

**MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE
ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE MANAGEMENT
ENSM. Pôle Universitaire de KOLÉA**



MEMOIRE DE MASTER

**Présentation en vue de l'obtention d'un Master (professionnel)
en spécialité :**

**« MANAGEMENT STRATEGIQUE ET SYSTEMES
D'INFORMATION »**

**L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE AU SERVICE
DE L'INNOVATION INDUSTRIELLE EN ALGERIE;
ETUDE QUALITATIVE SUR LA PROMOTION DE
L'INNOVATION PAR L'INTELLIGENCE
ECONOMIQUE**

Élaboré par :

**Rabah BOUCETTI
Ahmed MADANI**

Sous la direction:

**Dr. Djamila TOUMI AMARA
Dr. Mustapha BOUROUBI**

Soutenu le devant un jury composé de:

LADJOUZI Soumia

TOUMI AMARA Djamila

CHADER Souad

MCB, ENSM P.U Koléa

MCB, ENSM P.U Koléa

MAA, ENSM P.U Koléa

Président

Encadreur

Examineur

Année universitaire: 2021/2022

Résumé :

Dans le contexte de la mondialisation et de l'économie fondée sur la connaissance, l'entreprise doit être davantage plus intelligente. L'Intelligence Economique (IE) permet le recueil d'information ou de veille afin de minimiser les risques liés à l'incertitude et maximiser les opportunités à saisir. Elle constitue un outil pour assurer la compétitivité et la pérenne de l'entreprise. Dans sa côté, l'innovation considérée comme une fonction principale dans l'entreprise d'aujourd'hui n'échappe pas de cette perspective où l'IE va contribuer en faveur de cette activité. L'entreprise algérienne dans cet écosystème mondiale évolutif est appelée à assurer sa place et renforcer sa position en suivant une approche basée sur l'IE dans sa gestion et dans ses activités d'innovation. C'est dans ce contexte, l'objet de ce mémoire est de comprendre l'articulation intelligence économique-innovation et de positionner l'entreprise algérienne par rapport à cette relation. Pour se faire, nous avons suivi la méthode qualitative dans notre enquête. Nous analysons les contenus des interviews en regroupant et classifiant les réponses selon leurs fréquences. Les hypothèses seront générées à partir de cette analyse. Nous concluons, qu'une démarche d'innovation articulée sur l'IE est la démarche optimale pour promouvoir l'innovation industrielle en Algérie.

Mots clés : Intelligence économique, Innovation, Capacité d'absorption, Entreprise algérienne

Abstract:

In the context of globalization and the knowledge-based economy, the company must be even more intelligent. Economic Intelligence (EI) allows the collection of information or monitoring in order to minimize the risks associated with uncertainty and maximize the opportunities to be seized. It is a tool to ensure the competitiveness and sustainability of the company. In its side, the innovation considered as a main function in the company of today does not escape from this perspective or the EI will contribute in favor of this activity. The Algerian company in this evolving global ecosystem is called upon to ensure its place and strengthen its position by following an approach based on EI in its management and in its innovation activities. It is in this context, the purpose of this dissertation is to understand the link between economic intelligence and innovation and to position the Algerian company in relation to this relationship. To do so, we followed the qualitative method in our survey. We analyze the contents of the interviews by grouping and classifying the answers according to their frequency. Hypotheses will be generated from this analysis. We conclude that an innovation approach based on EI is the optimal approach to promote industrial innovation in Algeria.

Keywords: Economic intelligence, Innovation, Absorption capacity, Algerian enterprise

المخلص:

في سياق العولمة والاقتصاد القائم على المعرفة، يجب أن تكون الشركة أكثر ذكاءً. حيث يسمح الذكاء الاقتصادي (EI) بجمع المعلومات و المراقبة من أجل تقليل المخاطر المرتبطة بعدم اليقين و اغتنام الفرص المتاحة، إنها أداة لضمان القدرة التنافسية والاستدامة للشركة. من جانبه، الابتكار الذي يعتبر وظيفة رئيسية في الشركة العصرية لا يفلت من هذا المنظور، حيث يساهم الذكاء الاقتصادي لصالح هذا النشاط. الشركة الجزائرية في هذا النظام البيئي العالمي المتطور مدعوة لضمان مكانتها وتعزيزها من خلال اتباع نهج قائم على الذكاء الاقتصادي في إدارتها وفي أنشطة الابتكار المتبعة. في هذا السياق، يندرج الغرض من هذه الرسالة، و هو محاولة فهم العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والابتكار من جهة، ووضع الشركة الجزائرية فيما يتعلق بهذه العلاقة من جهة أخرى. للقيام بذلك، اتبعنا الطريقة النوعية في استقصائنا. حيث نقوم بتحليل محتوى المقابلات عن طريق تجميع الإجابات وتصنيفها حسب تواترها. سيتم ووضع الفرضيات انطلاقاً من هذا التحليل. في النهاية، نستنتج أن نهج الابتكار القائم على الذكاء الاقتصادي هو النهج الأمثل لتعزيز الابتكار الصناعي في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، الابتكار، قدرة الاستيعاب، المؤسسة الجزائرية

Remerciements

Avant de vous convier à la présentation de ce travail, l'opportunité nous est donnée de témoigner nos gratitude et nos reconnaissances à toutes les personnes qui par leur aide et leurs encouragements nous ont permis de réaliser ce mémoire.

*En premier lieu, nous tenons à remercier **Dr. Djamila TOUMI AMARA** et **Dr. Mustapha BOUROUBI** pour la confiance qu'ils ont bien voulu nous accorder, pour leur précieuse aide, leurs conseils, ainsi que leur disponibilité.*

*Nos remerciements vont aussi à **Mr Ahmed DAMOU** et tout le personnel du cabinet Veil-Tech, nous leurs sommes reconnaissant pour leurs accueils et aide et leurs recommandations.*

Nos remerciements s'adressent à l'honorable président du jury pour avoir bien voulu accepter d'examiner notre travail.

Que les membres de ce prestigieux et distingué jury, soient assurés de nos gratitude pour nous avoir fait l'honneur d'évaluer notre travail.

Enfin, nos remerciements s'adressent à tous les enseignants qui ont contribué à notre formation.

Ahmed & Rabah

Table des matières

Liste des figures	iii
Liste des acronymes	iv
Introduction générale	1
.1 L'accroche et intérêt du thème	3
.2 Objectifs de la recherche	3
.3 La problématique	3
.4 La méthodologie	4
.5 Le terrain de recherche	4
.6 Annonce du plan	5
I Cadre Théorique et Conceptuel	6
I.1 Introduction	6
I.2 Revue de la littérature	6
I.3 Contexte Organisationnel	10
I.4 Contexte conceptuel et Définitions	10
I.4.1 Contexte globale et dimensions touchées	11
I.4.1.1 La production et le marché, reliées par l'information	11
I.4.1.2 L'avantage concurrentiel durable garanti par l'information et l'innovation permanente	11
I.4.1.3 La notion de la guerre d'information	11
I.4.1.4 La notion de la guerre économique et industrielle	13
I.4.1.5 La notion de la guerre des brevets	14
I.4.1.6 Les enjeux internationaux de l'innovation, la standardisation, et la normalisation	14
I.4.1.7 La norme ISO 56006	15
I.4.2 Les fondamentaux des deux concepts	16
I.4.2.1 Donnée, information, connaissance	16
I.4.2.2 L'information, matière première stratégique	16
I.4.2.3 La gouvernance des données	16
I.4.2.4 L'intelligence économique	17

I.4.2.5	Les étapes de la démarche de veille	19
I.4.2.6	Situation de l'IE en Algérie	21
I.4.2.7	L'Innovation industrielle	24
I.4.2.8	Les brevets	25
I.4.3	L'intelligence économique au service de l'innovation industrielle . .	26
I.4.3.1	L'impact de l'IE sur l'innovation industrielle	26
I.4.3.2	Alimentation par l'information	26
I.4.3.3	Protection de patrimoines	28
I.4.3.4	Le retour des actions d'influence	28
I.5	Conclusion	29
II	Cadre Méthodologique et Contexte de la Recherche	30
II.1	Introduction	30
II.2	Modèle de recherche qualitative	30
II.3	Les étapes de notre recherche qualitative	31
II.4	Analyse de contenu	31
II.5	Collecte de donnée	31
II.5.1	Le brainstorming	32
II.5.2	L'observation	32
II.5.3	Le guide d'entretien, l'échantillon et l'entretien	32
II.5.4	Analyse et synthèse	33
III	Présentation, Analyse et Discussion des Résultats	34
III.1	Introduction	34
III.2	Échantillon de l'étude	34
III.3	Questions avec les réponses	35
III.4	Traitement des résultats	44
III.4.1	Analyse et découpage de contenu	44
III.4.2	Table des fréquences	48
III.5	Les hypothèses	49
III.6	Discussion	50
III.6.1	Le marché d'information :	50
III.6.2	L'intelligence économique :	50
III.6.3	L'innovation industrielle :	51
III.6.4	Une démarche d'innovation basée sur l'intelligence économique . .	51
III.7	Conclusion	52
	Conclusion générale	53
	Bibliographie	55

Table des figures

I.1	Les étapes de la démarche de veille	20
I.2	La différence entre IE et veille stratégique	21

Acronymes

- AAIG** *Association Algérienne de l'Industrie du Gaz*
- AFDIE** *Agence Française pour le Développement de l'Intelligence Economique*
- BI** *Business Intelligence*
- CI** *Competitive Intelligence*
- DGIEEP** *Direction Générale pour l'Intelligence Economique – Etudes et Prospective*
- DVSESI** *Direction de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information*
- ENSM** *Ecole Nationale Supérieure de Management*
- GIE** *Groupe d'intérêts Economique*
- IE** *Intelligence Économique*
- IEMA** *Intelligence Économique et le Knowledge Management*
- INPED** *Institut National de la Productivité et du Développement Industriel*
- ISGP** *Institut Supérieur de Gestion et de Planification*
- MIPI** *Ministère de l'Industrie et de la Promotion des Investissements*
- NT2S** *Network Technology and Security Solutions*
- NTIC** *Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication*
- OCDE** *Organisation de Coopération et de Développement Economique*
- PGS** *Post-Graduation Spécialisée*
- PME** *Petite et Moyenne Entreprise*
- R&D** *Recherche et Développement*
- RH** *Ressource Humaine*
- RSE** *Responsabilité Sociétale des Entreprises*
- TPE** *Très Petite Entreprise*
- TRIZ** *Théorie de la Résolution Inventive de Problèmes*
- UFC** *Université de la Formation Continue*

Introduction générale

Le rôle de l'entreprise est important dans le dynamisme et le développement de l'économie et du bien-être humain. Depuis son apparition, elle a pu jouer plusieurs rôles dans la vie quotidienne de l'humanité. Entre autres, le rôle de l'innovation permet à l'entreprise de maintenir sa pérennité et de garder une longueur d'avance sur la concurrence. Cette fonction devient de plus en plus complexe et exigeante, surtout dans un environnement plus dynamique et en développement, notamment avec l'accélération de la mondialisation des marchés et l'utilisation généralisée des nouvelles technologies de la communication et de l'information. Pour répondre à ces contraintes, l'entreprise est appelée à réagir rapidement et efficacement pour assurer sa position sur le marché et être innovante et plus compétitive.

En fait, l'innovation consiste à mettre un nouveau produit, service ou procédé sur le marché. Dans ce contexte, l'innovation ne peut être que temporaire, et les avantages compétitifs et technologiques de l'entreprise seront bientôt surclassés ou dépassés par des concurrents. Dans un environnement aussi dynamique, il sera plus difficile pour les entreprises d'innover de manière continue et permanente, car la base innovante ne cesse de s'élargir ou de se reconstituer chaque jour avec l'émergence de nouveaux innovateurs (Deblock & Fontan, 2012).

Malgré l'importance accordée à la fonction d'innovation par les grandes firmes, de nombreuses études affirment qu'on ne peut pas programmer l'innovation mais plutôt on peut influencer sa naissance. Cette naissance sera influencé par des investissements en Recherche et Développement (R&D) et même par des échanges dynamiques et souvent conflictuels. En effet, l'entreprise doit avoir des relations et des échanges avec des partenaires pour pouvoir innover. L'innovation implique un système relationnel complexe (Alter, 2002).

En général, on entend par innovation tout changement dans le produit mis sur le marché, ou dans le processus de production ou encore dans le mode d'organisation. Ainsi,

toute entreprise innovante doit mener à la fois des activités internes et externes. Pour mener à bien ces activités, il y a une prise de conscience croissante du souci de contrôler pleinement les informations reçues de l'environnement, qu'elles soient internes ou externes, afin de posséder les données nécessaires et être capable de surveiller, défendre et attaquer. Toute entreprise engagée dans l'innovation doit être consciente des évolutions de son secteur d'activité. Le développement des données scientifiques, technologiques, techniques et économiques est ininterrompu. Il est donc essentiel de pouvoir détecter les signes de changement, de suivre les tendances, d'identifier les éventuelles synergies et de pouvoir les anticiper (Drevon, Maurel, & Dufour, 2018).

Les entreprises tendent à améliorer leurs force motrice. Cette force ne peut être efficace si elle ne contient pas les mécanismes de maîtrise de l'information qui est au cœur de toute prise de décision, où les décisions concernant le processus d'innovation ne font pas l'exception. En effet, se disposer d'un système d'intelligence économique permettra à l'entreprise de mieux contrôler le flux de ses données et de s'assurer qu'il existe un terrain qui favorise l'innovation. Il est clair qu'une veille efficace de l'environnement peut mettre en évidence l'existence de nouveaux besoins qui peuvent faire l'objet d'innovations.

le domaine de l'industrie ne sort pas de cette analyse, où il y a toujours du développement, de nouvelles technologies et de nouveaux produits. Ainsi, les acteurs de l'industrie doivent d'abord effectuer une veille stricte des concurrents, des technologies et des tendances du marché afin d'être compétitifs et d'anticiper l'innovation. Dans un contexte aussi complexe, un système d'intelligence économique efficace est une obligation.

En Algérie, où il y a une quasi-absence d'innovation dans le domaine industriel dans un environnement mondial en constante évolution avec une croissance rapide. Il est temps de se poser des questions et de chercher des causes afin d'aider à guider notre tissu industriel dans son chemin de développement et de maturation de sa compétitivité (MANCER & KHELADI, 2016).

C'est dans cette perspective que s'inscrit ce mémoire, qui consiste à montrer comment l'intelligence économique peut être un outil d'aide à la décision adapté dans le domaine de l'innovation industrielle en Algérie. Il s'agit de comprendre la relation intelligence économique-innovation et la position de l'entreprise algérienne par rapport à cette relation.

.1 L'accroche et intérêt du thème

Le marché algérien a un réel besoin de développer des systèmes d'intelligence économique et d'innovation industrielle. Avec le manque massif d'études et de communication pour mettre en avant leur faisabilité et la nécessité de consolider leurs pratiques et de sensibiliser les acteurs. L'intelligence économique et l'innovation industrielle touchent trois niveaux : le niveau micro au niveau de l'entreprise ; le niveau intermédiaire au niveau régional ; et le niveau macro au niveau national. Cela nous encourage à rejoindre le terrain, nous avons un nouveau défi, échanger avec des acteurs pertinents, interagir avec l'écosystème, le réseautage avec des experts en sciences de l'information en gestion et en recherche et développement nous encourage à aller plus loin dans ce sujet.

.2 Objectifs de la recherche

Comme mentionné précédemment, en Algérie, le système d'intelligence économique est faible et les arguments en faveur de la pratique de l'innovation sont mauvaises. Nous tenterons d'identifier en profondeur les besoins des deux systèmes (Intelligence Economique et Innovation Industrielle) et de traiter de l'articulation entre eux. Afin de trouver les principes directeurs d'un système rentable selon le contexte algérien de l'innovation industrielle basée sur l'intelligence économique. Nous pensons que c'est la bonne approche pour la relance et le développement de l'industrie nationale dans une économie de la connaissance et la société de l'information. Nous essaierons de fournir des recommandations issues de notre enquête sur terrain pour contribuer à construire un bon système d'innovation industrielle basé sur l'intelligence économique.

.3 La problématique

Des démarches pour créer un système d'intelligence économique ont déjà commencé, mais il n'y a pas de feuille de route bien définie pour assurer la synergie des acteurs impliqués dans ce processus. Il n'y a pas non plus de vision claire sur l'approche de promotion de l'innovation et la maturité de ses opérations. Dans le contexte algérien, il n'existe pas, et on ne sait pas comment créer un système d'innovation industrielle basé sur l'intelligence économique. Des questions seront conçues de manière à recueillir des informations à partir des réponses aux entretiens qui peuvent être utilisées pour trouver une solution au problème.

Quel est l'état actuel du système d'Innovation Industrielle et de l'Intelligence Économique (IE) en Algérie ? Quelle est la relation entre les deux ? Et comment l'intelligence économique peut-elle contribuer au développement du système d'innovation industrielle ?

.4 La méthodologie

Toutes les questions soulevées dans cette étude nous orienteront vers des informations primaires avec des types de données qualitatives, et nous poserons des questionnaires aux experts pertinents modulés selon les variables représentatives de ces phénomènes économiques.

Nous choisirons une fascination hétérogène dans les domaines industriels et privilégierons les cadres dirigeants des entreprises, les responsables de la R&D et de l'innovation, les responsables de veille et des systèmes d'information, en particulier l'accent est mis sur les praticiens qui ont beaucoup d'expérience et beaucoup de connaissances dans le domaine.

.5 Le terrain de recherche

Pour comprendre le système d'intelligence économique et d'innovation en Algérie et bien choisir notre échantillon, nous avons choisi le cabinet ***Veil-Tech*** comme un lieu de stage. *Veil-Tech* était chargée des études au service de la DGIEEP au niveau du Ministère de l'industrie algérienne. Le personnel du cabinet vient nous accompagner dans la réalisation de ce travail, ils ont une expérience et une bonne documentation en matière d'intelligence économique, de maîtrise technologique, d'innovation et d'ingénierie industrielle du marché algérien suite à des études qui ont été précédemment réalisées. Le personnel de *Veil-Tech* est un mélange entre des experts locaux et internationaux et travaillent en mode collaboratif.

Nous ciblerons des experts dans des domaines liés à l'intelligence économique et à l'innovation tels que la recherche et le développement, le conseil, etc. Surtout les cadres qui ont plusieurs profils et travaillent dans plusieurs domaines. C'est donc un échantillon hétérogène qui apporte une expertise dans différents domaines. Le questionnaire d'entretien est construit en fonction de la problématique développée et va nous permettre de répondre à nos questions de recherche.

Lorsque nous atteignons la saturation des informations, les réponses s'agrègent et se croisent pour proposer des hypothèses, des conclusions et des recommandations par la suite.

.6 Annonce du plan

Afin de traiter le problème posé, le présent mémoire va comporter trois chapitre et une conclusion :

— **Chapitre 1 : Cadre Théorique et Conceptuel**

dans lequel on va présenter, une revue de la littératures, le contexte organisationnel et les définitions des concepts traités dans ce manuscrit afin de donner une vision globale et positionner le le sujet.

— **Chapitre 2 : Cadre Méthodologique et Contexte de la Recherche**

Dans ce deuxième chapitre la méthodologie de la recherche est présentée ou on va décrire en détaille l'approche utilisée et la façon dont le sujet sera abordé.

— **Chapitre 3 : Présentation, Analyse et Discussion des Résultats**

C'est dans ce chapitre qu'on va présenter et analyser les résultats de notre recherche.

— **Conclusion**

le manuscrit sera clôturé par une conclusion dans laquelle on va résumer les contribution de ce mémoire et présenter les résultats trouvés.

Cadre Théorique et Conceptuel

I.1 Introduction

l'entreprise est nécessaire pour assurer une économie dynamique et le bien-être social. Son rôle est, entre autres, de mettre en œuvre une politique d'innovation permanente pour rester compétitif. Sa tâche devient de plus en plus difficile, notamment avec l'accélération de la mondialisation des marchés et des communications. Ces contraintes forcent des réactions rapides de la part de toute entreprise qui veut être plus innovante et plus compétitive.

Pour étudier l'impacte de l'intelligence économique sur l'innovation, dans ce chapitre on va faire une revue de la littérature, dont on va passer en revue quelques travaux traitant le sujet. Ensuite, le contexte organisationnel de notre travail sera abordé. Dans un dernier point, on va développer le cadre conceptuel de la thématique étudié. Dans ce point, on va essayer de donner les définitions des concepts de sujet.

I.2 Revue de la littérature

Toutes les études faites en Algérie sur les deux thématiques « *Intelligence Économique (IE) et l'innovation* » montre la faiblesse du deux systèmes, l'intelligence Economique et d'innovation nationales ; le manque de pratique de la veille au sein des entreprises ; manque d'une synergie entre les acteurs ; la pratique de l'intelligence économique au niveau macro n'a pas encore atteint les règles de l'art (Moinet, Belkacemi, & Salaouatchi, 2019). La capacité passive d'absorption et d'apprentissage au sein des entreprises algériennes, et l'absence totale de l'innovation utile au bien des engagements en innovation permanente.

Les premiers résultats obtenus dans notre étude montrent que le dispositif juridique et

la structure institutionnelle en matière de recherche et de recherche et développement ne sont pas éloignés de ceux des économies avancées (Amdaoud, 2017).

Il va sans dire que pour intégrer ce modèle culturelle de veille stratégique, une évolution du paradigme macro-culturelle et du paradigme micro-culturelles devrait s'effectuer, les deux étant indissociables (Bendiabellah & Djennas, 2015), en plus un manque de synergie et remarquable, l'intelligence économique favorise le succès d'un processus d'innovation par le développement des réseaux inter firmes pour la production de nouvelles ressources (MANCER & KHELADI, 2016).

Dans (Baaziz, Quoniam, & Reymond, 2014), les auteurs donnent une réflexion sur l'utilité de l'intelligence économique pour servir l'innovation et surtout l'innovation frugale. Selon le contexte Algérien en tant que pays émergent, il y a un besoin d'une ouverture sur l'international et des coopérations avec les pays développés. Ils proposent de servir de l'innovation par le reverse engineering basé et alimenté par l'intelligence économique, et de focaliser sur l'aspect performance et compétitivité.

Les auteurs dans (Bendiabellah & Djennas, 2015) nous donnent une étude qualitative sur les pratiques de veille stratégique, d'intelligence économique et d'innovation industrielle dans un échantillon de 300 entreprises des secteurs hétérogènes de la zone de Tlemcen. Les enquêtes faites par un intermédiaire vont conclure que l'ingénierie stratégique de l'information n'est pas considérée par les dirigeants. Les résultats : un échec dans la démarche d'intelligence économique et les processus d'innovation non matures plus de l'inexistence des innovations technologiques.

BOUROUBI (2014), introduit un corpus théorique pour l'intelligence économique ou il donne les notions, les termes et les concepts de l'intelligence économique, ses enjeux et son contexte. Il présente le développement chronologique de l'intelligence économique à partir de la veille technologique en passant par la veille stratégique. Aussi il déclare que l'intelligence économique s'inscrit dans le paradigme de l'économie de la connaissance ou l'innovation est l'une de ses finalités et se déroule dans l'aire de la guerre économique.

Dans (MANCER & KHELADI, 2016), les auteurs donnent une réflexion sur l'articulation intelligence économique-innovation et sur le positionnement de l'entreprise algérienne par rapport à ce couple. Ils affirment que les méthodes d'intelligence économique et les relations inter-firmes sont mal connues et non implantées. La capacité d'absorption et d'apprentissage de l'entreprise algérienne est passive, manque d'engagement aux nouvelles industries, un manque d'occupation à l'information scientifique et technique. Un besoin

d'implanter des systèmes de veille technologique au sien de l'entreprise algérienne qui ne considère pas la fonction de veille technologique comme une fonction nécessaire à l'apprentissage et au R&D, plus que la R&D est marginalisée par rapport aux fonctions administratives.

Les auteurs de (Djebari & Belkacemi, 2016) ont développé la situation d'intelligence économique en Algérie. Ils développent leurs critique sur les trois volets de l'intelligence économique (veille, protection, influence). La conclusion est que l'environnement algérien n'est pas encore prêt pour la réalisation des systèmes d'intelligence économique et n'offre pas les facilités et l'accompagnement nécessaires pour formaliser et optimiser ses pratiques. Les entreprises algériennes ont mal connu les démarches d'intelligence économique. Enfin, ils mettent la lumière sur le rôle urgent de l'état pour établir une politique publique d'intelligence économique.

Dans son article, Amdaoud (2017) fait l'éclairage sur la notion de système national d'innovation. Son étude se base sur les statistiques et les données des établissements internationales ou il montre que les dispositifs juridiques et les structures institutionnelles de recherche et développement ne sont pas éloignés de ceux des pays avancés. Le problème est que les inducteurs de performance technologique et scientifique en Algérie n'atteindre pas les degrés de rentabilités. Les processus de R&D et innovations ne sont pas encore matures. Il met l'accent sur la divergence entre le système de recherche et développement et le système productif.

Dans (Moinet et al., 2019), une étude qualitative donne une image globale sur l'intelligence économique en Algérie. Les auteurs utilisent pour présenter les résultats la méthode de Color Insight. Ils constatent qu'après 13 ans d'existence officielle de l'IE en Algérie, il y a un manque d'une politique publique d'intelligence économique, manque de synergie publique-privé, l'existence d'un système nationale d'information archaïque et non efficace.

Dans (Ilyes & Ali, 2020), une étude basée sur l'analyse des informations secondaires qui sont les statistiques et les données des établissements internationales plus d'une réflexion sur le système d'innovation nationale et surtout la technologique qui est lié à la R&D. Ils constatent que le système d'innovation nationale souffre d'une multitude de dysfonctionnements et de défaillances ou il y a un manque de performance même avec le système institutionnelle instauré et la présence de volonté politique pour développer la recherche en science et technologie.

L'auteur de l'article (El Haoud, 2011) donne une image clair et bien fixe les notions

d'une démarche d'innovation par l'intelligence économique ou elle constate que l'intégration d'un système d'intelligence économique au sein d'une entreprise permet de découvrir le besoin non exprimé et influencer la décision et la naissance d'innovation et de s'assurer l'existence d'un marché pour la future innovation. L'intelligence économique est un outil d'aide à la décision pour l'innovation. L'IE peut participer au succès de l'innovation via sa capacité d'absorption et d'apprentissage et sa capacité de créer et d'optimiser des réseaux inter-firmes et de co-innovation aux niveaux des territoires et au niveau nationale.

La littérature (Giménez-Figueroa, Martín-Rojas, & García-Morales, 2018) montre l'utilité de l'intelligence économique comme un outil pour la performance de l'entreprise a partir de l'implémentation des systèmes de management de connaissances, d'innovation technologique et l'entrepreneuriat en technologies sous pilotage d'un système d'intelligence économique utilisant des nouveaux outils comme le big data, neural networks, Data mining, l'intelligence artificielle et les NTIC. Ils affirment que combinant l'entrepreneuriat et innovation génère l'entrepreneuriat innovatrice qui se matérialise en l'entrepreneuriat corporelle innovatrice et cela est la clé pour la croissance économique d'une firme ou l'innovation permanente assurée par l'apprentissage permanent.

A partir des articles traités, on a constaté que la relation d'articulation entre l'intelligence économique et l'innovation industrielle est réelle et suffisante pour provoquer le changement et le développement à partir d'accompagner les processus d'innovations, de la provoquer, de la protéger, et de développer ses réseaux. Malheureusement en Algérie, ce n'est pas le cas. Les études montrent qu'il y a un manque de pratiques, de maîtrise, et de performance ou les observateurs ne trouvent pas la solution et ne donne pas des feuilles de routes pour régler ce problème. Les études faites à l'aide de réflexion des auteurs ou les enquêtes restent insuffisantes. Ils nous donnent une image générale sur la situation actuelle, mais toujours il existe un manque des études qualitatives faisables pour décrire le besoin des organisations algériennes en matière d'information, d'intelligence économique et d'innovation. Ces études ne donnent pas pourquoi il n'y a pas un système performant d'intelligence économique et d'innovation industrielle, comment on peut implanter un système d'innovation basée sur l'intelligence économique et comment on va couvrir le besoin des organisations algériennes et les accompagner pour optimiser ses pratiques et deviennent matures.

Même si, il existe des explications théoriques qui touche que des généralités pour ces problèmes, un manque flagrant concernant les études sur terrains de la cohérence entre l'Intelligence Economique et l'Innovation, ce qui rendre ce phénomène très flou. Un

engagement pour déterminer une vision claire pour régler cette problématique et urgente, aussi, il porte à la fois des enjeux lourds et majeurs.

Dans ce travail, on va essayer de rapprocher de cette réalité à partir d'une étude qualitative en enquêtant des expertes chevronnées dans le domaine afin de d'éclaircir la situation d'avantage. On va essayer de monter la relation existante entre l'IE et l'innovation industrielle en Algérie.

I.3 Contexte Organisationnel

L'Algérie se positionne dans un territoire très favorable ; un pays intermédiaire avec un large espace qui peut supporter à la fois des engagements industriels et commerciaux, mais malheureusement la situation de l'économie et de l'industrie algériennes est très faible. Une industrie qui se caractérise par les pratiques traditionnelles et le manque d'information.

Le système d'intelligence Économique algérien n'échappe pas à cette situation. Manque de pratique, une fragilité du système, l'approche défensive, manque de moyen TIC et le manque d'information interne validée se sont les principales caractéristiques.

L'innovation industrielle en Algérie est quasiment absente, il est remarquable qu'il y a un manque des pratiques d'innovation dans tous les domaines ou une mise en place d'innovation industrielle.

Dans un tel contexte, il serait normal de constater le manque des études sur terrain traitant la corrélation entre l'IE et l'innovation en Algérie.

Donc, notre travail essaiera de donner une étude sur terrain, concrète et nouvelle sur ce sujet. Dans lequel, on va essayer de décrire la situation actuelle de l'IE et l'innovation en Algérie, et de montrer les éventuelles relations entre les deux systèmes.

I.4 Contexte conceptuel et Définitions

Dans cette partie, on va essayer de cerner le champ d'études de notre travail par la définition des différents concepts liés à l'intelligence économique et l'innovation.

I.4.1 Contexte globale et dimensions touchées

I.4.1.1 La production et le marché, reliées par l'information

À la fois de la philosophie économique et l'économie politique, existe un dilemme classique qui concerne la création de la valeur, la problématique est : est ce que la production créait la valeur ou bien le marché ?

L'équilibre entre les deux facteurs nécessaires à la création de la valeur et la richesse des nations est l'information. L'information nous donne des réponses suffisantes de comment produire et comment vendre, a quel moment et par quelle intensité on pose des produits sur des marchés spécifiques. L'intelligence développe en temps réel la solution mesurable de cette relation no linière et il nous donne une réponse fiable sur ce dilemme. L'information est une matière première nécessaire à toutes les activités, y compris les activités économiques (Ciriminna, Fidalgo, Delisi, Ilharco, & Pagliaro, 2016).

I.4.1.2 L'avantage concurrentiel durable garanti par l'information et l'innovation permanente

La compétitivité d'une entreprise est sa capacité à vendre de manière durable et rentable ce qu'elle produit. La durabilité dans un contexte et un environnement en changement permanent, ne se fait que par l'adoption d'une dynamique d'évolution permanente aussi. L'information assure la durabilité de vent parce que c'est avec cette information qu'on va bien connaître le dynamisme et les éventuels changements dans le marché. L'information ne peut être utile qu'avec un mécanisme d'intelligence permanent, capable de fournir les informations nécessaires et suffisantes en temps opportun pour connaître le marché.

Les inventions assure la durabilité de production, et puisque nous sommes dans un monde ou tous les acteurs industrielles peut inventer, la durabilité de production ne peut être assurer qu'avec un mécanisme d'innovation permanent ou l'information nous oriente comment bien innover et pour qui et à quelle moment (Kechad & Amina, s. d.).

Donc l'avantage concurrentiel durable est assuré par la forte cohérence et synergie entre les deux mécanismes d'intelligence et d'innovation permanente.

I.4.1.3 La notion de la guerre d'information

Dans un contexte de hyper-connectivité et a l'aire de la digitalisation et du développement des nouveaux technologies de l'information et de la communication, l'humanité génère une quantité énorme et divergente d'informations. La chose qui va rendre difficile

de contrôler et maîtriser l'information stratégique pour les acteurs économique.

L'espace cybernétique connut une surcharge d'information, dont on appelle l'infobiseté. Une surcharge tend toujours vers plus de complexité. C'est dans ce champ de bataille qu'on trouve tous les pratiques de l'influence, de désinformation, d'intoxication, de déception, de l'interdiction et de la propagande pour rendre les adversaires et les concurrents en flou, ou les acteurs économiques utilisent tous les moyens, des plus classiques aux plus sophistiqués, voire aux plus insolites dans ces pratiques.

L'Institut pour les études avancées sur la guerre de l'information française propose la définition suivante : « *La guerre de l'information consiste en l'utilisation offensive et défensive d'informations et de systèmes d'information afin d'exploiter, d'altérer ou de détruire les informations et les systèmes d'information de l'adversaire, tout en protégeant les siens. Des actions de ce type sont destinées à obtenir des avantages sur des adversaires militaires ou commerciaux* ».

L'expression guerre de l'information ou infoguerre, est une combinaison d'actions humaines ou technologiques destinées à l'appropriation, la destruction ou la modification de l'information. Elle se décline en trois logiques, pour, contre et par : maîtrise des canaux de diffusion (c'est la lutte pour le renseignement) et interdiction d'émission (c'est la protection de sa propre information et l'interdiction faite à l'ennemi d'accéder à toute information), manipulation de la connaissance ou la guerre par l'information ; ce troisième aspect devient prédominant il peut permettre de perturber le cycle de décision adverse. Donc l'information devient un élément majeur de l'art de la guerre.

L'organisation et les systèmes d'information et surtout l'intelligence des acteurs économiques ont un enjeu majeur pour fournir des informations pertinentes au bon moment pour la prise de décision, la stratégie, la planification et l'innovation. Un moment d'inattention ou d'une perturbation peut coûter beaucoup et c'était toujours la cause de disparation des grand entreprises selon l'histoire économique ; « *L'habituel défaut de l'homme est de ne pas prévoir l'orage par beau temps* », disait Machiavel.

Donc, le rôle de l'intelligence économique viens primordiale dans cette bataille. Une démarche d'innovation sans vision clair, sans valorisation de centre de gravité de l'organisation par rapport à son environnement, sans capacité de protection et d'une dynamique d'influence peut sortir avec des résultats opposants avec des pertes dans le temps et les ressources.

Par contre, la maîtrise de l'information permet aux acteurs d'exercer des actions

d'influence rentables leurs permet de gagner de la valeur sans l'engagement de grandes ressources. L'influence vous permet de gagner la guerre avant la guerre.

I.4.1.4 La notion de la guerre économique et industrielle

Dans un monde où les barrières sont quasiment ouvertes et les distances deviennent très courtes, où la circulation de flux monétaire et de produits est assurée par les réseaux des chaînes logistiques très complexes marchent avec la notion de l'avantage concurrentielle comparative et le libre-échange et où les intérêts économiques des pays reliés et devient très complexe à cause de dépendances des systèmes économiques au système économique mondiale, l'intensité de la concurrence et les conflits actuels s'élevaient dans un niveau d'une bataille.

Aujourd'hui, la force économique est le support de la force militaire et politique, la guerre est orientée vers la concurrence économique. L'indépendance des pays ne peut être garantie qu'avec la liberté économique et industrielle.

Les entreprises se trouvent dans une situation où ils sont obligés de compatir tous ensemble en harmonie et en cohérence c'est-à-dire tout le tissu industriel doit faire face contre la subversion, la corruption, contre la contrefaçon, la domination par le coût et par les fonds et tous autres types de menaces.

Il est important de noter que la guerre économique n'a jamais pu être présentée comme une « guerre juste » puisqu'elle révélait un processus de conquête territoriale ou commerciale qui visait à soumettre des peuples à une logique de domination fonctionnelle par le biais de l'accès aux ressources, au contrôle des échanges commerciaux et par la domination monétaire et financière exercée sur les pays dépendants ou soumis (Hibbs Jr, 2013).

Le rôle de l'intelligence économique est essentiel dans toutes les pratiques offensives et défensives de tissu industriel. L'IE représente le carburant de la machine de guerre économique, tout simplement, puisque tu ne peux pas compatir seul ou avec des yeux fermés, ou bien sans protection, en plus la dimension d'influence représente une méthode propre et innovante offensive et défensive. Cette dernière inclut dans sa propre démarche le rayonnement à travers l'ADN de pays et des entreprises c'est-à-dire l'identité, la culture, les principes et les valeurs de la nation et des entreprises. Elle inclut l'influence par les brevets, les normes et les standards et sa nécessité un grand travail inventif et juridique à l'échelle nationale et internationale, aussi des pratiques concernant la communication d'influence.

I.4.1.5 La notion de la guerre des brevets

A partir de l'inertie de développement créée par l'économie mondiale, ou les machines économiques des pays innovants ont toujours en course féroce sur l'innovation et l'invention pour le dépôt des brevets. La chose qui va assurer le bon positionnement stratégique sur les marchés mondiaux et gagner premièrement le droit de l'exclusivité de bénéficier d'un tel ou tel produit inventé.

Les brevets englobent plusieurs et différentes valeurs ; le droit à l'usage de l'information dans la compétition économique et la lutte contre la contrefaçon, la protection contre la pénétration et la diffusion des secrets des affaires, garder l'exclusivité de bénéficier à partir des innovations (Xin, 2017).

L'invention ne peut être utile et valorisable qu'avec la protection de l'invention lui-même ou de son utilisation sans licence ou sans autorisation. Parfois le raccourcissement des cycles de vie des produits priorise la protection d'invention par le mettre en secret, surtout quand on ne peut pas contrôler l'utilisation de tel ou tel invention, si le brevet apporte l'identifiant de cet invention, le mettre en secret est le meilleur choix.

I.4.1.6 Les enjeux internationaux de l'innovation, la standardisation, et la normalisation

Un champ d'influence majeur à l'échelle mondiale, conditionne et suffoque la compétitivité de certains pays ou certaines entreprises par les frottements exercés sur ses travaux et ses business puisque l'exigence de certaines conditions sur tel ou tel marché va déterminer en avance l'évolution du marché et les conditions pour l'entrer. Les nouveaux entrants vont se retrouver dans une trajectoire pré-définie et avaient un degré de liberté limitée, bien sûr la priorité est aux acteurs industriels qui modélisent et dimensionnent les normes et les standards selon leurs capacités et leurs inventions protégées, ces consensus ne peuvent être pas changés par des petits entrants venant chacun seul (Caetano, 2017).

Un autre champ consacrant la protection des avantages ou sécurité économique par l'exigence et la promotion des aspects juridiques réglementaires inclut par exemple la Responsabilité Sociétale des Entreprises RSE, les droits de l'Homme dans certains marchés qui peuvent toucher des concurrents et laisser l'espace aux autres.

Donc on peut considérer les consensus de normalisation et standardisation comme des règles de jeu mais ces règles ne sont pas fixées, les acteurs qui avaient la capacité d'invention et des inventions réelles peuvent toujours les modifier selon leurs intérêts. Dans

cette terrain de combat le rôle de l'intelligence économique et observable.

I.4.1.7 La norme ISO 56006

L'information devient la force motrice de toutes les décisions dans l'entreprise, et à l'ère de NTIC et dans notre économie moderne qui est basée sur la connaissance, l'entreprise doit constamment tenir compte de l'évolution des environnements, des technologies ou de la législation. Compiler et traiter toutes ces informations n'a rien d'évident. Les recommandations de la norme NBN ISO 56006 donne un coup de pouce pour mieux gouverner les système de veille stratégique a servir l'innovation , et bien sur la veille c'est la premier composons et le noyons de l'intelligence économique.

ISO56006 outils et méthodes de management de l'intelligence stratégique, il sort de Fin novembre 2021, relativement publié dans le cadre de normes de management de l'innovation il inclut des recommandations, des méthodes, des outilles et des bonnes pratiques pour le management performant des systèmes et des processus de veille stratégique orienté innovation.

Cette norme il n'inclus que des recommandations et ne consiste pas a un processus de certification, elle aide à :

- créer une stratégie de gestion de l'intelligence stratégique pour soutenir l'innovation dans une organisation ;
- établir une gestion de l'intelligence stratégique à l'appui des activités et des initiatives d'innovation au sein du système de gestion de l'innovation et des processus d'innovation associés ;
- appliquer des outils et des méthodes d'intelligence stratégique en appui aux activités d'innovation et initiatives au sein du système de management de l'innovation et des processus d'innovation associés.

ISO56006 comporte les chapitres suivants :

- **Les fondamentaux de l'intelligence stratégique :**
il détermine les objectifs, les besoins, les processus, les résultats, et l'essentielles de ses notions.
- **Le cycle de l'intelligence stratégique :**
il détermine bien d'une manière détaillée comment on prépare, planifier, contrôler et carder le cycle d'intelligence stratégique, ces processus ; la collecte, l'analyse et l'interprétation, la communication, la validation des résultats.

— **La communication au sein des processus :**

il détermine bien les techniques d'élaboration d'une bonne politique de communication et comment fait la construction un plan de communication et inclus dans ca structures des recommandations au top management et les recommandations et les bonnes pratiques de contrôle de la documentation, de la communication et de la distribution.

I.4.2 Les fondamentaux des deux concepts

I.4.2.1 Donnée, information, connaissance

- **Donnée** : élément brute non traité et non mis en contexte ;
- **Information** : ensemble de données interprétées. On distingue trois types d'information : (i) blanche, directement et librement accessible, (ii) grise, accès indirect ou légale, (iii) noire, accès illégale ou l'espionnage.
- **Connaissance** : information assimilée et utilisée pour prendre une décision. Se trouve généralement dans la mémoire des individus. Soit connaissance explicite partagée sous forme de documents réutilisables, ou connaissance tacite possédée par les personnes non formalisée (savoir-faire, expertise, ...).

I.4.2.2 L'information, matière première stratégique

Dans ce cadre de profondes mutations de l'environnement des organisations, l'information devient une matière première stratégique au service de la performance, que doivent bien gérer, en mobilisant toutes leurs ressources. L'information gagne son importance comme une matière première stratégique pour (Guillaume, 2003) :

- **Agir** : être bien renseigné, permet de construire des analyses afin d'obtenir des arguments d'aide à la décision dans le cadre stratégique.
- **Anticiper** : détecter les signaux faibles permet de comprendre les évolutions et changements futurs de l'environnement afin de découvrir les menaces ou opportunités émergentes et ainsi nourrir une réflexion prospective.
- **Réagir** : être bien informé, permet à l'organisation d'être alerté en temps opportun des événements auxquels elle se doit réagir efficacement.

I.4.2.3 La gouvernance des données

Les auteurs dans (Riggins & Klamm, 2017) définissent la gouvernance des données comme une application des politiques pour le personnel technique opérationnel. De cette

façon, il fournit les données aux bonnes personnes quand elles en ont besoin, pour prendre les bonnes décisions.

I.4.2.4 L'intelligence économique

Originellement, les britanniques parlent de *Business Intelligence* (BI), renseignement des affaires. Les américains disent *Competitive Intelligence* (CI), ou renseignement concurrentiel.

C'est en 1994, dans le rapport « *Intelligence économique et stratégie des entreprises* » d'Henri Martre, président de l'agence française de normalisation, qu'a apparu le concept de l' *Intelligence Économique* (IE) (Martre, 1994). Depuis, plusieurs définitions de l'IE existent, chaque auteur annonce sa propre définition vue la multidisciplinarité (académique, économique, ...) du concept (Bernard, 2003).

Dans son rapport, Martre le fondateur de l'IE en France, définit l'IE comme suit : « *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 coût. 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 cycle ininterrompu, générateur d'une vision partagée des objectifs à atteindre.* » (Martre, 1994).

En 2000, Bournois et Romani proposent une autre définition : « *l'intelligence économique est une démarche organisée, au service du management stratégique de l'entreprise, visant à améliorer sa compétitivité par la collecte, le traitement d'informations et la diffusion de connaissances utiles à la maîtrise de son environnement (menaces et opportunités); ce processus d'aide à la décision utilise des outils spécifiques, mobilise les salariés, et s'appuie sur l'animation de réseaux internes et externes.* » (Bournois, Romani, & Pierret, 2000).

De sa part, Alain Juillet donne sa définition de l'IE : « *l'intelligence économique consiste en la maîtrise et la protection de l'information stratégique par tout acteur économique et a pour triple finalité la compétitivité du tissu industriel, la sécurité de l'économie et des entreprises et le renforcement de l'influence de notre pays.* » (Juillet, 2005).

Dans la littérature algérienne, de son côté, BOUROUBI annonce la définition suivante : « *L'intelligence économique est aussi une activité de surveillance de l'environnement dans le but de produire l'information nécessaire pour alimenter les processus d'innovation et de décision. Il s'agit de l'activité de veille stratégique qui regroupe toutes les autres veilles : (technologique, concurrentielle, juridique, sociétale etc. . .), c'est la principale des 3 composantes de l'intelligence économique, les 2 autres étant : la protection de l'information et les activités d'influence et de lobbying.* » (BOUROUBI, 2014).

Belkacemi annonce que l'état est aussi concerné par l'IE : « *L'intelligence économique concerne à la fois les entreprises et à la fois l'Etat et ses institutions.* » (Belkacemi, 2018).

Néanmoins, il existe un large consensus des experts, disant que le premier qui a défini l'intelligence économique fut Harold Wilensky (1976), en montrant l'aspect légale de l'IE et le différencié de l'espionnage économique : « *l'activité de production de connaissances servant les buts économiques et stratégiques d'une organisation, recueillie et produite dans un contexte légal et à partir de sources ouvertes* ».

En analysant les définitions ci-dessus, on peut dire que l'IE repose sur trois axes : la Production légale de l'information, la Protection de l'information, et l'Influence ou le lobbying. Ainsi, ces trois axes principaux de l'IE seront détaillés comme suit :

- **La production de l'information** : ça englobe les activités, en utilisant des moyens légaux de recherche, collecte, traitement, analyse, diffusion, et exploitation de l'information utile aux acteurs économiques. En effet, ce sont les activités de la veille stratégique (scientifique, technologique, concurrentielle, commerciale, . . .), dont l'objectif est de surveiller l'environnement et de repérer les signaux faibles révélateurs de tendances émergentes, en utilisant largement les nouvelles technologies de l'information et l'internet et en ne négligeant pas le facteur humain, les experts et tous sources d'information susceptible d'être pertinente.

- **La protection de l'information** : il s'agit de prendre les dispositions nécessaires pour sécuriser son patrimoine informationnel ;

- **L'influence ou le lobbying** : il s'agit d'agir sur l'environnement, en se basant sur l'information produite, pour l'influencer à son avantage. De son côté, L'Agence Française pour le Développement de l'Intelligence Economique (AFDIE), définit l'influence comme suit : « *Les conditions de la décision sont liées à l'environnement global de l'entreprise ; l'influence consiste à modifier favorablement cet environnement, et éventuellement à changer à son profit les règles du jeu. La définition et la conduite des stratégies d'influence*

permettent à l'entreprise de mieux se positionner sur ses marchés, de bénéficier d'une meilleure image, de profiter de normes favorables, de mieux attirer l'attention sur des produits qui répondent non seulement aux besoins des consommateurs, mais satisfont aussi à des règles environnementales en cours d'élaboration, dans le cadre du développement durable, par exemple».

IE = Veille + Protection du patrimoine + actions d'Influence.

Donc, par rapport à la veille, l'intelligence économique comporte deux autres dimensions supplémentaires. D'une part, la capacité d'influence, c'est-à-dire l'art d'utiliser l'information produite à son avantage. D'autre part, la protection du patrimoine informationnel, c'est-à-dire la capacité de l'entreprise à préserver l'information relative à ses connaissances, à ses savoir-faire, à ses choix stratégiques (Guillaume, 2003).

I.4.2.5 Les étapes de la démarche de veille

Avant de citer les étapes de la veille, Guillaume (2003) insiste sur une phase préalable, la phase de sensibilisation des collaborateurs comme le point de départ de la démarche de veille. Cette sensibilisation contribue à susciter leur adhésion et à les motiver puisque la participation à une démarche de veille doit être fondée sur le volontariat. La démarche de la veille comporte six étapes, sont :

1. L'expression des besoins

Les besoins en information sont exprimés dans le cadre des objectifs stratégiques de l'entreprise. Elles peuvent être définies comme : Quelles sont les préoccupations actuelles ? Les dossiers en cours ? Les difficultés relevant d'un manque d'information ? L'information à chercher est-elle qualitative ou quantitative ? Savons-nous par où commencer ? En même temps, il faut élaborer un plan de recherche et de veille, fixer les délais et les coûts, préciser les destinataires.

2. Le choix des sources d'informations

Après l'expression des besoins, il faut en second, répertorier les sources d'informations et analyser leurs pertinences. Les sources de collectes d'information sont nombreuses et diverses, entre formelles et informelles, internes et externes (bases de données, revues techniques et économiques, médias, manifestations, experts, etc).

3. La recherche et la collecte des informations

Dans cette étape, explorer les sources et collecter les données dans le cadre des plans de la veille. Effectuer un premier tri des informations en fonction de leur pertinence

et de leur validité. Il est incontournable, aussi, d'évaluer la véracité de l'information collectée, d'en extraire une synthèse, en utilisant les outils et les méthodes nécessaires.

4. Le traitement des informations collectées

Exploiter et croiser les informations sélectionnées et validées dans l'étape précédente pour aboutir à une synthèse permettant d'avoir une véritable photographie de la situation à un instant donné. C'est au cours de cette étape qu'on peut percevoir la valeur ajoutée de la démarche de veille. Le résultat sera un état des lieux, opportunités et contraintes relatif au sujet traité, ainsi que des préconisations à l'aide d'une présentation convaincante.

5. La diffusion de l'information synthétisée

Les résultats de la veille sont communiqués aux commanditaires pour compléter leur connaissance du sujet et fonder leurs décisions.

6. La mémorisation du déroulement et des résultats de la veille

Dans cette dernière étape, on rassemble toutes les composantes du projet (documents de travail, éléments collectés, analyses et synthèses) et on les conserve en fonction de la fréquence et du type d'accès. Ces résultats peuvent alimenter un travail ultérieur, puisque La veille suit un processus récurrent (cyclique) qui s'améliore au fur et à mesure de la pratique.

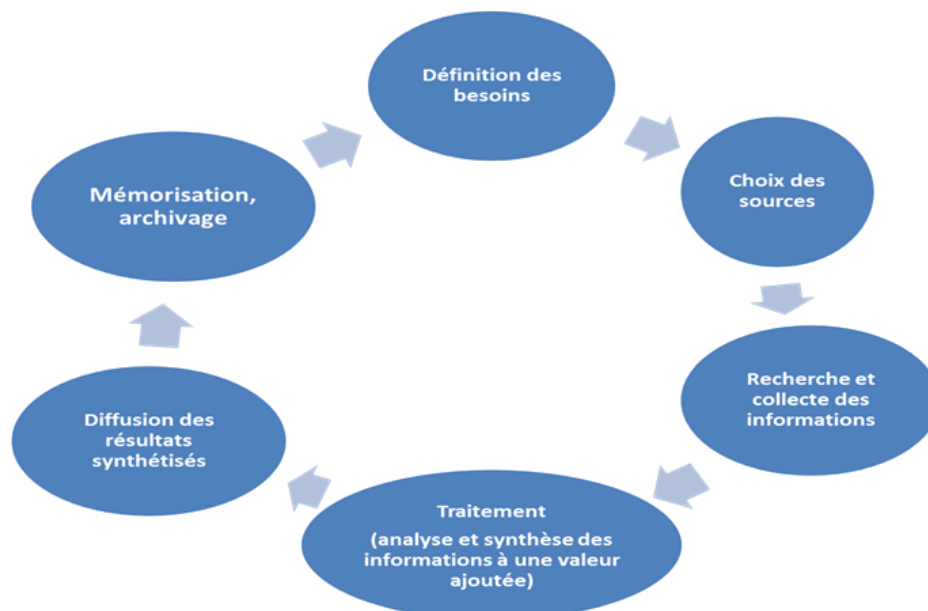


FIGURE I.1 – Les étapes de la démarche de veille (Guillaume, 2003).

Selon Fenni (2020), la veille stratégique est un concept micro-économique (au niveau des entreprises) avec une fonction plus anticipative sur laquelle est greffée la fonction

informative d'une façon plus large et plus sophistiquée. Elle peut aller jusqu'à la mise en évidence d'impacts des événements qui vont survenir sur l'organisation. Tandis que, l'intelligence économique va plus loin dans le traitement de l'information, au-delà de l'identification des impacts à faire des recommandations, des préconisations et même mettre en œuvre des actions. Elle est ainsi plus globale, plus offensive et s'insère davantage dans le processus de décision stratégique que la veille. L'IE est un concept à la fois macro et micro économique lié à la Sécurité et la Défense Nationale, visant à renforcer la compétitivité durable de l'économie nationale. C'est un concept plutôt lié aux Pouvoirs Publics qui s'intéressent à la vision globale au niveau national pour assurer la sécurité économique du pays. (Fenni, 2020).

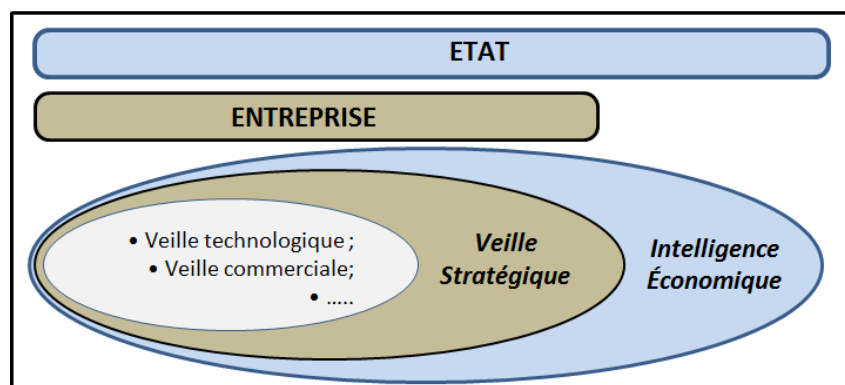


FIGURE I.2 – La différence entre IE et veille stratégique.

I.4.2.6 Situation de l'IE en Algérie

Dans cette section, on va essayer de donner une vue générale sur la réalité de la pratique de l'intelligence économique dans l'Algérie. Ce point est abordé dans plusieurs travaux, entre autre : (Baaziz et al., 2014 ; Bendiabellah & Djennas, 2015 ; Bouroubi & Bouchenak, 2019 ; Fenni, 2020). A l'instar de ces travaux, on va essayer de passer en revue le développement chronologique du concept IE en Algérie depuis son apparition en 2001 jusqu'à aujourd'hui :

- **2001** : Le début de l'IE en Algérie, marqué par l'organisation d'une journée d'études sur la veille stratégique par l'Association Algérienne de l'Industrie du Gaz (AAIG).
- **2005** : NT2S organise le premier colloque international sur l'intelligence économique à Alger, sous le thème « *De la veille stratégique à l'intelligence économique* ».

Entre 2005 et 2011, NT2S Consulting Inc et le cabinet LOGE en partenariat avec le Ministère de l'Industrie et de la Promotion des Investissements (MIPI) et le SKEMA Business School, ont organisé cinq autres éditions du colloque international sur «

l'Intelligence Économique et le Knowledge Management, IEMA».

- **2006** : l'adoption officielle de l'IE par le gouvernement Algérien comme une démarche d'anticipation et de projection dans le futur, fondée sur les liens unissant les réseaux des entreprises et ceux des opérateurs économiques.
- **2007** : Création de la première formation en IE en Algérie, à l'Université de la Formation Continue (UFC) d'Alger, une Post-Graduation Spécialisée (PGS) de niveau Master 2.
Entre 2007 et 2011, VIP Group a organisé cinq (05) évènements sur la dénomination « Les assises de l'intelligence économique ». Ces assises se sont déroulées en Algérie, entre des experts venus en majorité de la France et en l'absence de praticiens algériens.
- **2008** : Création de la Direction Générale pour l'Intelligence Economique – Etudes et Prospective (DGIEEP)/ Ministère de l'Industrie et de la PME/PMI et la Promotion de l'Investissement (*Décret exécutif n° 08/101 du 25/03/2008*). Le rôle de DGIEEP était d'accompagner les entreprises algériennes dans leurs démarches de veille et d'intelligence économique.
- **2010** : Publication d'un manuel de formation en intelligence économique en Algérie par La DGIEEP en collaboration avec le cabinet Veil Tech. Dans lequel, elle apparut la définition de l'IE adoptée en Algérie : « *l'Intelligence Economique (IE) 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.* » (Direction Générale de l'Intelligence Economique, 2010).
- **2011** : En collaboration avec le ministère de l'Industrie, de la PME et de la Promotion de l'investissement, l'Institut Supérieur de Gestion et de Planification (ISGP) a lancé un master en intelligence économique et management stratégique destiné aux Entreprises. Dans la même année, le jury de la première édition du Challenge Francophone VEILLE organisé par le magazine Français « Veille Magazine », a retenu une candidature algérienne, Mohammed Faouzi Boucheloukh, primé pour son « Système de veille, démarche stratégique chez FERTIAL, groupe de production d'ammoniac et de fertilisants (Algérie) ».
- **2012** : L'Ecole Nationale Supérieure de Management (ENSM) propose un Master professionnel sur l'Intelligence Economique avec des experts nationaux et internationaux

(Baaziz et al., 2014).

Toujours en 2012, la mise en place de dispositifs de veille dans onze entreprises publiques algériennes, dans le cadre du programme d'accompagnement pour le développement de l'IE lancé par la DGIEEP.

- **2014-2016** : l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieure (ALGEX) se doter de nouvelles méthodes d'analyse en intelligence économique dans le cadre d'un jumelage avec l'Union Européenne. Dans la même période, une tentative de mettre en place une démarche d'IE par Le Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural.
- **2017** : Organisation d'un séminaire de sensibilisation à la veille stratégique à l'ISGP, dans le cadre d'un jumelage avec l'Union Européenne. Le Ministère de l'Industrie et des Mines a relancé la politique publique d'IE, aussi bien défensive qu'offensive.
- **2018** : Une formation «Veille stratégique et Intelligence économique » déployée à l'Institut National de la Productivité et du Développement Industriel (INPED), au profit de cadres des groupes industriels rattachés au Ministère de l'Industrie et des Mines. En décembre 2018, un colloque sur le thème «L'intelligence compétitive des entreprises et des territoires », est tenu à l'Université Mouloud Maameri de Tizi-Ouzou.

Analyse :

Presque deux décennies passées de son existence officielle, l'IE n'a pas pu émerger et restée timide en Algérie. Depuis 2005, quelques initiatives sporadiques sont lancées, sans stratégie clairement définie pour ce que l'on attend de l'IE comme valeur ajoutée. Cela a contribué à répandre l'incompréhension et la déception quant à la possibilité d'adopter l'intelligence économique. La seule direction d'intelligence économique, la DGIEEP a été créée au sein du ministère de l'industrie ! Au fil du temps, sa raison d'existence et son rôle se sont considérablement amoindris, d'où le changement d'appellation en « Direction de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information (DVSESI) ». (Moinet et al., 2019).

Au dernier colloque organisé à l'Université de Tizi-Ouzou, Les intervenant ont souligné que l'Intelligence Economique Algérienne rencontre encore des difficultés à transcender les concepts, elle reste encore loin de l'action concrète sur le terrain. Ils ont constaté combien le système national d'information et de communication reste fragile et mal alimenté avec des données fiables et à jour. L'environnement algérien n'est pas encore prêt et n'offre ni

la matière première, ni les facilités nécessaires à une activité d'intelligence économique convaincante (Bouroubi & Bouchenak, 2019 ; Djebari & Belkacemi, 2016).

I.4.2.7 L'Innovation industrielle

L'innovation ne concerne pas seulement les pays développés ou les grandes entreprises ou elle ne se limite qu'aux inventions nouvelles et brillantes. L'innovation est une pratique permanente pour couvrir les besoins fondamentaux de l'entreprise et de la nation. Lorsqu'il s'agit de créer de la valeur et de la richesse et d'assurer la pérennité de tissus industriels, l'innovation est essentielle, car le monde est en constante évolution.

Le concept d'innovation repose sur deux éléments clés : le rôle de la connaissance comme base de l'innovation, de la nouveauté et de l'utilité, et la création ou la préservation de la valeur comme objectif supposé de l'innovation. La mise en œuvre exige qu'une innovation soit distinguée d'autres concepts tels que les inventions : en effet, pour être considérée comme une innovation, l'innovation doit être mise en œuvre, c'est-à-dire utilisée ou mise à la disposition de tiers pour leur utilisation (Perrin, 2021 ; Walch & Romon, 2013).

Le terme « innovation » peut désigner à la fois une activité et le résultat de cette activité. Le manuel d'Oslo 2018 de l'OCDE donne des définitions de concepts liés à l'innovation .

La définition générale de l'innovation est la suivante : « *Une innovation désigne un produit ou un processus (ou une combinaison des deux) nouveau ou amélioré qui diffère sensiblement des produits ou processus précédents d'une unité et a été mis à la disposition d'utilisateurs potentiels (produit) ou mis en œuvre par l'unité (processus)* ».

« *Les activités d'innovation désignent l'ensemble des activités de développement, financières et commerciales menées par une entreprise et ayant vocation à déboucher sur une innovation pour ladite entreprise* ».

« *Une innovation de produit désigne l'introduction sur le marché d'un bien ou service nouveau ou amélioré qui diffère sensiblement des biens ou services proposés jusque-là par une entreprise* ».

« *Une innovation de processus d'affaires désigne un processus d'affaires nouveau ou amélioré pour une ou plusieurs fonction(s), qui diffère sensiblement des processus d'affaires antérieurs de l'entreprise et qu'elle a mis en œuvre* ».

Dans notre travail, on va limiter notre vision sur l'innovation industrielle c'est-à-dire les innovations orientés vers industrialisation et surtout qui sont basée sur la Recherche et Développement R&D.

Par rapport aux méthodes d'invention, il y a deux façons pour générer de l'innovation : la première, avec les outils et les techniques créatrices comme TRIZ (en français, Théorie de la Résolution Inventive de Problèmes), le brainstorming, RedTeam et l'imagination créatrice, etc. La deuxième est l'invention par l'intelligence économique, c'est-à-dire surveiller l'environnement et capter les signaux pertinents et détecter les menaces et les opportunités pour l'innovation à travers une analyse du Big Data collectée. Mais dans les deux cas il est nécessaire d'être en veille et en offensive pour réaliser les idées et les inventions dont le rôle d'intelligence économique est toujours primordial.

On peut aussi citer plusieurs types selon le degré d'invention et de la différenciation. L'innovation de rupture, c'est-à-dire la création d'une cause de discontinuités en terme de mode d'utilisation de quelque chose. L'innovation incrémentale ça concerne le développement et l'évolution des produits et des inventions préexistantes. L'innovation radicale qui représente une invention complètement nouveau.

On a aussi des classifications selon les acteurs d'innovation : innovation ouverte dans laquelle tous le monde peut participer et gagner. La co-innovation c'est à dire en collaboration avec des contrats déterminantes en termes de propriétés. Innovation interne qui est une innovation faite seulement par le système de management d'innovation interne.

L'innovation industrielle va se maturer sur quatre étapes : recherche, développement, industrialisation (production), et commercialisation.

L'innovation peut se créer individuellement, mais le mode actuelle au sien des entreprises à l'aire de l'économie de connaissances et la globalisation supporte un système de management des innovations en tant qu'une pratique permanente.

I.4.2.8 Les brevets

La protection des innovations généralement fait par une démarche technico-juridique finalisé par la création d'un acte juridique descripteur de l'exclusivité au bien la répartition des droit d'utilisation.

Chaque entreprise travaille a construire un portefeuille de brevets ou bien un ensemble cohérent d'arme juridique assure la compétitivité et protège ses valeur et ses ressources clés (Candelin-Palmqvist, Sandberg, & Mylly, 2012).

I.4.3 L'intelligence économique au service de l'innovation industrielle

I.4.3.1 L'impact de l'IE sur l'innovation industrielle

Un système d'intelligence économique nationale ou régionale permet au tissu industriel pas seulement de capter et protéger les informations stratégiques serviables pour l'innovation, ou bien de surveiller l'environnement globale, mais aussi de savoir partager les informations avec les collaborateurs, les parties prenantes, et tous l'écosystème. Il permettra aux acteurs industriels de bien acquérir de nouvelles connaissances et d'obtenir des atouts et des valeurs complémentaires selon la notion d'avantage comparatif informationnel, et surtout de se préparer aux exigences de l'évolution de l'environnement et de la concurrence et des savoirs pour se protéger mutuellement.

Généralement une entreprise ne peut pas produire toutes les connaissances ou bien obtenir tous les ressources et les outils clés pour ses innovations et sa business développement. La création d'une structure reliant tous les acteurs économiques et industrielles et mettre cette structure en harmonie afin d'améliorer les échanges et le croisement des connaissances, la chose qui va influencer directement la capacité individuelle et collective de l'innovation industrielle (MOHELLEBI, 2015).

Il est important de noter que l'intelligence économique alimente et protège l'innovation selon deux types de cycles. Premièrement, comme un générateur de connaissances pour l'action dans un cycle long cohérent et dépend de la stratégie de l'entreprise. Deuxièmement, comme un *spoter* et détecteur de menaces et des opportunités dans un mode d'urgence assurant l'agilité de l'entreprise avec son environnement.

Par rapport les entreprises qui fondaient ses stratégies sur les propriétés industrielles et intellectuelles, l'intelligence économique chapote toute la démarche, de la diagnostique des choix à la réalisation et la rétroaction, et mettre les décisions d'innovation en toutes sécurité.

I.4.3.2 Alimentation par l'information

L'intelligence économique alimente l'entreprise par les informations d'une manière permanente. En utilisant la surveillance de l'environnement générale pour intégrer des connaissances, pour développer la capacité à innover et capter toujours les opportunités et les risques liées à l'innovation. La chose qui va permettre une prise de décision de l'innovation à un degré de sécurité le plus élevé possible, on peut avoir leur effet dans

toutes les étapes de processus (Wiredu, 2012) :

- **En amont** : définition et contrôle de centre de gravité de l'entreprise. Auditer le savoir et le savoir-faire de l'entreprise et surtout la capacité d'apprentissage et d'absorption par l'identification des tendances internes, l'existence d'un besoin nouveau dans le marché.

Choix de type, de la méthode et du cycle de vie du fond d'investissement qui est un point sensible. Les projets d'innovation industrielle qui incluent des démarches R&D ont besoin d'un fond d'investissement énorme et parfois oblige des alliances et des collaborations et ça va compliquer la démarche surtout sur la gestion des brevets, les propriétés, les droit et les licences d'utilisation. On ne peut pas toujours aboutir à un résultat fiable, comme il dit Alter « on ne peut programmer l'innovation, mais on peut influencer sa naissance », il parle de l'investissement en recherche et développement. Trouver et étudier la faisabilité des alliances, la méthode de protection, les opportunités d'affaires et les due diligence.

- **En cours** : en recherche et développement, en industrialisation (production), en commercialisation. Toutes les information nécessaires pour le management de la chaîne logistique pour l'approvisionnement, management des services extérieures, management des alliances, management de sécurité et de risques, l'intelligence de marketing.
- **En parallèle** : suivre l'état de l'art technologique et l'environnement pour être agile en terme de management de l'innovation. Partager intelligemment des connaissances avec les collaborateurs de l'écosystème.
- **En aval** : vieille marketing, comportement des parties prenantes (feedback) pour réajustement et rétroaction.

De cette façon, l'intelligence économique intervient dans toutes les étapes de l'innovation pour le servir, il est nécessaire de noter que l'IE ne fait pas seulement la collecte des information, mais aussi analyser et croiser les données et les informations externe et interne selon ses cycle de fonctionnements. L'IE utilise des méthodes et des outils sophistiquées pour donner la valeur ajoutée comme l'analyse du Big Data en utilisant les techniques de l'intelligence artificielle, machine Learning, la cartographie et la visualisation des information et des inducteurs.

I.4.3.3 Protection de patrimoines

Avant de parler de la protection de patrimoines, on va parler d'abord sur la construction des patrimoines et la création des centres des connaissances et de compétence. L'intelligence économique intègre, d'une manière permanente, des connaissances extérieurs à l'entreprise, sa dynamisme d'influence améliore la capacité d'absorption et d'apprentissage de l'entreprise collectivement avec son écosystème à partir des alliances et des collaborations, de cette façon, le centre de gravité de l'entreprise sera renforcé.

Mais comme résultat de cette interaction, le partage des informations et des connaissances, l'entreprise risque d'être exploitée d'une manière illégale ou ses patrimoines va être voler, donc les entreprises en un enjeu majeur concernant la protection de ces patrimoines (Glaeser, 2013).

On peut diviser les patrimoines de l'entreprise en trois catégories. Patrimoine informationnelle concerne les informations produites par l'entreprise et surtout l'information technique et organisationnelle. Patrimoine immatérielle englobe toutes les valeurs morales et organisationnelles. Patrimoine matérielle contient tous les actifs et les produits de l'entreprise :

- **Informationnelles**, par le mettre en secret, l'établissement d'un stockage efficace, organiser la diffusion et limiter l'accès de tous les documents et les supports de savoir-faire, sensibiliser et responsabiliser le personnel, et hiérarchiser l'information.
- **Immatérielles**, savoir-faire, ressources clés, marchés clés, les brevets, la marque, business modèle. Tous ça nécessite une démarche juridique de qualité et une intelligence économique et juridique rentable pour protéger ses valeurs.
- **Matérielles**, les ressources clés, les équipements, comme les machines, les logicielles, les matériaux et les ressources.

I.4.3.4 Le retour des actions d'influence

Les pratiques d'influence et spécialement la communication d'influence augmente la rentabilité d'innovation par mettre en avant l'empreinte d'identité, la culture, et les principes de l'entreprise dans les inventions. De plus, les actions d'influence et les réseaux d'influence contribuent à rendre l'innovation plus acceptable sur le marché qui va avoir un impact majeur sur la co-innovation, collaboration, sur les alliances, les financements des innovations, et aussi sur le marketing d'innovations.

La normalisation et la standardisation qui peut se construire avec l'innovation et avoir

une opportunité d'utiliser comme des armes pour améliorer la compétitivité de l'entreprise et de tout le tissu industriel.

Le lobbying est le support de toutes les pratiques d'influences qui apporte une forte valeur ajoutée pour le tissu industrielle. Une démarche d'influence efficace nécessite une synergie et une structure organisationnelle pour prendre l'innovation comme une source de pérennité concerne tous les acteurs. L'intelligence économique de ce fait, contribue à la création des réseaux inter-firmes.

I.5 Conclusion

A partir des concepts cités dans ce chapitre, on a donné une description sur l'articulation intelligence économique-innovation industrielle, c'est une relation d'engrenage dans laquelle les deux systèmes ont une forte interaction entre eux.

En fait, les cycles de l'intelligence économique alimente et protège tous les éléments des cycles de l'innovation. Il l'utilise comme un soft arme pour renforcer la performance, l'agilité et l'influence de la machine industrielle et rendre les territoires plus compétitifs.

Le premier composant de l'intelligence économique (la veille), alimente la démarche de l'innovation, par les informations qui assure la faisabilité de la construction et d'utilisation de l'invention. Le deuxième composant, la protection des valeurs et les patrimoines maîtrisés ou réalisés pendant la démarche de l'innovation. Finalement, l'influence augmente la valeur et la rentabilité des innovations pour l'entreprise, pour son écosystème et pour tout le tissu industrielle.

Cadre Méthodologique et Contexte de la Recherche

II.1 Introduction

Dans ce chapitre, nous allons présenter le cadre méthodologique choisi pour réaliser cette étude, ainsi que les outils de collecte de données et d'analyse adoptés pour atteindre les objectifs de notre recherche.

II.2 Modèle de recherche qualitative

Dans notre cas, où la thématique étudiée est la possibilité de contribution de l'intelligence économique au développement de l'innovation industrielle. Cette thématique touche trois champs : le marché de l'information, l'intelligence économique et l'innovation industrielle. On a choisi une méthode qualitative, puisque nous jugeons qu'il n'existe pas une quantification des variables mesurables pour ces phénomènes économiques.

La raison pour laquelle nous avons jugé que l'approche qualitative est appropriée dans notre cas est la complexité de notre thème et son importance dans la création de valeur pour les entreprises algériennes. Cette démarche impose une précision de recherche pour avoir l'information de qualité sur le terrain et pour faire des interprétations et collecter un maximum d'informations pertinentes, faisant appel à certain sens de l'observation, une étroite interaction avec les experts afin de diagnostiquer le contexte existant.

Aussi a cause des contraintes des ressources et de temps et la disponibilité géographique, on a préféré ou bien, on était obligé de travailler avec une méthode qualitative qui cherche la réalité à partir de l'information de qualité.

Des questions ouvertes modulées, selon la problématique posée, aux experts de domaine qui sont choisis à partir de ses profils. Nous terminerons lorsqu'on trouve une satisfaction pour nos besoins et il y a une convergence dans les réponses, on appelle ça la saturation.

Une analyse et une interprétation qualitative sont prévues après la collecte des réponses.

II.3 Les étapes de notre recherche qualitative

Après une recherche bibliographique et à partir d'une revue de la littérature en se basant sur notre observation, on a trouvé les points à développer de notre thématique qui sont : marché de l'information, l'intelligence économique et l'innovation industrielle. Suite à cette réflexion, on a pu moduler un guide d'entretien (questionnaire) pour atteindre une résultante faisable à partir des réponses des experts qui seront questionnés.

Une sélection d'acteurs inclus dans la démarche d'intelligence économique qui interagissent avec l'écosystème de l'innovation et les acteurs du marché de l'information, pour avoir une vision globale des secteurs concernés par la problématique dans une approche systématique.

Une collecte de données à partir des interviews passés face à face et à distance, en vidéo conférence ou à partir de questionnaire écrit selon le choix du questionné.

Dans l'interprétation des résultats, on a choisi la méthode d'analyse de contenu où on va croiser les réponses pour trouver la file conductrice commune. Lors de l'étape d'interprétation des résultats, on prend en considération nos observations et nos remarques qui seront générées au fur et à mesure par le brainstorming.

II.4 Analyse de contenu

Mettons les réponses en blocs structurés par question et croisons les réponses en générant le sens commun des réponses pour aboutir à une idée principale et générale qui prend toutes les visions et les jugements des experts en considération. Bien sûr, nous construisons la réponse en ajoutant notre observation et nos remarques qui sont générées par le brainstorming.

II.5 Collecte de donnée

Concernant la collecte de données dans notre étude, nous avons utilisé les méthodes et les outils nécessaires tel que : la recherche documentaire, l'observation participante et le

brainstorming exploratoire ainsi que les interviews.

II.5.1 Le brainstorming

Le brainstorming est une outille de production d'information pour générer un grand nombre des nouveaux idées sur une thématique, dans une réunion de brainstorming chacun émettant sa vision spontanément et toutes les idées sont notées sans apporter aucun jugement, ou il est utilisé pour et de résolution de problèmes, reconnu dans le management stratégique et l'intelligence économique.

Pendant notre étude, nous avons organisé plusieurs réunions et séances de brainstorming entre nous afin de générer un sens pour les informations collectées selon le contexte algérien, et selon la situation et les besoins des nos entreprises.

II.5.2 L'observation

On ne peut pas négliger une synergie générée entre les idées a partir d'écoutes continu de plusieurs experts sur notre thématique, cherchons dans les documentations, les guides et bonne pratiques, et écoutons d'un nombre suffisante des experts va nous nous permit d'orienter les informations collectées vers un sens observable, jugé a partir de notre démarche théorique au début de travail.

II.5.3 Le guide d'entretien, l'échantillon et l'entretien

À partir de la revue de littérature, on a constaté que les champs d'étude sont trois ; le marché et le besoin des informations, les pratiques d'intelligence économique et les pratiques d'innovation industrielle. Suite à ça, on a divisé le guide d'entretien en trois parties, chaque partie reliait à un des trois champs d'étude.

Concernant le marché de l'information et les besoins en information ; on a posé des questions pour avoir d'attractivité de marché, les causes de faiblesse de marché et comment les acteurs peuvent améliorer le développement de ce marché.

Pour l'intelligence économique ; on a essayé de voir le degré de maîtrise des data et pratique informelles et l'exercice de l'influence et lobbying au sein de l'entreprise algérien.

Aussi pour l'innovation ; on touche la cote psychologique organisationnelle des entreprises (ouverture d'esprit, capitalisation d'expertise, apprentissage, absorption..Etc.)

En fin on met l'image sur la solution qui doit être implantées pour avoir un système national d'innovation industriel basée sur l'intelligence canonique, et pour renforcer la

maîtrise des DATA et l'articulation entre eux.

Dans tous ses champs d'étude, on ne néglige pas la transversalité nécessaire pour la démarche et les acteurs de l'écosystème qui doit être impliquées. (think tank, GIE, associations professionnelles, Etc.).

Dans l'étape de l'échantillonnage on a choisi de prendre un échantillon hétérogène, ou les acteurs choisis viennent de différents domaines (finance, R&D, Assurance, conseil, académique, IT, autorité publique, service spéciaux) pour représenter toutes les acteurs inclus dans la démarche et toucher tous les éléments de l'écosystème, les personnes choisies sont les personnes qui ont un poids au niveau national dans son domaine.

II.5.4 Analyse et synthèse

Comme été planifié, l'analyse s'articule sur le croisement des réponses et de donner le sens aux informations analysées et générer les réponses communes qui représentent la réalité transversale dans une approche systémique, utilisons le brainstorming pour déchiffrer les informations reçues dans les entretiens, et nous reviens toujours aux travaux théoriques et les documents des bonnes pratiques pour comparer la situation actuelle de l'intelligence économique et d'innovation industrielle en Algérie par rapport à un modèle idéal qui doit être instauré.

En fin on donne des recommandations selon les résultats obtenus et selon notre observation, en essayant de sensibiliser les chercheurs de s'engager plus dans cette thématique et provoquer les acteurs de prendre cette démarche en considération.

Présentation, Analyse et Discussion des Résultats

III.1 Introduction

Afin de cerner la relation existante entre l'innovation industrielle nationale et la pratique d'une intelligence économique structurée. On a fait une enquête sur terrain, dans laquelle on a ciblé les principaux acteurs et experts du domaine de la recherche et le domaine informationnel dans le marché algérien (secteur d'Alger). Pour cela, on a dressé soigneusement un questionnaire où on a essayé de cerner le sujet de notre étude sur toutes ses dimensions. L'entretien avec les experts, nous a permis de sortir avec une vue réaliste de la situation de l'intelligence économique et l'innovation industrielle en Algérie. Une analyse générale avec croisement des avis, nous a permis aussi, de synthétiser les éventuelles solutions pour, premièrement, développer les deux systèmes (IE et Innovation) dans le marché algérien, et en second, induire le rapport entre les deux systèmes.

III.2 Échantillon de l'étude

Nous avons mené notre enquête à travers un questionnaire dans lequel on a ciblé un ensemble des acteurs du terrain algérien du domaine de gestion de l'information et l'innovation. Les experts questionnés sont :

(A) Responsable de stratégie et de marketing au cabinet de conseil international et l'une du Big Four installé en Algérie.

(B) Directeur de planification et de veille stratégique au sein d'une société d'assurance qui couvre toutes le territoire nationale.

(C) Organisation Manager au sien d'une autorité de régulation d'un secteur technologique et financière Algerien.

(D) Expert internationale en systèmes de veille stratégique, Directeur Méthodes et Systèmes Informatiques au sien d'une entreprise industriel

(E) Expert en management des projets R&D, Directeur générale d'un GIE

(F) consultant formateur en intelligence économique et ex-cadre au établissement publique chargé d'IE.

III.3 Questions avec les réponses

1. *Que pensez-vous du besoin à couvrir par le marché privé d'information ?*

- (A) Il existe énormément et généralement non exprimé, les acteurs souffrent et même les acteurs publiques, manque de l'information industriel, les informations de marchés BtoB, indicateurs publiques, les réseaux de distribution, croissance de marché, les fabricantes, data actualiser.
- (B) Il y a un très grand besoin, mais non exprimé. Les acteurs ne trouvent pas une satisfaction ni dans le publique ni dans le privé, manque d'information datée, les informations géographique et socio-économique.
- (C) Absolument ça manque beaucoup, il existe un grand besoin pour un marché privé d'information même pour les acteurs publiques, reste aussi la régulation du marché par le pouvoir publique.
- (D) L'information notamment d'anticipation est stratégique pour la prise des bonnes décisions, c'est-à-dire qu'elle concerne le devenir d'une entreprise. L'information permet d'éviter les menaces à temps et d'exploiter les opportunités en temps pertinent.
- (E) Absolument, il y a un vrai besoin pour un marché privé d'information et selon les types des organisations les types d'information et les types des services va être déferlantes, et nous avons constaté les effets négatives de manques des informations sur les entreprises.
- (F) il existe le besoin en information, mais il y a pas de marché d'information en Algérie pour couvrir ce besoin.

2. *Pour quoi le marché privé de l'information est faible en Algérie ?*

- (A) Manque de réglementation concernant la collecte et la production d'informations. Manque de data et des statistiques à jour, les acteurs ne maîtrisent pas la gestion de l'information, désengagement du marchés internationales, manque de l'information industriel, le marché informel ou parallèle, manque de la production ou bien l'offre, faiblesse dans le cyber-sécurité , manque de confiance, manque des méthodes, accès difficile, opacité.
- (B) Surcharge de lois, manque des textes applicatifs, désengagement du marchés internationales, gap de temps, fiabilité faible, source non qualifiées.
- (C) Il y a des difficultés avec le manque des textes applicatives en tant qu'il existe les lois. Un désengagement du marché international et donc les entreprises algériennes sont actuellement loin d'assurer une concurrence à l'international. Le marché privé de l'information, lui aussi, est loin de fournir une base de données sur ce qui se passe, plus la déconnexion des acteurs de marché d'information et le marché informel qui dérégule le marché d'information.
- (D) Parce qu'il y a une véritable absence de culture de l'information, notamment l'information stratégique (pas de demande et pas de besoin exprimé), aussi elle coûte cher et l'état n'a pas de politique d'aide aux PME pour son développement.
- (E) l'information en Algérie circule de manière détournée, en plus les acteurs cherchent des choses gratuites et ils demandent des études gratuites, ce qui est anormal. En plus du manque énorme des données et des statistiques, un marché informel arnaque le marché structuré.

3. *Que pensez-vous sur les études économiques réalisées par le secteur privé en Algérie ? En terme de maîtrise, efficacité, facilité ?*

- (A) Ils sont efficaces et maîtrisée en BtoC et non maîtrisée en BtoB, problème de marché informel.
- (B) A l'échelle macro, oui efficace et maîtrisée. Par contre à l'échelle micro non efficace, en plus c'est difficile.
- (C) Très difficile, en présence d'un fort marché informel. Avec un input faible les résultats toujours ne sont pas fiables avec très difficultés d'accès à l'information nécessaires, mais reste fiable a un certain niveau quand les données sont disponibles et intègres.
- (D) Ces études restent rares, peu efficaces et non bien exploitées et elles ont besoin de beaucoup d'amélioration.

- (E) C'est difficile surtout avec le manque des données et la présence du marché informel.
- (F) Les études ne sont pas maîtrisées, mais les acteurs peuvent faire mieux.

4. *Comment les producteurs d'information algériens peuvent couvrir les besoins des organisations et les aider à créer des systèmes internes de production d'information ? de veille et d'IE ?*

- (A) Déterminer le besoin non exprimé, sensibiliser, acquise des talents, propose des solutions, par exemple une banque de données accessible.
- (B) Beaucoup plus c'est le rôle de l'état, les acteurs privés peuvent donner des services de technico-conseil, banques des données disponibles avec rapport de qualité/prix acceptable, ils peuvent aussi contribuer au l'amélioration des démarches et aider les acteurs publiques.
- (C) C'est faisable de promouvoir l'offre, mais c'est difficile dans l'environnement actuel ou l'écosystème économique n'est pas fortement transparent. Il faut tout d'abord être connecté avec le terrain. Assurer des informations et des études de qualité conservant l'intégrité des informations sur une démarche fiable et transparente.
- (D) Il faut sensibiliser davantage sur ce que l'on peut gagner de l'exploitation de l'information dans les prises de décision, constituer des groupements (associations, Think-Tank, ...) pour créer les marchés de l'information et aussi il faut chercher les investissements et les financements.

Ces cabinets doivent sensibiliser davantage les entreprises et les organismes sur les retombées de ces systèmes. Ils doivent aussi chercher des financements de l'état ou des chambres de commerce et d'industrie comme ce qui était fait pour la généralisation de l'ISO9000 et l'ISO14000 dont l'appropriation par les PME a été généralisée grâce au support et le financement de l'état.

- (E) S'ils donnent des informations et des services pertinents et disponibles que les clients n'arrivent pas à les faire seuls, le conseil en Algérie reste difficile.

5. *Que pensez-vous sur les méthodes informelles en Algérie ?*

- (A) Il existe toujours, il est à base des réseaux sociaux (de veille et d'influence en même temps).
- (B) L'informel est dominant, dans certaines secteur, il est efficace.

- (D) En général, au Maghreb et en Afrique, nous avons surtout une culture d'information orale et informelle. On est obligé d'exploiter ces méthodes malgré leurs lacunes et bien sûr cela ne doit pas durer pour laisser la place à la modernisation des méthodes.
- (E) Le réseau est le dominant et n'est pas l'analyse d'information ou bien la collecte et généralement va causer des corruptions.
- (F) L'intelligence économique informelle existe toujours et existe bien et avec le génie créateur du peuple. Si elle va formaliser et régler le problème fiscale et créer la justice fiscale va être très puissante.

6. *Que pensez-vous sur la maîtrise de DATA et des processus informationnels par les organisations algériennes ?*

- (A) Manque de maîtrise. Management et organisation ne s'articule pas sur la maîtrise de l'information stratégique et ne favorise pas la circulation et la communication de l'information, manque des entreprises spécialisées.
- (B) Absence de volonté, problème culturelle et manque de maîtrise. Management et organisation ne s'articule pas sur la maîtrise de l'information stratégique et ne favorise pas la circulation et la communication de l'information.
- (C) Il y a un manque de maîtrise.
- (D) Certains ministères et certaines grandes entreprises possèdent et exploitent des processus efficaces avec des data actualisées mais ils restent rares. Pour les PME et les TPE ces systèmes sont presque inexistantes avec des lacunes dans les systèmes d'anticipation et de planification ce qui fait que le nombre des PME et TPE qui déclarent faillite est très important annuellement.
- (E) Elles doivent produire, elles génèrent plutôt des données mais elles communiquent pas dessus.
- (F) Un manque majeur malgré qu'on a un potentiel énorme en matière des ressources humaines en informatique et science d'information, donc la culture de la data reste encore à développer.

7. *Que pensez-vous de la pratique de lobbying et l'influence au sein des organisations algériennes ?*

- (A) Il existe toujours et généralement en informel et au sens négative, à cause de climat algérien des affaires.
- (B) Il existe toujours dans l'informel beaucoup plus.

- (D) Les organisations pratiquent l'influence d'une façon très limitée à travers le sponsoring, le mécénat, les journées d'études, ... mais le lobbying est très rare en Algérie.
 - (E) il existe d'une manière formelle structurée et d'une manière informelle mais le problème de communication d'information toujours présent.
 - (E) il existe d'une manière formelle structurée et d'une manière informelle mais le problème de communication d'information toujours présent.
 - (F) Il n'y a pas de réglementation algérienne en matière de lobbying et doit être réglementer pour nous ne tombons pas à la corruption en plus il y a des activités sauvage.
8. *Que pensez-vous personnellement de l'existence d'ouverture d'esprit sur l'innovation en Algérie et la compréhension des organisations algériennes de ses notions ? Son utilité et ses avantages ?*
- (A) De plus en plus, mais les notions reste mal comprises et c'est la même chose pour l'IE.
 - (B) Il existe fortement, les acteurs comprennent ses notions mais un grand problème de mise en œuvre.
 - (D) L'innovation nécessite des dispositifs de recherches fondamentale ou appliquée afin de rester dans le marché, développer ses parts de marchés ou bien accéder à de nouveaux marchés. Les universitaires font de la recherche mais les résultats ne sont pas valorisés et ne sont pas exploités par les chaines de production et ceci a pour cause la faiblesse du partenariat université-entreprise et le manque de financement. Ces deux causes n'ont pas favorisé l'émergence d'une véritable culture de l'innovation en Algérie.
 - (E) Esprit très faible puisque l'écosystème ne supporte pas l'innovation, donc il représente un choix difficile pour les entités.
 - (F) Il existe une ouverture, un potentiel, une ressources humaines mais le porteur n'est pas encouragé.
9. *Que pensez-vous de l'investissement des organisations dans l'innovation ? Ses ressources humaines ? De la capitalisation des organisations de ses capacités d'innovation, d'absorption et d'apprentissage ?*
- (A) Ils ne pratiquent pas l'innovation, donc ils ne fait pas ça, très peu d'investissement sur RH.

- (B) Peu d'investissement, capitalisation inexcitable, il existe de l'investissement sur RH.
 - (D) Le potentiel d'innovation existe mais il n'y a pas une politique ou bien une stratégie efficace pour la capitalisation de l'innovation malheureusement.
Il y a un investissement modeste dans l'innovation au sein des universités mais il est insuffisant et c'est le même cas dans les grandes entreprises étatiques ou privées.
 - (E) Les ressources humaines oui, mais capitaliser la capacité et les investissements en l'innovation très lourd et risqué en Algérie et les entreprise généralement ne le favorise pas.
 - (F) parmi les grands obstacles de l'innovation en Algérie est le financement.
10. *Que pensez-vous sur la rentabilité d'innovation en Algérie ? Son utilisation comme un outil de compétitivité ?*
- (A) N'est pas encore rentable, c'est pour ça le système est fragile.
 - (B) Très risquée et n'est pas rentable encore au marché nationale, même à court terme c'est difficile.
 - (D) Qui dit innovation, dit nouveau produit ou nouveau service avec un coût moins cher donc rentable ce qui le rend très compétitif. Sa commercialisation en Algérie va diminuer son importation avec paiement en devise te aussi ceci permet de couvrir un marché avec de nouveaux emplois.
 - (E) Les charges de l'innovation va être supporté par l'acteur qui est engagé en l'innovation et encore n'est pas sûr qu'il peut arriver au marché et puisque l'écosystème et les établissements publique ne supportent pas et ne financent pas les projets, les projets d'innovation industriel restent non rentables et risquées.
11. *Que pensez-vous sur les pratiques l'innovation dans l'organisation algériennes ? En relation inter-firmes, et en co-innovation ? et comment les GIE peuvent être un support pour lui ?*
- (A) Faible, les GIE peuvent supporter les démarches d'innovation avec très grand potentiel. Seulement ils doivent être impliqués, et la coopération reste très compliquée avec inexistence d'un cadre ou bien d'une plateforme d'échange.
 - (B) La co-innovation est très utile pour notre contexte, il existe des pratiques matures d'innovation commerciale, mais la co-innovation industriel est très faible, théoriquement elles peuvent faire des bonnes choses.

- (D) Les pratiques de l'innovation dans les organisations en Algérie sont à un stade embryonnaire et on espère qu'il y aura une politique pour les faire évoluer.
 - (E) les entreprises vont s'encourager si elles se regroupent. Ils peuvent avoir des démarches d'open innovation et de co-innovation ou bien ils trouvent des financements et des accompagnements aux organismes internationaux.
 - (F) Pas d'existence.
12. *Que pensez-vous sur l'enveniment et la politique public économique et industriel de l'innovation ?*
- (A) ça commence la promotion de l'innovation mais le système reste fragile.
 - (B) L'état fait la promotion mais la politique publique économique et le climat des affaires ne encourage pas l'innovation.
 - (D) Dans certains secteurs tels que la production des médicaments, il y a des stratégies de l'innovation dans certaines grandes entreprises mais il n'y a pas une véritable politique publique d'innovation.
 - (E) En absence d'un écosystème et des établissements étatiques chargées de supporter et financer les projets d'innovations en peut dire que la politique publique n'est pas claire ou bien n'est pas bien établi.
 - (F) Malheureusement, l'écosystème n'encourage pas l'innovation.
13. *Comment peut-on renforcer le système d'innovation national et promouvoir de l'innovation industriel en Algérie et aux marché international ?*
- (A) La volonté publique, un neveu mind-cet, acquise des talents, subvention des coûts, création des espaces d'innovation, il peut s'améliorer à court terme, mais l'international reste loin.
 - (B) Il peut se renforcer rapidement avec l'engagement en économie de la connaissance. Formation adapté et valorisation des bonnes pratiques.
 - (D) Comme nous n'avons pas d'expérience dans ce domaine, la meilleure façon pour aller vite est de créer des partenariats avec des organismes étrangers spécialistes dans ce domaine.
- Dans les marchés internationaux, l'innovation existe à travers des politiques et des stratégies efficaces à long terme adoptées par les états, les multinationales et les organismes de renommée.
- En Algérie, il faut adopter tout d'abord une politique nationale avec le budget qu'il faut et qui sera respecté par les universitaires et les industrielles.

- (E) Créer la compétition et engager aux marché internationale, trouver des financements et rendre l'administration au service des entreprises.
 - (F) Régler la question de modèle économique et de développement économique.
14. *Que pensez-vous sur l'information produit par les parties prenantes d'IE et d'innovation industrielle « agence d'appui au développement, groups d'intérêt économique, Les think tank, associations professionnelle » ?*
- (A) Ils peuvent faire la promotion et être un support pour lui et ses acteurs doit être impliqué toujours dans les deux démarches.
 - (B) Ils produisent mais pas encore mature, avec un manque d'un cadre d'échange et par rapport ses moyens et ressources, c'est acceptable.
 - (D) Ces organismes commencent à produire de l'information notamment d'anticipation et il faut du temps, des moyens et un travail régulier pour arriver à un niveau acceptable.
 - (E) Avec ce manque des entrées et ses méthodes un peu archaïque mais ça commence de générer une valeur ajoutée et la culture d'information reste à développer.
 - (F) Reste fragile, mais ils font de bonnes démarches.
15. *Comment les acteurs privé en marché d'information et d'IE peuvent accompagner les entreprises dans ses démarches d'innovation ?*
- (A) Il sera s'ils donnent des informations de qualité et fournir des études de haute valeur ajoutée, et cette démarche reste inexcitable.
 - (B) Les acteurs internationaux font ça, les nationaux doivent capitaliser l'expérience et l'expertises des pratiques et des méthodes.
 - (D) Eh bien, tout d'abord en améliorant leurs méthodes de stockage, traitement et diffusion de ces informations, en recrutant les compétences et les talents de ce métier et en créant des partenariats pour profiter de l'expérience et des moyens notamment des organismes internationaux opérant dans ce domaine.
 - (E) Comme j'ai dit, si ils vont donner des services et des informations de valeur.
 - (F) Il faut le construire tous d'abord.
16. *Comment l'IE peut aider l'innovation industrielle en Algérie ? Ou bien c'est quoi le manque pour avoir un système d'innovation basé sur l'intelligence économique ?*

- (A) Former des talents en management d'innovation et en IE, coopérations internationales, échange d'expertises.
- (B) Une orientation vers une économie basée sur la connaissance avec un système pédagogique adapté, plus d'une ouverture à l'international va générer automatiquement une démarche et un système d'innovation basée sur l'IE.
- (D) L'entreprise est essentielle pour assurer le dynamisme de l'économie et le bien-être social. Son rôle consiste, entre autres, à mettre en place une politique d'innovation permanente pour rester compétitive. Son management est devenu de plus en plus difficile notamment à cause de l'accélération de la globalisation des marchés et de la communication. Ces contraintes imposent des réactions rapides de la part de ses dirigeants souhaitant être plus innovants et être plus compétitives. La nécessité absolue d'innover a induit une prise de conscience croissante de l'intérêt de maîtriser parfaitement les informations concernant l'industrie et les services pour surveiller, se défendre et attaquer. Ainsi l'objectif principal est d'être au courant des évolutions dans le secteur d'activité de l'entreprise. Les données scientifiques, techniques, technologiques, technico-économiques, évoluent sans cesse. Il faut donc en surveiller les tendances, déceler les indices de changement, identifier les synergies possibles, anticiper, être toujours prêt à innover, en d'autres termes s'assurer que l'entreprise dispose des capacités de s'introduire dans les marchés.
- (E) C'est une obligation pour aller vers l'innovation et la compétition, il y a un manque d'une culture d'information au sien des acteurs économiques.
- (F) Tous les problèmes d'innovation reliés à la question de développement économique, il faut régler ça. Il faut savoir ce qu'on veut pour renforcer et avoir un système d'innovation basé sur l'intelligence économique, et construire un système économique normal, puisque on a pas une économie normale.

Il n'existe pas un cadre juridique et un code d'activités pour l'intelligence économique, il n'existe pas des cabinets d'ingénierie en intelligence économique. C'est une démarche qui reste à découvrir.

Il n'y a aucune activité formelle d'intelligence économique conscient au sien des entreprises algériennes publiques et privés. L'intelligence économique reste une activité à découvrir.

Il n'existe pas l'intelligence économique formelle dans les entreprises algériennes publiques ou privés, mais il existe des cadres conscients et des démarches

primaires pour développer ce phénomène mais reste très difficile.

Une philosophie d'IE défensive nous n'arrange pas puisque on a besoin de beaucoup de choses de l'extérieure et nous doit rattraper le retard.

Il n'y a pas de marché, le marché qui sanctionne les entreprises, et c'est ça le manque. L'absence du marché nous donne un style de management archaïque et détourné.

III.4 Traitement des résultats

III.4.1 Analyse et découpage de contenu

Pour mieux analyser les résultats issus de ces entretiens, nous avons opté pour un découpage manuelle des réponses des experts. L'unité est déterminée par les phrases ou les paragraphes qui parlent de la même idée (la même variable). les résultats de ce découpage sont résumés dans le tableau suivant.

	A	B	C	D	E	F
1. besoin de marché privé d'information	énorme, non exprimé	grand besoin, non exprimé	grand besoin, reste la régulation du marché	Besoin a l'information d'anticipation	vrai besoin	il existe, mais il n'y a pas de marché
2. faiblesse du marché privé de l'information	Manque de réglementation et de maîtrise	Manque des textes applicatifs, désengagement des marchés internationaux, fiabilité faible	Manque des textes applicatifs, désengagement du marché international, le marché informel	absence de culture de l'information	l'information / en Algérie circule de manière détournée, un marché informel arnaque le marché structuré	
3. les études économiques réalisées par le secteur privé	efficaces en BtoC et non en BtoB, problème de marché informel	macro efficace, micro non	/	peu efficace	difficile, manque des données, marché informel	non maîtrisées

	A	B	C	D	E	F
4. les producteurs d'information algériens	Déterminer le besoin non exprimé, sensibiliser, acquise des talents, propose des solutions	donner des services de technico-conseil	promouvoir l'offre, conservant l'intégrité des informations	sensibiliser, constituer des groupements	services pertinents et disponibles	/
5. les méthodes informelles	Ils existent toujours	dominants, efficaces dans certaines secteur	/	nous avons cette culture	Les réseaux sont les dominants	Existent, mieux de formaliser
6. maîtrise de DATA et des processus informationnels	Manque de maîtrise et des entreprises spécialisées	Absence de volonté, problème culturelle, manque de maîtrise	manque de maîtrise	Certains sont efficaces mais ils restent rares	ça commence à produire, manque de communication	Un manque majeur, une culture de la data à développer
7. le lobbying et l'influence	existe, informel, au sens négatif	existe, informel	/	influence très limitée, le lobbying est très rare	existe, formelle et informelle, problème de communication d'information	Il n'y a pas de réglementation de ses activités
8. l'ouverture d'esprit sur l'innovation, la compréhension	De plus en plus	Ils comprennent mais, problème de mise en œuvre	/	faiblesse du partenariat université-entreprise, manque de financement	très faible, mal écosystème	Il existe, l'inventeur non encouragé
9. l'investissement, capitalisation, absorption et apprentissage	ne pratiquent pas l'innovation, très peu d'investissement sur RH	Peu d'investissement	/	potentiel existe, manque de politique et de stratégie	capitaliser la capacité et l'investissement très lourd	obstacles de financement

	A	B	C	D	E	F
10. la rentabilité d'innovation	N'est pas rentable, le système nationale est fragile	risquée et non rentable	/	rentable et compétitif. Sa commercialisation en Algérie diminuer son importation	restent non rentables et risquées.	/
11. l'innovation inter-firmes, Co-innovation, rôle des GIE	Faible, inexistance du cadre et de la plateforme d'échange	co-innovation utile mais très faible	/	pratiques embryonnaire	n'existe pas, il faut encourager les regroupements	Pas d'existence
12. l'écosystème et la politique public de l'innovation	la promotion de l'innovation existe, système fragile	la promotion existe, économique et le climat des affaires n'encourage pas	/	stratégies existe dans certains secteurs, manque d'une politique publique d'innovation	absence d'écosystème, politique publique n'est pas claire ou bien n'est pas bien établi	l'écosystème n'encourage pas
13. renforcement du système d'innovation, l'engagement a international	volonté publique, acquise des talents, subvention des coûts, création des espaces d'innovation	engagement en économie de la connaissance. Formation adapté, valorisation des bonnes pratiques	/	créer des partenariats internationaux, stratégies efficaces à long terme, Politique nationale avec le budget	Créer la compétence, engagée aux marchés internationaux, trouver des financements	Régler la question de modèle économique et de développement économique
14. l'information produit par les parties prenantes d'IE et d'innovation	Ils peuvent faire la promotion, et être un support	pas encore mature, manque d'un cadre d'échange	/	il faut du temps, des moyens et du travail	ça commence de générer une valeur ajoutée	Reste fragile

	A	B	C	D	E	F
15. rôle des acteurs privé d'IE dans les démanches d'innovation	fournir des informations de qualité, des études de haute valeur ajoutée, cette démarche reste incontournable	Les acteurs internationaux font ça, les nationaux doivent capitaliser l'expérience	/	améliorer les processus informationnels, créant des partenariats internationaux pour profiter de l'expérience	donner des services et des informations de valeur	Il faut le construire tous d'abord.
16. le système d'innovation basé sur l'intelligence économique	Formation adaptée, opérations internationales, échange d'expertises	l'économie de la connaissance, système pédagogique adapté, ouverture à l'international	/	politique d'innovation permanente, surveiller les tendances	construire une culture d'information	C'est une démarche qui reste à découvrir

III.4.2 Table des fréquences

Variable	Fréquence	Variable	Fréquence
1. besoin de marché privé d'information	-Le besoin 6/6 -Non expression 2/6 -Marché dérégulé 2/6	9. l'investissement, capitalisation, absorption et apprentissage	-investissement insuffisant 5/5 -mauvaise gestion d'innovation 3/5
2. faiblesse du marché privé de l'information	-manque de réglementation 4/5 -manque de maîtrise 3/5 -problème de marchés 3/5	10. la rentabilité d'innovation	-non rentable 3/4 -risquée 2/4
3. les études économiques réalisées par le secteur privé	-peu efficace 5/5 - non maîtrisées 2/5 -problème de l'informelle 2/5	11. l'innovation inter-firmes, Co-innovation, rôle des GIE	-Faible 5/5 - pas existence dans le cadre d'échange 3/5
4. rôle des producteurs d'information	-fournir la bonne offre 4/5 - Sensibilisé 3/5	12. l'écosystème et la politique publique de l'innovation	-la promotion existe 3/5 -Système et écosystème fragile 3/5 -manque d'innovation 3/5
5. les méthodes informelles	- existent et dominantes 5/5 -efficace 3/5	13. renforcement du système d'innovation, l'engagement à international	-Politique et stratégie bien établi 3/5 - Partenariat à l'échelle internationale 4/5 -Formation adapté 2/5
6. maîtrise des DATA et des processus informationnels	-manque de maîtrise 4/5 - culture de la data à développer 3/5	14. l'information produit par les parties prenantes d'IE et d'innovation	- pas encore mature 5/5
7. le lobbying et l'influence	- existe et rare 4/5 -informelle et dérégulé 3/5	15. rôle des acteurs privé d'IE dans les démarches d'innovation	-Il faut construire un tissu et améliorer les processus 3/5 - capitaliser l'expérience internationale 2/5
8. l'ouverture d'esprit sur l'innovation, la compréhension	-existe de plus en plus 3/5 - mauvaise écosystème 3/5	16. le système d'innovation basé sur l'intelligence économique	- formation adapté 3/5 - ouverture à l'international 2/5 - construit une culture et une politique 2/5

III.5 Les hypothèses

- Il y a une relation d'engrangement dans laquelle les deux systèmes ont une forte interaction entre eux, plus d'une relation proportionnelle.
- Il y a un manque de marché de l'information même avec l'existence de besoin énorme en termes d'information pour l'innovation.
- Il y a un manque de pratique au sein des entreprises concernant l'IE même avec un besoin énorme, plus d'un manque de réglementation concernant les processus informationnelles et pour le marché d'information.
- Les acteurs d'IE ne produisent pas exactement des informations utiles selon les besoins des entreprises algériennes.
- Le lobbying est sauvage et mal réglementé en Algérie et ça cause beaucoup de problèmes.
- Un manque énorme en termes de pratique même en ouverture d'esprit sur l'innovation, en relation inter-firmes, et en co-innovation.
- La capacité d'innovation, d'absorption et d'apprentissage est mal capitalisée et considérée.
- Il y a une nécessité d'un système de gouvernance pour piloter les deux démarches.
- Il existe un manque de communication et d'une plate-forme ou un cadre d'échange entre les acteurs industriels.
- Un manque d'un système de gouvernance qui converge les engagements et les orientations des acteurs économiques.
- Il existe un potentiel très fort pour harmoniser les deux systèmes « IE et Innovation » mais sur le plan pratique, il y a une divergence majeure.
- Désengagement des entreprises aux marchés international et manque de compétitivité du tissu industriel.
- Un manque sur la compréhension des notions d'intelligence économique et d'innovation.

III.6 Discussion

III.6.1 Le marché d'information :

Selon la situation de l'industrie actuelle, il existe un besoin énorme concernant l'information, mais il y a aussi une mal communication entre les acteurs. La chose qui va causer des problèmes de confiance et d'expression des besoins, en plus il y a un manque de visibilité, le marché est mal organisé en absence des textes applicatifs.

Un manque de data et des statistiques à jour, qui sont les entrées pour les systèmes d'informations des producteurs. Les acteurs travaillent avec des méthodes archaïques en s'articulant complètement sur les réseaux sociaux au lieu de processus formalisé, en absence des entreprises spécialisées.

Les études fournis et produit en marché privé restent toujours faibles, difficiles et non efficaces. Les contraintes de temps et des ressources toujours impactent négativement le processus des études.

Un regroupement des acteurs de marché de l'information et très urgent. Une sensibilisation et des formations adaptées pour le top management s'articulant sur l'information pour les acteurs industriels est importante. En plus, une régulation et une modélisation du marché d'offre est favorable.

III.6.2 L'intelligence économique :

L'intelligence économique existe toujours, selon notre contexte, qui favorise beaucoup les méthodes humaines d'intelligence, orale et informelle. A l'aire des NTIC, ces méthodes deviennent archaïques. Il est purement réactive, mais dans certains secteurs restent efficace. L'ingénierie des réseaux est très bien maîtrisée dans certains contextes, ces réseaux sont des réseaux de veille et d'influence en même temps. Le manque de culture de digitale, le manque de régulation concernant la production d'information et le lobbying détourne les canaux de communication d'information et nous tombons dans les pratiques sauvages d'influence et de lobbying.

Le style de management et l'écosystème économique actuels restent fragiles et ils sont loin d'être matures, n'encourageant pas ainsi la croissance des entreprises. En plus, le désengagement des marchés internationaux réduit l'importance d'implantation des systèmes d'intelligence économique à l'esprit des acteurs économiques.

Une inexistence des cabinets d'ingénierie d'intelligence économique a causé de l'ignorance de ces démarches dans l'imagination des acteurs et a causé de l'absence de code qui organise l'activité de prestation de service en matière d'intelligence économique. Cette situation, nous permet d'avoir une idée sur l'administration publique comment elle considère ces activités.

Cette philosophie algérienne d'intelligence économique défensive, nous n'arrange pas, puisque on a besoin de beaucoup de choses de l'extérieure et nous devons rattraper le retard.

III.6.3 L'innovation industrielle :

De plus en plus les acteurs commencent de considérer l'innovation comme un outil de survie et de compétitivité. Les notions d'innovation commencent de s'élargir, avec une ouverture d'esprit, en plus le pouvoir public fait la promotion pour l'innovation. Ce qui montre qu'il y a une vision de se rattraper, mais la mise en place des systèmes et des structures pour capitaliser l'innovation et la capacité d'innovation et toujours inexistante. Aussi, nous remarquons le manque d'engagement pour le financement et le réel investissement dans le domaine. L'écosystème ne favorise et n'encourage pas l'investissement dans l'innovation et surtout industrielle. Le manque d'accompagnement et de support dans un climat des affaires qui n'encourage pas l'innovation et le management archaïque de nos entreprises qui ne valorise pas les efforts et les capacités des ressources humaines, et ça touche la culture d'innovation du staff et d'entreprise lui-même.

Pour l'innovation collaboratrice, elle peut apporter théoriquement un vrai avantage pour le tissu industriel ou les groupes d'intérêts économiques. Les associations professionnelles ont un potentiel qui est capable de supporter cette démarche, surtout avec le contexte économique et industriel qui n'est pas caractérisé par la concurrence, mais par les accords tacites. Pour aller plus loin dans la démarche d'innovation, il faut s'ouvrir sur l'international, charger les ressources et appeler les talents pour manager la démarche.

III.6.4 Une démarche d'innovation basée sur l'intelligence économique

On remarque que il y a des problèmes communs entre les deux démarches, comme : le manque de la sensibilisation, manque de confiance aux talents et aux experts, le modèle économique. etc. Mais aussi, il y a des problèmes que l'intelligence économique peut trouver des solutions pour l'innovation industrielle (financement, opportunités des affaires,

visibilité de marché, la compétitivité. Etc.)

A partir des réponses des experts questionnés, on constate que l'adoption d'une culture d'information correcte, la maîtrise de l'information, l'intégration de l'information dans les processus de gestion et l'engagement dans les actions seront les générateurs de l'innovation et de valeur.

Une orientation vers une économie basée sur la connaissance va pousser la démarche de l'innovation. Aussi, l'orientation et l'ouverture sur l'internationale va mûrir le processus de l'innovation nationale. Le pivot pour s'améliorer et pousser l'innovation industrielle nationale, est surtout le management articulé sur la maîtrise de l'information.

III.7 Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons présenté notre liste d'échantillons d'étude, qui est un groupe trié sur le volet d'experts du marché algérien de l'information. Ensuite, nous avons préparé notre questionnaire avec les réponses de chaque expert. Après, les hypothèses sont présentées. Au dernier point, une discussion et une analyse des résultats sont menées.

Conclusion générale

Dans ce mémoire, nous avons tenté de définir la relation entre intelligence économique et la dynamique de l'innovation. Tout le monde s'accorde à dire que l'adoption de l'intelligence économique offre de nouvelles options et renforce la position de l'entreprise en termes d'efficacité et de compétitivité. L'IE permet d'améliorer l'efficacité des processus de production et de commercialisation en structurant et coordonnant les actions de l'entreprise, mais aussi peut promouvoir l'innovation. L'IE permettra d'anticiper les évolutions, de maîtriser les règles du jeu et d'aider à la prise des décisions grâce à sa fonction prédictive.

L'innovation est la fonction de s'adapter aux changements et aux événements survenant dans son environnement pour rester compétitif et pérenne. A travers les outils de l'intelligence économique, l'entreprise gagnera en capacité d'assimilation et pourra identifier et exploiter les connaissances issues de son environnement en faveur de ses projets innovantes.

Par rapport à notre enquête, il s'avère que l'entreprise algérienne est loin de s'engager dans une démarche d'innovation ou même de se doter de systèmes d'intelligence économique. Le marché algérien souffre d'un manque flagrant d'information, et même le besoin en information est peu considéré. Cette situation imposée par l'écosystème algérien, qui perdure encore, est immature sur le plan informationnel et sur le plan de l'innovation. L'entreprise algérienne se concentre actuellement sur l'acquisition de technologies prêtes à l'emploi au détriment d'un engagement sérieux dans le processus d'innovation ou d'une implication dans la recherche via une valorisation des ses compétences internes.

A travers l'entretien mené avec les acteurs de terrain, un processus informationnel basé sur l'intelligence économique va non seulement valoriser l'activité d'innovation des entreprises, mais va renforcer leurs positions à l'international en les rendant plus compétitives. Les questionnés, bien que différant dans certaines des réponses, affirment tous qu'il existe une relation d'engrenage entre les deux systèmes IE et l'innovation. L'IE permettra

aux entreprises d'anticiper un nouveau besoin et permettra ainsi de s'assurer qu'il existe un marché pour l'innovation dans le futur. En introduisant de nouveaux produits sur le marché au besoin, cela donnera à l'entreprise un avantage concurrentiel et augmentera sa rentabilité. Une entreprise rentable, peut facilement investir dans la recherche et le développement qui est à son tour, le principal moteur de l'innovation.

Bibliographie

- Alter, N. (2002). L'innovation : un processus collectif ambigu. *Les logiques de l'innovation*, 13–40.
- Amdaoud, M. (2017). Le système national d'innovation en algérie : entre inertie institutionnelle et sous-apprentissage. *Innovations*(2), 69–104.
- Baaziz, A., Quoniam, L., & Reymond, D. (2014). Quels modèles d'intelligence économique pour l'algérie ? quelques pistes de réflexion. In *Séminaire international sur l'intelligence économique : Un enjeu majeur de compétitivité* (p. 20).
- Belkacemi, M. A. (2018). *L'intelligence économique en algérie : de l'inspiration du dispositif national français aux prémisses de sa mise en œuvre dans le contexte économique algérien. généalogie, analyse de la situation actuelle et prospective* (Thèse de doctorat non publiée). Université HEC Alger.
- Bendiabellah, A., & Djennas, M. (2015). Veille strategique et systeme d'intelligence économique en algérie : Evaluation et perspectives. *les cahiers du cread*, 111, 5–45.
- Bernard, C. (2003). Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale. *Paris : La documentation française*.
- Bournois, F., Romani, P.-J., & Pierret, C. (2000). L'intelligence économique et stratégique dans les entreprises françaises. *Economica*.
- BOUROUBI, M. (2014). L'intelligence économique/de la pratique au concept une étude conceptuelle sur l'intelligence économique et les concepts en relation. *les cahiers du mecas*, 10(1), 42–55.
- Bouroubi, M., & Bouchenak, Z. (2019). L'intelligence économique en algérie. Consulté le 2021, sur *L'INTELLIGENCE Afrique* : <https://portail-intelligence-afrique.com/intelligence-economique-algerie/>.
- Caetano, I. (2017). Standardization and innovation management. *Journal of innovation management*, 5(2), 8–14.

- Candelin-Palmqvist, H., Sandberg, B., & Mylly, U.-M. (2012). Intellectual property rights in innovation management research : A review. *Technovation*, 32(9-10), 502–512.
- Ciriminna, R., Fidalgo, A., Delisi, R., Ilharco, L. M., & Pagliaro, M. (2016). Pectin production and global market. *Agro Food Ind. Hi-Tech*, 27(5), 17–20.
- Deblock, C., & Fontan, J.-M. (2012). Innovation et développement chez schumpeter. *Revue interventions économiques*(46).
- Direction Générale de l'Intelligence Economique, d. E. e. d. l. P. (2010). Manuel de formation en intelligence économique en algérie. *Document de référence, Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Algérie*.
- Djebari, K., & Belkacemi, A., Mohand. (2016). La pratique de l intelligence économique en algérie. *La revue des sciences commerciales. HEC Alger*.
- Drevon, E., Maurel, D., & Dufour, C. (2018). Veille stratégique et prise de décision : une revue de la littérature. *Documentation et bibliothèques*, 64(1), 28–34.
- El Haoud, N. (2011). L'intelligence économique au service de l'entreprise innovante. *Revue internationale d'intelligence économique*, 3(2), 175–187.
- Fenni, F. (2020). L'intelligence économique ou la veille stratégique : quelle est la différence et quelle est la réalité de pratique en algerie? *El - Acil Review for Economic and Administrative Research*, 4(1), 408–425.
- Giménez-Figueroa, R., Martín-Rojas, R., & García-Morales, V. J. (2018). Business intelligence : An innovative technological way to influence corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship-Development Tendencies and Empirical Approach*, 113–132.
- Glaeser, E. L. (2013). Wealth and the self-protection society. *100 Years : Leading Economists Predict the Future*.
- Guillaume, E. (2003). Intelligence économique : enjeux, définitions et méthodes. *Rapport, Intelligence économique*.
- Hibbs Jr, D. A. (2013). The political economy of industrial democracies. In *The political economy of industrial democracies*. Harvard University Press.
- Ilyes, M., & Ali, R. (2020). Les contraintes à l'émergence d'un système algérien d'innovation constraints to the emergence of an algerian innovation system. *Journal Of North African Economies ISSN*, 16(22), 29–42.
- Juillet, A. (2005). Référentiel de formation en intelligence économique. *Secrétariat général de la défense nationale*.
- Kechad, M. R., & Amina, M. Y. (s. d.). Le rôle de l'innovation marketing dans le développement de l'avantage concurrentiel.
- MANCER, I., & KHELADI, M. (2016). L'intelligence économique au service de l'innovation

- dans l'entreprise? *Revue des Sciences Économiques et de Gestion N*, 46.
- Martre, H. (1994). Rapport du groupe « intelligence économique et stratégie des entreprises ». *Paris : La documentation française*, 167.
- MOHELLEBI, D. (2015). Intelligence compétitive et clusters innovants modèle adapté aux entreprises industrielles. *Revue Maghrébine d'Économie & Management N*.
- Moinet, N., Belkacemi, M. A., & Salaouatchi, H. S. (2019). L'intelligence économique en algérie : Bilan et analyses après 13 ans d'existence officielle. *Revue des Sciences Commerciales*.
- Perrin, J. (2021). *Concevoir l'innovation industrielle : Méthodologie de conception de l'innovation*. CNRS Éditions via OpenEdition.
- Riggins, F. J., & Klamm, B. K. (2017). Data governance case at krausemcmahon llp in an era of self-service bi and big data. *Journal of Accounting Education*, 38, 23–36.
- Walch, S. F., & Romon, F. (2013). *Management de l'innovation*. Vuibert.
- Wiredu, G. O. (2012). Information systems innovation in public organisations : an institutional perspective. *Information Technology & People*.
- Xin, W. (2017). The art of patent war. *China Invention & Patent*.