

**CONTRIBUTION DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE A
L'AMELIORATION DES CAPACITES D'INNOVATION DE
L'ENTREPRISE
APPROCHE PAR LA LITTERATURE**

**CONTRIBUTION OF TECHNOLIGCAL
MONITORING TO THE IMPROVEMENT OF THE
COMPANY'S INNOVATION CAPACITIES
APPROACH BY LITERATURE**

Kamel OTMANI*

EHEC, labo Permanan, Algérie
Kamel.otmani@univ-bejaia.dz

Date Soumission :30/10/2022	Date Acceptation :17/05/2023	Date publication :03/06/2023
--------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Résumé :

La veille technologique devient une activité incontournable pour toute entreprise voulant s'inscrire dans une dynamique d'innovation. Dans la présente contribution, nous voulons participer au débat sur la compétitivité de l'entreprise reposant notamment sur l'innovation, celle-ci peut être provoquée par la pratique de la veille technologique. Nous voulons, en outre, sensibiliser, un tant soit peu, les différents acteurs de l'entreprise quant à l'importance de la pratique de veille technologique, à fortiori, quand on sait que le classement des entreprises algériennes en matière d'innovation laisse à désirer.

Mots clés : veille technologique, innovation, compétitivité, environnement, information

Code de classification Jel: D80, M15, L19

Summary :

* Auteur correspondant

**CONTRIBUTION DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE A
L'AMELIORATION DES CAPACITES D'INNOVATION DE
L'ENTREPRISE APPROCHE PAR LA LITTERATURE**

Technological monitoring becomes an essential activity for any business wanting to be part of an innovation dynamic. In this contribution, we want to participate in the debate on the competitiveness of the company based in particular on innovation, it can be caused by the practice of technological monitoring. We want, moreover, to raise awareness, a little bit, the various players in the company as to the importance of technological monitoring practice, in particular, when we know that the classification of Algerian companies in terms of innovation leaves to to desire.

Keywords : technological monitoring, innovation, competitiveness, environment, information

JEL Classification Codes: D80, M15, L19

1. Introduction

Pour rester compétitive aussi longtemps que possible sur son marché et détenir une avance confortable sur ses concurrents, l'entreprise doit se renouveler sans cesse. Pour ce faire, cette dernière doit relever le défi de l'innovation. En effet, Loilier et Tellier (2013) affirmaient que l'innovation demeure la clé de voûte en matière de compétitivité de toute entreprise. Celle-ci permet à l'entreprise de détenir des avantages concurrentiels sans cesse renouvelés, car « *les entreprises évoluent de plus*

en plus dans des environnements où les avancées technologiques et l'innovation sont des facteurs essentiels pour l'obtention d'avantages concurrentiels » (Megherbi, Arabi et Khelfaoui, 2005, p.01).

Cependant, pour s'inscrire dans une démarche d'innovation, l'entreprise doit avoir accès à la connaissance au travers des informations collectées (Costa, 2008) lesquelles font l'objet de traitement avant qu'elles soient diffusées aux acteurs concernés en vue de leur exploitation. C'est pourquoi M. Porter cité par Rouach, incitait les dirigeants d'entreprises depuis déjà les années 80 à « *donner la bonne information, à la bonne personne, au bon moment, pour prendre la bonne décision* » (Rouach, 2005, p.05). Cela nécessite une organisation bien maîtrisée de la gestion de l'information au sein de l'entreprise, d'autant plus que dans les temps qui courent, l'information est surabondante, elle l'est davantage avec l'évolution exponentielle des technologies de l'information et de la communication (TIC).

De ce fait, innover consiste pour une entreprise à bien orienter son activité de veille afin de mieux cibler sa recherche d'informations. Il ne s'agit pas seulement de traquer, de collecter, de traiter et de diffuser des informations pour des fins stratégiques (Taguelmint, 2017), mais l'entreprise doit faire preuve d'ingéniosité en ciblant l'information adéquate lui permettant ainsi d'enclencher un processus d'innovation. Pour ce faire, la mise en place d'un système de veille technologique permettra à l'entreprise de cibler l'information innovante qui lui permettra de proposer des produits ainsi que des services nouveaux, sources d'avantages concurrentiels différenciateurs (Caron-Fasan, 2008). La veille technologique figure, par conséquent, en bonne place pour l'entreprise dans sa quête d'innovation.

En Algérie, l'innovation est loin d'être la préoccupation majeure des entreprises puisque le dernier classement ¹ de l'indice mondial de l'innovation (2021) pointe notre pays à la 120^{ème} place sur 132 pays classés, et dernière dans les pays du Maghreb. Cela doit interpeller aussi

¹ L'indice mondial de l'innovation est publié conjointement par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), l'Université américaine Cornell et l'Institut européen d'administration des affaires (INSEAD), il est consultable en accès libre sur le site : <https://www.wipo.int> (consulté le 27 Février 2022, à 14h 45mn).

bien l'Etat que les dirigeants d'entreprises pour faire des efforts afin d'inscrire les entreprises dans une démarche d'innovation, source de compétitivité. Dans ce sillage, la veille technologique permet de générer et de confirmer de nouvelles idées, ce qui permet à l'entreprise de planifier ainsi son processus d'innovation (Fasquelle, 2018).

Dans la présente contribution, et dans le souci d'apporter un éclairage sur la pratique de la veille technologique, souvent occultée par les entreprises algériennes, publiques ou privées soient-elles, mais qui s'avère être d'une importance non négligeable, à fortiori, pour donner un essor considérable à la capacité d'innovation de ces entreprises ; nous essayons au travers d'une revue de littérature concise de faire un tantinet d'éclairage sur le rôle de la veille technologique quant au développement des potentialités d'innovation d'une entreprise qui se veut ambitieuse dans ses projets. A cet effet, nous essayons, tout au long de cet article, de répondre à la question centrale ayant trait au rôle de la veille technologique sur le développement de la capacité d'innovation de l'entreprise, dit autrement, *quel rôle joue la veille technologique sur le développement de la capacité d'innovation d'une entreprise ?* Cela se fera par un travail de combinaison des contributions de certains auteurs, chercheurs et praticiens ayant travaillé sur ce domaine de recherche.

Nous avons structuré le design de notre travail en deux volets essentiels pour bien élucider l'objet de notre recherche. Le premier volet est réservé à la veille technologique, quant au deuxième, il le sera aux éléments ayant trait à l'innovation.

2- La veille technologique comme catalyseur d'innovation dans l'entreprise

Les entreprises commençaient à donner un intérêt particulier à la surveillance de l'environnement à partir des années 70 (Boursier-Desjardins et al, 1990), les entreprises japonaises en avaient donné l'exemple par excellence de cette surveillance. De cet intérêt émergea une multitude d'actions visant à traquer l'information suivant les différentes facettes de l'environnement de l'entreprise sous l'appellation de veille stratégique. Celle-ci est d'ailleurs « *une expression générique qui englobe plusieurs types de veilles spécifiques telles que la veille*

technologique, la veille concurrentielle, la veille commerciale, etc.) (Benhadji et Laouedj, 2020, p.75). Nous constatons que la notion de veille est large autant que son champ d'application. A cet effet, la présente contribution met l'accent exclusivement sur la veille technologique en essayant de ressortir son rôle prépondérant sur toute entreprise voulant développer sa capacité d'innovation. Pour cela, l'étymologie de la veille technologique, sa mission, ses objectifs, son processus font tous *infra* l'objet de notre attention.

2.1- Eléments de définition

De prime abord, une remarque de taille doit être tirée au clair : c'est que la veille technologique a été souvent utilisée, à tort, de manière générique pour désigner l'intelligence économique. En réalité, la veille technologique concerne un aspect particulier (environnement scientifique et technique, la recherche fondamentale et appliquée, etc.) de celle-ci (Henry, 1998). Dans ce sens, beaucoup d'auteurs se sont évertués à définir ce qu'on entend dire par cette activité qui ne cesse de conquérir une importance grandissante dans les entreprises.

Parmi les premiers auteurs à avoir théorisé sur ce champ d'étude (veille technologique), figure en première ligne F. Jacobiak (1991), cité par Caron-Fasan (2008, p.20) et qui conçoit la veille technologique comme « *l'observation et l'analyse de l'environnement suivie de la diffusion bien ciblée des informations sélectionnées et traitées utiles à la prise de décision stratégique. La veille technologique concerne les informations scientifiques, techniques (brevets), technologiques (procédés de fabrication), technico-économiques (capacités, débouchés) ou économiques* ». Cette définition met l'accent sur le caractère stratégique de la veille technologique en ce sens que les implications de celle-ci mettent en jeu beaucoup d'acteurs aussi bien à l'intérieur de l'entreprise qu'au niveau de l'environnement externe, aussi est-il avéré que les conséquences de son application dans l'entreprise transforme cette dernière en matière d'organisation. En effet, observer l'environnement, puis sélectionner et diffuser des informations qui doivent être traitées au préalable exige l'adhésion de toute l'entreprise dans cette tâche. Cependant, nous estimons que ladite définition est, un tantinet restrictive, du moment qu'elle ne met pas en lumière l'objectif ultime de la veille technologique, à savoir l'innovation dans toutes ses

dimensions. Cela faisait dire d'ailleurs à Costa (2008, p.59) que le fait « *d'innover est aujourd'hui indispensable non seulement pour gagner des marchés mais aussi pour les renouveler (...) pour répondre à ses attentes qui s'expriment plus ou moins directement, il faut récolter l'information nécessaire. Mais dans le cadre de la veille technologique, l'information est avant tout scientifique et technique* ». Nous constatons que la veille technologique met bien le focus sur les informations scientifiques, en l'occurrence, les travaux de recherches académiques (universitaires, travaux des étudiants en stage), des revues scientifiques spécialisées ainsi que les bases données, etc., à ce titre, les informations techniques et technologique (brevets d'invention, process de fabrication) entrent en ligne de mire de la veille technologique. Enfin, pour Deschenes (1993) utilisant l'acronyme « VEILTECH » pour désigner la veille technologique suppose que cette activité requiert des étapes à mettre en place sous forme de processus informationnel dans le but de bien mettre au clair la prise de décision qui débouche sur l'innovation technologique.

Pour cerner la notion de veille technologique ainsi que son objectif, qui, tel que le suppose Rouach (2005, p.05) dans « *la veille technologique et l'intelligence économique* » la veille technologique « *c'est l'art de repérer, collecter, traiter, stocker des informations et des signaux pertinents (faibles, forts) qui vont irriguer l'entreprise à tous les niveaux de rentabilité, permettre d'orienter le futur (technologique, commercial, etc.) et également de protéger le présent et l'avenir face aux attaques de la concurrence (...)* ». Comme nous pouvons le constater, la veille technologique se donne comme objectif principal l'innovation dans toutes ses déclinaisons (innovation de produit ou de service, innovation dans le process de production, innovation managériale, etc.), de ce fait, elle doit avoir tous les soins nécessaires de la part des dirigeants de l'entreprise mais pas que, puisque, la recherche d'information doit être l'apanage de tous les acteurs de l'entreprise (ouvriers, cadres, agents de maîtrise, d'entretien, etc.), ce constat a d'ailleurs fait dire à Rouach (2005, p. 19) qu'une « *entreprise qui veut pratiquer la veille technologique doit être organisée d'une manière flexible. Les flux d'information et de communication doivent circuler d'une transversale* ». Enfin, Bisson & Diner cité par Fasquelle (2018) notent que la veille doit porter sur des sujets prédéfinis, ce qui est en adéquation avec le présent article portant sur la veille technologique.

Pour bien matérialiser cet intérêt, l'activité de veille technologique doit avoir une mission aussi claire que possible dans l'entreprise.

2.2- Missions de la veille technologique

Comme nous l'avons souligné plus haut, au travers de la veille technologique l'entreprise trace comme horizon la création. Si la veille concurrentielle scrute dans les moindres détails ce que font les rivaux de l'entreprise, si la veille commerciale analyse leurs pratiques « marketing » et si, plus globalement encore, la veille stratégique pointe ses « radars » pour faire un diagnostic général, mais parfois non détaillé, des pratiques des concurrents sur tous les plans, la veille technologique quant à elle est bien précise dans sa mission, laquelle consiste à réclamer une attention particulière aux innovations qui peuvent être rendes possibles grâce au suivi régulier des brevets déposés (Costa, 2008). Les travaux de M. Porter (1999) appuient, depuis déjà les années 80, une thèse que nous estimons comme règle d'or en matière de la pratique de veille et selon laquelle on doit donner de la bonne information, à la bonne personne, au bon moment, dans le but de prendre la bonne décision. A ce titre, que des signaux sont, sporadiques soient-ils sont lancés par les différents acteurs évoluant dans l'environnement de l'entreprise, les capter peuvent constituer à terme une source inestimable d'innovation pour l'entreprise. On l'aura certainement remarqué, l'enjeu principal de la veille technologique consiste en un renouvellement permanent et à plusieurs niveaux (organisation, production, technologie, procédé, etc.), demandant ainsi une pro-action² continue. Ce n'est pas une tâche aisée pour l'entreprise dans le sens où elle doit bien organisée tout en mettant les bouchées doubles - turbulence de l'environnement oblige - dans le processus de veille technologique.

2.3- Le processus de veille technologique

Toute entreprise qui veut réussir le lancement de son activité de veille doit réaliser, au préalable, un audit sur sa vielle ainsi que sa culture d'entreprise. A cet effet, un bilan détaillé sur ses sources d'information, les usages qui en sont faits, le degré de sensibilisation des acteurs de

²Le mot action « pro-action » doit être entendu sous son sens utilisé dans le monde de gestion à savoir, la capacité de l'entreprise à provoquer le changement dans l'environnement, par entre autres, l'innovation.

l'entreprise à l'activité de veille est un élément d'analyse à ne pas négliger (Hermel, 2007).

Par processus, il s'entend une succession d'étapes bien organisées et liées les unes aux autres dans le but d'atteindre un objectif bien déterminé, de ce fait, il s'apparente à l'approche systémique³ constituée d'un ensemble d'éléments interconnectés, organisés en vue de la réalisation d'un but commun. Dans le présent article, nous appréhendons le processus de veille technologique telle une approche systémique réclamant l'interdépendance de ses étapes qui permet à la cellule de veille de réussir cette phase cruciale de l'activité de veille technologique, les séquencer sans pour autant les coordonner équivaldrait à échec avéré.

Par ailleurs, en nous basant sur la littérature traitant de la veille, nous estimons que mettre en place une cellule de veille exclusivement dédiée à la veille technologique, semble être un fait très rarement rencontré dans les entreprises. D'une part, il est presque inconcevable de réserver pour chaque type de veille une cellule spécifique à cause des coûts (financier, humain, logistique, etc.) exorbitant que cela supposerait, d'autre part, le cas échéant, les différentes cellules de veille ainsi créées rendraient très ardue la tâche de coordination entre elles. Par conséquent, nous supposons notre développement que le processus de veille technologique s'apparente à celui de la veille de manière générale.

Le processus de veille contient plusieurs phases, néanmoins, la plupart des modèles traitant de la veille distinguent trois principales étapes : la collecte des informations, leur traitement ainsi que leur diffusion une fois traitées, à cela s'ajoute deux autres étapes : l'identification des besoins en matières d'informations à surveiller qui vient en amont du processus de veille ainsi que l'exploitation des informations traitées qui clôture le processus en question (Taguelmint, 2017). Il y a lieu de souligner que N. Moinet avait agrémenté ce

³ L'approche systémique avait été développée et vulgarisée par le cybernéticien américain Wiener à la fin de la deuxième guerre mondiale et qui prend chaque entité étudiée (cellule, corps humain, entreprise, institution, etc.) comme étant un système constitué de plusieurs éléments interdépendant et mis en interaction dans le but d'atteindre l'équilibre de ce système.

processus de veille par deux autres étapes, à savoir : la vérification de la qualité des informations recueillies et leur sécurisation (Moinet, 2006).

Pour dérouler les phases constitutives du processus de veille, nous nous sommes basés sur l'étude faite par un groupe de chercheurs dont les travaux ont été dirigés par Manson (2006), celle-ci avait été faite à base d'une revue des publications recensées dans des bases de données (163 références) laquelle a débouché sur sept phases : la phase de ciblage, la phase de recherche, la phase de sélection, la phase de circulation et de diffusion, la phase de stockage, la phase d'exploitation et la phase d'animation (Manson et autres, p.187)⁴. Nous donnons plus d'explications à chacune des sept phases dans ce qui suit :

➤ **La phase de ciblage** : dans cette première étape du processus de veille, il s'agit d'identifier les besoins en matière d'informations pour pouvoir, ensuite, bien repérer les sources permettant leur collecte, cela permettra à l'entreprise d'éviter le piège inhérent à la situation du sac de nœuds due à la surabondance d'information. Dans notre étude, il s'agit pour l'entreprise de cibler donc, les informations d'ordre scientifique, techniques et technologique.

➤ **La phase de recherche** : après avoir jeté son dévolu sur les informations que l'entreprise veut surveiller, le moment est à la recherche de ses informations afin de les collecter. Vous l'aurez certainement remarqué, il s'agit là de définir les sources d'informations potentielles pour se faire collecter. A ce titre, les typologies des sources foisonnent et les auteurs et autres praticiens en la matière ne lésinent pas sur les efforts pour les classier en groupes ou en catégories de source. Entre la nature des informations (blanche, grise, noire) selon la norme de l'association française de normalisation (AFNOR)⁵ citée par N. COSTA (2005) et le critère de formalité des sources (information formelle, information informelle), l'entreprise se trouve être devant un réel

⁴Pour davantage de détails sur les résultats de cette étude, veuillez consulter l'ouvrage édité sous la direction de Nicolas Manson, sous l'intitulé « veille anticipative, une autre approche de l'intelligence économique », réalisé par la maison d'édition Lavoisier en 2006.

⁵ L'Association Française de Normalisation (AFNOR) classe les informations selon leur nature en trois catégories : informations blanches, informations grises et informations noires)

dilemme pour choisir des sources⁶ pertinentes, réussir cette phase équivaut à faire un pas de géant vers la réussite de tout le processus de veille.

➤ **La phase de sélection** : cette étape est très nécessaire pour réduire la quantité d'informations collectée. Pour ce faire, l'entreprise peut les classer par ordre d'importance, tout comme elle peut le faire selon l'ordre chronologique de leur apparition. En somme, il s'agit de faire le tri pour rendre les informations exploitables selon le degré de nécessité à telle ou telle autre information.

➤ **La phase de circulation et de diffusion** : « *la circulation désigne l'acheminement de l'information brute, c'est-à-dire des produits de la phase de recherche. Il s'agit de disséminer, remonter, diffuser, faire circuler ou transmettre une information brute avant son exploitation* » (Manson et autres, 2006, p. 202). Quant à la diffusion de l'information, le focus se met sur la dissémination des informations traitées et qui sont prêtes pour être exploitées par le service concerné (2006). Nous constatons que N. Manson et ses collaborateurs ont essayé de faire un travail en profondeur en décortiquant autant que faire se peut les moindres détails du processus de veille.

➤ **La phase de stockage** : avec le développement effréné des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), l'entreprise dispose des outils importants pour mettre en place des bases de données avec une grande capacité de stockage. Chaque information mémorisée trouvera certainement le moment propice pour son utilisation, encore faut-il que les méthodes de stockage ne soient pas trop compliquées de sorte à rendre l'information difficilement accessible.

➤ **La phase d'exploitation** : L.Fahey cité par Manson et autres (2006) classe en trois catégories les méthodes d'exploitation de l'information : les « méthode simpliste », « les méthodes de production » ainsi que « les méthodes de projection ». pendant que les deux premiers types de méthodes font recours à des outils simples et des méthodes statistiques relativement simples, la dernière catégorie de méthodes mobilisent une grande variété de méthodologies comme la modélisation statistique ainsi

⁶Notre but dans la présente étude n'est pas de passer en revue et dans le détail près toutes les sources d'informations. Des recherches sur celles-ci foisonnent et le lecteur peut trouver aisément l'information en la matière.

que les techniques de simulation pour l'exploitation des données plutôt quantitatives (2006)

➤ **La phase d'animation** : cette dernière étape du processus de veille ne manque pas d'importance. C'est là qu'apparaît la vision de la direction générale de l'entreprise concernant l'importance du rôle (stratégique ou négligeable) qu'elle confère à la cellule de veille en mettant en place un animateur de veille ; certains auteurs le qualifient de leader par le fait que le responsable de veille est appelé à coordonner le travail qui se réalise dans toutes les phases précédentes, pour ce faire, il doit être armé d'un savoir en leadership, d'un savoir-faire lié à l'animation des groupes ainsi qu'un savoir-être bien en place en matière, notamment, de l'aspect relationnel et de la conduite dans et en dehors du travail.

Il reste à préciser que, suivant les objectifs de la veille, l'entreprise met ou pas en place un processus de veille bien élaboré. En effet, J. Breillat (2008) souligne que si l'entreprise adopte dans sa démarche de surveillance de l'environnement une méthode passive de la veille, celle-ci tend à collecter des informations que les membres de l'entreprise rencontrent au quotidien dans différents endroits et sur différents supports, le but dans ce cas là ne concerne pas des informations bien ciblées, ni le processus n'obéit à une certaine structuration et organisation des étapes. Pour cet expert spécialisé dans le domaine du management stratégique de l'information et l'intelligence économique, la veille passive a le mérite d'impliquer l'ensemble des acteurs de l'entreprise dans la collecte d'informations. Par ailleurs, il met en exergue la veille active qui adopte une méthode très claire sur les informations dont cherche l'entreprise, c'est pourquoi l'entreprise essaie d'asseoir un processus de veille bien organisé. *In fini*, nous estimons, comme le constate J. Breillat que la veille passive et la veille active se complètent et toute entreprise gagnerait à les adopter simultanément.

Cette dernière phase a fait naître une fonction qui n'existait pas dans le temps au sein des entreprises, c'est la fonction de veilleur. Avant de passer en revue cette fonction qui ne cesse pas de susciter l'intérêt tant des dirigeants d'entreprises que de chercheurs de la veille, nous résumons ses sept phases du processus de veille que nous avons emprunté, comme il a été mentionné plus haut, aux travaux dirigés par Manson (2006) dans le tableau ci-dessous :

Tableau 01 : les étapes du processus de veille dans l'entreprise.

Phases du processus de veille	Tâche à accomplir
Ciblage	Audit de la veille
recherche	Détermination des sources d'information
sélection	Choix des informations pertinentes
Circulation et diffusion	Acheminement de l'information
stockage	Mémorisation de l'information
Exploitation	Transformation d'informations en connaissance
animation	Motivation des troupes de la veille

Source : réalisé par nos soins d'après les travaux de Manson et al. (2006).

2.4- La fonction de veilleur

Dans toute activité, il doit y avoir un meneur, un responsable, d'aucuns diront « une tête de gondole » qui assume la responsabilité de mener les troupes, les motiver et les faire adhérer à s'impliquer dans la traque d'informations dont l'entreprise a besoin pour ne pas perdre « la boussole » des changements qui s'opèrent, parfois, à grande vitesse, au niveau de l'environnement. Certaines entreprises avaient nommé depuis déjà les années 80 un veilleur technologique (Martinet et Ribault, 1989) pour mener la *vigie* ou le *radar*⁷. Le veilleur ou le guetteur doit donc « *rester éveillé afin de ne pas se laisser surprendre(...) seulement, il ne va faire qu'attendre les évènements : il va chercher à les provoquer puisque son action de veille consiste précisément à rechercher de l'information et à rester en alerte sur les évènements qui surviennent afin de les utiliser* » (Costa, 2005, p.50) ; cet esprit de vigilance doit le disséminer à toute son équipe de travail, mieux encore, il doit contaminer tous les collaborateurs de l'entreprise par cette curiosité informationnelle. Rouach (2005) distingue cinq types de veilleurs technologiques : d'abord, le *veilleur guerrier* qui envahit les terrains de combat concurrentiel pour arracher l'information utile recherchée, pour ce faire, ce dernier ne lésine pas sur les moyens, encore moins sur le plan

⁷ D'après les auteurs Bruno MARTINET et Jean-Michel RIBAUT dans « *la veille technologique, concurrentielle et commerciale* », sorti en 1989 aux éditions d'organisation, *vigie* et *radar* constituent l'appellation préférée des journalistes pour désigner l'activité de la veille

des efforts. Puis, le *veilleur offensif* qui déploie lui-aussi beaucoup d'efforts et d'énergie pour arriver à bout d'une information très rare. Ensuite, le *veilleur actif* qui essaie de mener avec efficacité sa mission de surveillance de l'environnement. Après, le *veilleur réactif* qui réagit quand un changement quelconque s'est déjà fait jour autour de l'environnement de l'entreprise. Enfin, le *veilleur dormeur* qui ne donne aucune importance à l'activité de veille, on trouve ce genre de veilleur souvent dans les entreprises où la veille se fait de manière passive.

Une fois le service de veille technologique est mis en place dans les services de l'entreprise, avec comme responsable, un veilleur aguerrri en termes de motivation, et avec la mise en place d'un processus de veille bien étudié dans toutes ses phases de réalisation. Dès lors, la veille technologique pourrait être un levier stratégique pouvant inscrire l'entreprise dans une démarche d'innovation.

3- De la veille technologique aux pratiques d'innovation

La mission principale de la veille technologique consiste à faire un travail d'identification, voire d'anticipation des innovations qui se profile à l'horizon. En effet, *KB crawl*, spécialisé en intelligence économique estime, dans son billet de blog⁸, que « *les sources de veille technologiques constituent une information stratégique incontournable pour devancer, développer et exploiter des inventions* » et ce, grâce à la consultation minutieuse des bases de données spécialisées en informations scientifiques, des revues et magazines spécialisées, et autres dépôts de brevets d'invention, etc. la base de toute connaissance est l'information, qui, d'une donnée brute se transforme après son traitement à une connaissance avérée et exploitable pour enclencher une démarche d'innovation. Cela nous amène à essayer de comprendre l'essence d'innovation (*KB crawl*, 2022).

Bien que le concept d'innovation semble être difficile à cerner sur le plan étymologique vu qu'il est protéiforme (Loilier et Tellier, 2013) il n'en demeure pas moins que la langue française au travers du dictionnaire *Wictionnaire* qui considère l'innovation comme une action d'introduire une nouveauté considérable s'opérant sur une situation, sur un usage, ou encore, un changement dans un domaine quelconque. De

⁸<https://www.kbcrawl.com> (consulté le 02 Mars 2022, à 12h 55mn)

notre part et suivant le champ de notre étude, nous estimons que l'innovation peut aller d'une petite amélioration opérée sur un produit comme l'amélioration de la capacité de stockage d'une *clé Usb* amovible en gardant les mêmes techniques de fabrication à une modification radicale de la technologie de fabrication, les nouvelles technologies de l'information et de la communication en témoignent ce type d'innovation dans le domaine de la communication. A ce titre, l'innovation dans l'entreprise peut concerner l'organisation (organisationnelle ou managériale), ou la production (produit/service), tout comme elle peut porter sur les procédés de fabrication (process)⁹. Ainsi, on ne peut traiter le fait d'innovation que si l'enjeu économique est de mise en essayant de rendre commerciale celle-ci, autrement, on reste au stade d'invention cantonnée généralement dans le service de recherche et développement (R&D) de l'entreprise (Loilier et Tellier, 2013). L'innovation peut, à cet effet, être l'apanage de toutes les fonctions de l'entreprise, et ce, par la participation, notamment, au processus de veille technologique en alimentant le service de veille par des informations pertinentes. Aussi, estimons-nous que les fonctions qui se trouvent « en poste avancé » en matière de contribution à l'amélioration des capacités d'innovation de l'entreprise au travers de la veille technologique sont les activités : Marketing, gestion des ressources humaines et la directions du système d'information de l'entreprise¹⁰. Celles-ci peuvent se placer pour les unes (Marketing et gestion des ressources humaines) en interface entre les sources d'information et le service de veille technologique afin d'irriguer toute l'entreprise en informations innovantes, et comme outil fiable (service du système d'information) en vue de rendre la pratique de la veille technologique très performante dans l'entreprise. Ainsi, approchons-nous la capacité d'innovation de l'entreprise par les trois fonctions en question. D'aucuns estiment et à juste titre d'ailleurs que l'activité R&D doit impérativement figurer en avant poste des activités sur lesquelles l'entreprise doit compter pour booster sa démarche

⁹ Notre intention n'est pas portée dans cette contribution à étaler et dans les détails les différents types d'innovation. Notre objectif est de souligner ce dont sur quoi l'innovation peut être orientée pour répondre aux questionnements de notre étude empirique.

¹⁰ Nous estimons que toutes les activités de l'entreprise peuvent indéniablement contribuer à l'innovation, celle-ci n'étant pas l'apanage d'un seul service, beaucoup d'études en la matière l'ont montré d'ailleurs (Megherbi et al, 2005). Cependant, pour des raisons de faisabilité, nous nous sommes limités à ces trois fonctions là.

d'innovation. Effectivement, cette dernière constitue le fer de lance, notamment, de l'invention pour toute entreprise ambitieuse, sauf que la présente proposition ne tient pas l'invention pour objet d'étude, mais l'innovation comme seconde variable.

3.1- Activités de soutien à l'innovation via la recherche d'informations

De par sa nature, *l'activité marketing* est portée vers le client par le fait que cette dernière essaie, entre autres, de connaître le comportement du consommateur par des études de marché menées à longueur de mois et d'années, cela place cette activité en première position pour détecter les signaux faibles¹¹ qui commencent à apparaître sur le marché pouvant avoir ainsi un impact considérable en matière de tendances lourdes que connaît la société (effet de mode par exemple). Dans ce cas, le service marketing peut, en coordination, avec le service de veille technologique, mobiliser ses troupes (forces de vente) pour porter une attention particulière sur tout ce qui est susceptible d'indiquer l'apparition d'un signal faible sur le marché. De par la communication événementielle, l'entreprise organise des journées portes ouvertes sur les activités de l'entreprise, participe aux salons et foires d'exposition ainsi qu'aux séminaires et colloques se déroulant aux niveaux : local, régional, national ou international. Ces actions du service marketing sont une aubaine pour recueillir et collecter une mine d'or de données qui pourraient déboucher sur des informations innovantes. Par son ambition de devenir une entreprise relationnelle¹², et *via* la gestion de la relation client basée, notamment, sur la fidélisation de la clientèle s'opérant sur de longues années et qui se paye par une connaissance quasi-parfaite de leurs attentes, cela peut être exploité, par exemple, pour amorcer une innovation incrémentale¹³ qui ne stipule pas un changement radical à l'œuvre d'innovation, celle-ci peut se réaliser par le lancement de

¹¹ Des tendances qui se dessinent dans l'environnement mais qui ne sont pas apparentes, Ansoff (1975) a insisté dans ses travaux sur la détection des signaux faibles, pour plus de détails, se référer à son article intitulé : « mapping strategic by response to weak signals ».

¹² Par opposition à l'entreprise transactionnelle qui privilégie la transaction, l'entreprise relationnelle, en plus de la transaction, donne une importance capitale à la relation qu'elle noue avec ses clients.

¹³ L'innovation incrémentale est celle qui n'implique pas un changement radical dans l'innovation produite, mais, elle suppose une amélioration de l'existant

nouveaux produits à même de répondre à ces attentes (clientèle). C'est ainsi que l'activité marketing constitue un gisement inépuisable pour instaurer une politique d'innovation qui s'inscrit dans la durée pour l'entreprise.

De son côté, *le service de la gestion des ressources humaines* peut constituer un facteur décisif pour soutenir l'entreprise dans sa quête d'innovation en mettant à disposition du service de veille technologique un personnel conscient aux enjeux de la surveillance de l'environnement, motivé pour traquer les informations et impliqué dans le processus de veille, et ce, par la mise en place d'un encadrement de qualité au travers de la politique de formation, de rémunération, d'évaluation de compétences. En somme, la fonction ressources humaines peut offrir des « *veilleurs guerriers* » (pour reprendre ainsi Rouach dans sa typologie faite du guetteur expliquée plus haut) à l'entreprise et nourrir la culture de veille chez tous salariés de l'entreprise.

Quant au service des systèmes d'information, il a longtemps été considéré comme une activité secondaire au sein de l'entreprise. Néanmoins, les dirigeants de différentes organisations ne cessent de porter, au plus haut niveau, leurs soucis quant à la sécurisation du patrimoine informationnel des entités dont ils sont responsables aussi bien dans sa composante technique (outils informatiques sophistiqués, réseaux, logiciels de gestion, etc.) que de sa composante humaine permettant sa gestion. Il est d'autant plus important que certaines entreprises le renomment par systèmes d'information et du numériques intégrant ainsi une dimension numérique et digitale pour répondre aux défis de l'heure où tout peut se faire via le net (Bilet et autres, 2021).

G. Brigittes (1993) considère le système d'information comme la transmission d'informations entre plusieurs catégories de personnes, ou entre moult services impliquant en cela la présence préalable d'outils techniques dotés d'un réseau de connexion à des fins de coordination, de concertation et de communication, elle met ainsi le doigt sur le caractère transversal du système d'information qui relie tous les services de l'entreprise qui lui donne davantage de flexibilité. Les auteurs tels que Lesca, Dou ayant fait des recherches sur ce champ d'étude s'accordent presque à dire que le système d'information englobent un ensemble de ressources (matérielle, logicielle, humaine, etc.) organisées dans le but de collecter les informations, les traiter, les stocker et les diffuser pour une éventuelle exploitation. On trouve là un moyen parfait pour

optimiser la gestion du processus de veille dans presque toutes ses étapes, « ainsi, l'entreprise peut se projeter dans une démarche de veille en accordant une attention particulière aux informations à tous les niveaux hiérarchiques » (Oumakhlouf et Kherbachi, 2019, p.551). Si l'entreprise oriente la surveillance vers des sources d'informations scientifiques, techniques et technologiques telles que les bases de données scientifiques (publications des chercheurs universitaires), les revues et la presse spécialisées, et effectue ainsi le suivi des dépôts de brevets d'invention par les différents acteurs de la société (chercheurs, entreprises, centres de recherche, organismes étatiques spécialisés, etc.), dès lors, elle pourrait en trouver matière à innover.

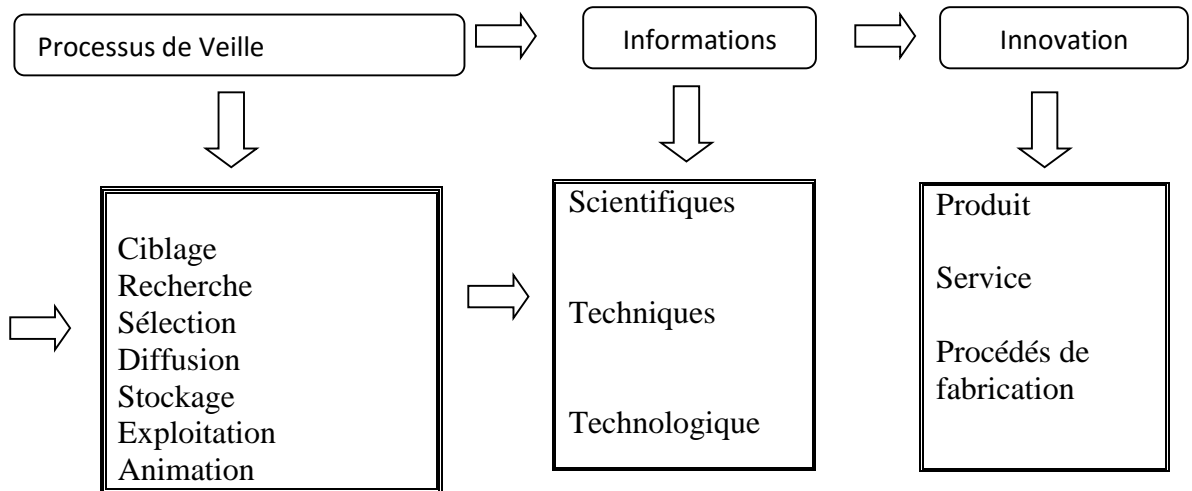
A cet effet, les demandes de dépôt des brevets d'invention semblent augmenter dans le monde en dépit de la crise sanitaire planétaire liée à la pandémie du COVID 19. Selon son rapport de 2020, l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) indique que lesdites demandes ont augmenté de 1,6 %. Le même rapport atteste de la bonne santé de l'économie de l'innovation en 2021.

En Algérie, l'Institut National Algérien pour la Propriété Industrielle (INAPI) a enregistré en fin de l'année écoulée 787 demandes de brevets (2022) dont 87 issues des universités et centres de recherche. Ainsi, le directeur de la promotion de l'innovation et du transfert technique (DPITT)¹⁴ affirme qu'il a été procédé à l'installation d'un réseau de centres d'appui à la technologie et l'innovation (CATI) qui permet aux entreprises s'inscrivant dans une démarche d'innovation à avoir accès à des informations technologiques dans le but de les inciter à booster leurs capacités d'innovation, pour ce faire, ce réseau propose un service connexe de qualité, il concerne celui d'aider les entreprises à la recherche d'informations inhérentes à la technologie mais aussi une formation à la recherche dans les bases de données, la veille technologique et concurrentielle (2022). Cela constitue une aubaine pour les entreprises algériennes voulant s'inscrire dans une démarche d'innovation en se basant sur le suivi des informations scientifiques, techniques et technologiques.

En dernier, nous mettons au clair au travers d'un schéma, le rôle que joue la veille technologique, une fois, mise en place avec son processus détaillé, sur l'innovation qu'elle peut générer.

¹⁴Elle est dirigée par M. AICHE Nadji, elle est rattachée à l'INAPI.

Figure 01 : schéma montrant l'impact de la veille technologique sur l'innovation.



Source : établi par nos soins

3- Conclusion :

Dans cet article, nous avons essayé de mettre la lumière, par une revue de littérature, l'importance de la veille technologique sur l'innovation et le rôle prépondérant qu'elle peut jouer pour amorcer des innovations concluante et instaurer par là même une culture d'innovation au sein de tous les membres de l'entreprise par leur participation à la collecte d'informations susceptibles de déboucher sur une innovation concrète. Nous avons pu constater au travers des contributions de certains auteurs que la veille technologique peut enclencher une dynamique inestimable en matière de la quête d'innovation en ayant recours, notamment, à la veille active qui se matérialise par une structure dédiée à la veille où le rôle de chaque acteur est bien défini, contrairement à la veille passive qui se fait sans aucune structure.

Nous avons vu que l'activité de veille technologique peut être l'apanage de tous les services de l'entreprise qui peuvent irriguer celle-ci d'informations susceptibles de déclencher le processus d'innovation. A titre d'illustration, nous en avons voulu pour preuve, les deux services

constituant l'interface avec la matière grise de l'entreprise (Gestion des ressources humaines) et avec l'environnement (Marketing).

Enfin, des statistiques montrent que les entreprises algériennes ne sont pas bien loties en termes d'innovation dans les classements de différents organismes spécialisés, d'où tout l'intérêt pour les entreprises algériennes d'adopter l'activité de veille technologique afin de booster leur processus d'innovation.

Bibliographie :

1. BENHADJI, Y., LAOUADJ, Z, (2020), « la veille stratégique : levier de compétitivité de l'entreprise », les cahiers du MECA, V⁰16, N⁰2, pp. 72-82.
2. BILET, B., FELIDJI, C., LIOTTIER., M, (2021), « management des systèmes d'information », Dunod, France.
3. BREILLAT, J (2008), « veille active ou veille passive », *le blog de Jacques Breillat* (en ligne), 28 Novembre 2008 (consulté le, 03 Mars 2022, à 20h). Disponible à l'adresse : <http://jacques.breillat.fr>.
4. BRIGITTE, G., (1993), « l'information et la communication dans l'entreprise », bulletin des bibliothèques de France.
5. BOURCIER-DESJARDINS, R, (1990), « veille technologique, revue de la littérature et étude de terrain) (en ligne), centre d'études et de recherches en sciences de l'information, disponible à l'adresse : [1379-veille-technologique-revue-de-la-litterature-et-etude-de-terrain \(1\).pdf](#)
6. CARON-FASAN, M.L, (2008), « accompagner l'innovation dans les entreprises : de la veille technologique à la veille usage anticipative », la revue des sciences de gestion, direction et gestion, N⁰231-232, pp. 19-26.
7. DESCHENES, N., (1993), « l'information et la communication dans l'entreprise » (en ligne) bulletin des bibliothèques de France (BBF), N⁰1, pp. 76-76.
8. DJEKHAR, N., (2022), « la production intellectuelle stimulée par la crise sanitaire », in *EL WATAN*, N^o 9574, 28/02/2022.

9. FASQUELLE, J, (2018), « la veille comme activité de soutien à l'innovation technologique », Doctorat en science de gestion, université Grenoble Alpes, France.
10. HENRY, V., (1998), « le processus et les outils de veille technologique dans un centre recherche et développement, mémoire de DEA, université Claude Bernard Lyon1, France.
11. HERMEL, L., (2001), « maitriser et pratiquer la veille stratégique », AFNOR pratique collection, France.
12. KB crawl, (2022), « les différents types de veille stratégique », (en ligne), consulté le 02 mars 2022, à 19h 20mn. Disponible à l'adresse : <http://kbcrawl.com>
13. LOILIER, T., TELLIER, A., (2013), « gestion de l'innovation, comprendre le processus d'innovation pour le piloter », Editions EMS management & société, 2^e édition.
14. MANSON, N (sous la dir.de) (2006), « veille anticipative, une autre approche de l'intelligence économique », Lavoisier édition, France.
15. MARTINET, B. RIBAUT, J.M. (1989), « la veille technologique, concurrentielle et commerciales », les éditions d'organisation, Paris, France.
16. MEGHERBI, K., ARABI, M, et KHELFAOUI, H. (2005), « les pratiques d'innovation et leurs implications socio-organisationnelles, cas des PME de la région de Béjaia » (en ligne). (2005), Consulté le 27 Février 2022, téléchargeable gratuitement sur le lien suivant : http://www.estimate.ird.fr/IMG/pdf/Innovation_Algerie_PME_Bejaia.pdf
17. MOINET, N, (2006), « intelligence économique, mythes et réalités », CNRS EDITIONS.
18. OUMAKHLOUF, N., KHERBACHI, H., (2019), « impact du système d'information sur la performance organisationnelle : cas des entreprises de Béjaia (Algérie) », Revue des sciences économiques, de gestion et sciences commerciales, V 12, N°01, pp. 549-563.
19. PORTER, M, (1999), « l'avantage concurrentiel, comment devancer ses concurrents et maintenir son avance », Dunod, Paris, France.

20. ROUACH, D., (2005), « la veille technologique et l'intelligence économique », presses universitaires de France, 3^e édition, Paris, France.
21. TAGUELMINT, M.Z, (2017), « analyse des conditions d'émergence des pratiques de veille stratégique, cas de la filière laitière », Doctorat en économie managériale, université de Béjaia, Algérie.
22. Wictionnaire (2022), « innovation », version numérique, consulté le, 01/03/2022, à 18h 50mn.
23. WIPO, (2021), « suivi de l'innovation durant la crise de la COVID 19 » (en ligne), disponible à l'adresse : <https://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4560>