

Analyse de l'influence de la veille stratégique sur la compétitivité des entreprises algériennes exportatrices hors hydrocarbures

BENABDESLAM Chafiaa* BOUKRIF Moussa

Université Bejaia- Algérie.

تحليل تأثير المراقبة الاستراتيجية على تنافسية الشركات الجزائرية المصدرة خارج المحروقات

بن عبد السلام شفيعة، بوكريف موسى

جامعة بجاية - الجزائر.

Date de réception : 06/02/2019 ; Date d'acceptation: 29 /07/2019 ; Date de publication: 15/09/2020

Analysis of the Influence of the Business Intelligence on the Competitiveness of the Algerian Non-hydrocarbons Exporting Companies

Abstract:

The Algerian non-hydrocarbons exporting companies operate in a complex and uncertain environment. In this context, the business intelligence appears as a vital practice for organizations. The objective of this article is to study the link between the practices of business intelligence and the competitiveness in the export. For that purpose, a sample of 33 Algerian non-hydrocarbons exporting companies is used for a qualitative study. The analysis of the data is carried out under Smart PLS. The results show that the frequency of scanning practices and the quality of information positively influence the sensitivity of managers to information is that the latter positively influences export competitiveness. In addition, the influence of the business intelligence on the competitiveness of the sampled companies is positive but weakly significant

Key words: that business intelligence, the sensitivity of leaders to information, Knowledge, exporting Algerian companies excluding hydrocarbons, Smart PLS.

(JEL) Classification : M20 ; M30 ; M31

Résumé :

Les entreprises exportatrices hors hydrocarbures algériennes opèrent dans un environnement complexe et incertain. Dans ce contexte, la veille stratégique est indispensable pour la survie des organisations. L'objectif de cet article est d'étudier le lien entre les pratiques de veille stratégique et la compétitivité à l'export. Pour cela, nous avons effectué une étude qualitative auprès de 33 entreprises exportatrices hors hydrocarbures algériens. L'analyse des données est réalisée sous Smart PLS. Les résultats montrent que la fréquence des pratiques de surveillance et la qualité des informations influencent positivement la sensibilité des dirigeants à l'information. Cette dernière influence aussi positivement la compétitivité à l'export. Par ailleurs, l'influence de l'étendue du champ de la veille stratégique sur la compétitivité des entreprises échantillonnées s'avère positive, mais faiblement significative.

Mots clés : La veille stratégique, la compétitivité, la sensibilité du dirigeant à l'information, les entreprises exportatrices hors hydrocarbures algériennes, Smart PLS.

(JEL) Classification : M20 ; M30 ; M31

ملخص:

تعمل المؤسسات الجزائرية المصدرة خارج المحروقات في بيئة معقدة وغير مؤكدة. لذلك ظهرت اليقظة الاستراتيجية كممارسة حيوية للمنظمات. يهدف هذا المقال الى دراسة العلاقة الموجودة بين ممارسات اليقظة الاستراتيجية والقدرة التنافسية للتصدير. و من اجل تحقيق هذا الهدف أجرينا دراسة كيفية مع 33 مؤسسة جزائرية مصدرة خارج المحروقات، و تم استخدام في تحليل البيانات Smart PLS. اظهرت النتائج ان تكرار ممارسات الرقابة ونوعية المعلومات له أثر ايجابي على حساسية المديرين للمعلومة، وهذه الاخيرة تؤثر ايضا ايجابيا على القدرة التنافسية للتصدير، من جهة اخرى فان نطاق مجال اليقظة الاستراتيجية على القدرة التنافسية له تأثير ايجابي ولكنه ضعيف نسبيا.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية، القدرة التنافسية، حساسية المديرين للمعلومة، مؤسسات مصدرة خارج المحروقات

الترميز الاقتصادي (JEL) : M20 ; M30 ; M31

I. Introduction

L'environnement des entreprises est caractérisé par la complexité et l'incertitude (Buisson, 2005). Il représente un défi majeur pour les organisations (PATEYRON, 1998). Selon François Brouard (2004, p 21), "*la complexité générée par la prolifération des changements crée de nombreuses incertitudes face à l'avenir*". L'évolution rapide de l'environnement des entreprises vers la complexité et le changement est causée principalement par l'hypercompétition ainsi que la révolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Ce contexte exige de l'entreprise une grande anticipation, adaptation et réaction pour être compétitif. Si cette réalité est admise à l'échelle nationale, elle est encore plus à l'échelle internationale. L'engagement à l'international est un processus de développement qui n'est pas sans risque et recouvre une réalité complexe. Ainsi, disposer d'informations pertinentes lors de la prise de décisions et l'élaboration de stratégie est un défi majeur pour les entreprises. Il n'y a point de décision valable sans bonne information au préalable (PATEYRON, 1998).

Leonidou et Theodosiou (2004) montrent que la gestion de l'information environnementale est un des principaux obstacles auxquels se heurtent les PME internationales. Dès lors, l'adoption d'une politique active de veille stratégique correspond à un enjeu d'importance pour ces entreprises (Julien, P. A., & Ramangalahy, C., 2003), de s'informer sur les évolutions récentes des marchés étrangers. Selon Lesca H. (1994, p31) la veille stratégique est un « *processus informationnel par lequel l'entreprise se met à l'écoute anticipative des signaux faibles de son environnement* ». La veille stratégique a pour but de créer un avantage compétitif grâce à la détection et à la saisi des opportunités qui s'offre à elles grâce à la surveillance de l'environnement (national et international) de l'organisation, l'observation des évolutions et la prévention des risques (HERMEL, 2007).

L'objectif de cet article est de caractériser les relations existant entre la pratique de la veille stratégique et la compétitivité à l'export des entreprises exportatrices hors hydrocarbures. La première partie de cet article précise les fondements théoriques permettant de construire le modèle conceptuel de la recherche qui est, lui-même, exposé dans la seconde partie. La troisième partie présente la méthodologie adoptée. La quatrième partie expose les résultats. L'analyse et la discussion des résultats sont présentées dans la cinquième partie.

1. Le cadre théorique de la recherche

Nous allons tous exposer le concept de la compétitivité internationale puis celui de la veille stratégique.

1.1. La compétitivité internationale au niveau des entreprises

Dans un environnement caractérisé par la mondialisation, la compétitivité s'impose. En effet, pour se développer l'entreprise est continuellement en quête de pratiques qui lui permettent d'être performante en particulier dans un contexte international.

D'après Sharples et Milham (1990), La compétitivité internationale au niveau micro représente la capacité de fournir des biens et services au bon prix, au bon moment et au bon lieu requis par la clientèle étrangère. Selon les auteurs un bon prix est prix égal ou inférieur à celui des concurrents tout en minimisant les couts. D'après la définition, nous concluons que la compétitivité

internationale au niveau des entreprises est leur capacité à être rentables et à satisfaire continuellement la clientèle étrangère dans leurs activités sur des marchés compétitifs.

Deux aspects de la compétitivité sont ressortis par le chercheur Lachaal, (2001) :

La relativité, c'est à dire, mesuré la compétitivité d'une entité (nation, secteur, entreprise) se réalise par une comparaison de l'entité à une entité similaire ;

Le dynamisme des marchés internationaux, c'est-à-dire, les entités sont appelées à suivre les forces et les mouvements des marchés internationaux grâce à la mise en place de processus d'ajustement continue en réponse aux évolutions de l'environnement (Lachaal, 2001).

FILIPIAK (2003) distingue quatre types de compétitivité au sein des entreprises :

La compétitivité prix : représente la capacité d'une entreprise à fournir des biens et des services à un prix inférieur à celui de ses concurrents directs. Elle dépend de la maîtrise des coûts par rapport à celle de ses partenaires commerciaux.

La compétitivité hors prix : Elle est fondée sur l'innovation, l'investissement, la souplesse des procédures, l'amélioration continue, le changement et la flexibilité

La compétitivité technologique : Représente la concurrence entre les acteurs qui s'opèrent sur les produits eux-mêmes. La compétitivité technologique se réalise grâce à l'innovation, à la recherche, à l'accumulation du savoir technologique et à la compétence.

La compétitivité structurelle représente les capacités d'une entité économique à se démarquer de la concurrence, et ce, par sa capacité de financement de ces projets, d'encadrement de son personnel, de structuration de la filière, etc.

LAMBIN et CHMPITAZ (2002), regroupent les facteurs de l'avantage concurrentiel, source de compétitivité, en deux catégories interne ou externe selon l'origine de l'avantage qu'ils procurent. Un avantage concurrentiel est externe, est la faculté qui provient de la capacité de l'entreprise à fournir des produits ayant une valeur pour l'acheteur s'appuie sur des qualités spécifiques permettant à l'entreprise de diminué les couts de production ou lui offre la possibilité d'augmenté ses prix.

Un avantage concurrentiel est interne représente l'aptitude à faire face aux changements externe de l'environnement externe de l'entreprise (baisse des prix) permettant ainsi une meilleure productivité et une meilleure rentabilité.

Quelles que soient les stratégies adoptées par les entreprises, l'originalité des savoir-faire représente un levier essentiel dans l'engagement à l'international. Dans cette perspective, la recherche permanente des informations et l'actualisation de leurs connaissances sont une nécessité pour réussir dans l'internationalisation des entreprises (Amabile, Laghzaoui & Boudrandi, 2011).

1.2. La veille stratégique

Depuis les travaux d'Aguillar, la veille stratégique a été largement diffusée dans les années 1990-1995 et devient indispensable dans un environnement de plus en plus incertain. De nombreuses expressions entourent le concept de veille stratégique. Les termes varient selon les pays et la langue utilisée et selon l'utilisation de terme (Brouard, 2004). Selon Brouard(2004), les termes peuvent désigner le processus de surveillance comme ils peuvent désigner les résultats du dispositif de surveillance. Les termes « intelligence de l'entreprise » et « business intelligence » sont utilisées pour décrire le résultat final et les expressions « veille stratégique » et « environnementale scanning » désignent le processus de surveillance de l'environnement.

Selon Revelli (1998) la veille stratégique est un processus de collecte, de traitement et de diffusion des informations pertinente. Selon l'auteur, ce dispositif est au service du processus décisionnel et permet aux entreprises de soutenir leur compétitivité. Nous nous sommes concentrés sur cette définition puisqu'elle est la mieux adaptée à notre étude.

La veille stratégique est un terme générique (Macron, Monet, 2011), qui comporte plusieurs domaines d'application. Les caractéristiques et les informations concernées par chaque domaine diffèrent selon le cas et d'une entreprise à une autre. Martinet et Ribault (1989) distinguent 4 types de veille en fonction des composantes de l'environnement, il s'agit de : la veille technologique, la veille environnementale, la veille concurrentielle et la veille commerciale.

Aujourd'hui la compétitivité des entreprises repose largement sur leur capacité de maîtriser l'information de façon efficace. La veille stratégique permet de repérer, collecter, traiter et stocker les intonations et les signaux pertinents capables de conduire l'entreprise vers une meilleure performance. Ce phénomène est généralement expliqué par le fait que la veille stratégique aide à prendre les décisions nécessaires à leur survie (Pelletier & Cuenot, 2013). Elle est utilisée pour alerter suffisamment tôt les responsables afin de saisir les opportunités et détecter les menaces qui peuvent surgir sur le chemin de l'entreprise (Lesca, 1994).

La mise en œuvre de systèmes de veille stratégique dans les entreprises s'avère nécessaire pour leurs permettent d'anticiper les évolutions des marchés, appréhender les stratégies de leurs concurrents, diffuser correctement les informations en interne, s'adapter à ses changements, saisir les opportunités et détecter les menaces et être ainsi à même de préserver et développer leurs avantages compétitifs, sont d'autant de raisons qui rendent la « veille stratégique » nécessaire pour le management de l'entreprise.

2. Panorama des études antérieures

Subramanian, Kumar et Yauger (1994), ont effectué une étude auprès de 331 hôpitaux dont l'objectif est d'examiner le lien qui peut exister entre le degré d'évolution des systèmes de veille des entreprises et leurs performances. Les auteurs ont indiqué, grâce à une comparaison longitudinale, l'existence de différences significatives entre quatre systèmes de veille allant du plus primitif au plus évolué. Les résultats de leurs travaux attestent de l'obligation de l'utilisation de l'information dans les décisions stratégiques.

Les travaux de Daft, Sormunen et Parks (1988) ont porté sur une étude auprès de 50 entreprises manufacturières. Ils ont tenté d'étudier l'incertitude perçue des secteurs extérieurs, les moyens à travers lesquels les chefs d'entreprises obtiennent des informations sur ces secteurs. Ils ont montré que les entreprises les plus performantes surveillent fréquemment leur environnement et déploient leur surveillance à plusieurs environnements par rapport aux entreprises les moins performantes. La performance a été mesurée dans cette étude par la rentabilité des entreprises.

Les travaux Beal (2000) vont dans le même sens que ceux de Daft et al. (1988). Selon Beal (2000), le recours à des activités de veille stratégique de manière étendue à plusieurs environnements et de manière plus fréquente permet aux dirigeants d'entreprise de détecter les menaces et de saisir les opportunités qui peuvent surgir de l'environnement, et acquérir une meilleure connaissance de son environnement. Ces connaissances permettent aux dirigeants

d'entreprise la mise en place de stratégies adéquate à leur besoin, et un ajustement de ses structures, de ses processus, et ce, pour une meilleure performance.

L'objectif de Denis et Depelteau (1985) est de vérifier l'impact de l'utilisation des sources d'information sur les exportations, plus précisément sur l'expansion et la diversification des activités d'exportation. L'étude a porté sur 31 entreprises, les auteurs ont composé deux groupes (nouveaux exportateurs et d'exportateurs expérimentés). Pour évaluer la performance des entreprises, les auteurs ont constitué trois niveaux de performance (faible, modéré et rapide). La performance est mesurée par le taux de croissance des exportations des cinq dernières années. Les résultats obtenus montrent que plus les entreprises exportatrices étendent leurs sources d'information et recourent fréquemment aux foires et missions, plus elles sont performantes.

D'après l'étude de Julien et Ramangalahy (2003) auprès de 366 PME exportatrices québécoises, une relation indirecte subsiste entre l'utilisation des sources d'information et la performance des PME exportatrices. Leurs résultats ont montré que la compétitivité joue un rôle intermédiaire entre la performance et l'utilisation des sources d'information. Donc, l'utilisation des sources d'informations joue un rôle central dans l'organisation de leurs pratiques de veille stratégique.

L'article d'Amabile et al (2011) avait pour objectif d'étudier la relation entre les pratiques de veille stratégique des PME exportatrices et le niveau d'engagement à l'international.

Les auteurs ont mené une étude auprès de 180 PME exportatrices manufacturières. Des relations de causalité significatives ont été ressorties, d'un côté, entre la sensibilité du dirigeant à l'information et les pratiques de veille stratégique, et de l'autre côté, entre la sensibilité du dirigeant à l'information et le niveau de l'engagement international. De ce fait, la sensibilité à l'information des dirigeants joue un rôle médiateur entre les pratiques de veille stratégique et le niveau d'engagement à l'international. De ce fait,

D'après les travaux cités précédemment, l'influence de la veille stratégique sur la performance est rarement étudiée dans son ensemble. En particulier, le thème de son influence sur la compétitivité à l'export. Les études antérieures ont abordé l'impact de la veille stratégique sur la performance de manière partielle, en se focalisant sur l'une des dimensions de la veille stratégique. L'approche que nous poursuivons et de regrouper certaines dimensions de la veille stratégique, et étudier leur influence sur la compétitivité à l'export.

À cette fin, nous avons avancé l'hypothèse suivante : **les entreprises les plus compétitives sont celles qui pratiquent des activités de veille stratégique.** De cette hypothèse générale, deux hypothèses secondaires sont donc testées :

La première hypothèse (H1) postule que le dirigeant d'une entreprise exportatrice hors hydrocarbure est d'autant plus sensible à l'information lorsque le comportement de veille stratégique est développé. Cette hypothèse est subdivisée en trois sous-hypothèses

H1.1 : le dirigeant d'une PME exportatrice est d'autant plus sensible à l'information que son entreprise élargit les activités de veille stratégique à plusieurs environnements.

H1.2 : le dirigeant d'une PME exportatrice est d'autant plus sensible à l'information que son entreprise scanne fréquemment l'environnement externe de l'entreprise

H1.3 : le dirigeant d'une PME exportatrice est d'autant plus sensible à l'information lorsqu'ils obtiennent des informations de bonne qualité.

La deuxième hypothèse (H2) suggère que la sensibilité des dirigeants à l'information influence positivement la compétitivité des entreprises. Quatre sous hypothèses sont testées.

H2.1 : l'entreprise exportatrice hors hydrocarbures est d'autant plus performante à l'export que son dirigeant est sensible à l'information.

H2.2 : l'entreprise exportatrice hors hydrocarbures est d'autant innovante que son dirigeant est sensible à l'information.

H2.3 : l'entreprise exportatrice hors hydrocarbures offre des produits de meilleure qualité à l'export lorsque son dirigeant est sensible à l'information.

H2.4 : l'entreprise exportatrice hors hydrocarbures intègre d'autant plus les technologies de l'information et de communication si son dirigeant est sensible à l'information.

3. Le modèle structurel

La revue de la littérature nous a permis de proposer un modèle (voir la figure1). Nous soutenons, dans ce modèle, que la sensibilité du dirigeant à l'information est l'un des facteurs qui détermine la compétitivité des entreprises exportatrices et que la sensibilité du dirigeant à l'information est déterminée en amont par la pratique de veille stratégique. La création de connaissance est utilisée dans notre modèle comme une variable médiatrice.

Nous avons retenu, à travers notre revue de la littérature, un ensemble de variables manifestantes nous permettons de mesurer nos variables latentes (voir tableau 1). Les pratiques de la veille stratégique représentent un bloc de variables indépendantes (explicatives), comportent les dimensions suivantes : étendue du champ de la veille stratégique, fréquence des activités de veille stratégique et la qualité de l'information. (Daft, Sormunen et Parks (1988), Beal (2000) ; Clark et Augustine (1990), Corine Cohen 2004).

Quant à la compétitivité à l'export, représentant les variables dépendantes (à expliquer), il comporte les dimensions suivantes : la performance à l'export, l'innovation, la qualité du produit exporté est les technologies d'information et de communication. (LACHAAL, L (2001), MARNIESSE (2003), Duncan et Weiss (1979), Drucker (1985), MICHAEL PORTER (1999)).

II. Méthodes et Matériels :

La méthodologie de recherche utilisée dans cette recherche est de nature quantitative basée sur des données empiriques recueillies par le biais d'un questionnaire. Nous avons constitué un échantillon de 33 entreprises exportatrices hors hydrocarbure algériennes, et ce, de façon raisonnée. L'enquête a été réalisée entre juillet 2017 jusqu'à juillet 2018 après une prise de contact préalable avec les chefs d'entreprises hors hydrocarbures algériennes.

Le questionnaire qui a servi à la réalisation de l'enquête comporte environ 50 questions principales. Les questions posées aux chefs d'entreprises portent sur leurs perceptions, les items servis pour la mesure des manifestantes sont représentés sur une échelle de Likert allant de 1 à 5.

Enfin, notre base de données comporte un certain nombre de données manquantes pour différentes raisons, qui ont trait notamment à des exigences de confidentialité, à l'inexistence de données ou à la neutralité du chef d'entreprise. Les données manquantes et la taille réduite de notre échantillon constituent a priori deux faiblesses méthodologiques.

Pour vérifier nos hypothèses, nous utiliserons la modélisation par les moindres carrés partiels (PLS). Le principe de base consiste à réaliser une régression d'une variable à expliquer y (la

compétitivité dans notre cas) sur des variables explicatives x (la veille stratégique dans notre cas). Nous avons procédé à l'analyse des données en deux étapes. La première étape vise à **vérifier les propriétés empiriques du modèle conceptuel** afin de s'assurer que chacune des dimensions peut être considérée comme une seule valeur lors du test du modèle de recherche. Les propriétés à vérifier sont la consistance interne des mesures (c'est-à-dire leur unidimensionnalité et leur fiabilité) et la validité (convergente et discriminante) des construits. La deuxième étape est de chercher à **tester les relations entre les construits dans le modèle** (Julien et Ramangalahy, 2003 ; Rivard, Raymond, & Verreault, 2006).

◆ **L'unidimensionnalité :**

L'unidimensionnalité des blocs signifie que les variables manifestes malgré leur diversité traduisent une seule et même variable latente. Autrement dit, les variables manifestes qui mesurent un construit doivent être unidimensionnelles pour que les variables latentes soient traitées comme une valeur unique. L'hypothèse d'unidimensionnalité dans notre étude sera mesurée par l'alpha de **Gronbach** et **rho de dillon goldstein**.

◆ **La fiabilité :**

L'homogénéité existante entre les variables manifestes par rapport aux variables latentes, c'est-à-dire qu'une forte corrélation entre chacune des variables manifestes signifie que ces dernières partagent un construit (variable latente) commun. La fiabilité est évaluée par le pourcentage de variance, le niveau de consistance doit être supérieur à 70%.

◆ **La validité convergente :**

Elle s'assure de la convergence des mesures. Elle vérifie si les mesures d'un même objet obtenues à l'aide d'un instrument A sont proches de celles obtenues à l'aide d'un autre instrument B. En termes statistiques, les corrélations entre les variables manifestes et leur construit doivent être supérieures à 0,7.

◆ **La validité discriminante :**

Ce test vérifie si les variables manifestes sont plus reliées à leur propre variable latente qu'aux autres variables latentes du modèle. Une variable latente doit mieux expliquer ses propres variables manifestes que les autres variables latentes. Pour satisfaire à la condition de validité discriminante, l'AVE (*Average Variance Explaine*) de chaque variable latente doit être supérieure au carré de la corrélation entre cette variable latente et les autres variables latentes.

III. Résultats et Discussion:

1. La vérification des propriétés empiriques du modèle conceptuel

Dans un premier temps, pour satisfaire les conditions de validité convergente et de validité discriminante, nous avons relevé les corrélations entre chaque variable manifeste et sa variable latente.

D'après la Figure 2 présentée dans les annexes, quatre variables manifestes (ACC, ACT, EX-RENT, INN-PDT,) présentent des corrélations inférieures à 0,7. Ces variables en ont été supprimées. En effet, pour satisfaire la condition de la validité convergente, les corrélations entre les variables manifestes et leur construit doivent être supérieures à 0,7 en valeur absolue. Comme on le voit sur la Figure (3) présentée dans les annexes, toutes les variables retenues dans notre

modèle satisfait la condition de validité convergente. C'est à dire, tous les coefficients sont supérieurs à 0,7.

D'après le tableau (2) présenté dans les annexes, les valeurs de l'alpha de Cronbach et rho de Dillon Goldstein sont supérieures au seuil de représentativité (supérieur à 70%), la méthode de l'analyse en composante principale montre que le modèle est unidimensionnel, ce qui signifie que les variables manifestes malgré leur diversité traduisent une seule et même variable latente. Donc, les variables latentes de notre modèle peuvent être considérées comme une variable unique.

Concernant la fiabilité des, il a été mesuré par l'indice « composite reliability » pour chaque variable latente. Seuls les niveaux de fiabilité supérieurs à 0,7 sont acceptés. Comme on le voit sur le tableau (2) présenté dans les annexes, les scores réalisés par chaque construit sont supérieurs à ce seuil, ce qui indique une bonne consistance des mesures utilisées. C'est-à-dire qu'une forte corrélation existe entre chacune des variables manifestes, ce qui signifie que ces dernières partagent un construit (variable latente) commun.

Au sujet de la validité convergente, la variance extraite moyenne (AVE) pour chaque construit est supérieure à 50% (voir tableau 2 présenté dans les annexes). Ceci veut dire que plus de la moitié de la variance d'un construit n'est pas due aux erreurs de mesure. Nous pouvons conclure donc à une bonne consistance interne du modèle.

Concernant la validité discriminante, nous remarquons d'après le tableau (3) présenté dans les annexes, que les valeurs des racines carrées des VME correspondantes aux construits sont supérieures aux coefficients de corrélations entre les construits. Avec les valeurs des rhôs et des VME trouvées antérieurement. Nous pouvons avancer que le modèle satisfait les conditions d'unidimensionnalité, de fiabilité et de validité (convergente et discriminante) et est prêt à être testé.

2. La relation entre les construits dans le modèle.

Les relations entre les construits, on note que dans le modèle, les valeurs liant la sensibilité du dirigeant à l'information aux deux construits (fréquence de la veille stratégique et la qualité des informations) sont positives et significatives. Ceci nous permet de valider nos deux hypothèses de recherche (H 1.2) et (H 1.3) : plus les pratiques de veille sont fréquentes et plus l'information est de bonne qualité, plus les dirigeants des PME exportatrices sont sensibles à l'information. Il convient de préciser que le coefficient de causalité entre la sensibilité à l'information et la fréquence des activités de veille stratégique est très fort en comparaison à celui trouvé avec et la recherche de l'information. Elles sont respectivement de 0.493 et 0.372.

Ce résultat laisse comprendre que la veille stratégique est réalisée d'une manière courante et fournit des informations pertinentes ayant un impact sur les stratégies des dirigeants. Ainsi les dirigeants d'entreprise puisent dans les informations issues de la veille stratégique lors de leur prise de décision. Ceci peut être expliqué par la mobilisation de l'entreprise des ressources humaines, financières et matérielles appropriées à la pratique de la veille stratégique et la fixation d'objectifs de surveillance clairs, ainsi que l'engagement des responsables de l'entreprise dans la pratique de la veille stratégique (Ramangalahy, 2001).

Quant à l'hypothèse relative à l'impact de l'étendue du champ des activités de veille sur la sensibilité du dirigeant à l'information (H 1.1), elle est positive, mais faiblement significative. Le coefficient de causalité est quasiment nul (0,033). Ce résultat peut paraître plus au moins surprenant. Mais peut s'expliquer par la réduction de la veille stratégique à un aspect

commercial. Nos résultats rejoignent ceux de (LAHLOU, 2011 ; TAGUELMINT, 2016). En effet, les interviewés témoignent qu'ils donnent plus d'importance aux informations liées aux concurrents, fournisseurs et clients.

En ce qui concerne la compétitivité à l'export, l'examen des coefficients de régression valide pleinement les hypothèses (H2.1), (H2.3), (H2.4) et (H2.2). Comme on le voit sur la figure 3. Les coefficients de régression liant l'effet de la sensibilité du dirigeant à l'information et la compétitivité à l'export, à savoir, performance à l'export, qualité du produit exporté et les TIC sont de 0.293, 0.482, 0.331 et de 0.335 respectivement.

Nous concluons d'après nos ces résultats que l'attitude des dirigeants face à l'information et en relief avec la compétitivité à l'export. Ce faisant, ils améliorent leur orientation stratégique et le développement international de leurs entreprises par leur sensibilité à l'information.

Nos résultats montrent que la veille stratégique est utilisée d'une plus au moins forte, leur permettons de gardé un œil sur les marchés étrangers. En effet, nos résultats montrent un intérêt des exportateurs vis-à-vis les pratiques de veille stratégique. Elles sont conscientes de la nécessité de s'ouvrir sur l'environnement externe, de le surveiller et de suivre son évolution dans le but de s'adapter aux changements, de les anticiper, de faire face aux menaces éventuelles et de saisir les opportunités éventuelles. Selon nos résultats 46% des interviewés témoignent avoir une cellule de veille stratégique.

Au niveau international ; l'intensification de la concurrence impose des contraintes et exigences auxquelles nos exportateurs ne peuvent se soustraire. Pour exporter, l'exportateur doit être en conformité avec les prescriptions du marché à l'exportation. Notre échantillon est caractérisé par 81% d'entreprises certifiées contre 7.38 qui ne le sont pas. Cela veut dire que les entreprises étudiées ont adapté leurs produits aux prescriptions en vigueur sur le marché cible. Pour ce faire, ses entreprises ont dû se procurer des informations sur les prescriptions techniques en vigueur.

Pour ce qui concerne l'innovation, 68% n'ont pas de brevet contre 31% qui ont des brevets d'innovation, paradoxalement, les interviewés ont répondu qu'ils sont innovants à des degrés qui varient entre fort et très pour ce qui concerne l'innovation procédée, l'innovation commerciale. Tandis que la réponse pour l'innovation produit et l'innovation technologique varie entre faible et moyens. Ces résultats s'expliquent par l'amalgame qui se fait entre la notion d'innovation et d'amélioration. Certes nous pouvons faire le lien entre ces méthodes et l'innovation de processus qui consiste à la mise en œuvre d'une méthode de production, de distribution et de commercialisation nouvelle ou sensiblement améliorée, mais on se rapproche plus d'une amélioration ou de développement que d'une innovation. Néanmoins, pour un développement d'un produit existant ou d'innovation, la pratique de la veille stratégique est indispensable, car elle permet la maîtrisent de l'information est le suivi du rythme rapide du changement.

Les technologies d'information et de communication jouent un rôle dans l'exportation, notamment grâce à leur influence sur l'innovation, la visibilité à l'international et d'autres activités stratégiques. Ces avantages pourraient favoriser l'exportation chez nos entreprises parce qu'elles pourraient leur permettre d'être plus compétitifs au niveau international. Les résultats obtenus varient entre moyens et très fort a des taux respectifs de 0.37% et 0.25% pour l'investissement en TIC et entre fort et très fort pour l'utilisation des TIC avec des taux respectifs de 0.40% et 0.34%.

Cependant, l'accumulation des TIC ne peut constituer un avantage concurrentiel, c'est leur capitalisation dans le travail qui constitue un avantage concurrentiel.

De ce, l'influence du dirigeant apparaît central. En effet, la sensibilité du dirigeant à l'information l'incite à une utilisation optimale dans son travail et lors des prises de décisions.

Nos résultats indiquent que la pratique de la veille stratégique influence positivement la sensibilité du dirigeant à l'information de l'entreprise et que la sensibilité du dirigeant à l'information influence les avantages concurrentiels des entreprises, à savoir, l'innovation, la qualité du produit exporté et les technologies d'information et de communication. Cette influence est caractérisée par le rôle médiateur de la sensibilité du dirigeant à l'information.

Nous déduisons à travers nos résultats que la pratique de la veille stratégique est l'un des déterminants de la compétitivité des entreprises exportatrices hors hydrocarbure. L'influence du dirigeant apparaît centrale dans le développement de la compétitivité à l'international de son entreprise. En effet, la sensibilité du dirigeant à l'information l'incite à une utilisation optimale du dans son travail et lors des prises de décisions.

Nos résultats indiquent que la pratique de la veille stratégique influence positivement la sensibilité du dirigeant à l'information de l'entreprise et que la sensibilité du dirigeant à l'information influence les avantages concurrentiels des entreprises, à savoir, l'innovation, la qualité du produit exporté et les technologies d'information et de communication. Cette influence est caractérisée par le rôle médiateur de la sensibilité du dirigeant à l'information. Nous concluons que la pratique de la veille stratégique est l'un des déterminants de la compétitivité des entreprises exportatrices hors hydrocarbure.

Nos résultats vont dans le même sens que les résultats trouvés par AMABILE et al(2011) ces auteurs ont étudié la pratique de veille stratégique des PME exportatrices québécoises et leur relation avec le niveau d'engagement à l'international. Ils ont montré que la présence sur des marchés étrangers peut être tenu pour l'un des facteurs conditionnant la démarre de veille stratégique car elle permet de renforcer leurs connaissances des marchés étrangers.

Aussi, nos résultats et ceux de Ramangalahy(2001) sont en concordance, cet auteur a évoqué le lien entre la capacité d'absorption de l'information, la performance et la compétitivité. Il a montré que les PME exportatrices qui possèdent la plus grande capacité d'absorption de l'information sont les plus compétitives et les plus performantes. À l'inverse, les PME exportatrices qui possèdent la plus faible capacité d'absorption de l'information sont les moins performantes.

IV. Conclusion :

La question posée dans cette recherche est liée à l'influence des activités de veille stratégique sur la compétitivité à l'export. Notre étude montre que la compétitivité sur des marchés étrangers peut être tenue pour la pratique d'activités de veille stratégique au sein des entreprises de notre échantillon.

Les tests effectués au moyen de la méthode PLS confirment la vraisemblance de toutes les hypothèses de recherche que nous avons avancées. Des relations de causalité positives et fortement significatives ont été observées entre, d'une part la veille stratégique et la sensibilité du dirigeant à l'information, et d'autre part, la sensibilité du dirigeant à l'information et la compétitivité à l'international des entreprises échantillonnées.

Les résultats indiquent que la compétitivité des PME exportatrices ciblées est déterminée par la connaissance qu'elle possède. Et que la connaissance est déterminée en amont par la pratique de la veille stratégique

Sur un autre point, nos résultats ne doivent être compris que relativement aux limites de la recherche. Sur le plan théorique, cette dernière soulève quelques limites liées principalement à la non-prise en compte d'autres dimensions de l'engagement à l'international : la structure organisationnelle, l'expérience à l'international, etc.

Concernant la pratique de veille stratégique, d'autres variables pourraient être ajoutées : les moyens organisationnels, les sources d'information, etc.

Également, notre échantillon d'étude est limité par sa taille ce qui met en question la généralisable des résultats obtenus à l'ensemble des entreprises exportatrices.

Notre recherche ouvre quelques voies intéressantes d'investigation. En effet, il serait intéressant de penser à compléter notre étude quantitative de la relation causale entre les dimensions de la veille stratégique et celles de l'internationalisation des PME par des techniques de recherche qualitatives comme les entretiens et/ou les observations. L'utilisation de ces techniques permettra de couvrir certains aspects tacites dans notre recherche.

Références :

- Amabile, S., Laghzaoui, S., & Boudrandi, S. (2011). Pratiques de veille stratégique par les PME exportatrices. *Management & Avenir*, (4), 15-33.
- Beal, R. M. (2000). Competing effectively: environmental scanning, competitive strategy, and organizational performance in small manufacturing firms. *Journal of small business management*, 38(1), 27.
- Brouard, F. (2004). *Développement d'un outil diagnostique des pratiques existantes de la veille stratégique auprès des PME*. (Doctoral dissertation, Université du Québec à Trois-Rivières).
- Buisson, M. L. (2005). La gestion de la légitimité organisationnelle : un outil pour faire face à la complexification de l'environnement ?. *Management & Avenir*, (4), 147-164.
- Daft, R. L., Sormunen, J., & Parks, D. (1988). Chief executive scanning, environmental characteristics, and company performance: An empirical study. *Strategic management journal*, 9(2), 123-139.
- Denis, J. E., & Depelteau, D. (1985). Market knowledge, diversification and export expansion. *Journal of International Business Studies*, 16(3), 77-89.
- Drucker, P. F. (1985). *Les entrepreneurs : Peter Drucker. Traduit de l'américain par Patrice Hoffmann*. L'Expansion/Hachette/J.-C.
- Duncan, R. (1979). Organizational learning: Implications for organizational design. *Research in organizational behavior*, 1, 75-123.
- Filipiak, E. W. A., & Marniesse, S. (2003). Compétitivité et mise à niveau des entreprises. *Notes et Documents*, (1).
- Hermel, L. (2007). *Maîtriser et pratiquer... Veille stratégique et intelligence économique*. Paris : AFNOR
- Julien, P. A., & Ramangalahy, C. (2003). Competitive strategy and performance of exporting SMEs: An empirical investigation of the impact of their export information search and competencies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3), 227-245.
- Laaajimi, A., & Arfa, L. (2001). Le futur des échanges agro-alimentaires dans le bassin méditerranéen: les enjeux de la mondialisation et les défis de la compétitivité
- Lachaal, L. (2001) : La compétitivité : Concepts, définitions et application. Tunis. Edition Arfa, Zaragoza : CIHEAM.
- Lahlou, H.(2011). *La veille stratégique et son impact sur les entreprises de l'industrie laitière de la wilaya de Bejaia*. (Magister en Sciences de Gestion, Université de Bejaia).
- Lambin J.J et Chmpitaz, R. (2002). marketing stratégique et opérationnel. Paris. DUNOD.
- Leonidou, L. C., & Theodosiou, M. (2004). The export marketing information system: an integration of the extant knowledge. *Journal of World Business*, 39(1), 12-36.
- Lesca, H. (1994). *Veille stratégique pour filemanagement stratégique. Etat de la question et axes de recherche. Economies et sociétés*, 20(5), 31-50.
- Macron C, Monet N. (2011). L'intelligence économique. Dunod, 2.
- Martinet, B., & Marti, Y. M. (2001). *L'intelligence économique : comment donner de la valeur concurrentielle à l'information*. Editions d'organisation.
- Michael P. (1999). *L'avantage concurrentielle*. DUNOD. Paris.
- Pateyron, E A. (1998). *La veille stratégique*. Economica. Paris.
- Pelletier, A., & Cuenot, P. (2013). *Intelligence économique, mode d'emploi : maîtrisez l'information stratégique de votre entreprise*. Pearson Education France.
- Ramangalahy, C. F. E. (2001). *Capacité d'absorption de l'information, compétitivité et performance des PME exportatrices : une étude empirique*. École des hautes études commerciale
- Revell, C. (1998). Intelligence stratégique sur Internet : Comment développer des activités de veille et d'intelligence économique sur le web.
- Rivard, S., Raymond, L., & Verreault, D. (2006). Resource-based view and competitive strategy: An integrated model of the contribution of information technology to firm performance. *The Journal of Strategic Information Systems*, 15(1), 29-50.

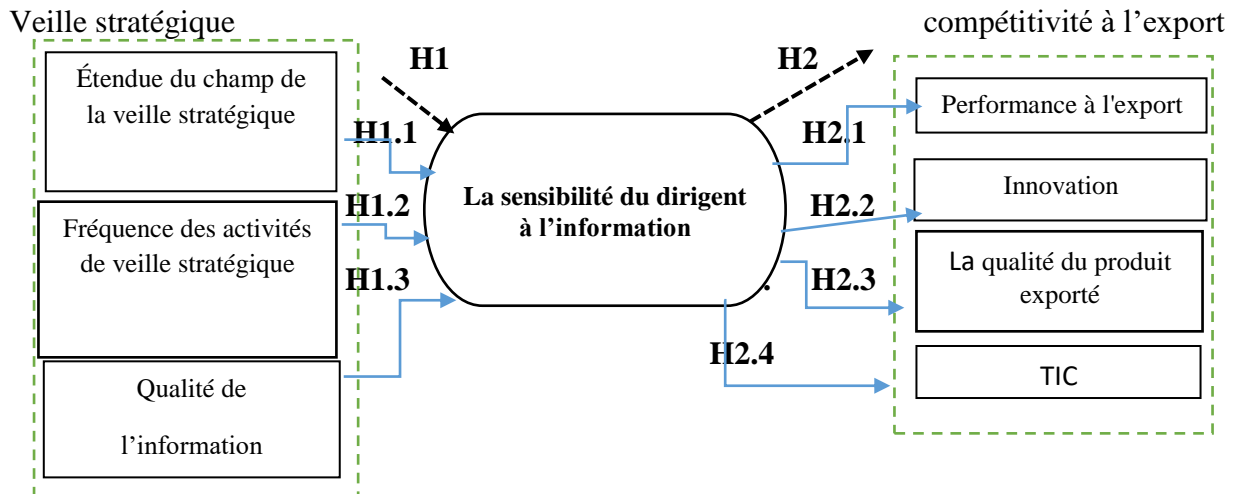
Sharples, J. A., & Milham, N. (1990). *Long-run competitiveness of Australian agriculture* (No. 1483-2016-121821).

Subramanian, R., Kumar, K., & Yauger, C. (1994). The scanning of task environments in hospitals: An empirical study. *Journal of Applied Business Research*, 10, 104-104.

Taguelmint, M. Z., & Boukrif, M. (2015). Les Facteurs Déterminants pour l'Émergence d'une Pratique de Veille Stratégique : Cas des Entreprises Laitières de la Wilaya de Bejaia. *Algerian Business Performance Review*, 379(3376), 1-13.

Annexes :

Figure (1) : Le réseau de causalité et hypothèses de recherche



Source : Réalisé par nous-mêmes

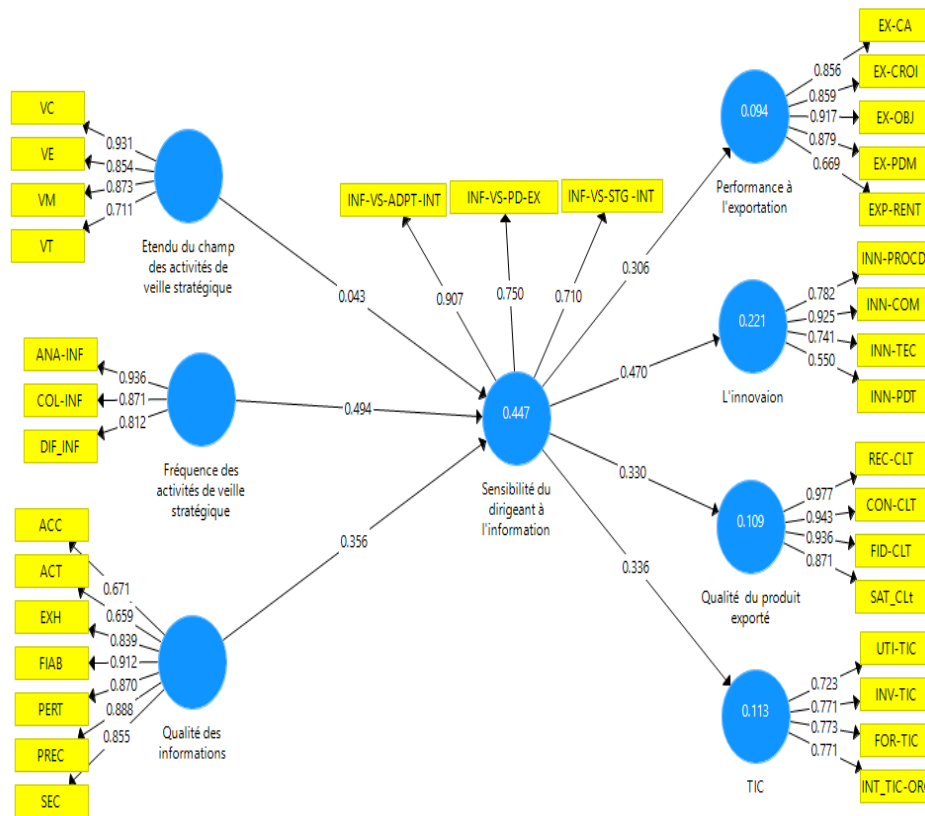
Tableau (1) : Représentation des variables manifestes et des variables latentes

Les variables latentes du modèle $\xi_j = (1 \text{ à } 8)$	Les variables manifestes du modèle	Nom des variables manifestes Xjh	
L'étendue du champ des activités de veille stratégique	Veille concurrentielle Veille technologique Veille commercial Veille environnementale	VE VC VM VT	h= (1à4)
Fréquence des activités de veille stratégique	Collecte de l'information Analyse de l'information Diffusion de l'information	COL-INF ANA-INF DIF-INF	h= (1à3)
Qualité de l'information	Actualité Précision Fiabilité Pertinence Exhaustivité Sécurité Accessibilité	ACT PREC FIA PERT EXH SEC ACC	h= (1à7)
La sensibilité du dirigeant à l'information	l'utilisation des informations issues de la veille lors de la prise de décision l'utilisation de l'information issue de la veille lors du développement des stratégies international l'utilisation des informations issues de la veille pour adapter leurs produits aux attentes des marchés étrangers	INF-VS-PD_EX INF-VS-STG-INT INF-VS-ADPT-INT	h= (1à3)

Performance à l'export	Chiffre d'affaires la rentabilité position dans le marché réalisation des objectifs à l'étranger croissance de leur exportation	EX-CA EX-RTB EX-PDM EX-OBJ X-CROI	h= (1à5)
L'innovation	Innovation produit Innovation procédé Innovation technologique Innovation commerciale	ICINN-PRD INN-PROCD INN-TEC INN-COM	h= (1à4)
Qualité du produit	La fidélité Confiance Réclamations Satisfaction	FID-CLT CON-CLT REC-CLT SAT-CLT	h=(1à4)
Les TIC	Investissement en TIC Utilisation des TIC Introduction des TIC dans l'organisation Formation en TIC	INV-TIC UTI-TIC INT-TIC-ORG FOR-TIC	h= (1à4)
Mode représentativité	de Réflectif $X_{jh} = \lambda_{jh} \xi_j + \epsilon_{jh}$ $\xi_j = (1\text{à}8)$		

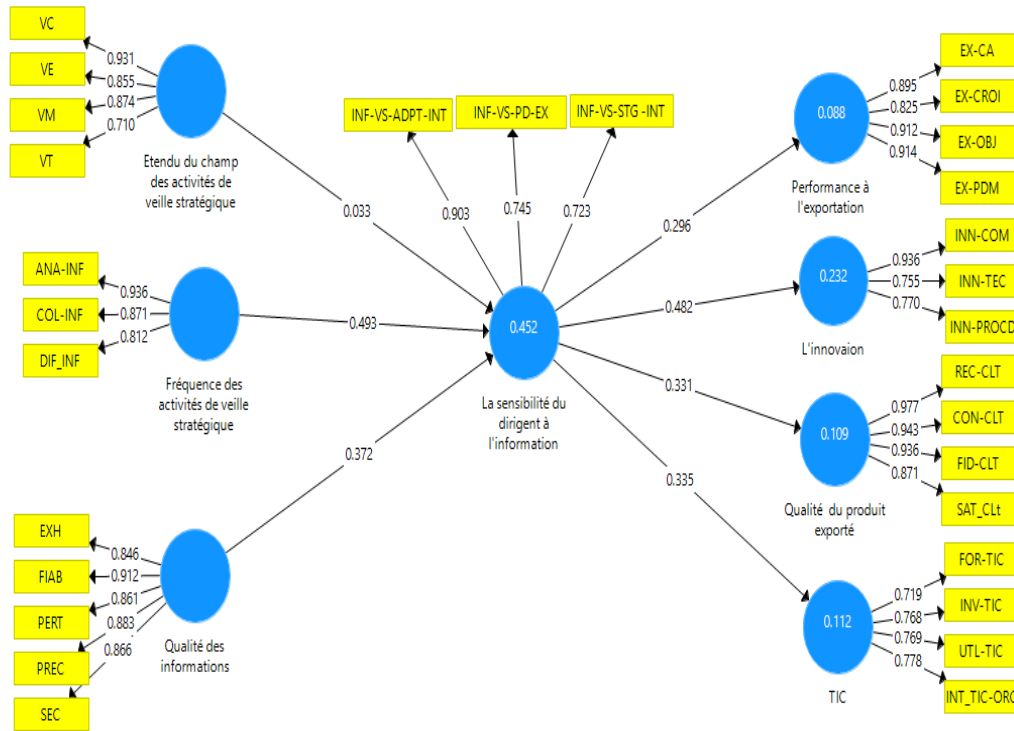
Source : Réalisé par nous-mêmes à travers la revue de la littérature

Figure (2): Correlations entre variables manifestes et variables latentes



Source : Réalisé par nous-mêmes à travers smart PLS version 3

Figure (3): Résultats des tests du modèle de recherche



Source : Réalisé par nous-mêmes à travers smart PLS version 3

Tableau (2) :L'unidimensionnalité

	Alpha Cronbach	de rho_A	Fiabilité composite	la variance extraite (AVE)
Étendu du champ des activités de veille stratégique	0.869	0.919	0.909	0.716
Fréquence des activités veille stratégique	0.844	0.850	0.907	0.765
Innovation	0.764	0.832	0.863	0.580
la sensibilité du dirigeant à l'information	0.719	0.8479	0.836	0.631
Performance à l'exportation	0.916	0.973	0.937	0.788
Qualité du produit exporté	0.950	0.991	0.964	0.870
Qualité des informations	0.923	0.935	0.942	0.763
TIC	0.782	0.706	0.844	0.576

Source : Réalisé par nous-mêmes à travers le logiciel smart PLS version 3

Tableau (3) : La validité discriminante

	Étendu du champ de la VS	Fréquence des activités de VS	Innovation	La sensibilité à l'information du dirigeant	Performance à l'export	Qualité du produit exporté	Qualité de l'information	TIC
Étendu du champ des activités de veille stratégique	0.846							
Fréquence des activités de veille stratégique	0.690	0.875						
innovation	0.413	0.383	0.825					
Sensibilité du dirigeant à l'information	0.449	0.559	0.482	0.794				
Performance à l'exportation	0.460	0.227	0.141	0.296	0.887			
Qualité du produit exporté	0.484	0.408	0.568	0.331	0.301	0.933		
Qualité des informations	0.204	0.116	0.180	0.436	0.510	-0.137	0.874	
TIC	0.633	0.517	0.508	0.335	0.291	0.263	0.486	0.759

Source : Réalisé par nous-mêmes à travers le logiciel SMART PLS version 3

Comment citer cet article par la méthode APA:

BENABDESLAM Chafiaa, BOUKRIF Moussa. (2020). Analyse de l'influence de la veille stratégique sur la compétitivité des entreprises algériennes exportatrices hors hydrocarbures, **Roa Iktissadia Review**, 10 (02), Algérie : Université Eloued, pp 221-235.

Les droits d'auteur de tous les articles publiés dans cette revue sont conservés par les auteurs concernés conformément à la licence Creative Commons Paternité-Pas d'utilisation commerciale 4.0 internationale (CC BY-NC 4.0).



Roa Iktissadia Review, sous [licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).