs méthodes et outils de traitement des données statistiques, telles :

*la méthode de Guante par Exel2007,

*le graphique géographique par Exel 2007 et d.maps.com ;

*l'analyse descriptive par SPSS V25,

*la méthode d'équation structurelle par SMART-PLS V3.

*l'analyse qualitative par NVIVO12.

3-Des apports managériaux, les résultats de notre étude peuvent présenter un intérêt particulier pour les acteurs des secteurs économiques notamment ceux de l'industrie, puisque notre échantillon testé est spécifié par 66% de la totalité des entreprises.

Limite de cette recherche :

Des limites différentes peuvent être identifiées en basant sur la fameuse citation de Peter Drucker citée en dessus : « La chose la plus importante en communication, c'est d'entendre ce qui n'est pas dit », effectivement chaque effort cognitif peut avoir un contenu minimisé ou invisible à le dévoiler c'est la raison sur laquelle il y est toujours des limites dans les recherches que se soit théoriques, méthodologiques ou empiriques.

Limite théorique : nous désignons par limites théoriques les manquements pouvant être associés aux concepts d'intelligence économique et/ou de la performance et/ou de la compétitivité de l'entreprise c'est-à-dire les concepts en liens avec cette tryptique dont ont a pas pu les mobilisés premièrement par prudence de ne pouvoir décerner le sujet et deuxièmement on s'est appuie sur une base cognitive auquel nous avons fait référence dans la première partie.

Limite méthodologique ;

La première limite méthodologique à trait à l'adoption de l'approche hypothético-déductive. Ce choix exclut les approches qualitatives et constructivistes qui auraient pu permettre une étude plus approfondie des phénomènes étudiés à l'œuvre Néanmoins, vu la nature de la question de recherche et les options possibles, nous avons opté pour la méthode qui nous semblait la plus adaptée.

La deuxième limite méthodologique est liée à la question des caractéristiques et du recrutement de l'échantillon. En effet, en raison des difficultés que nous avons rencontrées pour accéder au terrain et interroger les dirigeants surtout par la voie directe, la collecte de données n'a pas été effectuée dans une willaya précise vue que le nombre important des entreprises actives se localise dans des grandes villes telles la capital Alger, Oran ou Sétif ce qui nous a conduit au déplacement vers certaines de ces villes (Oran, Alger, Blida, Tlemcen, Sidi bel abbés, Mascara, Mostaganem, Blida et Tipaza).

Perspectives de recherche

Nous permettant de présenter ci-dessous certaines voies de recherche pertinentes d'aborder la continuité de notre réflexion. Nous distinguons ici les pistes liées à la méthodologie et celles relatives à l'intégration d'autres variables ou d'autres approches théoriques.

**perspective méthodologique : nous avons étudié l'intelligence économique en relation avec la performance et la compétitivité de l'entreprise, les déterminants choisis pour mesurer surtout la performance et la compétitivité nous semble peu, puisque nous avons trouvé une très grande difficulté pour les cerner vu que l'ambiguïté qui les a enveloppée pour mieux les comprendre il faut les détailler en plus en ajoutant d'autre déterminant spécifique pour chacune , pour l'intelligence économique nous suggérons l'ajout de deux variable en relation : l'innovation et la stratégie elle-même.*

** perspective managériale : notre conviction après cette étude et à travers les débats et les échanges fructueux avec les dirigeants d'entreprises sur le sujet. On peut suggérer les points suivants pour faciliter la mise en œuvre de cette démarche en toute sécurité :*

a. Renforcer et augmenter la synergie entre le secteur étatique et le secteur privé ;

b. Revoir la législation qui régit la sécurisation du système informatique d'une part, d'autre part de mettre en mesure des articles qui concernent tout le système d'information dans les organisations (coté physique et éthique) ;

c. Mettre en place des mesures réglementaires et fiscales adéquates ;

d. Encourager le commerce interne en minimisant les imports inutiles et supplémentaires ;

e. Valoriser le poids des chambres de commerce et les associations entrepreneuriales ;

f. Encourager les entreprises leader en matière de l'IE pour influencer les autres entreprises suiveurs et concrétiser le concept d'application au sein de leurs organisations ;

g. Changer la mentalité des entrepreneurs Algériens de l'importation vers la création en utilisant l'intelligence économique.

-Le questionnaire de la recherche

-Le modèle de la recherche

-Liste des entreprises échantillonnées

Les Annexes



Monsieur Le Directeur de l'entreprise

Dans le cadre de l'obtention d'un doctorat en sciences économiques au sein de laboratoire Management des entreprises (LME) à l'université Djillali Liabes , permettez de mettre à votre disposition ce présent questionnaire pour but d'explorer « *L'impact de l'intelligence économique sur la performance et la compétitivité de l'entreprise en Algérie* ».

Toute information fournie dans ce questionnaire demeurera strictement confidentielle. Il sera impossible d'identifier votre entreprise puisque son nom et ses coordonnées ne sont indiqués nulle part et que toutes les informations reçues seront codées.

En vous remerciant d'avance de l'intérêt que vous accordez à ce travail, veuillez monsieur agréer l'expression de notre parfaite considération.

Willaya :.....

Axe 1 : catégorie socioprofessionnel

1.1. Caractéristiques relatives aux dirigeants :

1. **Sexe :** Masculin Féminin
2. **Age :** Moins de 30 ans 30-39 ans 40-49 ans Plus de 50 ans
3. **Quel est votre niveau d'étude ?**
 Baccalauréat licence ingénieur Master
 Magister Doctorat Autre :.....
4. **Quelle est votre Profession actuelle ?**
.....
5. **Depuis quand vous occupez ce poste ?**
 Moins de 3 ans 3-5 ans
 5-10 ans plus de 10 ans

1.2. Identification de l'entreprise :

6. **Nom et Activité Principale de l'entreprise :**.....

7. *Quel est le Secteur d'activité de votre entreprise ?*

- Secteur d'industrie
 Secteur de commerce
 Secteur des services
 d'autres secteurs indiqué

8. *Quel est Le statut juridique de votre entreprise ?*

- EURL
 SPA
 SARL
 SNC
 GROUPEMENT
 Autre indiqué :

9. *La Création d'entreprise remonte :*

- Moins de 5 ans
 Entre 5 et 10 ans
 Plus de 10 ans indiqué :

10. *Quel est L'effectif de votre entreprise ?*

- Moins de 50
 Entre 50/249
 250 et plus.

Axe2 : L'intelligence économique

En s'intéressant à la notion d'intelligence économique dans votre entreprise, veuillez indiquer votre opinion sur chacune des propositions suivant les échelles appropriées.

<i>1/ veille stratégique :</i>	<i>rarement</i>	<i>souvent</i>	<i>Modérément</i>	<i>constamment</i>	<i>Très Constamment</i>
Notre entreprise suit et surveille les changements Technologiques liés à ses activités.	○	○	○	○	○
Notre entreprise suit et surveille le comportement de ses Concurrents .	○	○	○	○	○
Notre entreprise suit et surveille les changements Commerciaux liés à ses activités.	○	○	○	○	○
Notre entreprise suit et surveille les évolutions et les tendances économiques, socioculturelles, politiques, réglementaires et juridiques .	○	○	○	○	○
<i>2/ l'absorption d'information :</i>	<i>Très Faible</i>	<i>Faible</i>	<i>Moyen</i>	<i>Fort</i>	<i>Très Fort</i>
Notre entreprise a une capacité de valoriser une nouvelle connaissance externe.	○	○	○	○	○
Notre entreprise a une capacité d' Assimiler la nouvelle connaissance externe.	○	○	○	○	○
Notre entreprise a une capacité de Partager et transférer la nouvelle connaissance externe vers les personnes concernées.	○	○	○	○	○
Notre entreprise a une capacité de transformer et modifier la nouvelle connaissance pour une meilleure adaptation aux utilisateurs.	○	○	○	○	○
Notre entreprise a une capacité d' Appliquer la nouvelle connaissance convenablement pour créer une valeur Ajoutée.	○	○	○	○	○

3/ : la sécurité d'information	Très Faible	Faible	Moyen	Fort	Très Fort
Notre entreprise est capable <i>d'identifier ses valeurs</i> à protéger contre toute menace.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elle est capable de mettre en place <i>les Mesures et les Moyens</i> nécessaires pour les protégés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elle est capable de faire le <i>Contrôle et le suivi régulier</i> sur les moyens de sécurité mis en place.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elle est capable de <i>Supporter les coûts</i> de sécurité pour pallier les risques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4/ : l'influence de l'environnement	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	D'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Notre entreprise <i>Pratique une politique de communication</i> en participant à des réseaux sociaux, les salons, les portes ouvertes, les conférences, journées d'études.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre entreprise <i>génère des nouvelles opportunités</i> à travers les appels d'offre, les visites des salons et des stands des autres entreprises, l'évaluation des produits de concurrents.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre entreprise <i>couvre ses informations</i> qui révèlent ses engagements, sa part de marché, ses investissements...même avec ses employés (elle les diffuse avec quelques privilégiés).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre entreprise change <i>les règles du jeu concurrentiel</i> à travers des nouveaux modes ou techniques innovants afin de faire désorienter le concurrent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5/ : la Prise de décision	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	D'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Dans notre entreprise nous nous <i>engageons à prendre les risques</i> dans l'amélioration et l'innovation de nos produits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans notre stratégie, nous accordons une importance aux <i>investissements des Recherches et de développement</i> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre entreprise est toujours <i>pionnière dans l'acquisition des nouvelles opportunités</i> (la conquête de marchés, obtention d'appel d'offres...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans notre entreprise nous <i>encourageons le dialogue</i> avec nos subordonnés en leurs laissant la liberté et la responsabilité dans la prise de décision.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre entreprise utilise <i>l'endettement à court terme</i> comme mode de financement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notre entreprise utilise <i>ses fonds propres</i> comme mode de financement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Axe2 : La compétitivité d'entreprise

*En s'intéressant au positionnement de votre entreprise, un ensemble d'avantage concurrentiel peut la différencier par rapport à ses **principaux concurrents**, veuillez indiquer la meilleure proposition selon les échelles ci-dessus :*

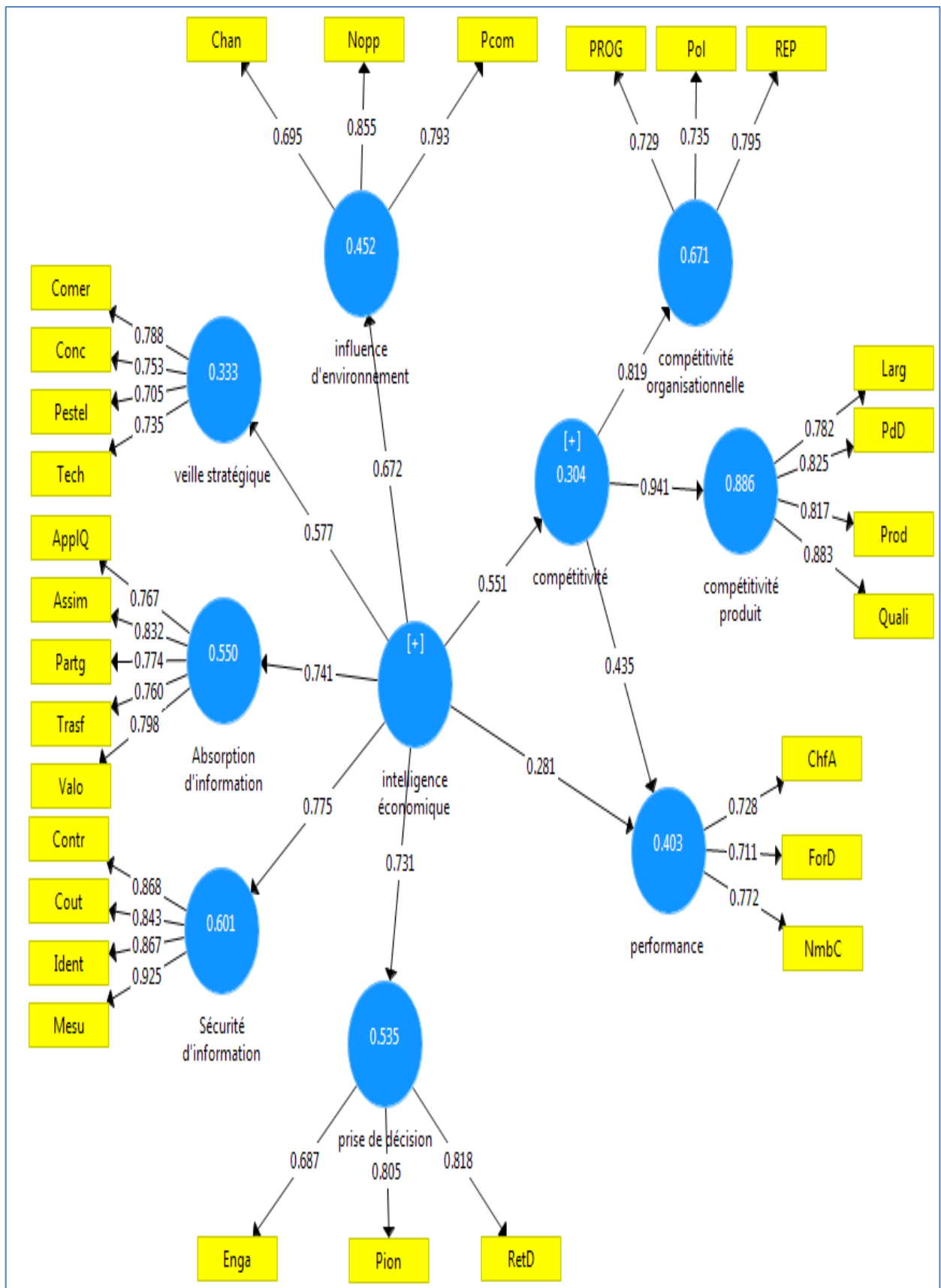
1/ : la Compétitivité Produit	Très inférieur	inférieur	comparable	supérieur	Très supérieur
Notre entreprise est en mesure de produire une large gamme de produits .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous fabriquons des produits conformes aux spécifications de nos clients.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous sommes capables davantage de rivaliser (concourir) sur la qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous proposons des produits fiables et durables .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous offrons des prix compétitifs .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2/ : la Compétitivité Organisationnelle	Très inférieur	inférieur	comparable	supérieur	Très supérieur
Nous avons une réputation de marque chez le public.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous avons une élasticité pour réaliser les programmes de publicité et de promotion .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous adoptons une politique de distribution .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Axe3 : La performance d'entreprise

*En s'intéressant à la performance de votre entreprise au cours des 3 dernières années, quelques indices ont été proposés en se comparant à vos **principaux concurrents**, veuillez indiquer la meilleure proposition selon les échelles ci-dessus :*

	Très inférieur	inférieur	comparable	supérieur	Très supérieur
Nous avons réalisé une croissance en chiffre d'affaires .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous avons enregistré des réclamations auprès de notre service après-vente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous avons retenu (garder) un nombre de clients .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nous avons assuré une formation continue de qualité à nos compétences.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Veuillez monsieur accepté nos sincères remerciements anticipés pour votre coopération.



La répartition des entreprises selon leur activité, situation géographique, taille et forme juridique.

1 : les entreprises exposantes au salon: **WEST EXPORT (Tlemcen).**

Lieu de dépôt des questionnaires	N°	Nom de l'entreprise	activités	Statut juridique	willaya
Le Palais d' exposition Mohamed ferrah , Koudia, TLEMCCEN du 8 au 10 Janvier 2019.	1	PETROSER	Production et commercialisation des produits pétroliers et dérivés (carburants, lubrifiants,....	SARL	Oran
	2	L'EXQUISE	Fabrication des boissons Gazeuses, jus et sirops.	SARL	Tlemcen
	3	Afrique Café	Mouture et conditionnement du café	SARL	Tlemcen
	4	MOBIS	Fabriquant de meuble	SARL	Oran
	5	DZAL Aluminium	L'extrusion de l'aluminium	SARL	Oran
	6	MEGA Papier	transformation et la distribution de tous types de papiers.	EURL	Tlemcen
	7	PROMEDAL	Fabrication & distribution de dispositifs médicaux à usage unique	SARL	Tlemcen
	8	Groupe METIDJI	l'industrie agroalimentaire	Groupement	Mostaganem
	9	Groupe NFIDSA	Fabrication des Futs, tubes métalliques, transformation plastique, fonderie aluminium, fabrication dentifrice.....	Groupement	Mostaganem
	10	Groupe AZZOUZ	l'industrie agroalimentaire	Sarl	Sidi Bel Abbès
	11	MIK	Maintenance industriel & fabrication mécanique spécialiste roulement	EURL	Mostaganem
	12	ALIS	Location des chambres froides et stockages	SARL	Oran
	13	KADIOR	Production des pates alimentaire	SARL	Mostaganem
	14	FRUIOR	l'industrie agroalimentaire	SARL	Tlemcen
	15	Laboratoire Bendi & Co	Fabrication des produits parapharmaceutique, hygiènes hospitalières	SARL	Oran
	16	Mansourah Metal	Fabrication de mobilier scolaire &collectivité	SARL	Tlemcen
	17	Djihane Habillement	Confection de tenue de travail	P. Physique	Tlemcen
	18	CATM	Importation et distribution de semences fruits, production et Distribution Fruits Fraiches et secs	SARL	Alger
	19	ECOPACK	Fabrication de boites	SARL	Tlemcen

			d'emballage en carton		
	20	Entreprise individuelle Rahou Madani	Fabrication d'emballage en plastique	SARL	Tlemcen
	21	Groupe industriel Sidi BENDHIBA	Fabrication câbles électriques	Groupement	Oran
Le Palais d'exposition Mohamed ferrah , Koudia, TLEMCCEN du 8 au 10 Janvier 2019.	22	Sarl ITP	Fabrication des tubes en PEHD	SARL	Oran
	23	CERAMIG DIVINDUS	Fabrication de la céramique sanitaire	SPA	Tlemcen
	24	2BTEX	Production de lingerie maison et hôtel.	SARL	Oran
	25	PRODERMA	Production de Produits Pharmaceutique et cosmétique	EURL	Sidi bel Abess
	26	TALGAM	l'industrie agroalimentaire	SARL	Ain Temouchent
	27	SMCP	Produits des cuirs et peaux	SARL	Oran
	28	LIT MAG	Productions des matelas et Articles de literie	SARL	Tlemcen
	29	BENZAZA IMP EXP	Production de pomme de terre de semence	SARL	Mostaganem
	30	Dividus AMM Nedromeuble	Fabrication de Meuble et ameublement.	SPA	Tlemcen
	31	TM TEX	Fabrication des tenues de travail et EPI	SARL	Sidi Bel Abbes
	32	FROIDIS REFRIGERATION	Production des matériaux frigorifiques	SARL	Tlemcen
	33	INTERLAB PROD	Production des crèmes de santé et produits pharmaceutiques	EURL	Tlemcen
	34	NEDRO DAF	Production des produits de blanchissement et d'entretien		Tlemcen
	35	NOUR EL ZAITOUN	Transformation et la conservation d'olives et de légumes	EURL	Tlemcen
	36	ADWAN CHIMICALS CIE	Productions des produits chimiques inorganiques (traitement des eaux).	SPA	Mostaganem
	37	SINAL	Production des produits optique, ophtalmique et orthopédique.	SARL	Oran
	38	MAGIMIX DE LEZZAR	Fabrication et conditionnement des produits agroalimentaire.	SARL	Oran
	39	TAPIDOR	Fabrication des Tapis et moquettes	SARL	Oran
40	TLEMCCEN RESSORT	Fabrication des ressorts à lames pour engins	EI	Tlemcen	

2 : les entreprises exposantes aux salons: **TEXTILE-EXPO** et **ALGERIE STONE** (Alger).

Lieu de dépôt des questionnaires	N°	Nom de l'entreprise	activités	Statut juridique	Willaya
Le Salon international du "TEXTILE -EXPO" du 21 au 23 Janvier 2019 Au Centre International de Conférences Abdellatif Rahal, C.I.C d' Alger	41	FASOLUX	Tissage industriel de la soie	SARL	Blida
	42	LE MONDE DU CONFORT	Fabrication de divers produits de mousse	SARL	Blida
	43	BIG SCHOOL	Fabrication industrielle et confection (vêtement)	SARL	Alger
	44	CHAUSSURES TASSILI	Fabrication industrielle de chaussures et semelles	EI	Médéa
	45	AZHAR CONFECTION	Confection de vêtements professionnels et lingerie industrielle.	SNC	Béjaia
	46	MANUTEXOR	Industrie de polypropylène fil et rubanerie textile.	SNC	Oran
	47	MILANISTA Production	Confection des vêtements et accessoires en cuir	EURL	Alger
	48	FILMOPLAST	Fabrication de tissu non tissé, Sacs et emballages	SARL	Sétif
	49	TEXTITEC	Fabrication Géotextiles, feutres, bâches, tous traitements textiles.	EURL	Blida
	50	GETEX	Production et commercialisation des produits textiles et cuirs	GROUPEMENT	Alger
	51	KRAFTER	Distribution des machines à coudre industrielle	SARL	Batna
	52	VERTEX	Vente articles en cuir, maroquinerie cartable	EURL	Alger
Le Salon international du "ALGERIA STONE" du 21 au 23 Janvier 2019 Au Centre International de Conférences Abdellatif Rahal, C.I.C d' Alger	53	SOEM	Exploitation de marbre et fabrication de matériaux de construction	SARL	Sétif
	54	ZAS BRIQUETERIE	Fabrication de brique céramique, pierre artificielle.	SARL	Borj bou arrérij
	55	WIFAK RUSSIKAD	Etude et réalisation décorations en marbre	SARL	Skikda
	56	WOLD-CERAM	Vente faïence & sanitaire	EURL	Alger
	57	CERTAF	Production de céramique pour la construction	SPA	Tlemcen
	58	OXYSTONE	Production mosaïque artistique et produits en marbre, pierre et granit	SPA	Alger
	59	ROCaAL	Fabrication de céramique et pierres ornementales	SPA	Ain Temouchent
	60	BDL	Développement local	SPA	Alger

3 : les entreprises exposantes au salon: *AGRIPO-EXPO ORAN*

<i>Lieu de dépôt des questionnaires</i>	<i>N°</i>	<i>Nom de l'entreprise</i>	<i>activités</i>	<i>Statut juridique</i>	<i>Willaya</i>
Le Salon international du "ARGIPO-EXPO" du 23 au 26 Janvier 2019, centre des conventions AHMED BEN AHMED ORAN	61	POLY ISOLATION	Application technique chimique pour industrie et la construction	SARL	Alger
	62	DIAMGRAIN	Importateur et exportateur des aliments pour animaux	SPA	Alger
	63	COFEED	Fabrication d'aliment de bétail	SARL	Mascara
	64	TELLOISE	Transformation et conservation des fruits et légumes	SARL	Chlef
	65	MOULIN ACHOUAK ET FRERE	Moulin à farine	SARL	Mascara
	66	HAMIDI ENERGIE	Ventes, installation & maintenance groupes électrogènes	EURL	Chlef
	67	BARAKA	Fabrication des serres agricoles et Multi chapelles tunnels	SARL	Blida
	68	MAILLOT Huile	Production l'huile d'olive	EURL	Bouira
	69	EKOSEL	Extraction et préparation du sel	SARL	El-oued
	70	WALID	Production fromage	SARL	Borj bou arrérij
	71	ANNABIB	Produits sidérurgiques de deuxième transformation : Tubes et divers profilés, destinés aux secteurs de l'Energie, de l'Hydraulique, de l'Agriculture, de l'Industrie et du Bâtiment	SPA	Oran
	72	SIDI YAKHLEF	Production l'huile d'olive	EURL	Oran
	73	AGROPLUS	Ventes des aliments animaux, breuvage, semences animales et embryons animaux.	SARL	Oran
	74	CIPPAL IRRIGAL	Production de matériel d'irrigation en aluminium	SARL	Boumerdes
	75	AVICOL EIG	Fabrication des équipements avicoles	EI	Oran
	76	SMART COLD	Réalisation chambres froid et entrepôt frigorifique tunnel de congélation.	EI	Alger
	77	ALGERIEN'S BOVINES	vente des génisses, du matériel et des aliments pour bovins	SARL	Alger
	78	SMCI	Vente Matériels agricoles et irrigation	SARL	Alger
	79	DJOUDI METAL	Conception et fabrication des	EI	Alger

			équipements industriels d'agriculture		
	80	EUROJAPAN	Fabrication d'ossature métallique et de construction modulaires pour bâtiment d'élevage	SARL	Constantine
	81	FAMAG	Fabrication de matériel agricole	SPA	Sidi bel abbes
	82	GMI	Montage et équipements électrique de groupe électrogène et groupe à gaz	SARL	Chlef
	83	TAHRAOUI	Agroalimentaire	SARL	Biskra

4 : les entreprises exposantes aux salons: **PACK-EXPO et SIAG (ORAN)**.

Lieu de dépôt des questionnaires	N°	Nom de l'entreprise	activités	Statut juridique	Willaya
Le Salon international de l' industrie Agro Alimentaire "SIAG" & salon de l' Emballage et Logistique "PACK" du 27 au 30 Mars 2019, centre des conventions AHMED BEN AHMED ORAN	84	GROUPE SIM AGRO	Fabrication de pates alimentaires et couscous	SPA	Blida
	85	IFRI	Fabrication des boissons Gazeuses, jus et sirops.	SARL	Béjaia
	86	EN-NAKHALA	Imprimerie	SARL	Alger
	87	EL-WIFAK	Gaufretterie	SARL	Sétif
	88	HADJI AGENCEMENT	Mobilier et aménagement des espaces de vente (supérette, magasin ...)	EURL	Boumerdes
	89	DARINE FILM	Production de filme étirable manuel et automatique	SARL	Alger
	90	MAGIETIQ	Fabrication d'étiquettes & papier d'emballage	SARL	Ghardaia
	91	CARDBOARD	Fabrication des caissettes alimentaire résistante au four	SARL	Blida
	92	INTERDEVELOP	Fabrication et importation de matériels industriels et pièces de rechange	SARL	Blida
	93	NORIAL	Fabrication de Farine sans Gluten	EURL	Oran
	94	GTE (Général Thermique Entreprise)	Concepteur, Constructeur et installateurs de solutions frigorifiques	EURL	Alger
	95	APIS INDUSTRY	Transformation et fabrication des palettes industrielles de toute forme.	SARL	Alger
	96	ONAB NUTRITION	Production d'aliments du bétail, des facteurs de production avicoles et des viandes blanches.	SPA	Alger
	97	LA NOUVELLE ROSE	Transformation industrielle du papier	EURL	Alger
98	SIDNA	Fabrication des condiments divers (vinaigre, moutarde,	SARL	Alger	

			mayonnaise)		
	99	PAPER WEST	Transformation industrielle du papier et fabrication de tubes en carton	EURL	Oran
	100	SBC (SETIFIS BOTTLING COMPANY)	Fabrication des boissons (Farha, Bonjos, Jufré)	SARL	Sétif
	101	TASSILI (laiterie Draa Ben Khedda)	Production des produits laitiers	SPA	Tizi ousou
	102	LEPRO PACK	Transformation & impression de film & sac en plastique	SARL	Alger
	103	STAR FALCON MACHINERY	Importation et commercialisation de matériels travaux public et bâtiments	SARL	Alger
	104	BENCHARCHALI MHAMED & CIE	Distribution de matériel électrique pour l'industrie et le bâtiment	SNC	Blida
Le Salon international de l' industrie Agro Alimentaire "SIAG" & salon de l' Emballage et Logistique "PACK" du 27 au 30 Mars 2019, centre des conventions AHMED BEN AHMED ORAN	105	SGEM GUEDILA	Production d'eau minérale naturelle non gazeuse	SPA	Biskra
	106	3B ALLIANCE AMBALLAGE	Commercialisation des équipements de conditionnements	SARL	Constantine
	107	KARIM IMPRIMERIE MODERNE	Impression, emballage, façonnage et prépresse	EURL	Alger
	108	RAYONNAGE DU MAGHREB	Rayonnage des grandes surfaces	SARL	Oran
	109	VMS INDUSTRIE	Fabrication de cycles & motocycles	SARL	Béjaia
	110	INNOVEX	Fourniture des équipements industriels et matériel manutention	SARL	Alger
	111	MAGHREB EMBALLAGE	Fabrication d'emballage en carton ondulé	SPA	Oran
	112	AURES	Impression et emballage	EURL	Tizi ousou
	113	A.B COMP	Transformation et impression industrielle d'emballage souple	EURL	Alger
	114	VERRE PACK	Emballage en verre-bocaux-bouteilles-verrerie table-création & conception de modèles	SARL	Alger
	115	GENERAL EMBALLAGE	Industrie du carton ondulé	SPA	Béjaia
	116	RECYCLING UNITED	Recyclage spécialisée dans le traitement et la transformation du plastique PET.	SARL	Blida
117	ORANGINA	Production et ventes des boissons gazeuses	SPA	Blida	
118	IDC (International Drinks Company)	Fabrication des boissons Gazeuses, jus et sirops.	SARL	Annaba	

	119	MITIDJAL	Transformation de papier	SARL	Tipaza
	120	SOUMMAM	Production des produits laitiers et ses dérivés	SARL	Béjaia
	121	AGROSACS	Production de sacs en polypropylène, tissée et tissé laminé, big bag, toil PP...	SARL	Oran
	122	MANBAA OUWIS	Embouteillage de l'eau minéral	EURL	Borj bou arrérij
	123	CUISINOX	Fabrication d'inox au service de la restauration et d'agro-alimentaire	SARL	Tizi Ouzou
	124	AGRODIV	Industrie agroalimentaire	SPA	Oran

3. Les visites sur lieu des entreprises :

<i>Lieu de dépôt des questionnaires</i>	<i>N°</i>	<i>Nom de l'entreprise</i>	<i>activités</i>	<i>Statut juridique</i>	<i>Willaya</i>
Zone Industrielle SBA	125	GROUPE CHIALI	Fabrications des plastiques extrudés pour usage de l'eau, le gaz, l'irrigation et les bâtiments.	GROUPEMENT	Sidi bel abess
Cité 315 LOGS Ain Temouchent	126	ABDIHAMID	Travaux hydraulique	EURL	Ain temouchent
Bd 1 ^{er} Nov 1954 Chaabat el ham , Ain temouchent	127	HYDRO-CANAL	Fabrication des produits en béton manufacturés	SPA	Ain temouchent
Zone industriel Beni saf, Ain Temouchent	128	SIMOB	Fabrication de Meuble et ameublement.	SPA	Ain temouchent
Zone Industrielle SBA Beni saf	129	FROMLAIT	Production laitière	SARL	Sidi bel abbes
Beni saf	130	L'AQUARIUM	Service hôtellerie	EI	Ain temouchent
Hidra , Alger	131	<i>CONSULTING SOLUTIONS ACCOMPAGNEMENT</i>	Consulting, étude de marché, encadrement et accompagnement des entreprises nationales et internationales.	EURL	Alger
Zone Industrielle SBA	132	DOUDOU PLAST	Fabrication des bouteilles en plastiques pour usage boisson.	EURL	Mascara
Zone Industriel Mascara	133	YANNI LAIT	Laiterie	EI	Mascara
Zone industriel Tizi Mascara	134	POLYMA INDUSRY	Fabrication d'emballage en plastique	SARL	Mascara
Zone industrielle Tizi Mascara	135	GIPLAIT	Laiterie	SPA	Mascara
Zone industrielle Mascara	136	AGREMAS	Travaux des bâtiments et travaux public	SARL	Mascara
Mascara	137	ALPHYT	Production des aérosols	SPA	Mascara

Bir el djir Oran	138	MEDSOLUTION	Production des produits pharmaceutiques	SPA	Oran
Zone industrielle Mascara	139	COMLCAF	Torréfaction de café	SARL	Mascara
Direction Général SBA	140	GROUPE HASNAOUI	Travaux des bâtiments, services et agriculture	Groupement	Sidi Bel abbes
Beni saf	141	SMIL	Matériaux et équipements Médical	SARL	Ain Temouchent
Direction, avenue ANP Oran	142	SOPRA	Fabrication de flan, sucre glace, chocolat en poudre	SARL	Oran
Cavaignac Oran	143	DENTAL OUEST	l'importation et la commercialisation des équipements et des produits a usage dentaire,	SARL	Oran
Zone industrielle Es Senia , Oran	144	GEO-PHARM	Industrie pharmaceutique	SARL	Oran
Zone industrielle Es Senia , Oran	145	ALVER	Production industrielle de vert plat et verre creux	SPA	Oran
Es Senia, Oran	146	SODISMAC	Distribution des matériaux de construction	SPA	Oran
Dely Ibrahim, Alger	147	EMIRAL	Conseils et services immobiliers et fonciers	SPA	Alger
Hidra, Alger	148	LAD PAHRMA	Développement pharmaceutique	SARL	Alger
Teassala el merdja, Alger	149	CVA - BELLAT	Conserverie de viandes et production des produits carnés	SARL	Alger
Bir Mourade Rais, Alger	150	DATAFIRST TECHNOLOGY	technologies Web et mobile, création des solutions entreprises, géo localisation par GPS, consulting des solutions Oracle et Microsoft,	EURL	Alger
Daira de Temouchent	151	NABI	Equipement bureautique	SARL	Ain Temouchent
Sig, Mascara	152	ETS BENKOUIDER	Production matériel d'aviculture	SARL	Mascara
Teassala el merdja, Alger	153	FACTO	Production agroalimentaire (import/export)	SARL	Alger
Zone industriel de Sétif	154	GM PEINTURE	Production de peinture et de colle	SARL	Sétif
Bouzedjar, Ain Temouchent	155	CONSERVERIE DE BOUZEDJAR	Conserves de poissons et salaisons maritimes (fabrication, gros)	EURL	Ain Temouchent
Rue Pasteu, Ain Temouchent	156	ERROUANE	Promotion immobilière	SARL	Ain Temouchent
Dar El Baida ; Alger	157	GROUPE ELSECOM	Distribution et location des véhicules	SPA	Alger
Zone industrielle El MALah, Ain Temouchent	158	UNIFEC	Fabrication d'emballage en carton ondulé	SARL	Ain Temouchent
Alger	159	OOREDOO	opérateur multimédia de téléphonie mobile	SPA	Alger
Boumedes	160	IOUWON	entreprise de formation et conception de plateformes	SARL	Boumerdes

			connecté et consulting.		
Alger	161	IFM	Formation Etude et Accompagnement	EURL	Alger
Zone industrielle Ain temouchent	162	CHEKALIL	Fabrication de carrelage	EI	Ain Temouchent
Bab Ezzouar	163	ERICSSON ALGERIE	Installation et maintenance du matériel pour l'industrie de l'électronique	SARL	Alger
Zone industrielle Ain temouchent	164	FARINE D'OR	Minoterie de farine	SARL	Ain Temouchent
Zone industrielle Ain temouchent	165	TOP GLOVES LATEX INDUSTRIE	Fabrication des gants à usage médical et chirurgical	SARL	Ain Temouchent
Zone industrielle Ain temouchent	166	ALPETRO	Commercialisation de carburants et lubrifiants	SARL	Ain Temouchent
Zone industrielle Senia	167	ETS BOUGHY	Stockage et commercialisation des conserves	EI	Oran
El Mohamaddia, Alger	168	SMART TECHNOLOGIES DZ	Développement web & ERP	EURL	Alger
Bizard, sétif	169	ZOUGHAM AUTO	Concessionnaire d'automobile	EI	Sétif
Logts Terkouï Ain Temouchent	170	PEB	Production élément béton	SARL	Ain Temouchent
Cité Actime, Oran	171	Top Gloves Latex Industries ETS HENNI	Production des vêtements de protection et de sécurité par usage	EURL	Oran
Zone Industrielle el amiria, Ain Temouchent	172	ALGERIENNE DES CUIRS ET DERIVES	Traitement des cuirs, peaux et fourrures.	SPA	Ain Temouchent
Zone industrielle Mouzaia, Blida	173	SEMOULERIE AMOUR	Production de farines et semoules de céréales, pâtes alimentaire.	SPA	Blida
Zone industrielle Ain defla	174	ELSEWEDY CABLES ALGERIE	Fabrications des câbles électriques et accessoires	SPA	Ain defla
Mine Rouana, Ain defla	175	SOMIFER	Mine de fer et de Phosphate	SPA	Ain defla
Ain defla	176	BATIMETAL	Construction métallique	SPA	Ain defla
El oued	177	LA GAZELLE D'OR	Hôtel et tourisme	GROUPEMENT	El-oued
skikda	178	MST BAT(W2S)	Travaux des bâtiments et fabrication des blocs en bétons préfabriqué	SARL	Skikda
ZET Ben M'hidi – commune de Filfila - Skikda	179	SIAHA	Société des Infrastructures Aqua-Hôtelières d'Algérie	SPA	Skikda

Terga, Temouchent	180	VRRDB	Travaux forestiers et d'exploitations des forêts, travaux publics.	SARL	Ain Temouchent
Terga , Temouchent	181	ETB BENBRAHIM	Travaux des bâtiments.	SARL	Ain Temouchent
Bab Ezzouar Alger	182	JGC AIGERIA	Etude et construction des installations pétrolières.	SPA	Alger
Ain Etolba Ain Temouchent	183	DARIF Abdessalam	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Chaabat elham Ain Temouchent	184	MEHDAOUI	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Chaabat elham Ain Temouchent	185	BELABESSE MED TAWFIK	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Chaabat elham Ain Temouchent	186	BOUTERFAS LAKHDAR	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Chaabat elham Ain Temouchent	187	OUERDANI SAID	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Benisaf Ain Temouchent	188	FEKIH ILYES	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Ain Temouchent	189	KHALDI HOUARI	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Ain Temouchent	190	SAHRAOUI MOHAMED	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
El Maleh Ain Temouchent	191	ETB.AV	Travaux des bâtiments	SARL	Ain Temouchent
Ain Temouchent	192	GASMI RIMA ETB	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Ain Temouchent	193	KALOUNE FATEH	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Ain Temouchent	194	BENOUAICHA SALIM	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Ain Temouchent	195	DAHO FETHI	Travaux des bâtiments	PP	Ain Temouchent
Bir Mourad Raïs Alger	196	SPA CALTAM TOURS	l'exploitation, le développement du transport touristique	SPA	Alger
Hassi Messoude , Ourgla	197	UPS SERVICES PETROLIERE	Procurement des projets et services pétrolières	SARL	Ouargla
Cité 40 log, sétif	198	Groupe BOUTECHICHE & DJARMOUNE INVESTISSEMENT	Commerce de grosse fourniture d'ameublement et de ménage.	SNC	Sétif
Base ex vincy said otba Ouargla	199	COMESUD	Construction métallique du sud	SPA	Ouargla
Route d'Annaba,	200	STRALLIN	Peintures en Bâtiments & travaux publiques	EURL	Tebessa

Tebessa					
225Sénia, Oran	201	NEGOS ASSURANCE	Assurance.	SPA	Oran
Draâ El Bordj Est , Bouira	202	Bouira d'ingénierie industrielle	L'ingénierie industrielle	EURL	Bouira
Sidi Abdelkader Blida	203	TASSRIAA IMP- EXPO	dans l'importation et la distribution des pneumatiques et de pièces de rechange automobiles	EURL	Blida
Alger	204	CCCA	Compagnie de Courtage et de Conseils en Assurance	SARL	Alger

Bibliographie

OUVRAGE

A

1. *Ardoin, J-L., & al.* (2009), "STRATEGOR", 5^{em} édition, DUNOD, Paris, France.

B

2. *Bialès, C., Leurion, R., Rivaud, J-L.*, (1996), Dictionnaire des faits économiques et sociaux, ED FOUCHER, PARIS.

3. *Bloch, A.*, (1999), "L'intelligence Economique", 2^{iem} édition, Economica, Paris, France.

4. *Beitone, A., Cazorla, A., Dollo, C., Draï, A.M.*, (2001)." Dictionnaire des sciences économiques. Paris : Armand Colin".

5. *BENRAOUANE, S-A.*, (2010), "Le Management Des Ressources Humaines ", Office des Publications Universitaires, Alger, Algérie.

6. *BERK, J., DEMARZO, P.*, (2011)."Finance d'entreprise",2^eédition, Nouveaux Horizons, Paris.

C

7. *CHARPENTIER, P.*, (2007)," Management et gestion des organisations ", Edition Broché, France.

D

8. *Dermateau, M.*, (1990), " L'enquête par question, une méthode de collecte des données", L'A.P.E.S collection, France.

9. *DJEFLAT, A.* (2006), "Économie fondée sur la connaissance / enjeu et perspectives", Éditions : Dar El Adib, Oran, Algérie.

10. *DGIEEP*, (2010), "Manuel de Formation en IE en Algérie", Document de référence, Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, Algérie.

11. *DIBIAGGIO, L., MESCHI, P-X.*, (2010),"Le Management dans l'économie de la connaissance", PERSON EDUCATION, France.

12. *Décaudin, J-M., Bouguerra, A., Borie, D.*, (2011),"Etudes Marketing ", 6^{iem} édition, PEARSON, France.

13. *Dou, H., Juillet, A., Clerc, P.*, (2018), "L'intelligence économique du future 1, une nouvelle approche stratégique et opérationnelle ", ISTE editions, London.

F

14. *Fleisher, C-S., Blenkhorn, D-L.*, (2001), "Managing Frontiers in competitive Intelligence ", Quorium Books, London.

15. *Fenneteau, H.*, (2002), "Enquête : entretien et questionnaires", Edition Dunod, France.

G

16. *GUILHON, A.*, (2004)," L'intelligence économique dans la PME : Visions éparses, paradoxes et manifestations", l'Harmattan, France.

17. *GHERNAOUTI-HELIE, S.*, (2006)," Sécurité Informatique et Réseaux", 2^{iem}e édition, DUNOD, France.

18. *GHERNAOUTI-HELIE, S.*, (2011)," Sécurité Informatique et Réseaux", 3^{iem}e édition, DUNOD, France.

19. *Gavard-Perret, M-L., Gotteland, D., Haon, C., Jolibert, A.*, (2012), "Méthodologie de la recherche en sciences de gestion ", Pearson, France.

J

20. *Jolibert, A., Jourdan, P.*, (2006)," Marketing Research : Méthodes de recherche et d'études en Marketing", Edition Dunod, France

21. *Josien, S., Landrieux-Kartochian, S.*, (2008),"L'essentiel de l'économie d'entreprise", Lextensio éditions, Paris, France.

K

22. *KOTLER, P., KELLER, K.L., DUBOIS, B., MANCEAU, D.*, (2006)."Marketing management", 12^{em} édition, Pearson Education, France.

- L** 23. *LAMBIN, J.J.*, (1990). "La recherche Marketing", Mc Graw Hill, Paris.
24. *Lorino, P.*, (1997), "Méthodes et Pratiques de la Performance, les éditions d'organisation", Paris, France.
- M** 25. *MORIN, P., DELAVALLEE, E.*, (2000), "Le Manager à l'écoute du sociologue", Les Editions d'Organisation, Paris, FRANCE.
26. *MALAVAL, P., BENAROVA, C.*, (2009), "Marketing Business to Business", 4^e édition, Pearson Education, France.
27. *Malhotra, N., décaudin, J-M. ; Bouguerra, A., Bories, D.*, (2010), "Etudes Marketing", 6^{ème} édition, Pearson Education, France,
28. *Marcon, C., Moinet, N.*, (2011). L'intelligence économique, 2^{iem} édition, Dunod, Paris.
29. *MORLEY, C.*, (2012), "Management d'un projet Système d'information", 7^{ième} édition, DUNOD, France.
- P** 30. *Péguiron, F.*, (2008), "L'intelligence économique au service des acteurs de l'université, la question du partage de l'information", L'Harmattan, France.
31. *Pijourlet, T.*, (2009), "Mangement des entreprises", Delagrave édition, Paris, France.
- R** 32. *REIX, R.*, (2004). "Systèmes d'information et management des organisations", 5^{ième} édition, Vuibert.
- T** 33. *Tremblay, R-R., Perrier, Y.*, (2006), "Savoir plus : Outils et méthodes de travail intellectuel", Chenelière Editions, France.

REVUES

- A** 34. *Aubert, P., Leclaire, M.*, (2006), "La compétitivité exprimée dans les enquêtes trimestrielles sur la situation et les perspectives dans l'industrie", ECONOMIE ET STATISTIQUES, N° 395-396,
35. *Alaoui, A.*, (2010). "Gestion du changement, TIC et compétitivité organisationnelle : le cas de la société MBA-France", La Revue des Sciences de Gestion, n° 245-246, P81-89. <http://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2010-5-page-81.htm>
36. *Aghaei, M., Assadollahi, A.*, (2013), "Analysis of business intelligence on strategic decision making, International Journal of scientific Management and development, N°1, Vol.2, P20-35. https://www.researchgate.net/publication/303631722_Analysis_of_Business_Intelligence_on_Strategic_Decision_Making.
37. *AKNINE, S-R., FERFERRA, M- Y.*, (2014), "Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises", Revue des Sciences Économiques et de Gestion, Vol56, N°14.
38. *AREFIN. S., HOQUE, R., BAO, Y.*, (2015). "The Impact of business Intelligence on Organization's Effectiveness; An Empirical Study", Journal of Systems and Information Technology, Vol.17, N°3, pp.1-32. <http://dx.doi.org/10.1108/JSIT-09-2014-0067>.
39. *Ali Belhadji, Y.*, (2016), "Etude empirique sur les variables modèle performance balanced scorecard", Volum 5, N°9, Algerian business performance review.
40. *Ab Hamid., M.R., Sami., W., Mohmad Sidek., M.H.*, (2017), "Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion", J. Phys.: Conf. Ser. 890 012163.
- B** 41. *Bourguignon, A.*, (1995), "Peut-on définir la performance?", Revue Française de Comptabilité (269).

- 42. Bretonè, D., Saïd, A., (2009),** " La capacité d'absorption de l'information au service de la performance Application au cas de l'Intelligence Économique (I.E) et du Management des connaissances ",Univ. Empresa, Bogotá (Colombia) 8 (16): 11-44.
- 43. Bouchicha, N-E., Bouyahiaoui, B., (2012),** La Veille Technologique au sein des Entreprises Algériennes : Situation et Perspective, Les Cahiers du Cread N°98-99.
- 44. Brasseur, M., (2012),** "L'interaction du chercheur avec son terrain en recherche -action : deux cas d'accompagnement individuel des managers", Recherches en Sciences de Gestion, Vol2, N° 89, P 103 -118.
- 45. Baki, M-L., Temri, L., Montaigne, E., Djanane, A-M., (2014),**"L'intelligence économique dans un contexte d'innovation ouverte : Gestion et protection des connaissances ", Revue des sciences humaines, N° 42.
- 46. BELHOCINE, M., (2015).** "Pratique de la veille technologique dans les PME algériennes, Pratique de la veille technologique dans les PME Algériennes", volume10, N°19.
- 47. BENDIABDELAH, A., DJENNES, M., (2015).** "Veille Stratégique et Système D'intelligence Economique En ALGERIE : Evaluation et Perspectives", les cahiers du Cread N°111.
- 48. BADAOU, M., CHETTIH, A., (Janvier- Juin 2017).**" La modélisation par des équations structurelles et leurs applications en Management (le rôle de l'intelligence économique dans le management stratégique des PME)", Revue Marocaine de RECHERCHE EN MANAGEMENT ET MARKETING, Vol 1, N°16.Maroc.
- 49. BAKAN, I., SEKKILI, Z.H., (2017).**"Types of information technology capability and their impacts on competitiveness". Research Journal of Business and Management (RJBM), V.4, Iss.2, p.201-210. <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2017.477>
- 50. Cohen, C., (2007),** "Intelligence et performance mesurer l'efficacité de l'intelligence économique et stratégique (IES) et son impact sur la performance de l'organisation", Vie & sciences de l'entreprise, Vol1, N° 174 - 175, P15-50.
- 51. Choo, C-W., (2001),** "Environmental Scanning as Information Seeking and Organizational Learning", Information Research, 7(1), <http://InformationR.net/ir/7-1/paper112.html>
- 52. Chen, H., Chiang Roger, H.L., Storey Veda, C., (2010),**" Business Intelligence Research", Mis Quarterly, Numéro spécial, P1-4. <https://www.researchgate.net/publication/237347285>.
- 53. Chikh, R., (2014),**"Réflexions sur les Potentialités d'une Politique Publique d'Intelligence Économique au Service d'une Stratégie Économique Performante", AL-IJTIHED Revue des études juridiques & économiques - C.U.TAM, N°6, P01-30, ALGERIE. <https://alijtihed.cu-tamanrasset.dz>. Visité le 23/12/2018.
- 54. CASEIRO, N., COELHO, A., (2017).** "The influence of Business Intelligence capacity network learning and innovativeness on startups performance", Journal of Innovation & Knowledge, Published by Elsevier, España. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.009>.
- 55. CHESOLI, J.W., (2018).** " Employee involvement in Decision Making on Performance of SME's in Kitale, Trans Nzoia County, Kenya", IJRDO-Journal of Business Management, Volume-4 | Issue-2 | <https://ijrdo.org/index.php/bm/article/view/1859>.
- 56. Dommermuth, W-P., (1975),**" The use of sampling in marketing research", Marketing research techniques series, American Marketing Association, N°3, P9-33.
- 57. Daft, R-L., Sormunen, J., Parks, D., (1988),** " Chief executive scanning, environmental characteristics, and company performance: an empirical study ", Strategic Management Journal, Vol. 9, 123-139.
- 58. Djennas, M., Benhabib, A., (2006),**Veille stratégique et outils d'aide à la décision dans les entreprises algériennes : cas des entreprises de service, Les Cahiers du MECAS, N° 2.
- 59. Duzdert, A., (2013),** "Vers l'entreprise centrée « connaissance »ou les conditions

d'efficacité de ces nouvelles formes organisationnelles". Gestion et management. Université Nancy II. P8. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00832860/document>. visité le 5/11/2018.

E

60. *Elbashir, M-Z., Collier, P-A., Davern, M-J.*, (2008), "Measuring the effects of business intelligence systems: The relationship between business process and organizational performance", *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol 9, N°3, P135–153.
61. *El Haoud, N.*, (2011), " l'intelligence économique au service de l'innovation", *Revue Internationale d'intelligence économique*, Vol3, N°2.
62. *Eslampanah, M., Daeichini, M., Abedini, R., Danaei Mehr, S., Yazdanfar, S., Tayyari, F., Movahed, S.*, (2014), " Analysis of the Business Intelligence Function, the Inventors and Innovators Sanandaj City ", *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, N°5, Vol 4, P60-64.
63. *EL MABROUKI, M.*,(2014), "L'intelligence économique: un mode d'interprétation organisationnel hybride", *Revue Internationale de Management et de Stratégie*, (10:2), P.21/33, www.revue-rms.fr, VA Press.

F

64. *Fornell, C., Yi, Y.*, (1992), " Assumptions of the two step approach to latent variable modeling", *Sociological Methods and Research*, Vol20, N°3, USA, P291-320.
65. *Fernande, V.*, (2012), " En quoi l'approche Pls est-elle une méthode à (re)- découvrir pour les recherches en Management ? ", *Volum 15, N°1, Management*.
<https://www.cairn.info/revue-management-2012-1.htm>

G

66. *Gerville-Réache, L., Couallier, V.*, (2011), " Échantillon représentatif (d'une population finie) : Définition statistique et propriétés, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00655566/document>.
67. *Guechtouli, M.*, (2014) *Management des activités de veille stratégique : Entre Organisation Formelle et in formelle*, IPAG Business School, Working Paper Series, 146.
68. *GAARDBOEA, R., NYVANGA, T., SANDALGAARDB, N.*, (2017). "Business Intelligence Success applied to Healthcare Information Systems", *Procedia Computer Science* 121,483–490, Published by Elsevier, España.

H

69. *Habhab Rave, S.*, (2007), " Intelligence économique et performance des entreprises : le cas des PME de haute technologie ", *Vie & sciences de l'entreprise*, Vol 1, (N° 174 - 175), P. 100-118.
70. *HADI, F., EBRAHIMPOOR, H.*, (2014). "Investigating the relationship between technology intelligence and business performance", *Singaporean Journal of Business Economics & Management Studies*, VOL2, N°11.

I

71. *Issor, Z.*, (2017), " La performance de l'entrepris : un concept complexe aux multiples dimensions", *Projectique*, Vol2, N°17, P93-103

J

72. *Juillet, A.*, (2005), "Du renseignement à l'intelligence économique, la revue défense nationale et sécurité collective", *Édition : comité d'étude de défense nationale*, N°12.

K

73. *Koenig, G.*, (2006). "L'apprentissage organisationnel : repérage des lieux", *Revue française de gestion*, 2006/1 N° 160, P. 293-306.
74. *KIANI MAVI, R., STANDING, C.*, (2018). "Cause and effect analysis of business intelligence (BI) benefits with fuzzy DEMATEL", *Knowledge Management Research & Practice*, DOI: 10.1080/14778238.2018.1451234.
75. *Kulachai, W., Homyamyen, P.*, (2018), " Servant Leadership: A Second-Order Confirmatory Factor Analysis", *Conference of the International Journal of Arts &*

L

76. *Le Rove, F.*, (2004), "l'affrontement dans la relation de concurrence", *Revue Française de gestion*, Vol1, N°158, P179/193. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-1-page-179.htm>.
77. *Lesieur, A.*, (2005), "L'entreprise comme entité morale ? : Argumentation et implications pour les politiques publiques", *CECO-290*. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00242966/document>.
78. *LUO, X.*, (2010), "Product competitiveness and beating analyst earnings target", *Journal of the Academy of Marketing Science-Springer*, Vol 38, Issue 3, P253-264. DOI 10.1007/s11747-009-0158-9.
79. *LAU, C.M.*, (2011). "Team and Organizational resources, Strategic orientations, and firm performance in transitional economy", *Journal of Business research*, Vol 64, Issue 12, P1344-1351. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.01.001>

M

80. *Moinet, N.*, (2009), "L'épistémologie de l'intelligence économique face au défi de la communication" , *revue Internationale d'intelligence économique*, N°2, Vol1, P159-173. <https://www.cairn.info/revue-internationale-d-intelligence-economique-2009-2-page-159.htm>. *
81. *NOBLET, J.P., SIMON, É.*, (2010). "La capacité d'absorption, un état de l'art", *Management & Avenir*, Vol5, n°35, P. 33-50.
82. *Monino, J-L.*, (2013), "L'information au cœur de l'intelligence économique stratégique", *Marché et Organisations*, N° 18, P25-39. <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2013-2-page-25.htm>.
83. *Monino, J-L., Sedkaoui, S.*, (2013), " Les TIC un outil indispensable pour une démarche d'intelligence économique", *Revue Marché et Organisation*, N°18, P 173-188. <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2013-2-page-173.htm>. visitée le 21/12/2018.

N

84. *NOBLET, J.P., SIMON, É.*, (2010). "La capacité d'absorption, un état de l'art", *Management & Avenir*, Vol5, n°35, P. 33-50.
85. *Nykänen, E., Järvenpää, M., Teittinen, H.*, (2016), " Business intelligence in decision making in Finnish enterprises ", *Nordic Journal of Business*, Vol 65, N° (2), P24-44.
86. *Nzewi, H-N., Chiekezie, O-M., Anizoba, A-S.*, (2016), " Competitive Intelligence and Performance of Selected Aluminium Manufacturing Firms in Anambra State, Nigeria", *International Journal of Business Administration*, Vol7,N°3

O

87. *Oubrich, M.*, (2011), "Competitive Intelligence and Knowledge Creation - Outward insights from an empirical survey", *Journal of Intelligence Studies in Business* 1 (2011) 97-106, P101. <https://ojs.hh.se/>. visité le 10/11/2018.
88. *OWUSU, A.*, (2017), " Business intelligence systems and bank performance in Ghana: The balance scorecard approach", *Cogent Business & Management*, 4:1364056, 2017. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1364056>

P

89. *PREET KAUR, S., KUMAR, J., KUMAR, R.*, (2016), Impact of competitiveness on business performance: a case study of manufacturing SMEs in Northern India, *Int. J. Indian culture and Business Management*, Vol.13, N° 2, India. <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJICBM.2016.078039>.

R

90. *Reix, R.*, (1995). "Savoir tacite et savoir formalisé dans l'entreprise". *Revue française de gestion*, 3(5).
91. *Rascale, N., Erachabal, S.*, (2001). Médiateurs et modérateurs : implications théoriques et méthodologiques dans le domaine du stress et de la psychologie de la santé, *revue le*

S

- Travail Humain, P97-118, <https://www.cairn.info>.
92. **RANGUS, K., SLAVEC, A.**, (2017). "The interplay of decentralization, employee involvement and absorptive capacity on firms' innovation and business performance", Technological Forecasting & Social Change, TFS-18810; No of Pages 9, published by Elsevier, España. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2016.12.017>.
93. **RICHARDS, G., YEOH, W., LOONG CHONG, A.Y., POPOVIĆ, A.**, (2017). "Business Intelligence Effectiveness and Corporate Performance Management: An Empirical Analysis", Journal of Computer Information Systems. <http://dx.doi.org/10.1080/08874417.2017.1334244>
94. **ROUHANI, S., ASHRAFI, A., RAVASAN, A., & AFSHARI, S.**, (2016). "The impact model of business intelligence on decision support and organizational benefits", Journal of Enterprise Information Management, Vol.29, N°1, PP.19-50. <http://dx.doi.org/10.1108/JEIM-12-2014-0126>
95. **Saïd, A., Jomaa, H.**, (2007), "Introduction", Vie & sciences de l'entreprise, Vol1, N° 174-175, P10-14.
96. **Sogbossi Bocco, B.**, (2010), "Perception de la notion de performance par les dirigeants de petites entreprises en Afrique ", La Revue des Sciences de Gestion, Vol1, N°241, P. 117-124.
97. **SAINIO, L.M., RITALA, P., LAUKKANEN, P.H.**, (2012). Constituents of radical innovation-exploring the role of strategic orientations and market uncertainty, Technovation, Vol 32, Issue 11, P591-599. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.06.006>.
98. **Safiih, M., Azreen, N.**, (2014), "Confirmatory Factor Analysis Approach: A Case Study of Mathematics Students' Achievement in TIMSS", Malaysian Journal of Mathematical Sciences 10(S) March : 41- 51 (2016) Special Issue: The 10th IMT-GT International Conference on Mathematics, Statistics and its Applications 2014 (ICMSA 2014). http://einspem.upm.edu.my/journal/fullpaper/vol10smac/4_ID_25.pdf.
99. **Sepahvand, R., Nazarpoori, H-A., Veisi, M.**, (2016), "The effect of competitive intelligence on organizational performance through orientation (case study: insurance companies sanandaj), International Business Management, Vol10, N°7, P1280-1283.
100. **SALAOUATCHI, H.S., BEKIOUA, F., SEBAA, S.**, (2017). "Pratiques de l'intelligence économique et compétitivité des entreprises: Le cas des PMI de la wilaya de Sétif", Revue d'économie et de statistique appliquée, Vol14, N°1.
101. **SUARDHIKA, N., WIRATI ADRIATI, G.A.**, (2018). "Strategic orientation based on business environment and entrepreneurs behaviors as well as its effects on SME performance and competitiveness in Bali Indonesia", International Journal of Contemporary Research and Review, Vol. 9, Issue. 02, Page no: ME 20455-20466 doi: <http://dx.doi.org/10.15520/ijcrr/2018/9/02/417>
102. **Saadaoui, M., Ait Amokhtar, S., Kalli, S., EL Saadi, N.**, (2018), "Évaluation de la concentration géographique des activités et de la spécialisation sectorielle en Algérie", International Journal of Management & Marketing Research (MMR), Vol.1, P21-32.
103. **Tej Adidam, P., Shukla, P., Banerjee, M.**, (2012), "Competitive intelligence and firm's performance in emerging markets: An exploratory study in India", Journal of Business & Industrial Marketing, 27(3), P242-254.
104. **TALAJA, A., MIOČEVIĆ, D., ALFIREVIĆ, N., PAVIČIĆ, J.**, (2017). "Market orientation, competitive advantage and business performance: exploring the indirect effects", Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, Vol.26 N°4, Croatia, Prosinac. <https://doi.org/10.5559/di.26.4.07>.
105. **Tahmasebifard, H.**, (2018), "The role of competitive intelligence and its sub-types on achieving market performance", Cogent Business & Management, Vol5, N°1.

T

V 106. Vanoutrive, J., Derobertmasure, A., Friant, N., (2012), "Analyse thématique et analyse propositionnelle : application à un corpus de témoignages concernant l'injustice scolaire. Mesure et Evaluation en Education", Association des spécialistes de la mesure et de l'évaluation en éducation, 2012, 35 (2), pp.97-123. fihal-00845698f.

W 107. Wieder, B., Ossimitz, M-L., (2015), "The impact of Business Intelligence on the quality of decision making – a mediation model ", *Procedia Computer Science*, vol64, P 1163 – 1171.

COLLOQUES, CONFERENCES ET CONGRES

A 108. ARIBOU, M-L., OUTMANE, S., (3, 4 et 5 Juin 2015), Management des connaissances et réussite des fusions & acquisitions : approche par les normes, XXIV^{ème} CONFERENCE DE L'AIMS – Paris. France.

109. BERGERON, H., (2000), " Les indicateurs de Performance en contexte PME, quel modèle appliquer?", 21^{ème} Congrès de l'AFC, France, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00587425>.

B 110. Bouaka, N., David, A., (14-15 avril 2003), " Modèle pour l'explicitation d'un problème décisionnel: un outil d'aide à la décision dans un contexte d'intelligence économique", Conférence "Intelligence Economique : Recherches et Applications

111. Baaziz, A., Quoniam, L., Reymond, D., (May 2014), " Quels modèles d'Intelligence Economique pour l'Algérie ? Quelques pistes de réflexion", Séminaire International sur l'Intelligence Economique : Un enjeu majeur de Compétitivité, Alger, Algérie. P1-20. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00995776/document>.

112. Balambo, M-A., Baz, J., (2014), "De l'intérêt de l'analyse des modèles des équations structurelles par la méthode PLS dans les recherches sur les relations inter organisationnelles : le cas des recherches en Logistique". 7^{ème} Edition du colloque international LOGISTIQUEA, Fès, Maroc. fihal-01503345f.

D 113. Ding, L., Yat-sen, S., (2009), "Analysis on the Competitive Intelligence in Business Management", Second International Symposium on Information Science and Engineering, Computer society, P327-330. <https://www.computer.org/csdl/proceedings/isise/2009/6325/00/05447217.pdf>. visiter le 15/12/2018.

E 114. El Mabrouki N-M., (6-9 Juin 2007), "La pratique de l'intelligence économique dans les grandes entreprises : voyage au cœur d'un système non univoque", XVI^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal. <https://www.strategie-aims.com>.

115. ELMAKRINI, H., (29/30/31 Octobre 2014). " Les orientations stratégiques et la performance à l'export : le rôle médiateur de la compétitivité", 12^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME, Agadir.

F 116. Fallery, B., Rodhain, F., (2007), "Quatre approches pour l'analyse de données textuelles: lexicale, linguistique, cognitive, thématique.", XVI^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS, Montréal, Canada. pp 1-16. fihal-00821448f.

117. Gorla, S., Knauf, A., David, A., Geffroy, P., (2005), " Le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de

- G** recherche d'information". Colloque ATELIS (Ateliers d'Intelligence Stratégique) (Poitiers), France. P 99/114.
- H** 118. *Halley, A., & Beaulieu, M.,* (2000)." La métamorphose des compétences en contexte d'intégration de la chaîne d'approvisionnement". Troisièmes Rencontres Internationales de la Recherche en Logistique, Trois Rivières.
- J** 119. *Julien, P-A., Toulouse, J-M., Ramangalahy, C., Morin, M.,* (1998), " Comportements d'information, compétitivité et performance des PME exportatrices", 4è Congrès international francophone de la PME, METZ, France.
120. *Jourdan., F.,* (1998), "Création et validation d'une échelle de classification publicitaire selon la caractéristique d'information ou d'émotion de l'annonce". Acte du 14ème Congrès de l'AFM, sous la direction de B. Saporta, 1998, Paris, France. pp.97-124. fhal-01134671.
- K** 121. *Kislin, P. David, A,* (14-15 Avril 2003)," De la caractérisation de l'espace-problème décisionnel a l'élaboration des éléments de solution en recherche d'information dans un contexte d'Intelligence Economique : le modèle WISP", Conférence Intelligence Economique : Recherche et Application, Vandoeuvre, France.
- L** 122. *Larivet, S.,* (13-14-15 Juin 2001)," intelligence économique : acception française et multi dimensionnalité", Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Université Laval, Québec, Canada.
123. *LAHMINE, H., IBENRISSOUL, A.,* (Juin 2015). "Impact de la décision de financement sur la performance de l'entreprise Marocaine: Cas des Sociétés cotées des secteurs immobiliers et matériaux de construction", Communication présentée lors du 4^{ème} colloque et séminaire doctoral international sur les méthodes de recherche, Université Jean Moulin Lyon3- France.
- M** 124. *Molensky, L., Ketter, W., Collins, J., Bloemhof, J., Van de Koppel, H.,*(2010),"Business Intelligence gap analysis : A user, Supplier and academic perspective", Proceedings of the 12th International Conference on Electronic Commerce , HONOLULU, P133.
- O** 125. *OUMAYA, S., GHARBI, L.,* (30 Mai- 1^{er} Juin 2016). "La capacité d'absorption de l'entreprise : Conceptualisation et mesure", XXVe Conférence Internationale de Management Stratégique, Hammamet, Tunis.
- P** 126. *Prat, C., Mira-Bonnardel, S.,* (2003),"Influence de la veille stratégique sur le processus de conception", 10ième Séminaire Conférence, 3-4 Juillet 2003, Belfort – France, P 159-166.
- R** 127. *RAIFAI, S., BEN ALI, M., TIZLIOUINE, A., BOUKSOUR, O.,* (2015), "Proposition d'un modèle causal mesurant l'impact de la qualité sur la performance industrielle: Cas des jeunes entreprises manufacturières installées à la Wilaya de Tanger", Xème Conférence Internationale : Conception et Production Intégrées, CPI 2015, Tanger - Maroc.
- S** 128. *Sossi Alaoui, F.Z., Oumlal, M., Ouhejjou, O.,* (21-23,2013)." Gouvernance et Intelligence Economique", Economics and Management of Net Works Conférence,

Agadir, MAROC.

129. SLAMA, B., AMMAR, O., (26-28 mai 2014). "La synergie entre intelligence économique et knowledge management : une nouvelle perspective pour l'amélioration de la capacité d'absorption", XXIII Conférence Internationale de Management Stratégique, Rennes.

W

130. Wan Mohamad Asyraf Bin Wan Afthanorhan, (2013), " A Comparison Of Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for Confirmatory Factor Analysis", International Journal of Engineering Science and Innovative Technology (IJESIT) Volume 2, Issue 5. http://www.ijesit.com/Volume%202/Issue%205/IJESIT201305_27.pdf.

RAPPORTS, ETUDES ET GUIDES

B

131. Beitone, A. & Hemdane, E., (2005). " La définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales en classe de seconde". Skholê, hors-série 1, 29-39.

132. Bezencon, C., Roulet, A., (2014), "Évaluation de la performance et de l'impact de la veille", Master en Information documentaire Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE), Suisse.

133. Bulletin statistique de la PME : Données du 1^{er} semestre 2018, Ministère d'énergie et des mines, Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Edition Novembre 2018, N° 33

C

134. CHAPUT, L., " La Veille stratégique intégrée", Repad Working Paper N°.032006, Université du Québec, Canada, Sans année.

135. COOVI, B., (2010), "Management du cycle de vie du client : Proposition d'un modèle conceptuel d'évaluation de l'utilisation des logiciels CRM", Gestion de Portefeuilles [q-fin.PM], Université d'Auvergne Clermont-Ferrand I, France. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00719535>.

136. Cohen, C., (2013), "Business intelligence the effectiveness of strategic intelligence and its impact on the performance of organizations", collection ISTE, Wiley & Son, New York.

D

137. Desvals, H., Dou, H., (1993), La veille technologique, Bulletin des bibliothèques de France(BBF), N°3, P108/109.

138. David, A., Thiery, O., (2001), " Prise en compte du profil de l'utilisateur dans un système d'information stratégique", Texte de communication, Tome2, Université Nancy2, France, P288-296.

G

139. GRUNDSTEIN, M., (2002), "Le Management des Connaissances dans l'Entreprise1 Problématique, Axe de progrès, Orientations", Research Report 050207, MGConeil, P6, <http://michel.grundstein.pagesperso-orange.fr/References/Rr050207.pdf>.

H

140. Hamel, G., (1990). Competitive collaboration: learning, power and dependence in international strategic alliances. Unpublished dissertation, The University of Michigan.

J

141. Juillet, A., (2005), "Du renseignement à l'intelligence économique, la revue défense nationale et sécurité collective", Édition : comité d'étude de défense nationale, N°12.

K

142. Khamassi-El Efrif, F., Hassainya, J., (2001), " Analyse de la compétitivité des entreprises et des produits agro-alimentaires : pertinence et apports de l'approche filière". CIHEAM, Méditerranéennes : Série B. Etudes et Recherches, N° 32, MONTPELIER, P

223-238.

- L** 143. *Lesca, H.*, (1997), veille Stratégique, concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise, Guides pour la pratique de l'information scientifique et technique, Ministère de l'Education nationale de la recherche et de la technologie.
144. *Lacroux., A.*, "L'analyse des modèles de relations structurelles par méthode Pls : Approche émergente dans la recherche quantitative en GRH".
<https://www.agrh.fr/assets/actes/2009lacroux073.pdf>
- M** 145. *Martre, H.*, (1994), "Intelligence économique et la stratégie des entreprises", Commissariat général du Plan, la documentation Française,
<https://www.ladocumentationfrancaise.fr>.
146. *MONINO, J-L.*, (2012), " L'information au cœur de l'intelligence économique Stratégique", Réseau de Recherche sur l'innovation (RRI), Document de travail, N° 27.
<https://rrifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2017/06/doc27.pdf>. visité le 1/11/2018.
- N** 147. *NDJAMBOU, R.*, (1999), "analyse de l'impact de la localisation et de la technologie sur l'accès à l'information et la performance des PME exportatrices" une mémoire présenté à l'université du Québec à trois rivières comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des PME et de leur environnement, Université du Québec, P41. <http://depote.uqtr.ca/3397/1/000659559.pdf>.
148. *Najjar, H., Najjar, C.*, (2013), "la méthode des équations structurelles : principes fondamentaux et applications en marketing", Institut supérieur de Gestion, Tunis.
- R** 149. *Revel, C.*, (2015), "Intelligence économique Références et Notions clé", Délégation interministérielle à l'intelligence économique, France, P13.documentation
150. *Rogers, B.*, (2016), " Analytical Enablement: How Leaders Harness Distributed Business Intelligence to Drive Breakthrough Results ", Analytical Enablement, Forbes Insights. documentation
https://www.forbes.com/forbesinsights/qlik_enablement/index.html. visité le 10/10/2018.
- S** 151. *SAID, A., JOMAA, H.*, (Juillet 2007), " IE et performance des entreprises", CIGREF, P2.
152. *Shaughnessy, J., Zechmeister, E., Zechmeister, J.*, (2011), " Research Methods in Psychology", Ninth Edition.
- T** 153. *Tourangeau, R., Rips, L-J., Ransinski, K.*, (2000), " The psychology of survey response", Cambridge Universty Press.
154. *Tillé, Y.*, (2010), "Résumé de du Cours de Statistique Descriptive", Université Neuchâtel, Suisse. P10-13.

THESES

- A** 155. *Anh-Ducdes, L.*, (2012), "Analyse stratégique et impacts de performance sur des sites web dans l'hôtellerie française indépendante", Thèse de doctorat en sciences de Gestion, Université Toulouse 1 capitole, France.
156. *ABDERRAHIM, N.*, (2015), "L'intelligence économique et ses répercussions sur le contrôle de gestion (cas des EPE de la wilaya de Tlemcen)", Thèse de doctorat en sciences de gestion, spécialité Management des Organisations, université Abou bekr Belkaid, Tlemcen.

- B** 157. *Boukrouh, A.*, (sans date), "Pratiques de l'Intelligence Economique et leur impact sur la compétitivité des entreprises de la Téléphonie Mobile en Algérie", Ecole Des Hautes Etudes Commerciales, Thèse de doctorat en Sciences Commerciales, Alger.
158. *BENYELLES, K.*, (2017). "Le rôle de l'intelligence économique dans la compétitivité des PME/PMI (cas wilaya de TLEMCEM)", Thèse de doctorat en sciences économiques, option Gestion, université Abou Bekr belkaid, Tlemcen.
159. *Bekaddour, H.*, (2018), "L'intelligence économique et l'interaction de l'entreprise avec son environnement, cas des entreprises Algériennes", Thèse de doctorat dans les sciences de gestion, Spécialité système d'information et de communication en entreprise, Université Abou bekr Belkaid, Tlemcen.
- C** 160. *COMEAU-VALLEE, M.*, (2009), "La Formation des Pratiques de Gestion Des ressources Humaines dans les Entreprises d'Economie Social : une menace aux valeurs du secteur? ", Mémoire Présenté comme exigence Partielle de la maîtrise en administration des affaires, Université du Québec, Montréal ; Canada.
- D** 161. *DELECROIX, B.*, (2005), "La Mesure de la Valeur de l'information en Intelligence Economique", Thèse de Doctorat en sciences de l'information, Spécialité : Information scientifique et Technique, Université de MARNE-LA-VALLEE, France. P 99.
162. *Dhaoui, C.*, (2008), " Les critères de réussite d'un système d'intelligence économique pour un meilleur pilotage stratégique : Proposition d'un Modèle d'Évaluation de la Réussite d'un Système d'Intelligence Économique MERSIE", Thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Nancy 2, France
163. *DAY, W.*, (2016). "L'intelligence économique au service de la compétitivité territoriales (étude de cas l'industrie biopharmaceutique en Algérie)", thèse de doctorat en sciences de Gestion, spécialité Gestion des entreprises, université de BATNA1.
- F** 164. *FEKIR, S.*, (Mai 2015). "L'impact des politiques de ressource humaine sur le développement de l'intelligence économique dans le secteur public des Télécommunication en Algérie (étude de cas Algérie Télécom)", Thèse de doctorat en sciences commerciales, Ecole des Hautes Commerciale d'Alger " EHCA", Alger.
- G** 165. *GHOMARI, S.*, (2015), "impact des programmes de mise à niveau sur la compétitivité des entreprises algériennes", thèse de doctorat en sciences de gestion, option Marketing, Faculté des sciences économiques de gestion et des sciences commerciales, Université Abou-Bakr Belkaid, Tlemcen
- H** 166. *Huynh, C.*, (2013), " Mesure de l'efficacité de l'Intelligence Economique et Stratégique : le cas des entreprises innovantes", Thèse de Docteur en Sciences de Gestion, Ecole doctorale Sciences de l'Homme, des Organisations et de la Société, 'Université de RENNES 1, France.
167. *Harriet, L.*, (2014), " L'intelligence économique à la lumière des concepts managériaux : l'étude de cas d'une entreprise du secteur énergétique", Thèse de Docteur en Sciences de Gestion, ECOLE DOCTORALE de SCIENCES ECONOMIQUES, GESTION ET DEMOGRAPHIE (E.D.42), France.
- K** 168. *KISLIN, P.*, (2007), "Modélisation du problème informationnel du veilleur dans la démarche d'intelligence économique", Thèse de Doctorat en sciences de l'information et de la communication, Univerité Nancy2, France.
- L** 169. *Loufrani-Fedida, S.*, (2006), " Management des compétences et organisation par projets :

une mise en valeur de leur articulation. Analyse qualitative de quatre cas multisectoriels", Thèse de Docteur en Sciences de Gestion, Université de NICE-SOPHIA ANTIPOLIS, Institut d'administration des entreprises, France.

M

170. *Moscato, G.*, (2008), "Intelligence économique et modélisation financière: mise ne œuvre d'un outil pour les projets d'entreprises", Université Paris-est, Thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de l'information et de la communication, P16. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00469189/document>.

171. *MERABAT, S.*, (2015). "L'intelligence économique et la valeur compétitive de l'information (étude de cas le secteur de textile et d'habillement Algérien)", Thèse de doctorat en sciences économiques, spécialité Gestion, université Abou bekr belkaid, Tlemcen.

172. *MAGHMOULI, N.*, (2016). "Le rôle de l'intelligence économique dans l'accroissement de la compétitivité internationale des entreprises économiques algériennes (étude de cas Fertial-Annaba)", thèse de doctorat en sciences commerciales, spécialité commerce international, université Mohamed Khider Biskra. Algeria.

R

173. *Ramangalahy, C-F-E.*, (2001), "Capacité d'absorption de l'information, compétitivité et performance des PME exportatrices: une étude empirique", Thèse de doctorat, école des hautes études commerciales, université de Montréal, Canada.

S

174. *SAHEL, F.*, (2015). "Rôle Du Système Intègre De Gestion Des Coûts Dans La Mesure De La Performance De L'entreprise Et La Prise De Décision Cas Pratique: Hôtel Sheraton Club Des Pins", Thèse de Doctorat en Gestion des Organisations, Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, UNIVERSITE M'HAMED BOUGARA-BOUMERDES, Algérie.

V

175. *Vicente, R.*, (2017), "Les facteurs critiques de succès de l'implantation de l'ERM", Thèse présentée à l'École de gestion, comme exigence partielle du doctorat en administration (DBA) offert conjointement par l'Université de Sherbrooke et l'Université du Québec à Trois-Rivières.

Z

176. *ZIAM, S.*, (2010). "Les Déterminants de la capacité d'absorption des connaissances : Le cas des courtiers de connaissances œuvrant dans le domaine de la santé au CANADA", Thèse de doctorat en sciences de l'administration, Département de Management, Faculté des sciences d'administration, Université Laval au Québec, CANADA.

Thèses en langue arabe

177. حمزة رميلي، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الادوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 2، ديسمبر 2014.

بابة وقنوني، اليقظة الإستراتيجية وأهميتها في اتخاذ القرار الترويجي (دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة تسويقية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2016.

178. . أحمد حميدوش، الذكاء الاقتصادي (فهمه وإنشاءه وتأصيله واستعماله)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي
جامعة الجزائر 3، 2014.

179. سنتي سيد احمد، محددات الرضا الوظيفي وعلاقته بكل من الالتزام الوظيفي والنية في ترك العمل دراسة امبريقية لدى عينة من موظفي الادارات العمومية لولاية سعيدة، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص: الطرق الكمية المطبقة في التسيير، جامعة سعيدة، 2017.

180. ماحي كلثومة، أثر جودة الخدمة على ولاء العميل باستخدام المعادلات الهيكلية (دراسة تطبيقية لعينة من البنوك الجزائرية بولاية سعيدة)، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص: الطرق الكمية المطبقة في التسيير، جامعة سعيدة، 2017.

181.

182.

غوتي محمد، أثر ممارسات ادارة الجودة الشاملة على الأداء التنظيمي (دراسة حالة اتصالات الجزائر)، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص: الطرق الكمية للتسيير، جامعة تلمسان، 2018.

• Liens des journaux on line et sites d'internet :

183. <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-innovation-and-knowledge>.
184. <http://www.sciencedirect.com>
185. <http://www.pressacademia.org/journals/rjbm>
186. <https://www.strategie-aims.com>.
187. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01305196v2>
188. <http://www.tandfonline.com/loi/tkmr20>
189. <https://www.researchgate.net/publication/281344002>
190. <http://www.tandfonline.com/loi/ucis20>
191. <http://www.emeraldinsight.com/1741-0398.htm>
192. <http://www.ijcrr.in>
193. <http://www.revue-rms.fr>
194. <https://www.cairn.info/>.
195. <https://www.slideshare.net/jdeyaref/ocdie-influence-et-contreinfluence>
196. <https://www.airepme.org/index.php?action=section&id=253&lang=fr>
197. <https://hal.archives-ouvertes.fr/cel-01767889/document>
198. <https://f.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2413/files/2015/02/mbengue.pdf>.
199. <https://docplayer.fr/88942-Les-differents-modes-de-diffusion-d-un-questionnaire.html>.

Table des Matières

<i>Dédicace</i>	
<i>Remerciements</i>	
Sommaire	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
<i>Introduction Général</i>	
<i>Première Partie : L'intelligence économique : Cadre théorique et conceptuel</i>	12
<i>Introduction</i>	12
<i>Chapitre 1 : L'intelligence économique et les concepts en relation :</i>	13
Introduction	13
1. L'intelligence économique : un concept à définir	14
1.1. Les diverses définitions de l'intelligence économique	15
1.1.1. L'approche Anglo-saxonne	16
1.1.2. L'approche Francophone	18
1.1.3. L'approche Algérienne	21
1.2. La différence entre l'intelligence économique et le business intelligence	24
2. L'intelligence économique et l'environnement externe de l'entreprise	27
2.1. L'intelligence économique et l'environnement micro-économique de l'entreprise	28
2.1.1. L'intensité de la concurrence entre entreprises du secteur	30
2.1.2. La menace des nouveaux entrants	30
2.1.3. La pression des produits ou services de substitution	31
2.1.4. Le pouvoir négociation client et fournisseur	31
2.2. L'intelligence économique et l'environnement macro-économique d'entreprise	32
3. L'intelligence économique et l'environnement interne de l'entreprise	35
3.1. L'intelligence économique un outil de confidentialité et de protection d'information	37
3.1.1. La Sécurité du système informatique	38
3.1.2. La sécurité de l'environnement	39
3.1.3. La Sécurité Ethique	39
3.2. L'intelligence économique un outil d'apprentissage organisationnel	39
3.2.1. Les catégories de connaissances de l'entreprise	40
3.2.2. Le processus d'apprentissage de l'entreprise	42
3.2.3. Les connaissances d'entreprise et l'intelligence économique	43
3.3. L'intelligence économique un outil de prise de décision	45
3.3.1. De quelle décision s'agit-il ?	45
3.3.2. Qui décide ?	47

4. L'intelligence économique un outil de compétitivité et de performance d'entreprise	51
4.1. La relation entre l'intelligence économique et la compétitivité d'entreprise	51
4.2. La relation entre la compétitivité et la performance d'entreprise	54
4.3. La relation entre l'intelligence économique et la performance d'entreprise	56
Conclusion	61
Chapitre2 : Modélisation conceptuel de la recherche	62
Introduction	62
1. Les études préalables	63
2. Discussion et utilité des études précédentes	86
3. Le modèle actuel de la recherche	89
4. Les déterminants de la recherche actuelle	94
4.1. L'intelligence économique	94
4.1.1. la veille stratégique	94
4.1.2. la capacité d'absorption de l'information	96
4.1.3. la sécurité d'information	100
4.1.4. l'influence d'environnement	102
4.1.5. la prise de décision	103
4.2. la compétitivité d'entreprise	105
4.2.1. compétitivité produit	106
4.2.2. compétitivité organisationnelle	106
4.3. la performance d'entreprise	107
Conclusion de chapitre	109
Conclusion de la première partie	110
Deuxième Partie : Cadre empirique de l'étude : méthodologie générale et résultat	111
Introduction	111
Chapitre1 : Méthode et outils de la recherche	112
1. Approche méthodologique	113
2. Stratégie de recherche et d'échantillonnage: enquête par questionnaire	115
2.1. l'élaboration du questionnaire	116
2.1.1. la structure du questionnaire	117
2.1.2. la formulation des questions	118
2.1.3. l'administration du questionnaire	119
2.2. le choix de l'échantillon	122
2.3. la collecte des données	123
3. La stratégie de traitement des données	127
3.1. les méthodes et outils de traitement	127
3.1.1. la méthode descriptive	127
3.1.2. la modélisation par équation structurelle	128
4. le traitement descriptif des données	137
4.1. la location géographique des entreprises	137
4.2. les caractéristiques descriptives de l'échantillon de l'étude	139
4.2.1. les caractéristiques concernant le profil des dirigeants	139

4.2.2. les caractéristiques concernant le profil de l'entreprise	145
4.3. test de fiabilité	150
4.3.1. test de split half	150
4.3.2. test d'alpha de cronbach	151
4.4. le traitement descriptif des échelles de mesure	151
4.4.1. Analyse des réponses sur l'axe de l'intelligence économique	153
4.4.2. Analyse des réponses sur l'axe de la compétitivité	156
4.4.3. Analyse des réponses sur l'axe de performance	157
Conclusion du chapitre	160
Chapitre 2 : Résultat et discussions	161
Introduction	161
1. L'évaluation des modèles de mesure	163
1.1. Factor loadings	164
1.1.2. Test de fiabilité	165
1.1.2. Le test de validité discriminante	168
2. L'évaluation du modèle structurelle	172
2.1. Les coefficients de la trajectoire	172
2.2. La qualité du modèle structurel (GOF)	174
2.2.1. Coefficient de détermination R square (R^2)	174
2.2. 2. Coefficient de taille d'effet (f^2)	175
2.2.3. Test de la validité prédictive (Q^2) :	176
2.2.4 Test de GOF (Goodness of fit index)	177
2.3. Test des relations hypothétiques	178
2.3.1. Les coefficients de la trajectoire des hypothèses de recherche	179
2.3.2. Le test d'effet du médiateur	180
2.3.3. La première étape : l'effet direct	180
2.3.4. La deuxième étape : intervalle de confiance bootstrap	181
3. Discussion des résultats	183
4. L'avis des dirigeants	185
4.1. La première étape : l'importation des données	186
4.2. La deuxième étape : le codage	187
4.3. La troisième étape : Extraire et analyser les résultats	190
4.3.1. L'approche lexicale	190
4.3.2. L'approche linguistique	191
4.3.3. L'approche thématique	195
Conclusion du chapitre	200
Conclusion de la deuxième partie	201
Conclusion Générale	202
Les Annexes	208
Bibliographie	226
Table des Matières	239