



UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET

DES SCIENCES DE GESTION



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du Diplôme de Master en Sciences gestion

Spécialité : management stratégique

Thème

La contribution de la veille stratégique dans le processus d'innovation

Cas : Electro-Industries Azazga

Réalisé par :

M^{elle} CHERIGUI Imene

M^{elle} FAREZ Hayat

Encadré par :

M. KEHRI Samir

Devant les membres de jury:

Date de soutenance : 19/06/2025

Président : Mme. BEN MAKHELOUFI Yasmine

M.C.A UMMTO

Examinatrice : M. Malek Nadir

M.C. B UMMTO

Promoteur : M. KEHRI Samir

M.C.A UMMTO

**Promotion
2025**

Remerciements

Nous remercions Dieu le tout-puissant pour nous avoir donné la santé, le courage, la chance et la persévérance indispensables pour mener à bien ce travail.

Nous souhaitons exprimer notre gratitude envers notre promoteur, Mr Kehri Samir, pour son accompagnement.

Nous exprimons nos sincères remerciements envers les membres du jury pour leur évaluation précieuse de notre travail. Votre dévouement à la qualité académique est une véritable source d'inspiration pour nous.

Nous tenons également à exprimer notre sincère reconnaissance envers Mme Mezizane Rachida et Mme Saadoun Hayet, pour leur suivi attentif et leurs conseils avisés tout au long de notre stage. De même, je remercie Mme Bouzelha Ouerdia pour son engagement et pour le temps qu'elle nous a accordé.

Nous rendons grâce à tous les enseignants de département gestion, qui nous ont suivis durant notre cursus, et tous ceux qui ont contribué, à ce que ce travail prenne forme

Dédicace

J'ai le grand plaisir de dédier ce modeste travail :

A mon très cher père, pour ses encouragements, son soutien, surtout
pour son amour et ses sacrifices afin que rien m'entrave le
déroulement de mes études

A ma chère mère, qui me donne toujours l'espoir de vivre et qui n'a
jamais cessé de prier pour moi

A mes frères : Youva, Sofiane et Hassan

A mes sœurs : Dahbia et Inas

A ma chère grand-mère

A mes meilleures amis(e)

Et tout qui m'aide et compulse ce modeste travail

En fin, je remercie ma binôme Imene, qui a contribué à la réalisation
de ce modeste travail

Hayat

Dédicace

J'ai le grand plaisir de dédier ce modeste travail :

A mon très cher père, pour ses encouragements, son soutien, surtout pour son amour et ses sacrifices afin que rien m'entrave le déroulement de mes études

A ma chère mère, qui me donne toujours l'espoir de vivre et qui n'a jamais cessé de prier pour moi

A mes frères : Abedallah, Necerdine, Ayoub

A Ma sœur : Lina

A mes chères grands-mères paternelle et maternelle

A Mes tantes et leurs maris

A Mes oncles et leurs maries

A Mes cousins et cousines

Mes meilleurs amis(e)

A Ma deuxième famille scoute

A Mes collègues

Et tout qui m'aide et compulse ce modeste travail exceptionnellement
Hefsi Ghiles, Tamba Waali, Farez dahbia, Nadji Chahrazed

En fin, je remercie ma binôme Hayat, qui a contribué à la réalisation de ce modeste travail

Imene

Liste des abréviations

Liste des abréviations

AFNOR	Association Français de Normalisation,
ANP	Armée Nationale populaire
AZTUN	L'université publique de technologie d'Azerbaïdjan
Bobine BT	Bobine basse tension
CEI	Club des Entrepreneurs et Industriels
CNIS	Conseil National de l'Information Statistique
DAAP	Digital Audio Access Protocol
DRH	Direction des ressources humaine
EI	ELECTRO-INDUSTRIES
ENEI	Entreprise Nationale des Industries Électrotechniques
ENPEC	Entreprise Nationale des Produits ElectroChimiques
EMS	Energy Management System
GED	Gestion Électronique des Documents
IANOR	Institut Algérien de Normalisation
IE	Intelligence Économique
ISO	Organisation Internationale de Normalisation
KVA	Kilo Volt Ampère
NGO / ONG	Organisation Non Gouvernementale
NTIC	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
Bobine MT	Bobine minimum tension
ONS	Office National des Statistiques
PDG	Présidente-Directrice Générale
PME	Petite et Moyenne Entreprise
R&D	Recherche & Développement
SMART	Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réalisable, Temporellement.
STS	Spécification de Transfert Standard
SWOT	Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
UME	Unité Moteurs Électriques
UPT	Unité Prestations Techniques
URSS	Union des République Socialiste Soviétique
UTR	Unité Transformateurs
VA	Volt Ampère
VDE	Verband der Elektrotechnik (une organisation chargé de tester et de certifier les outils et les appareils)
VS	Veille Stratégique

Liste des figures

N° du tableau	Titre de la figure	Page
Figure N°01	Le degré de l'information	17
Figure N°02	La courbe S cabotage des signaux	21
Figure N°03	Les étapes du processus de veille	23
Figure N°04	La fiche de captage	29
Figure N°05	La fiche de lecture	30
Figure N°06	Méthode PUSH et PULL	34
Figure N°07	Les catégories d'innovation. Figure construite à partir des définitions du Manuel d'Oslo	40
Figure N°08	La capacité de production chez E-I	57
Figure N°09	La part du marché de l'E-I	57
Figure N°10	Organigramme de l'entreprise E-I	58
Figure N°11	Les étapes intégration de la veille stratégique dans le processus d'innovation.	70
Figure N°12	Le groupe électrogène existant	74
Figure N°13	Le schéma d'un groupe électrogène hybride solaire-diésel	74

Liste des tableaux

N° du tableau	Titre du tableau	Page
Tableau N°01	Les principales différences entre la veille stratégique et L'intelligence économique	07
Tableau N°02	Les différents types veilles et leurs paramètres	14
Tableau N°03	Typologies de l'information	18
Tableau N°04	Un panorama des sources formelles	24
Tableau N°05	Un panorama des sources informelles	25
Tableau N°06	Tableau comparatif entre les outils classiques et les outils Numériques	28
Tableau N°07	Tableau récapitulatif sur la méthode de collecte	31
Tableau n 08	type et forme d'innovation	39
Tableau N°09	La contribution de la V.S dans les déférente type d'innovation	45
Tableau N°10	La veille mobilisée dans le processus d'innovation	47
Tableau N°11	Matrice SWOT selon E-I	65
Tableau N°12	Les informations collectées et leurs sources	67
Tableau N°13	Comparaison entre la monoculture du groupe électrogène existant et le groupe électrogène innovant.	71

Sommaire

Sommaire

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Sommaire

Introduction générale..... 01

Chapitre 1: Le concept de veille stratégique

Introduction du chapitre I 05

Section 01: Le concept de veille stratégique et intelligence économique..... 05

Section 02: L'information au cœur de la veille stratégique 16

Conclusion du chapitre I 34

Chapitre 2: La veille stratégique et le processus d'innovation

Introduction du chapitre II..... 36

Section 01: Le processus d'innovation..... 36

Section 02: L'intégration de la veille stratégique dans le processus d'innovation 44

Conclusion de chapitre II 50

Chapitre 3: Etude de cas au sein de l'entreprise EI

Introduction de chapitre III..... 51

Section 01: Présentation de l'organisme d'accueil..... 51

Section 02: La contribution de la veille stratégique au processus d'innovation au sein de l'E-I
..... 60

Conclusion de chapitre III 76

Conclusion générale 77

Bibliographie

Annexes

Table des matières

Introduction générale

Introduction générale

Dans un environnement où la concurrence est de plus en plus forte, les entreprises sont confrontées à des défis croissants pour rester compétitives et innovantes.

L'innovation est devenue un facteur clé de succès, car elle permet aux entreprises de se démarquer de la concurrence, de répondre aux nouvelles exigences du marché et de pénétrer de nouveaux segments. Pour cela, elles doivent comprendre ce que veulent les clients, ce que font les concurrents, quelles sont les dernières tendances, les nouvelles normes et législations, ainsi que les opportunités et menaces.

C'est dans ce cadre que la veille stratégique prend tout son sens et s'impose comme un levier fondamental du processus d'innovation.

La veille stratégique est souvent définie comme l'ensemble des activités coordonnées de collecte, d'analyse, de diffusion et d'exploitation de l'information utile à la prise de décision, visant à réduire l'incertitude dans un environnement instable. Elle dépasse largement la simple recherche d'information : elle permet de transformer l'information brute en connaissance pertinente, orientée vers l'action. Loin d'être périphérique, elle s'inscrit aujourd'hui au cœur des stratégies d'innovation, en alimentant le processus créatif, en identifiant les opportunités technologiques, commerciales ou réglementaires, mais aussi en détectant les menaces qui peuvent freiner le développement d'un projet ou d'une idée nouvelle.

Intégrer efficacement la veille stratégique dans le processus d'innovation nécessite toutefois la mise en place de méthodes rigoureuses et d'outils adaptés. En effet, la masse d'informations disponible notamment à travers le web, les bases de données spécialisées, les réseaux sociaux ou les publications scientifiques rend indispensable l'utilisation d'outils de traitement automatisé, de plateformes collaboratives ou encore de logiciels d'intelligence artificielle. Mais au-delà des outils technologiques, c'est bien l'organisation de la veille, sa finalité et l'implication des différents acteurs internes qui conditionnent son efficacité. L'innovation ne se décrète pas : elle se construit dans un écosystème complexe où l'information stratégique joue un rôle structurant.

L'articulation entre la veille et l'innovation peut ainsi prendre plusieurs formes : veille technologique, veille concurrentielle, veille sociétale ou encore veille réglementaire. Toutes participent, à des degrés divers, à nourrir la réflexion stratégique, à orienter les choix en matière de recherche et développement, à inspirer de nouveaux modèles économiques ou à favoriser l'émergence de solutions disruptives.

Certaines entreprises en ont fait un pilier central de leur gouvernance de l'innovation, en intégrant des cellules de veille au sein même de leurs départements R&D, ou en instaurant des processus transversaux d'intelligence collective.

Ce mémoire s'attache à comprendre comment la veille stratégique peut être intégrée de manière efficiente au sein des processus d'innovation. Il s'agira d'identifier les synergies entre ces deux dynamiques, d'analyser les méthodes mobilisées par les entreprises innovantes pour structurer leur veille, et d'évaluer l'impact des outils utilisés, qu'ils soient technologiques ou organisationnels.

À travers une approche à la fois théorique et pratique, ce travail vise à dégager des recommandations opérationnelles à destination des décideurs souhaitant renforcer la performance de leur politique d'innovation par une démarche de veille structurée.

❖ **Problématique**

Pour mener à bien notre étude, nous avons défini la problématique suivante :

- **Comment intégrer efficacement la veille stratégique dans un processus d'innovation dans un contexte industriel ?**

Sous question

- **Quelles sont les étapes clés pour mettre en place ce système ? et quels outils utiliser dans cette démarche ?**

❖ **Hypothèses**

Pour explorer ces questions de recherche, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- La mise en place d'un système de veille stratégique structuré au sein d'Electro-Industries Azazga améliore la capacité d'anticipation des évolutions technologiques et favorise l'émergence d'innovations produit et procédé.
- L'intégration de la veille stratégique renforce la pertinence et l'efficacité des choix d'innovation.

❖ **Méthodologie de la recherche**

Afin de réaliser notre travail dans les meilleures conditions, nous avons adopté une approche à la fois théorique et pratique.

D'abord, nous avons exploré la littérature académique, consulté des ouvrages, des articles et des ressources en ligne spécialisées pour établir une base solide sur la partie théorique.

En parallèle, un stage pratique a été effectué au sein de l'entreprise Electro-Industries, qui a récemment installé une cellule de veille normative et technologique afin d'anticiper les évolutions technologiques, d'améliorer ses produits et d'assurer leur conformité. Nous avons pu observer comment la veille contribue à améliorer un produit déjà existant selon les exigences du marché.

Enfin, nous avons combiné des méthodes qualitatives, en menant des entretiens semi-structurés et en distribuant des questionnaires, pour recueillir des informations concernant cette cellule de veille. Cela nous a permis d'évaluer dans quelle mesure la veille soutient l'entreprise dans le cadre de son processus d'innovation.

❖ **Structure de la recherche**

Notre travail est composé de **trois chapitres** :

- **Chapitre 1** : Approche théorique de la veille stratégique et de l'intelligence économique. Nous y présentons les notions fondamentales, la différence entre veille stratégique et intelligence économique, les objectifs, les typologies, la démarche et les outils de la veille. Le rôle de l'information en tant que matière première y est également souligné.
- **Chapitre 2** : Approche théorique de l'innovation. Nous abordons ses différentes typologies, les facteurs qui l'influencent, ses enjeux et ses défis. Nous étudions également comment la veille stratégique accompagne les différents types d'innovation, les méthodes d'intégration, son utilité et son impact.
- **Chapitre 3** : Étude de cas au sein de l'entreprise Electro-Industries. Ce chapitre illustre concrètement l'application des démarches étudiées dans un contexte industriel, à travers la présentation de l'établissement d'accueil et du projet amélioré grâce à la pratique de la veille stratégique.

❖ **Raisons du choix du thème**

L'objectif de cette recherche est double :

- Démontrer que la veille stratégique constitue un outil indispensable pour accompagner et orienter l'innovation.

Introduction générale

- Montrer qu'une bonne maîtrise de l'information permet aux entreprises de mieux s'ancrer dans leur environnement tout en sécurisant leur développement.

Ce travail vise aussi à encourager les entreprises publiques, souvent négligentes dans ce domaine, à installer des cellules de veille et à les mettre au service de la R&D.

Chapitre I

La veille stratégique

Dans un contexte économique de plus en plus concurrentiel, la maîtrise de l'information et la capacité d'anticiper les évolutions de l'environnement sont devenues des enjeux stratégiques majeurs pour les organisations. Ainsi, l'intelligence économique et la veille stratégique se présentent aujourd'hui comme des outils indispensables pour accompagner la prise de décision, renforcer l'innovation, et patrimoine informationnel des entreprises. Ce chapitre propose d'explorer les fondements de la veille stratégique, ses principes et ses évolutions historiques, il aborde également le rôle central de l'information dans la démarche de veille et les étapes méthodologiques qui assurent l'efficacité, sans oublier les outils classiques et nématiques essentiels à leur mise en œuvre.

Section01 : la veille stratégique et l'intelligence économique

Dans un monde où la concurrence est de plus en plus intense et les environnements économiques en constante évolution, les entreprises doivent se doter d'outils efficaces pour anticiper les menaces et saisir les opportunités. L'intelligence économique et la veilles stratégique s'imposent alors comme démarches essentielles pour prise de décision éclairée. Ces deux concepts, bien que proches, ont des finalités et des approches spécifiques. cette section vise à présenter les définitions, les fonctions et les enjeux de l'intelligence économique et veille stratégique.et leur typologie.

1.1 Définition de l'intelligence économique

1-L'intelligence économique

Dans un environnement concurrentiel le concept d'intelligence économique fait face à plusieurs difficultés.

Les spécialistes de ce sujet ont proposé plusieurs définitions du concept.

La première définition est celle que « Harold WILENSKY. » a proposé. Il a défini l'intelligence économique comme « l'activité de production de connaissances servant les buts économique et stratégique d'une organisation recueillie et produite dans un contexte légal et à partir de sources ouvertes »¹

Selon « Henri MARTRE » l'intelligence économique est « L'ensemble des actions coordonnées de recherche de traitement de distribution et de protection de l'information en vue de son exploitation utile aux acteurs économique et obtenu légalement. Elle prolonge les

¹Revue Internationale des Sciences de Gestion « L'intelligence économique dans la littérature : Une contribution à la réflexion »

différentes actions de la veille et de protection du patrimoine en intégrant précisément les stratégies d'influence et les réalités culturelles liées chaque entreprise à chaque région »²

L'intelligence économique se présente alors comme un processus systématique de collecte, de traitement, de diffusion et de protection de l'information et de la connaissance sur l'environnement en vue de prise des décisions.

1.2 Les fonctions de l'intelligence économique.

L'intelligence économique met l'accent sur trois fonctions principales selon Huyghe FB³

- L'élaboration d'une stratégie d'influence au service de l'intérêt national et/ou de l'entreprise.

L'intelligence économique vise la mise en disposition des informations « actionnables ». Ce processus activité s'exprime dans un premier temps Par la diffusion et le partage des résultats aux parties concernées. Dans un second temps cet aspect se concrétise par la mise en œuvre dans actions d'influences.

- La veille et la recherche de l'information.

Cette fonction s'explique par la création d'une synergie opérationnelle entre différentes fonctions de l'entreprise.

- La maîtrise du patrimoine scientifique et technologique.

Cette fonction a pour vocation la maîtrise et protection du patrimoine scientifique et technique de savoir-faire.

Pour se faire il faut sans cesse penser à protéger ces logiciels et ses systèmes pour éviter la divulgation de l'information auprès de concurrence.⁴

Cette pratique s'explique par ailles par le respect d'éthique dans sa quête d'information

La veille stratégique et l'intelligence économique sont des concepts déférents. La veille stratégique c'est une composante de l'intelligence économique les principales différences qui relie ces deux concepts

²H. MARTRE Intelligence économique et stratégie des entreprises. Rapport au Premier Ministre drabcais 1994 p01-59

³ DANIEL ROUACH « La veille technologique et l'intelligence économique » La Distinction entre intelligentes économique et la veille stratégique.

⁴Revue Internationale des Sciences de Gestion « L'intelligence économique dans la littérature : Une contribution à la réflexion »

Tableau N°01 comparaisons entre I-E et la VS L'intelligence

L'intelligence économique	La veille stratégique
Intelligence économique et connotation « traitement analyse »	La veille stratégique connotation « collecte »+protection du patrimoine
L'intelligence économique= veille stratégique+ sécurité du patrimoine informationnel + actions d'influence sur l'environnement	Veille =collecte méthodologique de l'information
L'intelligence économique est approche proactive (qui anticipe les tendances futurs converti une menace en opportunité favorable prévoit les risques et maximise les bénéfices et l'avantage compétitif)	La veille est une approche réactive (qui répond automatiquement à un stimulus)
La principale différence dans la pratique	
<p>Elle se caractérise par deux dimensions:</p> <p>Par la capacité d'influence c'est l'art</p> <p>D'utiliser l'information afin de projeter son influence sur la marche.</p> <p>Par la protection du patrimoine informationnel c'est la capacité de l'Enterprise préserver l'information a relative ses connaissances à ses savoir-faire à choix stratégique..... face aux nuques lies à la négligence ou à la malveillance.</p>	<p>Elle nourrit en quelque sorte l'intelligence en lui apportant l'information utile sur ce qui est en train de changer ce à quoi il faut s'attendre.</p>

Source : Économique ou la veille stratégique : quelle est la différence et quelle est la réalité de pratique en Algérie? **Dr. Fadila Fenni** Université mohamed khider_Biskra-algerie **Publié le**:30/06/2020

2. La veille stratégique

La veille stratégique désigne le processus informationnel par lequel l'entreprise se met à l'écoute, l'anticipation et observation et surveillances de son environnement extérieur dans le but opportunités.⁵ Selon **l'Association Française de Normalisation** «*La veille est une activité continue et en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement technologique, commercial, concurrentiel..., pour en anticiper les évolutions*». En outre **l'Institut National des sciences et Techniques de la Documentation l'INTD** considère la veille comme « *Dispositif organisé, intégré et finalisée de collecte, traitement, diffusion et exploitation de l'information qui vise à rendre une entreprise, une*

⁵HUMBER LESCA : « veille stratégique la méthode L. ESCANNIG » édition EMS.200

organisation, quelle qu'elle soit, capable de réagir, à moyen et long terme, face à des évolutions ou des menaces de son environnement, que celles-ci soient technologiques, concurrentielles, sociales, etc. »

2.1 Historique de la veille⁶

La veille, sous ses différentes formes – politique, militaire ou technologique – trouve ses origines dans les périodes de guerre mondiale. À cette époque, les méthodes de surveillance mises en œuvre, telles que le réseau d'espionnage mondial connu sous le nom d'Echelon, se rapprochaient de pratiques de renseignement diverses et sophistiquées.

Dès les années 1960, les think tanks américains, ou laboratoires d'idées, commencent à émerger. Bien qu'ils soient désormais bien ancrés dans les sphères politiques nationales et internationales, leur définition reste floue, sujette à interprétation, et parfois trop large pour être véritablement distincte. Entre les années 1900 et 1960, ces organisations ont initié des réflexions stratégiques portant sur l'optimisation de la gouvernance, la réduction des impacts de l'industrialisation sur les plans socio-économique et sociopolitique, le contrôle des cycles économiques, ainsi que sur l'analyse de l'efficacité des politiques sociales (LANDRY, 2017).

Dans les années 1970, le concept de "Village global" fait son apparition, soulignant le besoin d'une vision plus globale et intégrée de la société. Les années 1980, quant à elles, sont marquées par l'émergence d'une veille davantage qualitative, centrée sur l'analyse en profondeur des informations (KISLIN, 2007). L'essor des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans les années 1990 bouleverse les pratiques existantes en facilitant l'accès à un volume massif de données. Cependant, ce n'est qu'au début des années 2000 que la France commence à intégrer pleinement la veille, et plus précisément l'Intelligence Économique, dans ses politiques publiques. En 2003, le député Bernard Crayon remet un rapport officiel au Premier ministre, posant ainsi les bases de la reconnaissance de l'Intelligence Économique comme un champ d'action structuré et stratégique.

2.2 Définition de la veille stratégique :

La veille est une « *activité continue et en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement* » d'une organisation publique ou privée « *pour en anticiper les évolutions* »

⁶La veille stratégique : levier de compétitivité de l'entreprise BENHADJI Yasmina1
Doctorante Université Djillali Liabès, Sidi Bel Abbès Laboratoire : Management des Entreprise et publication :
11/12/202 pages 73 et 74

Il existe de nombreuses définitions de ce terme pour mieux comprendre le concept de la veille stratégique on va se baser sur les différentes définitions des auteurs qui définissent ce concept.

Selon EAN MICHELL⁷ « C'est la surveillance globale et intelligente de l'environnement de l'entreprise AL affut d'informations futures d'avenir ». En outre **LESCA** considère la veille comme⁸ : « Le processus informationnel par lequel l'entreprise se met à l'écoute anticipative des signaux faibles de son environnement dans le but créatif des opportunités et réduire son incertitude », Par ailleurs **JAKOIAIK**⁹ apporte que la veille stratégique est « 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 stratégique est la démarche proactive de l'entreprise qui vise à collecter des informations prospectives relatives à l'évolution de son environnement socio-économique, afin de générer des opportunités et minimiser les risques associés à l'incertitude. Ces informations comprennent des signaux d'alerte anticipés.

Le terme « veille stratégique » est un concept global qui comprend diverses formes de veilles spécialisées, comme la veille technologique, la veille face à la concurrence, ou encore la veille.

En outre, la surveillance constitue un avantage stratégique pour les sociétés de toutes envergures, surtout si la concurrence est intense. L'anticipation des évolutions en termes de réglementation, de concurrence et de tendances sociales, ainsi que la capacité à être le premier à développer une innovation ou à entrer sur un nouveau marché sont des atouts cruciaux pour une entreprise. Yann GUILAIN, directeur consulting chez Digoin, propose des recommandations pour mener une veille effective et bénéfique en utilisant les ressources « naturelles » de l'environnement.

2.3 L'objet de la veille stratégique

L'objet de la veille stratégique d'une entreprise peut se définir en cinq types.

- De sources d'information cinq environnants qui incitent une surveillance constante
- Les fournisseurs
- Les concurrents directs (qui travaillent sur des produits identiques)

⁷ RIBAUT Jean-Michel REBAULT, séminaire « veille stratégique », ENSPTT, 1992

⁸ HUMBER LESCA : « veille stratégique la méthode L. ESCANNIG

⁹ François Jakobai : la pratique de la veille technologique .Paris. Editions l'organisation 1991

- Les concurrentes indirects (qui travaillent sur des produits qui on sue développer)
- Les clients
- Normes et autres réglementation de domaine

2.4 Les caractéristiques de la veille stratégique¹⁰

- La finalité : Il s'agit d'objectif poursuivi par l'entreprise lié à l'action et à la prise décision.
- L'objet il s'agit de l'observation et l'analyse de changements qui se manifestent généralement par des signaux par exemple des changements dans les technologies les produits les besoins des clientes
- Le processeur c'est un ensemble d'étapes qui consiste en la planification la collecte le traitement et la diffusion d'information.
- L'environnement : il faut tenir compte de l'environnement intime et extrême à l'entreprise. Le premier consiste à déterminer les ressources la culture la stratégie dès l'entreprise et le second consiste en considération le macro-environnement.

2.5 L'utilité de la veille stratégique¹¹

- Être en amont des notamment à travers une surveillance et une anticipation des évolutions et changement
- La remise en cause des acquis de l'entreprise afin d'améliorer sa recherche de la façon minutieuse
- Passer de la réactivité a la pro-activité
- Assurer un effort collectif sur la priorité stratégique de l'entreprise.
-

2.6 Les principaux enjeux de la veille stratégique

- Aide à la prise de décision en structurant et en analysant des informations pertinentes la veille stratégique éclaire les décisions des dirigeants. Elle participe activement à la construction d'hypothèses stratégiques et à la définition des orientations à moyen et long terme.

¹⁰La veille stratégique comme outil d'aide à la prise de décision Cas : ELECTRO-INDUSTRIE, AZAZGA, TIZI-OUZOU

¹¹Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de : MAGISTER En sciences de gestion Thème La veille stratégique et son impact sur les entreprises de l'industrie laitière de la wilaya de Béjaia p40

- Capacité d'anticipation et d'adaptation : Dans un contexte économique incertain la capacité anticiper les menaces et à identifier les opportunités est primordiale. Une veille efficace permet une posture proactive en offrant une vision prospective des tendances émergentes.
- Réduction des risques stratégiques : L'absence de veille ou une veille mal structurée peut fragiliser l'organisation. En identifiant les signaux faibles les menaces et les changements, en gestation la veille contribue à réduire l'incertitude et sécurise les choix stratégiques.
- Maîtrisé des facteurs clés de succès: Grâce à l'analyse fine de l'environnement sectoriel technologique réglementaire ou sociétal la veille stratégique contribue à la compréhension des facteurs clés de succès et à l'ajustement des plans d'action.

2.7 Typologie veille stratégique¹²

2.7.1. La veille technologique : est l'un des piliers de la veille stratégique en particulier dans un environnement où l'innovation constitue un levier essentiel de compétitivité. Elle se définit comme l'activité qui consiste à surveiller, collecter et analyser de manière systématique les évolutions scientifiques technique et technologiques dans un secteur donné.

Selon Jakobiak définition « l'observation et l'analyse de l'environnement scientifique et technique et technique et technologique et des impacts économiques présents et futurs pour en déduire les menaces et les opportunités des développements. »

Elle englobe plusieurs sources d'information dépôt de brevets publications scientifiques conférences partenariats de recherche rapports de laboratoires innovations de la concurrence etc. Elle peut être proactive (détecter une opportunité technologique) ou défensive (éviter une obsolescence technique ou un contournement de brevet)

Objectifs principaux

- Identifier les technologies émergentes
- Anticiper les ruptures technologiques
- Soutenir l'investissement R&D
- Accompagner les innovations produites ou procédés.

¹²Laurent Hermel « Maîtriser et pratiquer veille stratégique et intelligence économique » 2 Edition les page8et9et10et 11 et 12 et 13

Elle permet de renforcer la capacité et l'entreprise face à un environnement technique en constante évolution.

2.7.2. La veille commerciale

La veille commerciale est centrée sur l'écoute active du marché et des comportements clients.

¹³Elle vise à éclairer les décisions marketing en observant : les habitudes de consommation les évolutions des attentes les nouveautés des concurrents les retours clients etc.

Cette veille s'appuie sur des sources variées : enquêtes, panels, réseaux sociaux et études sectorielle. Elle permet de tendances émergentes d'ajuster son offre commerciale et de se différencier sur des marchés saturés.

Objectifs principaux

- comprendre les besoins des consommateurs
- Identifier des opportunités de marche
- suivre les stratégies marketing des concurrents
- Renforcer l'attractivité de mixte marketing

Elle est indispensable pour construire une relation client durable et proposer une offre en phase avec les attentes du marché.

2.7.3 La veille concurrentielle

La veille concurrentielle consiste à observer et analyser les acteurs du marché qu'ils que soient concurrents directs, entrants potentielle ou substitués.

Elle repose sur des sources ouvertes: rapports financiers, presse spécial; sites web, conférences, réseaux sociaux professionnels etc. Elle permet d'anticiper les mouvements stratégiques de la concurrence et d'adapter sa propre offre en conséquence.

Objectifs principaux

- Identifier les forces et faiblesses des concurrents
- suivre leurs stratégies de développement
- Anticiper leurs lancements ou innovations
- Maintenir ou renforcer sa position concurrentielle.

¹³Laurent Hermel « Maitriser et pratiquer veille stratégique et intelligence économique »
2 Edition les pages 8'9-10-11- 12 et 13

Elle fournit des éléments clés pour affiner sa stratégie commerciale marketing ou industrielle et prendre des décisions informées.

2.7.4 La veille environnementale¹⁴

La veille environnementale a pour vocation de surveiller les évolutions de l'environnement global d'entreprise. Elle repose souvent sur une analyse PESTEL (politique, économique, socioculturel, technologique, écologique, légal)

Elle permet de mieux comprendre la dynamique externe qui influencer l'activité: changement de réglementation, instabilité géopolitique sociétale, etc.

Objectifs principaux

Détecter les risques macrocosmiques.

Saisirai les opportunités liées à l'environnement global

Adapter stratégie a un cadre réglementaire ou culturel en évolution.

Elle aide l'entreprise à devenir plus résiliente, préventive, et à agir avec lucidité un monde en mutation.

2.7.5 La veille sociétale

La veille sociétale est une forme de veille émergente centrée sur l'observation des valeurs sociales des mouvements citoyens des attentes éthiques et environnementales

Elle répond a nécessité pour les entreprises de rester en phase avec la société dans laquelle elles évoluent. Cette veille est alimentée par les discours publics les débats sociaux

Position des ONG les tendances sociales etc.

Objectifs principaux:

- Préserver la réputation de l'entreprise
- Adapter ses actions à la responsabilité sociétale attendue
- Réagir face à des risques réputation et/ou éthiques
- S'engager dans une démarche durable

Tableau N°2 les différents types de veille et leurs paramètres

¹⁴Laurent Hermel op.cit

Types de veille	Axe de surveillance	Paramètre principal
veille technologique	Les matériaux	
	Les systèmes d'information	
	La technologie	
	Les produits	Fonction de service principale
		Fonction de service complémentaire
		Fonctions d'estime
		performances
		Résistance aux contraires
	Veille concurrentielle	Les procède
Economie stratégique		Stratégie /politique d'investissement
		Sante économique
		Obstacles à la sortie du domaine d'activité
		Obstacles a entrée du domaine d'activité
14		Riposte du domaine face aux nouveaux entrants
		Politique commerciale prix

Chapitre 01 : La veille stratégique

		pratiques
Veille commerciale	Les clients communs	Évolution des parts de marché respectives
	Les clients Les marches	Évolution des besoins clients à long terme
		La relation client /entreprise
		La solvabilité des clients
	Les fournisseurs	Les produits nouveaux
		La relation Entreprise / fournisseur
		La capacité à fournir et à fournir au moindre coût
	La main d'œuvre	Évolution de l'offre de compétences nouvelles
		Organisation de marché du travail
		Coût de la main d'œuvre
veille environnemental	Sociologie Politique Environnement économique général etc.	

Source B. MARTINT, J-M. RIBAULT LA veille technologique. Concurrentielle et commerciale 2^e Édition, Éditions d'organisation. 1992 Laurent Harmel « Maîtriser et pratiquer veille stratégique et intelligence économique » 2^e Édition

Ainsi, après avoir clarifié les notions de veille stratégique et d'intelligence économique, nous allons à présent examiner le rôle central que joue l'information dans ce dispositif.

Section02 : l'information et la démarche stratégique

L'information constitue la matière première de veille stratégique, permettant d'éclairer les décisions, de réduire l'incertitude et d'anticiper les évolutions de l'environnement. Dans cette section, présente les différentes définitions, formes, typologies et caractéristiques de l'information ainsi que son rôle fondamental dans le processus de veille.

1- Le rôle de l'information dans la veille

1.1 Définition de l'information :

L'information devient une source stratégique déterminante pour l'avenir de son utilisation Certains auteurs la comparent au « pétrole gris » d'autres au « sang de l'entreprise » vue que son importance pour l'entreprise, dont la performance d'une organisation dépend de l'accès à l'information nécessaire pour la prise de décision.

Selon **Philippe Clerc** : l'information « est un ensemble de données qui sont collectées analysées et diffusées pour prendre des décisions stratégiques et anticiper les changements dans l'environnement »

Pour **R. Reix** « L'information est ce qui modifie notre vision morale, ce qui réduit notre certitude »¹⁵ Dont elle permet à l'entreprise de meilleure des stratégies efficaces pour atteindre les objectifs de l'organisation » compréhension son environnement, ses concurrents, et également ses propres forces et faiblesses.

Par ailleurs, elle a pour objet d'influencer sur le comportement des membres de l'organisation pour que ceux-ci agissent conformément aux objectifs retenus mais également sur le comportement des acteurs extérieurs dans un sens favorable à l'entreprise (fournisseurs, pouvoir publics, clients...) ¹⁶

L'information constitue donc une ressource essentielle, et la matière première des décisions de management, sa qualité détermine la pertinence et la justesse des grands choix qui conditionnent la pérennité et la performance des entreprises. ¹⁷

1.2 Les formes d'information ¹⁸:

Écrite: une lettre, une facture, une fiche de stock, une note interne...

¹⁵ Laurent Hermel Riexsystème « veille stratégique et intelligence économique" 2 édition p18

¹⁶ Emmanuel PATEYRON la veille strategique Economica p19

¹⁷ Abdelhak Lamiri Management de l'information, redressement et mise à niveau des entreprises Office des Publication Universitaire. P06

¹⁸ [si part1 1.pdf \(univ-batna2.dz\)](#)

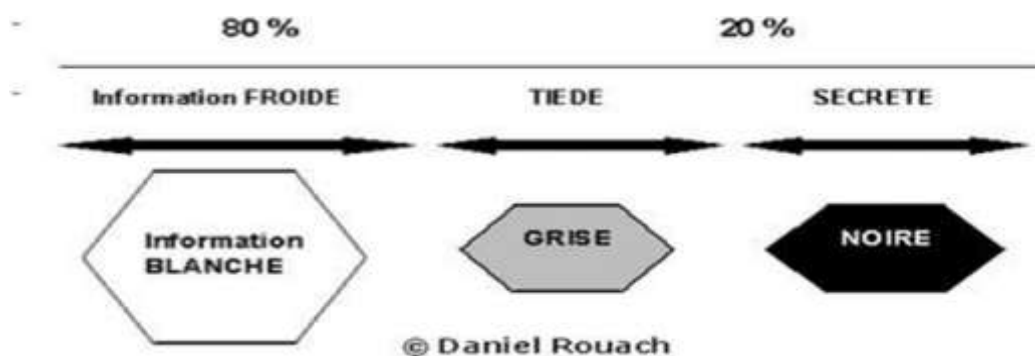
Picturale : Schéma d'un circuit imprimé, graphique des ventes, photo d'un ordinateur, films publicitaires...

Orale ou sonore : Discussion entre collègues, conversation téléphonique, réunion, "bips" d'un ordinateur...

Autres formes : tactiles, olfactives...

1.3 Typologie d'information :

Figure N°01 : le degré de l'information¹⁹



Source: DIAKHATE.DJ; «veille stratégique»; 2010/2011? www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf-maj.pdf

Il existe plusieurs types d'informations et leur connaissance permet sans aucun doute de faciliter l'activité de veille dans l'entreprise. Classification de l'information selon son niveau d'accessibilité et de confidentialité :

L'Association française de normalisation AFNOR²⁰ propose trois types d'information, On a l'Information blanche, grise ou noire :

1.3.1 L'information blanche

Elle désigne l'ensemble des informations directement et librement accessibles. Elle couvre la majeure partie des sources formalisées (rapports annuels, articles de presse, plaquettes, documents commerciaux...) et ne fait l'objet d'aucune sécurisation particulière. Sa non-confidentialité ne doit pas conduire à la déprécier. En effet, elle constitue le plus souvent une base de travail et de recherche tout à la fois fiable et indispensable.

1.3.2 L'information grise (ou encore semi-ouverte)

¹⁹ DIAKHATE.DJ; «veille stratégique»; 2010/2011? www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf-maj.pdf

²⁰ [3.1. Classification de l'information selon son niveau d'accessibilité et de confidentialité :](#)

Chapitre 01 : La veille stratégique

Elle se rapproche davantage du renseignement. C'est toute information non publique obtenue de manière non illégale. Elle se présente de façon plus élaborée, et pour la découvrir, il faut savoir la rechercher. En tout cas, elle est considérée comme licitement accessible mais certaines difficultés peuvent surgir lorsqu'il faudrait connaître son existence. Elle peut être trouvée dans la documentation réservée à l'entreprise, chez le personnel...etc.

1.3.3 L'information noire

Le tableau suivant explique mieux les trois types d'information :

Tableau N° 03: Typologie de l'information

	Information blanche	Information grise	Information noire
Code couleurs	Zone blanche : Ce que chacun peut voir et recueillir	Zone grise : Ce qui résulte de « l'accouchement des esprits », le traitement de l'information (confidences), l'habilité de l'accoucheur...	Zone noire: Ce qui est protégé par la loi ou le contrat et réservé aux personnes autorisées
Qualification	Information ouverte (90% du total) Publique	Information sensible (% croissant) de l'ouvert au fermé	Information fermée (10% du total) secrète
Qualification Juridique des infractions	Pas d'infractions au recueil :	Domaine de l'infraction jurisprudentielle:	Infraction aux lois civiles et commerciales
Sources	Médias, réunions publiques, BD et centres de documentation, Organismes publics, tribunaux de commerce	- Documentation réservée à l'entreprise - Personnel de l'entreprise - Toute information non Publique obtenue de manière non illégal	-Sources consultées légalement sous autorisations -Sources illégales (interceptions techniques) - Sources humaines se mettant dans l'illégalité

Source: Général Pichot-Duclot, ESLSCA

C'est une information fermée et secrète, elle est protégée par la loi ou des contrats ou par des textes juridiques. L'information noire est celle qui fait l'objet d'une haute sécurisation et dont la collecte renvoie à des pratiques illégales et assimilables à l'espionnage.

Elle est à diffusion restreinte. Son utilisation n'est possible que pour quelques personnes autorisées pour y accéder. Des poursuites judiciaires peuvent être actionnées contre celui qui est tenté de la recueillir.

1.4 La qualité de l'information :

L'information doit avoir une qualité dont cette qualité est généralement définie par certains critères :

- **La pertinence** : une information pertinente c'est une information qui convient et reprendre au contexte d'utilisation. La pertinence de l'information est dépendante de l'utilisation, de son cadre de référence et le niveau temporel y tient toute sa place.²¹
- **La fiabilité** : c'est la certitude de l'information elle doit être conforme à la réalité pour une décision plus correcte.
- **La vitesse ou la rapidité** : c'est la rapidité de la transmission et la diffusion de l'information après un événement.
- **La disponibilité** : L'information doit être collecté traiter et diffuser au bon moment pour qu'elle près pas sa valeur.
- **La confidentialité** : l'information doit rester protéger et sécuriser pour empêcher l'accès des concurrents et garder la sa valeur et sa rareté.
- **La valeur** : c'est la valeur ajoutée réalisé grâce à des informations collecté.

1.5 La valeur de l'information :

La valeur d'une information est déterminée par sa rareté, sa nouveauté, sa fiabilité, son exclusivité et son utilité dont :

- Elle servi un objectif clair.
- Réduire le degré l'incertitude dans la prise de décision.
- Stimuler les innovations.
- Détecter les opportunités et les menace.

²¹ Thèse doctorat de sciences de l'information et de la communication université JEan Moulin Lyon 2008 p 17

La valeur de l'information est liée aux décisions qu'elle permettra de prendre.

1.6 Les informations de la veille et ses caractéristiques :

Le but principal des informations issues de la veille stratégique est de fournir une vision éclairée de futur en mettant l'accent sur son environnement extérieur, elles peuvent aussi impliquer certains aspects internes de l'organisation. Il s'agit des informations anticipatives, orientées vers l'identification des évolutions, des opportunités ou des menaces capables d'affecter.

On peut classer ces informations en deux catégories :

1.5.1 Signe d'alerte précoce :

Les signes d'alerte précoce aussi connus sous le nom de « signaux faibles » ce sont des données qualitatives généralement fragmentaires, incomplètes, incertaines et imprécises. Ces données captées permettent de fournir des hypothèses, détecter des changements et fournir des éclairages sur le futur. Ces informations captées permettent de formuler des hypothèses, de détecter des changements, et fournir des éclairages sur le futur et non sur le passé ou le présent.²²

Ces signes se sont des informations principalement :

Qualitative : Elles ne reposent pas sur des chiffres, elles proviennent généralement de source informelle (presse, observation sur terrain, une photo...etc.),

Fragmentaires : Ce sont des informations incomplètes et insignifiantes lorsqu'elles sont interprétées toute seule mais elles sont complémentaires pour d'autres informations. Autrement dit les informations de veille stratégique ne peuvent se présenter que sous la forme de bribes patiemment collectées, sélectionnées, assemblées, interprétées et validées. Prise isolément, chaque information est insignifiante et suspecte, mais rapprochée d'autres informations, elle prend progressivement du sens²³

Incomplète : Une information qui manque de détails et de précision à cause de la difficulté d'accès à l'information et parfois volontairement dissimulée par les concurrents. Mais elle éveille l'attention et devient significative dès qu'elle est intégrée dans un raisonnement prospectif.

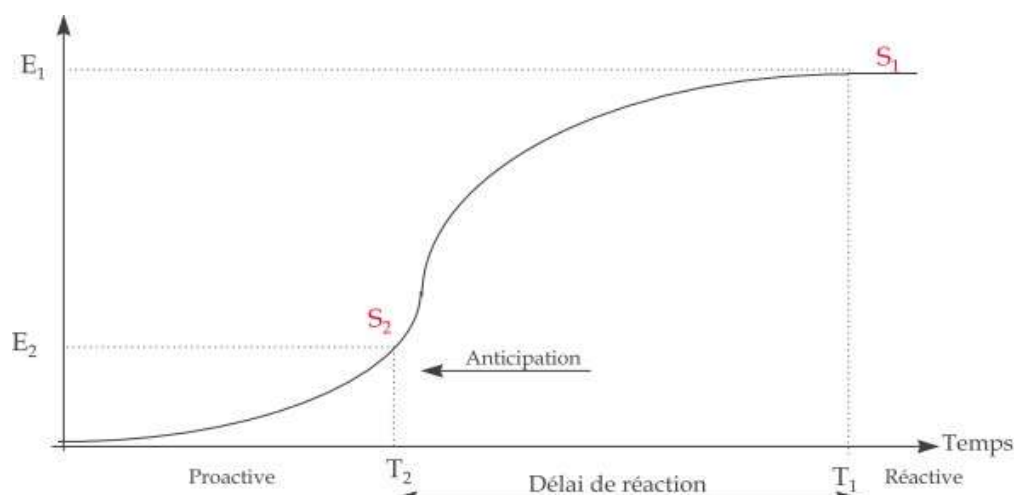
²² Humbert LESCA veille stratégique : concept et démarche en mise en place dans l'entreprise édition DISTNB, Paris, France 1997. P2-3

²³ Dr HATHAT EL MAHDI La veille stratégique : un levier permanent de la compétitivité

Incertaines : Les infos de veille stratégique ne sont pas de vérités sûres ; Il s'agit d'indices, flous mais elles sont utilisées pour la réflexion.

Imprécises : ce sont des informations manque de détails précis, vague ambiguë dont elles peuvent être interprétées de plusieurs façons.

Figure N° 02 : la courbe S captage des signaux



Source: Kamel Rouibah, " veille stratégique vers un outil d'aide au traitement des informations fragmentaires et incertaines ", thèse de doctorat en science de gestion , Université Pierre Mendès-France (UPMF), 1998, p30

À travers ce schéma, on considère que:²⁴

-E1 est un événement totalement réalisé. Il est exprimé par un signal S1 de grosseur maximum (il ne demande guère d'effort pour être capté). Tout est connu au temps T1.

Conséquent, nous sommes placés devant le fait accompli et n'avons plus de marge de manœuvre possible.

E2 est un événement probable. Nous en avons pris connaissance et il n'est pas encore Réalisé, il n'est qu'amorcé. Le signal S2, qu'il annonce, est relativement faible et demande Plus d'effort pour être capté. Cependant, si nous le captions, nous sommes informés au temps T2, avant la réalisation complète de l'événement.

La courbe précédente, fournit deux caractéristiques principales d'une information anticipative.

- L'intensité de l'événement détecté (observé)
- Qui renseigne soit sur des menaces soit sur des opportunités. Plus l'intensité du

²⁴ Dr Hathat el mahdi La veille stratégique : un levier permanent de la compétitivité page 25

signal est faible, plus grandes sont les chances de saisir des opportunités avant les autres.

□ La marge de manœuvre ou temps de pression ($MG = T_1 - T_2$) qui crée le besoin de réagir rapidement face à l'événement détecté. Ceci implique une recherche continue des informations fragmentaires et incertaines annonciatrices de changement. Nous nous plaçons alors en écoute permanente de l'environnement.

1.5.2 Informations de potentiel (ou de profil) :

Ce sont des informations qui renseignent sur la capacité actuelle ou futur d'un acteur d'environnement (concurrent, fournisseur, ou un partenaire) que nous avons placé sous surveillance peut influencer l'environnement de l'entreprise, à agir, ou qui peuvent les empêcher à agir.

Par exemple ²⁵: Si cet acteur est un concurrent les informations de potentiel peuvent être :

- Sa capacité d'autofinancement (renseigne sur la capacité ou l'empêchement à entreprendre un projet important).

- La capacité d'innovation.
- Ses alliances...etc.

1.6 L'information, élément de base de la veille :

L'exploitation systémique de l'information industrielle est étroitement liée à la veille, tant que la veille est un processus qui consiste à collecter, à analyser et à diffuser des informations pour prendre des décisions éclairées et anticiper les changements. L'information est donc l'élément de base de la veille car elle constitue la matière première qui permet de comprendre l'environnement, de détecter les opportunités et les menaces et prendre des décisions stratégiques.

2-Les étapes de processus de veille :

La veille stratégique représente un processus systématique de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations, Elle permet de réduire le degré d'incertitude dans la prise de décision, de stimuler les innovations, de fournir les éléments pour aider le personnel à mieux comprendre leur milieu professionnel, d'acquérir des avantages, et d'aider à la résolution des

²⁵ Humbert LESCA veille stratégique la méthode LESCAnning édition Ems management et société p 120

problèmes. Elle englobe l'observation et l'analyse proactive de l'environnement économique, technologique, légal et social qui impacte les activités et la stratégie d'une organisation.

Figure N° 03 : les étapes du cycle de veille stratégique²⁶



Source : [Cycle de veille : quelles sont les étapes ? | Algorithmia \(webflow.io\)](#) consulté le 25.05.2024

Ce processus de la veille est articulé autour de cinq phases suivantes :

2-1 la phase d'identification des besoins de l'entreprise :

La définition des besoins de l'entreprise c'est la première étape de la démarche de veille qui sert à caractériser le besoin sur le quel en quête. Il faut déterminer un projet d'entreprise SMART qui va modifier sa stratégie et apporte des nouvelle, en rependant à ces questions :

- Quels sont les objectifs stratégiques de l'entreprise ?
- Quels sont les besoins en information pour prendre des décisions éclairées ?
- Quels sont les défis et les menaces auxquels l'entreprise est confrontée ?

Il faut alors identifier les atouts et les faiblesses de l'entreprise pour une meilleure compréhension de l'environnement et d'elle-même. L'entreprise donc devrait faire appel à l'analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats), qui se traduit en français par forces, faiblesses, opportunités et menaces.

2.2 La phase d'identification des sources d'information :

Selon PATEYRON, il existe des sources d'information formalisées et informelles.²⁷

²⁶Source : [Cycle de veille : quelles sont les étapes ? | Algorithmia \(webflow.io\)](#) consulté le 25.05.2024

Chapitre 01 : La veille stratégique

2.2.1 **Les sources d'information formalisée** : représentent les sources où il existe un support papier, filmographique, informatique : presse, livres, revues, Internet, banques de données...

L'avantage de ces sources est leur coût faible, leur inconvénient est le fait que l'information ne soit pas fraîche.

Tableau N°04 Un panorama des sources formelles

<i>Sources</i>		<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Formelles	Presse	<ul style="list-style-type: none"> - Publique - Bon marché - Information exhaustive - Sources Innombrables 	<ul style="list-style-type: none"> - Difficultés de sélection pertinente - Info publiée obsolète - Information en jolivée
	Livres	-Synthèse d'un maximum d'informations	<ul style="list-style-type: none"> - Nombreux titres - Information obsolète
	Autres médias	-Peu intéressant	
	Banques de données	<ul style="list-style-type: none"> - Exhaustivité et accès facile - Faible coût 	<ul style="list-style-type: none"> - Information rarement nouvelle - Méthode de recherche difficile - Peu de documents originaux
	Brevets	-80% des informations techniques se trouvent dans les brevets	<ul style="list-style-type: none"> - Dépôt de brevets intervient tard - Compréhension difficile - Langues étrangères - Certains secteurs non couverts
	Sources informé Légales	-Facile d'accès	-Informations de caractère limité
	Études prestataires	-Information de qualité traitée	- Coût important

Source: I.E.S, les systèmes d'informations au cœur de la démarche, Cigref, 2003

2.2.2 Les sources informelles: ce sont les sources qui nécessitent généralement des

²⁷ Laurent Hermel " veille stratégique et intelligence économique" 2 édition p18

actions de terrain (fournisseurs, sous-traitants, congrès, comités, voyage d'étude ...).

Dont la valeur est importante

Tableau N°05 : Un panorama des sources informelles

	<i>Sources</i>	<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>
Informelles	<i>Concurrents</i>	- Communication. - Journée portes ouvertes	-Difficulté d'accès
	<i>Fournisseurs et sous-traitants</i>	-Sources d'information Intéressante	-Fournisseurs des concurrents
	<i>Missions et voyages d'étude</i>	Sources extrêmement riches	-Onéreuses
	<i>Expositions, salons</i>	-Source importante	-Demande une préparation
	<i>Colloques, congrès</i>	-Pour développer son réseau	
	<i>Étudiants, stagiaires</i>	-Source très intéressante	Problèmes déontologiques
	<i>Candidats à l'embauche</i>	-Renseignement de premier choix	-Problèmes déontologiques
	<i>Comités divers</i>	-Syndicats, comités de normalisation	
	<i>Sources internes</i>	-80%des informations s'y trouvent	-Trouver les bonnes informations

Source: I.E.S, les systèmes d'informations au cœur de la démarche, Cigref, 2003

2.3 Les phases de recherche et de collecte d'informations :

Cette phase est appelée également « traque » dont les veilleurs exploitent les sources et collecte l'information utile, en consentant sur la qualité que la quantité. Elle vise à récupérer les informations correspondants au besoin exprimé (dans la première phase) auprès des différentes sources identifier (dans la deuxième phase).

Il y a lieu de distinguer les catégories diverses de collecte dans l'organisation ²⁸:

-La collecte consécutive à une recherche documentaire sur base de données : Elle se base sur des **sources déjà existantes** (livres, articles, bases de données, rapports internes ou externes). Ce type de collecte est souvent ponctuel et réalisé dans le cadre d'un besoin spécifique, comme une étude de marché ou un rapport d'analyse.

-la collecte périodique de certaines données : Elle se fait à intervalles réguliers (quotidien, hebdomadaire, mensuel, etc.). C'est le cas, par exemple, de la collecte des chiffres de vente, des indicateurs de performance, ou des retours clients. Elle permet le **suivi et l'évaluation continue** de l'activité.

- la collecte, en continu, de renseignement épars : Il s'agit de la **réception d'informations informelles**, souvent non structurées, qui arrivent au fil du temps : observations sur le terrain, remarques spontanées, échanges internes, etc. Même si ces données sont parfois isolées, elles peuvent devenir précieuses si elles sont bien analysées et mises en lien.

2.3 Phase de traitement et d'analyse de l'information

Cette étape consiste à transformer les données brutes en informations exploitables.

Elle comprend une phase d'analyse, d'enrichissement (en croisant les sources ou en ajoutant du contexte) et de mise en forme (tableaux, graphiques, synthèses) afin de faciliter leur compréhension et leur utilisation.

Évaluation /tri : Il s'agit de déterminer les informations utiles et inutiles dans le but de sauvegarder uniquement les informations jugées pertinentes qui répondent aux besoins probablement définis.

Le traitement de l'information se situe ²⁹

- A l'intersection des opérations de surveillance et des opérations d'exploitation.
- A l'intersection du réseau 1 (observateurs) et le réseau 2 (expert analyseurs) ses derniers et pour objectif de valider et évaluer le niveau de qualité d'une information.

²⁸ François jakobiak pratique de la veille technologique les éditions d'organisation p 94

²⁹ François jakobiak pratique de la veille technologique les éditions d'organisation p 103

Analyse : Les données collectées sont à la fois partielles et incertaines ; il est donc nécessaire de les croiser avec d'autres informations afin de les compléter et d'en extraire une valeur ajoutée pertinente.

L'objectif est de disposer de renseignements à jour, clairs et directement utilisables pour la prise de décision

Stockage de l'information : les informations collecter ne sont pas toujours utilisées en temps réel et une période plus en moins long peut s'écouler entre leur collecte et leur exploitation donc la mise en place d'une procédure de stockage est important cette dernière peut se faire sous forme de base de données ou entrepôt de données « data warehouse ».

2.4 Phase de validation et diffusion

Les informations doivent être validée savant d'être utilisées pour la prise de décision. Par suite, les informations sont diffusées en fonction de leur pertinence et de leur utilité aux personnes concerne. Il faut donc savoir :

- A qui diffuser ?
- Pourquoi diffuser ?
- Comment diffuse et par que canal de communication

Cette étape consiste à transformer information et connaissance en action, disposent : de la bonne information, au bon moment.

2.5 La mise en œuvre des actions nécessaires :

Il s'agit d'intègre les informations collecter, traiter et analyser dans le processus décisionnel. Trois éléments sont importants dans la phase d'utilisation : lien entre les fonctions veille et stratégie ; l'intégration des résultats de l'activité de veille dans les décisions stratégiques, et l'existence de recommandations à l'intention des décideurs.³⁰

3- Les outils et technique de veille stratégique

Il s'agit d'outils essentiels à la mise en œuvre d'une veille stratégique efficace. Ces outils, à la fois méthodologiques et techniques, permettent d'assurer les différentes étapes du processus de veille, à savoir : la recherche, la collecte, le traitement, l'analyse et la diffusion de l'information. Il convient de souligner que chaque étape du processus mobilise des outils spécifiques, adaptés à ses objectifs et à la nature des informations recherchées.

³⁰ Ben Abdeslam.C, Moussaoui.k, djennai.S la veille stratégique un outil d'internationalisation: Etat des entreprises exportation lors hydrocarbures algériennes

Chapitre 01 : La veille stratégique

Il existe des outils classiques tel que revue de presse les base données documentaires ont longtemps utilisée pour collecter et diffuser de l'information. Cependant l'émergence des technologies d'information et de la communication des nouveaux et internet qui a devenu un outil incontournable des nouveaux outils sont apparus avec, tel que les logiciels de veille, les moteurs de recherche ... etc. Ces outils numériques ont amélioré le processus de veille en permettant une collecte et une analyse plus rapide et précise ainsi qu'une diffusion efficace.

Voici un tableau comparatif entre les outils classiques et les outils numériques

Tableau N°06 : outils de collecte classique vs numérique

Outils classique	Avantages et limites	Outils numérique	Avantages et limites
-Les supports : fiche de captage d'information / les fiche de lecteur -Revue de presse, journaux, livres -Rapport d'étude Conférences et séminaires -Réunions et entretiens Observations -Bibliothèque et archive et centre de documentation.	Avantage -Information qualitatives -Analyse approfondie -Pas de nécessité a des compétences techniques. -Informations qualitatives. Limite -Subjectivité et erreurs humaines. - coûteuse -temps-consuming	- Moteur de recherche - Base de donnes - Réseaux sociaux - Logiciel de veille : talkwalker - Outils de scraping - Alret Google - Flus RSS - Logiciel d'analyse : Exel, power BI.	Avantage -efficacité et rapidité -automatisation -traitement des grandes quantités de données. Limite : -problème de sécurité et de confidentialité -nécessité des compétences technique.

Source : réalisé par nos soins

3.1 Outils et méthode de recherche et collecte d'information :

Chapitre 01 : La veille stratégique

Mark AJALBERT ³¹(2007) a cité les logiciels les plus efficaces de collecte d'informations à savoir : WebsiteWatcher, Copernic Tracker et Orbiscope Observer.

Website Watcher : c'est un logiciel qui a une capacité de surveiller de type d'information sur les sites web.

Copernic Tracker : Copernic est un programme de recherche de fichiers avancé, capable d'explorer bien plus que les dossiers locaux. Il peut rechercher dans vos courriels, sur votre réseau et dans votre stockage cloud. De plus, Copernic ne se limite pas aux noms de fichiers : vous pouvez rechercher par date, propriétés, et même par le contenu de vos fichiers.

Orbiscope Observer est outil de veille web qui surveille les changements sur des page internet mais il ne permet pas de consulter les versions des pages modifiées.

Parmi les outils classiques qui servent à la collecte d'information on trouve :

Figure N° 04 La fiche de captage ³²:

TRAQUEUR	DATA de captage
SOURCE	NATURE de l'information
ACTEUR	THEME
INFORMATION proprement dite :	
COMMENTAIRE émotion, association(s) d'idées, « vibrations », suggérer une utilisation	
Qui alerter ?	

Source : veille stratégique La méthode L.E.SCAanning p 96

³¹AJALBERT, Mark 2007 Op.cit

³²Veille stratégique La méthode L.E.SCAanning p 96

Figure 05 Fiche d lecture³³

1-capteur	2- Auteur
2-Auteur et année de publication	
3-source (Référence normalisé et complète)	
4- extraction d'information (en langue d'origine suivie de traduction) +numéro de page dans l'article	
5-Thème de rattachement	6-type d'extraction
7- Commentaire personnel / personne à informer	
8- Usage possible de cette extraction : Pour vous ? Pour qui... ?	
9-Mots-clés	
10- Bibliographie : références que vous trouvez intéressantes dans la bibliographie de l'auteur	
11- Lieu de stockage ou l'on pourra accéder au document complet.	

Source : veille stratégique La méthode L.E.SCAanning p97

La méthode de recherche et de collecte d'infos qui consiste à utiliser une approche systémique, les méthodes les plus fréquentes sont les contacts directs (entretien, les réunions, visites aux clients ou fournisseurs), les recherches documentaires qui consiste à consulter des

³³Veille stratégique La méthode L.E.SCAanning p 97

Chapitre 01 : La veille stratégique

documents numériques ou écrits on plus des recherches sur internet en utilisant des outils de collecte de données en ligne pour des informations plus actualisées.

Voilà un tableau récapitulatif sur les méthodes de collecte

Tableau N° 07 : méthodes de collecte

Méthodes	Description	Source utilisées
Recherche documentaire	Consultation des documents écrits ou numériques	Base de données, livres, articles de presse
Recherche sur internet	Utilisation des moteurs de recherche	Sites web, articles en ligne, blogs
Enquête ou questionnaire	Collecte directe d'information auprès des personnes ciblées	Reponse d'individus ou de groupe
Entretien/ interview	Collecte d'info par le biais d'entretiens avec des professionnels et des experts.	Experts /témoins
Observation directe	Analyse de faits ou comportement en situation réelle	Terrain, environnement de travail, salons.

Source : réaliser par nos soins

3.2 Outils et méthodes de traitement et d'analyse d'information :

La phase de traitement d'information consiste à donner un sens au données bruts c'est l'activité la plus important en termes de valeur, En effet plusieurs outils sont disponibles pour assurer cette étape. Permet ses outils Humbert LESCA³⁴ à citer les suivantes :

Leximappe : un outil cartographie qui permet à visualiser graphiquement les relations entre les concepts et repérer au sein d'énorme volumes informations que les textes spécifiques.

³⁴LESCA, Humbert, 1997, Op.Cit.

Dataview : une représentation structure organisée montre les données d'une manière (filtrée, triée, groupée, etc.).

Textmining : Le Text Mining, ou analyse de texte, consiste à transformer un texte non structuré en données structurées pour ensuite procéder à l'analyse. Cette pratique repose sur la technologie de « Natural Language Processing » (traitement naturel du langage), permettant aux machines de comprendre et de traiter le langage humain automatiquement.³⁵

Il existe d'autres outils simples tels que les tableaux (Excel, Google Sheets...) outils classiques pour analyser et gérer les informations structurées.

Voici quelques méthodes proposées par PATEYRON Emmanuel :

La méthode des courbes S : Une méthode qui consiste à analyser le cycle de vie d'un produit, représenté par une courbe en S, elle permet d'identifier les produits en phase d'émergence pour que l'entreprise ait le temps d'agir en amont, avant l'arrivée du produit au marché.

La méthode l'approche filière : une méthode qui vise à reconstituer la chaîne de production d'un produit remontant aux procédés de fabrication aux sources de matières premières dans le but de mieux comprendre les sources et le processus utilisé en analysant chaque étape.

3.3 Les outils et les méthodes de stockage d'information :

Le stockage de l'information est une phase fondamentale pour leur préservation et leur exploitation dont l'entreprise conserve les données essentielles et d'y accéder d'une manière optimale lors de besoin, H. LESCA à citer les deux principaux modèles³⁶

-Stockage en un lieu unique dont centralise les informations dans un emplacement physique ou virtuel unique, l'avantage est la simplicité d'accès mais il y a un risque de perte de données en cas de défaillance de système.

-Le stockage réparti en plusieurs lieux c'est la répartition des données sur des sites reliés entre eux avec un réseau, ce modèle présente une certaine complexité de gestion et a besoin d'un réseau fiable mais assure une meilleure sécurité et flexibilité

On ajoute aussi :

³⁵ <https://datascientest.com/text-mining-definition>

³⁶ H. LESCA 1997 op.cit

- **L'outil de gestion électronique des documents (GED)** : c'est un système de numérisation d'organisation et d'archivage du document électronique, il optimise l'organisation, la sécurité et la recherche rapide.
- **Les nouvelles technologies de l'information (NTIC)** : une technologie qui permet de stocker des grandes quantités des données d'une manière rapide et sécuriser, elle propose des solutions comme les bases de données, le Cloud, et les systèmes automatisés de sauvegarde pour le stockage

Méthodes de stockage d'information le stockage peut être :

- Une mémorisation totalement informelle dans la tête des individus
- Une mémorisation formelle (archivage et classement papier, système de classement électronique et création de bases de données.
- Une mémorisation des savoir-faire sous forme de procédures.

3.4 Outils et méthode de diffusion de l'information :

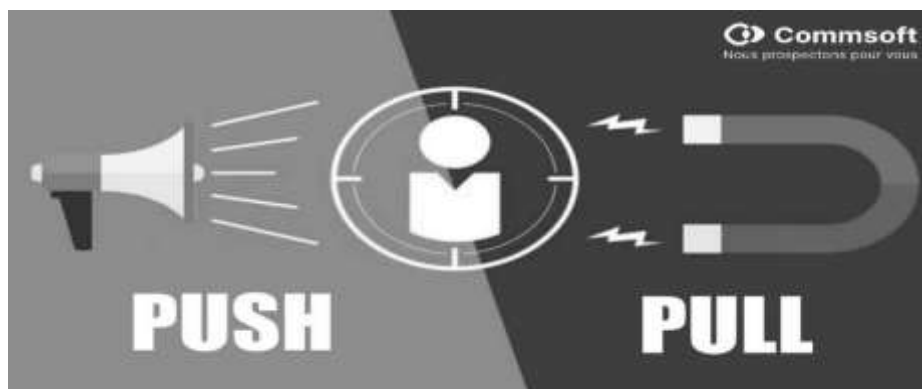
Les outils de diffusion et de partage de l'information son essentiel pour assurer la circulation efficace des donnes au siens d'entreprise. De nous jour internet, intranet et les messages électroniques sont les plus utilisés dans la diffusion des informations entre les capteurs (ce qui collecte l'info) et l'expert (ce qui l'analyse). L'information peut être diffusée aussi par voie orale ou un support papier ce dernier a un impact plus fort que les autres moyens.

Ce qui concerne la longueur de message il doit contient que l'essentiel il faut communiquer d'une façon synthétique.

La méthode push : est une méthode qui consiste à l'envoi automatique de l'information vers l'utilisateur et les informer d'une manière programmée et régulière talque les rapports.

La méthode pull : une méthode qui repose sur une recherche active de l'information selon des besoins spécifiques à travers l'accès à une basse de données.

Figure N°06 méthode PUSH et PULL³⁷



Source : [Stratégie Push & pull marketing : définition, différences et méthodes \(thestartupelevator.com\)](http://thestartupelevator.com)

4- Qui est concerné par la veille ?

La veille ne se limite pas par un service mais faut que tout le monde participe dans cette démarche tous les services sont concernés :

- La direction générale
- Les responsables des structures.
- Les responsables des activités techniques
- Les responsables de la qualité/environnement.
- Les porteurs de projets individuels ou collectifs

La compréhension de l'information comme matière première de la veille nous permet désormais d'aborder la manière dont celle-ci peut soutenir concrètement le processus d'innovation.

Conclusion

La veille stratégique et l'intelligence économique constituent des leviers essentiels pour toutes organisations souhaitant se positionner durablement dans environnement en perpétuelle mutation. En structurant la recherche, l'analyse et la diffusion de l'information pertinente, elles permettent d'anticiper les menaces, de saisir de nouvelles opportunités et de soutenir l'innovation. A travers une méthodologie rigoureuse, allant de l'identification des besoins jusqu'à la diffusion ciblée des informations, la veille offre un véritable avantage compétitif. Toutefois, son efficacité repose sur la qualité des informations collectées, sur la capacité des

³⁷[Stratégie Push & pull marketing : définition, différences et méthodes \(thestartupelevator.com\)](http://thestartupelevator.com)
consulté 25.05.2025

Chapitre 01 : La veille stratégique

décideurs à en tirer des enseignements stratégiques. En définitive, maîtriser l'intelligence économique, c'est transformation en pouvoir d'action.

Chapitre II

*La veille stratégique dans le processus
d'innovation*

Introduction

Dans un monde en perpétuelle évolution l'innovation est constitué un levier fondamental de transformation économique sociale et organisationnelle .qu'il s'agisse de nouveaux produits, de procédé amélioré, d'un modèle d'affaires inédits ou encore d'approches organisationnelles novatrices, l'innovation permet aux entreprises de se différencier, de répondre aux attentes changeantes des consommateurs et de rester compétitivité face à une concurrence mondiale de plus en plus intense.

Dès les travaux fondateurs de Joseph Schumpeter, l'innovation a été considérée comme le moteur de la dynamique économique, à travers le processus de « destruction créatrice ». Elle ne se limite pas à la simple invention mais implique une mise en œuvre concrète génératrice de valeur ajoutée. De nos jours cette vision s'est enrichie grâce aux apports du manuel d'Oslo de l'OCDE qui propose une typologie claire distinguant l'innovation de produit, de procédé de commercialisation et organisation.

Cependant, innover ne se fait pas au hasard. Le processus d'innovation repose sur de nombreux facteurs : l'environnement externe, les ressources humaines, l'organisation interne de l'entreprise et rôle moteur du dirigeant. Il implique également de relever des défis majeurs qu'ils soient technologiques organisationnels ou commerciaux – et de répondre à des enjeux économique et sociaux cruciaux.

C'est dans ce contexte que la veille stratégique prend tout son sens. Véritable outil d'anticipation et de soutien décision elle permet d'identifier les tendances, d'analyser les signaux faibles, de surveiller les concurrents et saisir les opportunités. Lorsqu'elle est intégrée processus d'innovation, elle en devient un catalyseur.

Section 1: Le processus d'innovation

L'innovation est un moteur fondamental de la compétitivité des entreprises, ne résulte ni du hasard ni de l'improvisation. Elle repose sur un processus structure qui mobilise des ressources, des idées et des dynamiques internes et externes. Comprendre ce processus est essentiel pour saisir les mécanismes qui permettent à une organisation de transformer une idée en valeur concrète. Cette section explore les différentes formes d'innovation ; leur typologies, ainsi que les facteurs déterminants qui influencent leur émergence et leur mise en œuvre.

1. Définition de l'innovation

L'innovation joue un rôle essentiel dans le développement des entreprises et de L'économie. Elle peut être définie de plusieurs manières selon les auteurs et les institutions, notamment Schumpeter et L'OCDE.

2. Les innovations selon Schumpeter³⁸

Selon Schumpeter l'innovation correspond à l'introduction de nouvelles idées technologies, ou produits sur le marché. Il la distingue l'invention, qui représente la découverte de nouvelles connaissances, et l'innovation qui consiste à appliquer ces découvertes à des procédés techniques, des produits, des sources de matières premières ainsi que des formes d'organisation. D'après lui l'innovation est le catalyseur de la dynamique économique.

Ces notions de succès et de valeur ajoutée permettent de distinguer d'une simple invention et c'en appuie souvent sur la définition de l'innovation.

Selon L'organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE):³⁹

« La mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise l'organisation du travail ou la relation extérieure.»

3. Typologie de l'innovation :

2.1 Selon Schumpeter ⁴⁰

2.1.1 L'innovation de produit : cette forme d'innovation est la plus évidente impliquant la création d'une nouvelle catégorie de produit.

2.1.2 L'innovation de procédés: cela désigne la création de nouvelles méthodes ou l'amélioration significative de méthodes existantes dans l'activité de production et de distribution de l'entreprise.

2.1.3 L'innovation de source de matières premières : des avancées notables ont été réalisées grâce à l'utilisation de nouvelles sources d'énergie, comme l'électricité, la machine à vapeur ou le moteur thermique, ce qui a entraîné d'important progrès industriels et des bouleversé les modes de production.

³⁸Fiche Schumpeter: citation. Théories innovation

³⁹ - Manuel d'Oslo en 2005

⁴⁰Fiche Schumpeter: citation. Théories innovation

2.1.4 L'innovation de modèle d'affaires: Cela inclut l'élaboration de nouvelles techniques de vente ou de publicité des produits comme l'apparition de grands magasins ou du commerce en ligne.

2.1.5 L'innovation de marché: cette forme d'innovation peut être stimulée par des modifications réglementaires, comme l'établissement de sociétés anonymes, ou par l'apparition de structures organisationnelles innovantes.

2.2 Selon la nature de l'innovation le classement selon Oslo ⁴¹

2.2.1 Innovation de produit: Lancement de nouveaux produits ou transformation des produits ou service existant d'une manière nouvelle, en modifiant les composants et matières utilisées.

2.2.2 Innovation de procédé : Il consiste à modifier la façon de fabriquer le produit, par l'implémentation d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée.

2.2.3 Innovation de commercialisations : c'est la mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation, qui se traduit par des changements significatifs dans la conception, le conditionnement, le placement, la promotion ou la tarification d'un produit.

2.2.4 Innovation organisationnelles : Elle consiste en la mise en œuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de travail et de systèmes de gestion, impliquant un changement structurel ou managérial au sein de l'entreprise.

J. A. Schumpeter a identifié cinq types d'innovations

⁴¹ Manuel d'Oslo en 2005

Tableau N°08 type et forme d'innovation

Type d'innovation	Forme d'innovation	Exemple
Innovation produit	Création d'un nouveau produit	Les alicaments
Innovation marché	Découverte d'un nouveau marché	La vente sur internet
Innovation de procédé de production	Nouvelle organisation de la production	La robotisation d'une chaîne de fabrication
Innovation organisationnelle	Nouvelle organisation du travail	Les équipes polyvalentes dans un atelier
Innovation d'énergie	Nouvelle énergie ou matière première	L'énergie éolienne

Source : cours BTS communication

3.3 Typologie selon le degré de l'innovation ⁴²

2.3.1 L'innovation radicale ou rupture : Il s'agit d'une innovation qui repose sur le développement de technologies entièrement nouvelles et qui provoque une transformation profonde des habitudes de consommation .au des pratiques commerciales .

Elle entraîne souvent la création de nouveaux marchés ou la disparition d'ancien, un exemple emblématique l 'i phone qui a redéfini la fonction du téléphone et bouleversé les règles de nombreux secteurs.

L'innovation radicale est généralement plus coûteuse et risquée que les formes plus progressives de l'innovation. La majorité des entreprises préfèrent améliorer leurs processus plutôt de rechercher des innovations de rupture.

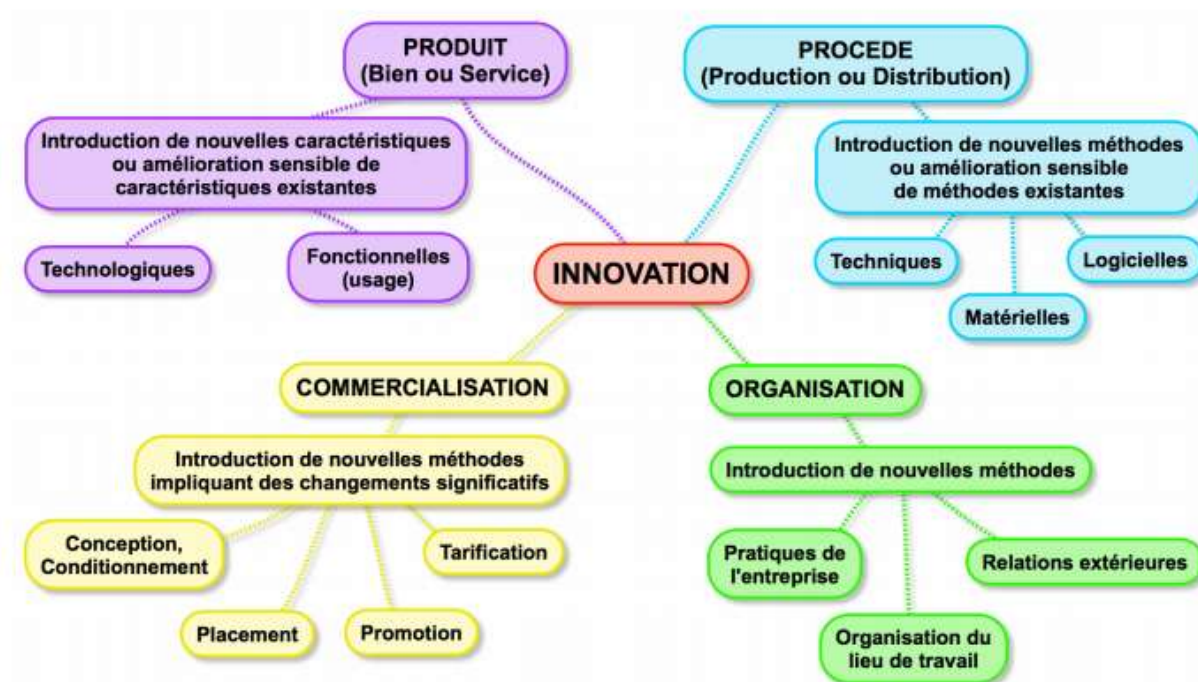
2.3.2L'innovation incrémentée: cette forme d'innovation consiste à améliorer progressivement un produit, un service ou un processus existant. Elle repose sur l'optimisation de ce qui est déjà en place, sans changement fondamental, mais avec un impact réel sur la productivité et compétitivité.

L'innovation incrémentale est la plus fréquente dans les entreprises, car elle est moins risquée et ne nécessite pas forcément de nouvelles connaissances technologiques.

Elle contribue néanmoins fortement à la croissance et à la performance du système économique.

⁴²HESE Présentée pour l'obtention du grade de DOCTORAT 3ème Cycle En : Sciences économiques Spécialité : Finance et Entreprise. Option : Entreprise. Par : Amghar Meryem La veille stratégique au service de l'innovation. Cas de l'entreprise Brandt du Groupe Cevital Algérie

Figure N°07: Les catégories d'innovation.



Source: figure construite à partir des définitions du Manuel d'Oslo (organisation de coopération et de développement économique), 2005

3. Facteurs influençant l'innovation⁴³

L'innovation ne dépend pas du hasard; elle résulte de plusieurs facteurs internes et externes qui agissent en synergie. Ces éléments se sont: la conditionnement et la capacité d'une entreprise à générer, structurer et concrétiser des idées nouvelles.

3.1 L'environnement: L'environnement de l'entreprise joue un rôle essentiel dans l'émergence des idées d'innovation. Il est donc primordial d'être à l'écoute de ce qui se passe à l'extérieur et de rester ouvert aux opportunités environnement et de rester ouverte à toutes les opportunités.

Certaines entreprises peinent à admettre que de bonnes idées puissent venir de l'extérieur, ce qui freine leur capacité à innover.

à l'inverse, des organisations comme certaines industries américaines Ex:(NIH - Not Invented Here) reconnaissent qu'innover suppose parfois de s'inspirer de solutions déjà existantes .

⁴³Histoire d'innover Henri guillaume p43et44et45et46

Surmonter ce réflexe d'autosuffisances permet de mieux exploiter l'environnement comme levier d'innovation.

3.2 Les ressources humaines : Le capital humain est un pilier fondamental de l'innovation. Une entreprise innovante est avant tout une entreprise comptée de personnes créatives, motivées et bien formées.

3.2.1 Diversité des profils⁴⁴: Le recrutement varié favorise la fertilisation croisée des idées. Associer des profils spécialisés et généralistes, jeunes et expérimentés, stimule la créativité.

3.2.2 Formation continue: La formation est essentielle pour stimuler la créativité encourager l'esprit d'équipe et intégrer les nouvelles technologies même dans des secteurs traditionnels comme plans de formation bien conçus, nourrissent l'innovation sur le terrain.

3.2.3 Conseils extérieure: Faire appel à des experts ou consultants externes permet à élargir les perspectives et sortir des routines internes. Il convient néanmoins de trouver un équilibre pour ancrer l'innovation dans les ressources internes solides.

3.3 L'organisation: La structure organisationnelle influe directement sur la capacité d'une entreprise à innover.

3.3.1 Renforcer l'efficacité de veille: La veille ne doit pas être confinée à un service spécifique: elle doit être intégrée à un ensemble de l'organisation. Une veille efficace repose sur une circulation fluide de l'information et une implication active de tous les collaborateurs et un lien fort avec la R&D et la direction générale.

3.3.2 Favorise la collecte d'information

Les idées innovantes émergent souvent de l'observation, d'expérimentation et du dialogue. Il est important de mettre en place des dispositifs (réunions, boîtes à idées, entretiens.....) permettant aux employés de s'exprimer librement et de valoriser leurs propositions.

3.3.3 Rapprocher les différents acteurs: Une organisation trop hiérarchisée peut freiner l'innovation. En revanche, une structure plus transversale, en réseau, favorise les interactions entre département (R&D, marketing; production, etc.....) et permet une meilleure confrontation des idées.

⁴⁴Histoire d'innover Henri guillaume

3.3.4 Mettre en place une structure en réseau⁴⁵: Fonctionnement en réseau avec des responsabilités partagées, rend l'organisation plus souple. Cela permet de dépasser les rigidités hiérarchiques et de libérer les initiatives.

3.4 Le dirigeant: Les dirigeants sont souvent à l'origine de l'impulsion créative. Mais il ne suffit pas d'avoir des idées; il faut aussi savoir encourager celles des autres.

3.4.1 Encourager la créativité: Le chef d'entreprise doit reconnaître et stimuler la créativité de ses équipes. Un climat de confiance, de liberté d'expression et d'écoute est indispensable pour faire émerger des idées nouvelles.

3.4.2 Susciter la sympathie de l'environnement: Un dirigeant innovant ne reste pas enfermé dans l'entreprise. Il interagit avec son environnement (clients, partenaires, concurrents) et construit une image dynamique.

4. Les enjeux d'innovation⁴⁶

L'innovation est bien plus qu'un simple moteur de performance. Elle représente un enjeu stratégique majeur pour les entreprises, tant sur le plan économique que social. Elle influence leur capacité à croître à s'adapter et à attirer les talents.

4.1 Enjeux économiques: L'innovation est un moteur essentiel de la croissance économique. Le concept de «destruction créatrice» développé par (Schumpeter), illustre bien ce phénomène: les nouvelles innovations permettent à certaines entreprises de gagner en valeur et en leadership, tandis que d'autres disparaissent.

Par exemple, de nombreuses entreprises présentes dans le classement Fortune 500 en 1955 avaient disparu en 2016, remplacées par des entreprises innovantes.

Les entreprises établies doivent donc anticiper ces ruptures pour rester compétitives et ne pas se laisser dépasser.

4.2 Enjeu social: L'innovation transforme également la gestion des ressources humaines. Elle dynamise les équipes, brise la routine et donne du sens au travail en offrant des projets porteurs de valeur.

Des initiatives comme les « hackathons », les laboratoires des idées (fablabs) ou l'open innovation permettent d'impliquer les employés dans des démarches créatives.

⁴⁶<https://www.viane.com/les-enjeux-de-l-innovation-caracterisation/>

De plus, l'innovation contribue aussi à fidéliser les talents, notamment les développeurs et ingénieurs, en leur offrant des projets motivants et à fort impact, forçant à choisir entre stabilité et innovation.

4.1 Les défis l'innovation

Si l'innovation est une source d'opportunités; elle représente aussi de nombreux défis. Ces obstacles peuvent être d'ordre organisationnel, technologique ou commercial, ils doivent être anticipés pour maximiser les chances de succès.

5.1 Les défis organisationnels : Les entreprises doivent mettre en place des nouveaux modes de travail et des nouveaux outils de management. Voici quelques défis d'innovation

- Manque de flexibilité organisationnelle
- La réglementation peut être un obstacle à l'innovation
- Les collaborations et les partenariats mal négociés qui peuvent conduire à l'échec du projet
- Manque de connaissances en gestion
- Absence d'outils de gestion et faiblesse de la gestion financière

5.2 Défis technologique

- Moins d'investissements en R&D
- Manque de coopération avec les instituts de recherche
- Obsolescence des équipements
- L'expérience des équipements au projet est la caractéristique la plus importante. Moins d'expérience signifie plus de risques. Leur engagement, leurs compétences et leurs dispositions sont des facteurs pouvant facilement réduire ce risque.

L'atténuation ou le contrôle de ces types de risque nécessite les mesures suivantes

- Maintenir la formation continue du personnel
- Embaucher des employés qualifiés
- Faites appel à une aide extérieure Bureau d'étude centre d'innovation

5.3 Défis commerciales

- Manque d'information sur les marchés, les besoins des clients et sur l'environnement concurrentiel
- Absence d'expertise
- Absence de protection de l'innovation.

Une fois les différentes formes d'innovation identifiées, il devient pertinent d'explorer comment la veille stratégique peut être intégrée pour renforcer chacune d'elles.

Section02 : l'intégration de la veille stratégique dans le processus d'innovation

Pour innover efficacement, il est essentiel que l'entreprise de rester à l'écoute de son environnement. C'est là qu'intervient la veille stratégique qui permet de collecter et d'analyser des informations pertinentes sur le marché, les technologies ou encore les concurrents. Ainsi, la veille et l'innovation sont étroitement liées. Plusieurs auteurs tel que Lesca et son équipe de recherche confirment⁴⁷ dans leurs études de terrain l'existence de forte relation entre la capacité à innover et la capacité d'écouter l'extérieur et le futur. En outre, Audet affirme⁴⁸ dans son étude que le désir d'innovation est stimulé par les activités de veille.

1- La veille stratégique au service de l'innovation :

La veille stratégique joue un rôle central dans le processus d'innovation, car elle permet de stimuler l'innovation en collectant et analysant des informations utiles sur son environnement tout ce qui est lié à la technologie, les concurrents et les nouvelles tendances sur le marché. Jakobiak souligne⁴⁹ que pour innover il faut savoir ce que font les autres. Cela explique c'est que l'innovation ne s'agit pas uniquement des créativité interne mais aussi de l'observation et de l'analyse de l'extérieur, ce qui explique la nécessité d'accompagner le processus d'innovation par la veille stratégique.

1.1 La veille stratégique accompagne l'innovation :

1.1.1 La veille stratégique et l'innovation incrémental :

Dans le cadre de l'innovation incrémental la veille joue un rôle fondamental, dont le but est d'améliorer progressivement des produits ou services déjà existants. En analysant les produits des concurrents afin d'identifier les limites et les attentes non satisfaites des consommateurs. Grâce à ces observations, un rapport détaillé est rédigé, comprenant des données sur les tendances du marché, les fonctionnalités clés afin de guider les équipes internes pour proposer

⁴⁷Lesca.H (2003) Veille stratégique : concepts et fondements, EMS paris 2003.

⁴⁸Audit .M veille stratégique et innovation Etude de terrain 2001

⁴⁹ Jakobiak.F observation et analyse stratégique .Définition de la veille concurrentielle et technologique .1992

des améliorations pertinentes, adaptées aux besoins réels ainsi la veille soutient une démarche d'innovation continue et structurée.

1.1.2 La veille stratégique et l'innovation de rupture :

Dans ce cas la veille stratégique sert à identifier les signaux d'alertes des ruptures biotechnologiques dans le but de fournir aux décideurs des informations stratégiques leur permettant de repenser les règles de jeu pour surpasser les concurrents en imaginant des produits radicalement nouveaux qui vont bouleverser le marché. Cette forme d'innovation nécessite une veille active utilisant des sources variées pour alimenter la réflexion stratégique de l'entreprise pour avoir un avantage concurrentiel.

1.1.3 La veille stratégique et l'innovation exploratoire :

L'innovation exploratoire repose sur une démarche prospective (anticipative) vise à anticiper les évolutions futures sur le marché. Dans ce cadre la veille stratégique et pour mission de capter les tendances émergentes, et détecter les besoins encore peu exprimés, identifier les opportunités inexploitées. Cette approche proactive tournée vers l'avenir est essentielle pour les entreprises qui souhaitent se différencier par des innovations originales et ouvrir une nouvelle voie avant ses concurrents.

Tableau N°09 : la contribution de la veille stratégique dans les différents types d'innovation

Type d'innovation	Contribution de la veille stratégique	Objectif principal
Innovation incrémentale	<ul style="list-style-type: none"> - Détecter sur les produits occupant une part de marché importante sans répondre totalement aux besoins des consommateurs.⁵⁰ - Rédiger un rapport détaillé sur l'étude 	Amélioration de l'offre actuelle et rester compétitive
Innovation de rupture	<ul style="list-style-type: none"> - Fournir des informations stratégiques. - stimuler la créativité. 	Changer les règles du jeu pour dépasser Les concurrents et prendre les avantages.
Innovation exploratoire	<ul style="list-style-type: none"> - Détection des signaux. - Réaliser des études de prospective. 	Créer de nouveaux concepts, produits ou marchés.

Source : réalisé par nos soins

⁵⁰Mémoire « La contribution de la veille stratégique dans le processus d'innovation au sein de l'entreprise Algérienne ,Cas de SAIDAL. »

1.2. La veille accompagne le processus d'innovation :

La veille stratégique est une activité clés dans le processus innovation⁵¹. Elle accompagne ce processus de l'amont jusqu'à l'aval.

1.2.1 Identification des opportunités et phase de créativité

Dès les premières étapes du processus, la veille stratégique intervient dans la détection d'opportunités. Elle observe le marché, les technologies, les brevets, les comportements des concurrents et identifie des signaux faibles révélateurs de besoins non satisfaits, de contraintes non prises en charge, ou de segments de marché inexplorés. À ce stade, la veille agit comme une force de prospection et de révélation, en mettant en lumière des terrains favorables à l'innovation. Par ailleurs, la veille dite « créative »⁵² intervient également lors la phase de génération d'idées, en inspirant les innovateurs et en stimulant la créativité organisationnelle. Elle sert à identifier des pistes encore peu explorées par la concurrence ou à imaginer des solutions nouvelles, indépendamment des logiques existantes.

1.2.2 Conception et prise de décision stratégique

Lors de la phase de conception, la veille permet de croiser des données scientifiques, technologiques et économiques avec les besoins exprimés ou les attentes du marché. Elle joue un rôle de médiateur entre les compétences techniques internes et les évolutions externes. À ce stade, elle contribue également à réduire les incertitudes managériales en fournissant aux décideurs des informations fiables et ciblées. Ces informations permettent de mieux évaluer le potentiel d'une innovation, de choisir les projets à développer, et d'orienter les ressources de manière stratégique.

1.2.3 Appropriation et mise sur le marché

Dans la dernière phase du processus d'innovation, celle de l'appropriation, la veille aide à déterminer le moment opportun pour le lancement du produit ou service innovant. Elle surveille l'environnement concurrentiel, les attentes des consommateurs, les évolutions légales ou technologiques, afin d'aider à l'entreprise à se positionner au bon moment. La synchronisation entre l'innovation et marché est ici cruciale, et la veille joue un rôle déterminant dans la réduction du risque commercial.²

⁵¹<https://www.techniques-ingenieur.fr/base-documentaire/technologies-de-l-information-th9/usages-et-management-strategique-des-documents-numeriques-42482210/veille-strategique-ag1310/> consulter le 13.05.2025

⁵²Goria .S veille créative et processus d'innovation .Approche prospectives génération d'idée 2013

Tableau N°10 : Les veilles mobilisées pour alimenter le processus d'innovation

Type de veille	Missions liées à l'innovation
Veille technologique et scientifique	Détecter une nouvelle technologie, apprécier son degré de maturité et sa faisabilité afin d'évaluer la pertinence ou pas de lancer un projet d'innovation ; Trouver une solution technologique à un problème : lever un verrou technologique ; identifier les technologies maîtrisées par les concurrents ; détecter de nouvelles techniques et méthodes associées aux métiers de l'entreprise et à son secteur d'activité
Veille marketing	Comprendre les consommateurs et leurs rapports aux produits, comprendre leurs attentes, freins, la façon dont ils utilisent un produit pour proposer celui de demain. Anticiper des tendances en observant des adopteurs précoces. Les adolescents sont souvent les précurseurs de ce qui sera utilisé demain
Veille usage	Anticiper des usages futurs, Alimenter la phase « observation » du Design Thinking. L'objectif consiste à alimenter le processus d'innovation de type Design Thinking par des observations de terrain
Veille concurrentiel	Surveiller ses concurrents pour développer de nouvelles idées : identifier ce sur quoi travaille un concurrent et décider ou non de le contrer avec une innovation plus performante et différenciant. Déterminer le bon timing de lancement d'une innovation. L'entreprise peut vouloir être la première sur le marché. Elle peut également anticiper le lancement d'une innovation concurrente similaire à celle qu'elle est en train de développer et décider de lancer son innovation rapidement derrière celle de son concurrent pour profiter de l'effet de halo. Surveiller le lancement d'une innovation et évaluer son adoption sur le marché par rapport aux innovations concurrentes. Identifier des concurrents potentiels venants d'autres marchés
Veille Normative	Anticiper les normes de demain pour proposer des produits en accord avec les règlements normatifs à venir.
Veille marchés	Explorer son marché et les marchés connexes pour développer de nouvelles idées. Identifier les futurs partenaires. La veille peut amener l'entreprise à détecter un marché non concurrentiel qu'elle ne connaît pas encore. La veille va donc apporter des connaissances sur le nouveau marché et les consommateurs potentiellement associés.

Source: In FASQUELLE.J et CARON-FASAN.M; «trajectoires d'innovations : De l'influence de la veille dans les prises de décision au cours des processus d'innovation »; XXVIIe Conférence Internationale de Management Stratégique ; juin 2018, www.strategie-aims.com, page 13 et 14.⁵³

⁵³In FASQUELLE.J et CARON-FASAN.M; «trajectoires d'innovations : De l'influence de la veille dans les prises de décision au cours des processus d'innovation »; XXVIIe Conférence Internationale de Management Stratégique ; juin 2018, www.strategie-aims.com, page 13 et 14.

2. Méthodes d'intégration d'une vielle stratégique dans un processus d'innovation

2.1 Étapes de l'intégration selon Chalus-Sauvannet⁵⁴

Dans le cadre d'une recherche intervention menée dans une entreprise de viennoiserie industrielle, Chalus-Sauvannet a identifié un processus en trois étapes :

2.1.1 Observation du système de veille existant :

Cette étape correspond à un diagnostic approfondi pour identifier les forces et les faiblesses du système actuel pour poser les bases d'amélioration.

- En analysant les sources utilisées.
- Cartographier les flux d'information en savoir quels types d'information circulent, entre quels services et par quels canaux.
- Identifier les limites de ce système existant.

2.1.2 Dynamisations organisationnelle : l'entreprise doit réorganiser et réanimer le processus de veille pour qu'il devienne un levier actif d'innovation.

- En mobilisant et en impliquant les collaborateurs à tous les niveaux parce que la veille n'est pas uniquement l'affaire d'un seul service.
- Création d'une culture de vigilance stratégique : en valorisant les remontées d'information terrain et le partage.

2.1.3. Mesure de l'effet sur l'innovation : il s'agit d'évaluer les résultats de cette veille réorganisé sur la capacité d'innovation.

- Suivi des projets innovants issus d'informations détectées via la veille
- Évaluation des décisions stratégiques à partir des résultats de veille : si ces résultats ont permis de mieux anticiper et innover ?
- Analyser les gains en performance :
 - Meilleure adaptation aux évolutions de marché et à la rupture technologique.
 - Réduction de temps de développement produit.
 - Augmentation de taux de succès des innovations.

⁵⁴Chalus-Sauvannet (2006) op.cit

2.2 Méthode pour intégrer une veille stratégique le processus d'innovation :

2.2.1 Intégration en amont : en intégrant la veille stratégique dès le début du processus d'innovation pour identifier les tendances et les opportunités.

2.2.2 Utilisation d'outils de la veille : utilisant des outils de veille tels que les logiciels de surveillance de la concurrence, les plateformes de veille automatisée, etc.

2.2.3 Collaboration entre les équipes : Collaborer entre les équipes de veille et de R&D et de marketing pour partager les informations et les connaissances.

2.2.4 Intégration dans les processus de décision : intégrer les résultats de la veille stratégique dans le processus de décision pour prendre des décisions éclairées.

2.2.5 Formation et sensibilisation : former et sensibiliser les équipes à l'importance de la veille stratégique et à son utilisation dans le processus d'innovation.

2.2.6 Utilisation des méthodes de veille : utiliser des méthodes de veille tel que la veille technologique, la veille concurrentielle, la veille démarche etc...

2.2.7 Intégrer dans la culture d'entreprise : en encourageant la culture d'innover et de veiller.

3. L'utilité et l'impact de la veille sur le processus d'innovation

La veille constitue la fondation de tout processus d'innovation. Elle se concentre sur l'environnement externe de l'entreprise. Elle est complétée par le knowledge management de l'innovation qui vient gérer et exploiter la connaissance interne et la transformer en information stratégique. Ces deux pratiques couplées deviennent un véritable accélérateur de croissance pour les entreprises. Une veille efficace permet de rester attentif aux innovations radicales afin de ne pas rater de tournant critique. C'est également l'occasion pour l'entreprise de s'approprier son environnement en nouant des partenariats externes afin de s'inscrire pleinement dans l'écosystème de l'innovation.

La veille innovation permet de réduire le taux d'incertitude des innovations de l'entreprise pour répondre aux bons enjeux pour les bonnes cibles.

Enfin, cette veille permet aux entreprises d'optimiser leurs possibilités de financement et d'aides. Un cabinet de conseil en financement de l'innovation peut prendre en charge ce volet grâce son expertise qui garantit une meilleure optimisation fiscale.

Ayant établi le lien entre veille et innovation, il est maintenant nécessaire d'illustrer cette articulation par une étude de cas concrète au sein d'une entreprise industrielle.

Conclusion

L'innovation d'être un simple acte de création constitue aujourd'hui un levier stratégique incontournable pour la compétitivité de différenciation et de pérennité. A travers cette étude il apparaît clairement que l'innovation ne se résume pas à une simple invention technologique, mais qu'elle constitue un processus global, multidimensionnel et évolutif, intégrant des dimensions économiques organisationnelles, humaines et sociales.

Les travaux de Schumpeter et les apports du manuel d'Oslo ont permis de structurer la réflexion autour de typologies de l'innovation : de produit, de procédé, de marketing ou encore organisationnelle. Ces innovations peuvent être radicales ou incrémentales, chacune répondant à des logiques distinctes de transformation. Toutefois, leur réussite dépend largement de l'environnement interne et externe de l'entreprise, des ressources disponibles, de la culture d'entreprise et du rôle moteur du dirigeant.

Dans cette dynamique, la veille stratégique émerge comme un catalyseur essentiel.

Elle ne se limite pas à une collecte d'information, mais s'inscrit dans une logique proactive d'anticipation, d'interprétation, elle alimente le processus d'innovation à toutes ses étapes : de la détection des opportunités à la mise sur le marché. Elle permet de réduire les incertitudes, d'identifier les signaux faibles, de détecter les tendances émergentes et de mieux comprendre les attentes du marché.

Ainsi le management de l'innovation peut être efficace que s'il est fondé sur une articulation étroite entre la capacité à innover et la capacité à écouter observer et interpréter son environnement. L'intégration de la veille stratégique dans la culture managériale devient alors un enjeu central pour transformer l'information en avantage concurrentiel durable, c'est cette alliance entre innovation et veille qui permet à l'entreprise de se positionner comme un acteur agile, capable de s'adapter aux mutations profondes de son environnement et de construire son avenir avec résilience.

Chapitre III

La contribution de la veille stratégique

dans le processus d'innovation Cas

ELECTRO INDUSTRIES

Introduction:

Dans un contexte économique en perpétuelle évolution, marquée par des mutations technologiques rapides et des exigences réglementaires de plus en plus strictes, les entreprises industrielles sont tenues d'intégrer des mécanismes de veille stratégique pour assurer leur pérennité et leur compétitivité.

C'est dans cette perspective que l'entreprise Electro-Industries a mis en place une cellule de veille stratégique. Celle-ci a pour objectif d'anticiper les évolutions du marché, de détecter les opportunités d'innovation et garantir la conformité de ses produits et services.

La veille stratégique constitue un levier essentiel de performance et d'innovation. Elle permet à l'entreprise de capter les signaux faibles, d'ajuster ses choix technologiques, et de réagir de manière proactive face aux menaces concurrentielles.

Dans ce chapitre, nous présenterons en détails la structure et les objectifs de la veille stratégique mise en œuvre à travers l'exemple du développement d'un groupe électrogène hybride solaire-diesel. Cet exemple illustrant concrètement comment la veille peut nourrir le processus l'innovation du produit.

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil

1-Présentation de l'entreprise E-I

ELECTRO - INDUSTRIES est une société par actions au capital de 4 753 000 000,00DA.

Elle relève du Holding ELEC EL DJAZAIR (Holding Équipement, Électriques; Electrodomestiques; Électrotechnique et Télécommunication.)

Elle a été créée sous sa forme actuelle en janvier 1999, après la scission de l'Entreprise mère ENEL (Entreprise Nationale des Industries Électrotechnique).

Son activité de production remonte à 1986, dans les domaines de fabrication de moteurs électriques, groupes électrogènes et transformateurs de distribution.

ELECTRO -INDUSTRIES est composée de trois (03) unités ; toutes situées sur un même site :

- Unité Transformateurs UTR
- Unité Moteurs Électriques UME
- Unité Prestations Techniques UPT

Les produits fabriqués par ELECTRO-INDUSTRIES sont conformes aux recommandations de la CEI et aux normes Allemandes DIN/VDE

La production actuelle d'ELECTRO-INDUSTRIES est écoulee sur le marché Algérien et génère un chiffre d'affaires de 1,8 Milliards de Dinars.

La capacité de production de transformateurs de notre entreprise couvre les besoins du marché à 70% environ.

Les ventes de moteurs représentent 30% environ de notre capacité de production. Il est à signaler qu'ELECTRO-INDUSTRIES est le seul fabricant de ces produits en Algérie.

L'entreprise emploie un effectif de 826 travailleurs dont 26% de cadres, 30% de maîtrise et 44% d'exécution.

En matière de qualité, ELECTRO-INDUSTRIES dispose de ses propres laboratoires d'essai et de mesure, à la fois pour tester ses produits et pour contrôler les principaux matériaux utilisés dans leur fabrication.

S'agissant du système documentaire, nous utilisons 252 normes internes en plus des normes DIN/VDE et CEI.

Les différentes valeurs d'essai et de mesure sont consignées sur des procès-verbaux et des cartes de contrôle.

1.2. Historique de l'entreprise Electro-Industries

Electro-Industries est issue de la réorganisation du secteur industriel opérée en Algérie entre 1980 et 2000 qui a conduit en 1999 à la restructuration de l'ancienne ENEL (entreprise Nationale des Industries Electrotechniques) en un certain nombre d'EPE/SPA, parmi lesquelles figure ELECTRO-INDUSTRIES.

L'usine a été réalisée dans le cadre d'un contrat produit en main avec des partenaires allemands, en l'occurrence, SIEMENS pour le produit et FRITZ WERNER pour l'engineering et la construction, l'infrastructure a été réalisée par les entreprises algériennes ECOTEC, COSIDER et BATIMETAL.

L'ENEL a deux secteurs de production essentiels. Le premier est le secteur des transformateurs qui a commencé la production à la même année de création 1985. Le deuxième est le secteur des moteurs alternateurs qui a commencé la production en 1986. Ces produits sont fabriqués sous licence SIEMENS jusqu'en 1992.

Suite à la réorganisation du secteur industriel en Algérie (période allant de 1980 à 2000), l'entreprise ENEL a changé de statut pour en devenir une entreprise nommée : « ELECTRO-INDUSTRIES ». Cette dernière est spécialisée dans la fabrication et commercialisation des transformateurs et moteurs électrique et la commercialisation des groupes électrogènes.

1.3. Situation géographique de (EI)

ELECTRO-INDUSTRIES est implantée dans une zone agricole de 32 hectares, située à 30 km de Tizi-Ouzou et à 8 km d'Azazga.

Au nord, elle est limitée par la route nationale n°12 et par des terres agricoles ; au sud par l'Oued Sibaou, à l'ouest par Mekla, et à l'est par Azazga.

La dresse exacte : RN°12 BP 17-15-300 Azazga Tizi-ouzou Algerie

1.4. Présentation des unités

1.4.1. Unité transformateurs (UTR)

Capacité de production 4.000 à 5.000 Transformateurs /An (le nombre est fonction de la puissance).

- ✓ Puissance des transformateurs : 50 à 2.000 KVA
- ✓ Tensions usuelles en MT : 5,5 – 10 et 30 KV
- ✓ Tension usuelle en BT : 400 V

1.4.1.1. Moyens matériels

L'unité Transformateurs dispose de l'ensemble des équipements nécessaires à la fabrication et aux essais des produits finis.

Les Transformateurs sont réalisés avec un niveau d'intégration équivalent à celui existant dans les Entreprises étrangères intervenant dans le même domaine d'activité.

Pour la fabrication des transformateurs, les technologies suivantes sont mises en application :

- ✓ Travaux de chaudronnerie
- ✓ Usinage mécanique
- ✓ Traitement de surface
- ✓ Bobinage BT/MT et isolation électrique

- ✓ Découpage de tôle magnétique
- ✓ Essais électriques en BT et MT

Les transformateurs d'Electro-Industries sont conformes en tous points aux recommandations de la CEI 60076. Ils sont triphasés, du type extérieur et intérieur, respirant ou étanches à remplissage total (hermétique) avec bornes en porcelaine.

Les transformateurs de leur gamme sont de type immergé dans un diélectrique caloporteur minéral et isolant (huile) régi par la norme EN CEI 60 296 à refroidissement de type ONAN (Oil Natural Air Natural).

1.4.1.2. Références

Les transformateurs sont conformes aux normes suivantes :

- **Normes d'essais** : CEI 60076, VDE 0532
- **Normes de conception** : CEI 60076, DIN 42503, DIN 42511
- **Spécifications** : Sonelgaz – STS 160 XDE, édition décembre 2000
- **Normes d'achats matières** : DIN, CEI et AZ/TUN

1.4.2. Unité moteurs électriques (UME)

Capacité de production annuelle : 50 000 moteurs, de 0,25 à 400 kW

1.4.2.1. Moyens matériels

L'unité moteurs électriques est dotée de l'ensemble des équipements nécessaires à la fabrication et aux essais des produits finis.

Pour la fabrication des moteurs, les technologies suivantes sont mises en œuvre :

- Usinage mécanique de précision
- Découpage de tôle magnétique
- Coulée sous pression d'aluminium
- Bobinage et isolation
- Traitement de surface
- Essais électriques

Les moteurs produits dans cette unité sont similaires à ceux du donneur de licence des années 1980 (SIEMENS) et sont conformes aux normes CEI 60034, CEI 60072, et VDE 0530.

Le niveau de qualité des moteurs a été confirmé par les clients nationaux ainsi que par les clients étrangers lors des opérations d'exportation vers l'ex-URSS, la France et le Maroc.

1.4.3. Unité prestations techniques (UPT)

Cette unité dispose de moyens humains et matériels pour la prise en charge de :

- La maintenance des équipements des deux unités de production (UME et UTR)
- L'exploitation de toutes les installations d'énergie et de fluides
- L'entretien des bâtiments et des voiries et réseaux divers (VRD) de toute l'entreprise
- L'étude et la réalisation des outillages, dispositifs, moules et diverses pièces mécanique
- La vérification des équipements de mesure et d'essais.

Elle est aussi dotée d'un laboratoire central qui assure les essais physico-chimiques pour les matières destinées à la fabrication des Transformateurs et Moteurs avec une possibilité d'effectuer des essais pour d'autres client

1.4.3.1 Références-en sous-traitance

Outillage de découpage pour les unités Transformateurs et Moteurs

- ✓ Moule pour couler sous pression d'aluminium
- ✓ Outillage de découpage pour des clients externes
- ✓ Réalisation de pièces en alliage d'aluminium
- ✓ Vérification des appareils de mesure mécaniques et électriques
- ✓ Traitement thermique
- ✓ Travaux d'usinage
- ✓ Sous-traitance d'essais physico-chimiques.

1.5. Objectifs de l'entreprise ELECTRO Industries

Electro-Industries s'engage à atteindre de nouveaux objectifs à savoir :

- L'investissement par l'optimisation, la modernisation, le renouvellement et la mise à niveau des équipements de l'outil de production.
- Le développement du partenariat.
- L'extension de la gamme de produits.

- L'élargissement du marché vers l'exportation.
- La dynamisation des activités commerciales et marketing en tenant compte des principales contraintes du marché actuel.
- L'engagement dans une démarche d'accréditation de ses laboratoires d'essais par ALGERAC selon la Norme Internationale ISO/CEI 17025.
- La mise en place d'un Système de Management intégrant la Qualité, l'Environnement et la Santé Sécurité au travail.

L'entreprise s'engage également à :

- Satisfaire aux exigences légales et réglementaires ainsi qu'aux exigences auxquelles nous avons souscrit.
- Améliorer en permanence l'efficacité du système de management de la qualité et des performances.
- Améliorer les compétences du personnel par la formation.
- Améliorer les conditions de travail afin de prévenir les préjudices personnels et l'atteinte à la santé.
- Prévenir la pollution pour préserver l'environnement.
- Améliorer la gestion des déchets par leur réduction et par le tri.

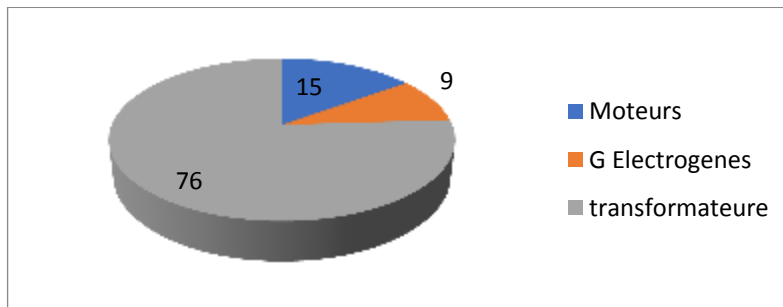
1.6 Domaine d'activité

Electro-Industries est la principale entreprise dans le domaine de l'Industrie Electrotechnique, son activité s'adresse au marché des biens d'équipements à savoir :

- Activité principale : Conception, fabrication et commercialisation de matériels électriques (Transformateurs de distribution, moteurs Électriques asynchrones et alternateurs triphasés)
- Activité secondaire : Sous-traitance (Fabrication, maintenance, contrôle...)

1.7 La capacité de production de l'entreprise d'électro-industries

Figure N°08 : La capacité de production d'Electro-Industries



Source : document interne de l'entreprise Electro –Industriel

La figure représente un diagramme circulaire qui présente la production valorisée entre trois sous –secteurs industriel de l'entreprise, sous forme de diagramme circulaire:

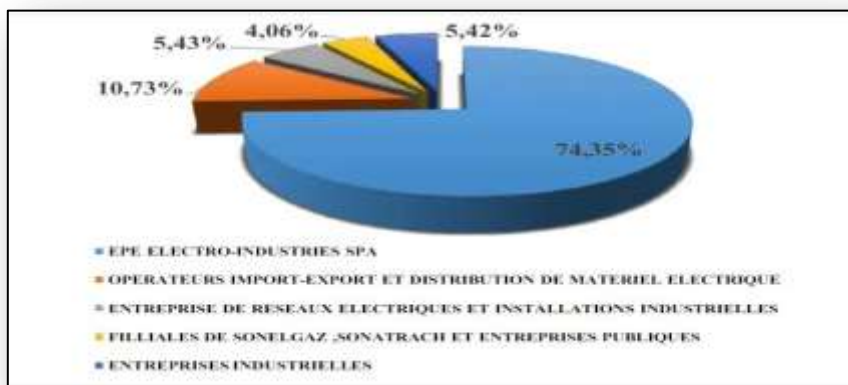
- Transformateurs : 76%
- Moteurs : 15 %
- Groupes électrogènes: 9% %

Cette répartition met en évidence une forte domination de secteur des transformateurs, qui représenté à lui seul plus des trois quarts de la production totale.

Les secteurs des groupes électrogènes et des moteurs contribuent que de manière marginale, respectivement à hauteur 9% et 15%, ce qui révèle un déséquilibre sectoriel l'important.

1.8 La part du marché

Figure N°09: la part du marché 'Electro- industrie



Source : doucement interne de l'entreprise Electro –Industriel

L'analyse de la figure 11 révèle qu'entreprise E-I occupe une position de leader incontesté sur le marché national avec une part de marché dominante de 74,35 %.

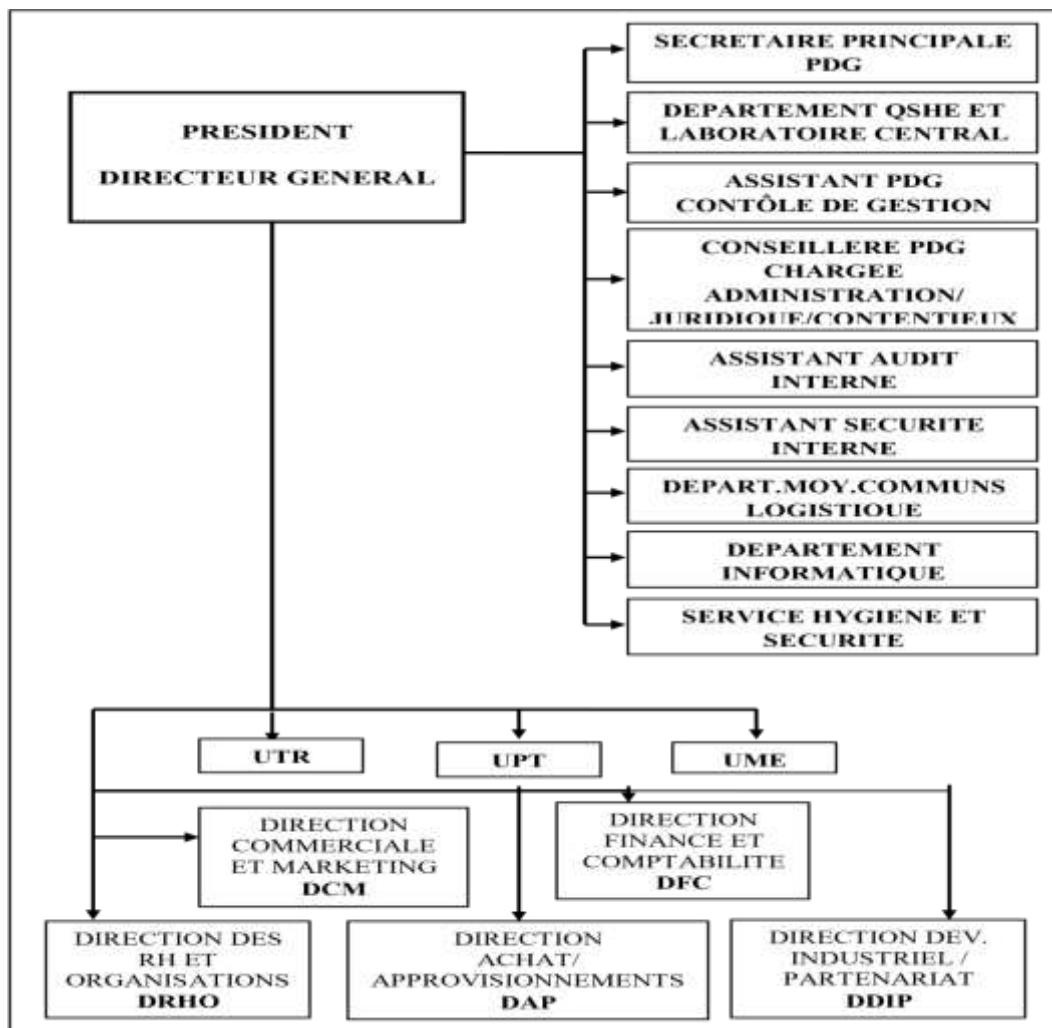
Elle est suivie par les opérateurs spécialisés dans l'import-export et de distribution de matériel électrique, qui détiennent 10,73 % du marché, se plaçant ainsi comme les principales concurrentes externes.

Ensuite viennent :

- Les entreprises de réseaux électriques et installation industrielles, avec une part de marché de 5,43 %
- Enfin, les filiales de SONELGAZ, de SONATRACH ainsi que les autres entreprises publiques ferment la marche avec une part de marché de 4,06 %.

1.9. Organigramme de l'entreprise

Figure N°10 : L'organigramme de l'E-I



Source : Document interne de l'entreprise.

2. La stratégie de l'entreprise Electro -Industries

La stratégie de entreprise ELECTRI+INDUSTRIE fondée principalement sur la différenciation, l'innovation; la coopération et la diversification pour assurer sa croissance et sa pérennité. Sa stratégie globale peut être résumée à travers quatre axes principaux:

2.1 Stratégie de différenciation:

Electro - industries adopte principalement une stratégie de différenciation, articulée autour de trois axes majeurs:

- **Par le produit:** L'entreprise se distingue par la qualité supérieure de ses moteurs et transformateurs de haut .ces produits sont conçus pour être fiables, durables et efficaces même de conditions extrêmes, répondant aux exigences de industriels exigeants.
- **Par le service :** Elle offre un service client réactif, des délais de livraison courts et un service après-vente efficace, ce qui renforce la fidélité des clients et la satisfaction générale.
- **Par l'image de marque:** Electro-industries jouit d'une forte réputation nationale, ce qui lui permet de limiter les dépenses en dépenses en publicités. Sa reconnaissance repose sur son expertise technique et la conformité de ses produits aux normes internationales

2.2 Stratégie d'innovation et technologie: L'innovation est une priorité stratégique pour Électro -industries, cela se manifeste par :

- Le développement de nouveaux produits (groupes électrogènes, alternateurs synchrones mono -paliers, moteurs ADF, transformateurs secs)
- La mise à niveau technologique de ses équipement pour maintenir sa compétitivité (investissements en machines, logiciels de CAO/ DAO, renouvellement des équipements de production

2.3 Stratégie de coopération: L'entreprise mise sur des partenariats stratégiques pour partager les risques, accéder à de nouvelles technologies, et se positionner sur de nouveaux segments de marché:

- Coopérations industrielles avec des partenaires étrangers et locaux (notamment dans le cadre de la de la production de groupes électrogènes ou de systèmes énergie renouvelable)

- Une logique d'intégration verticale, en s'appuyant aussi sur la sous-traitante nationale pour la fabrication de composant (receveur et donneur d'ordre).

2.4 Stratégie de diversification : Electro- industries diversifie ses activités pour renforcer sa résilience et garantir sa croissance :

- Diversification des gammes des produits: moteurs, alternateurs, transformateurs, groupes électrogènes, et bientôt solutions EnR (énergies renouvelables)
- Extension vers des produits à plus forte valeur ajoutée comme les transformateurs hermétiques, transformateurs secs, et solutions solaires intégrées.
- Mise en œuvre de projets structurants (ex unité intégrée de groupes électrogènes, production de transformateurs pour EnR)

2.5 Positionnement vis à vis de la stratégie de domination par les coûts

Cette stratégie est moins adaptée à Electro-Industries:

- Ses produits, de nature complexe et technologique, ne permettent pas une réduction significative des coûts par les économies d'échelle.
- Les coûts de stockage et de production sont élevés, et les exigences de qualité sont strictes.
- L'entreprise préfère donc aligner sur ceux du marché, tout en maintenant une marge grâce à sa différenciation.

Section 2 : Mise en place de la veille stratégique

1. Présentation de la cellule de veille chez Electro-Industries

Depuis le 16 février 2025 Electro-Industries renforce sa structuration interne par la création d'un comité de normalisation et de veille technologique sur décision officielle élaborée par le DRH et signée par le président-Directeur Général. Piloté par le PDG en collaboration avec la direction développement industriel et partenariat et la présidente de comité qui est la chef de service normalisation.

Ce comité est composé des membres suivants:

- Chef de Service Normalisation
- C/D Prospection Homologation /Achat locaux
- Chef de Service études et Développement
- Chef de projet Mécanique

- Délégué à l'environnement
- Ingénieurs Études électrotechniques
- Chef de service ventes et après-vente transformation
- Chef de service maintenance électrique
- Ingénieur labo physique c/d contrôle qualité

Son champ d'application:

- Élaboration et Mise en place des normes applicables aux produits, processus et services.
- Participer à la mise en place et l'évaluation de la veille normative.
- la mise en place des solutions et mettre en œuvre les actions correctives et faciliter la coordination entre les différentes structures afin de garantir la mise en œuvre harmonieuse des normes.
- Évaluation et atténuation des risques.
- Communication et sensibilisation aux procédures et aux exigences.
- Participer à l'organisation de formations nécessaires.
- Gestion des modifications liées aux changements des normes.
- Participer à l'intégration de l'innovation des produits.
- Contribuer aux comités de normalisation externes.

Ce comité a pour objectif de :

- Assurer une surveillance active des évolutions normatives et réglementaires liées à leurs activités techniques.
- Garantir la conformité de leur produits et service aux normes en vigueur.
- Proposer des adaptations des produits, services et processus face aux nouvelles exigences.
- Identifier avec le comité technique, les opportunités d'innovation liées aux évolutions normatives.

2 Les veilles pratiquées par Electro-industries

2.1 Veille technologique :

Vielle technologique est pratiquée au sien de Electro-Industries dans le but de :

- Favoriser la recherche et développement, et accélérer le cycle d'innovation.
- Anticiper les tendances de marché et les surveiller la concurrence pour maintenir la compétitivité.

- L'amélioration de la stratégie globale en exploitant les données recueillies pour orienter les décisions.
- Identifier les nouvelles tendances technologiques et rechercher des nouveaux produits innovants pour saisir les opportunités de croissance.
- Développer des nouveaux produits adaptés aux besoins du marché pour renforcer ainsi la position de l'entreprise.

2.2 Veille normative :

Il s'agit ici de la Surveillance continue des normes en vigueur. Un plan d'action du comité de normalisation et veille technologique fourni par ELECTRO-INDUSTRIES

- Recensement de toutes les normes actuellement appliquées par l'entreprise.
- Vérification auprès de la source (éditeur) concernant l'application des normes suivantes :
 - La validité ou l'annulation de la norme en question
 - Le cas échéant, de la disponibilité d'une nouvelle édition de la norme ou d'une norme remplacement
- Noter les normes nécessitant un remplacement
- Identification des nouvelles normes de substitution aux normes dépassées
- Informer l'utilisateur (UTR, UME, UPT) de la norme à remplacer, de la ou des possibilités de remplacement
- L'utilisateur doit donner son accord de principe pour cette substitution
- Acquisition de la nouvelle norme en vigueur auprès d'un organisme habilité (IANOR) Alger
- Transmission d'une copie de la nouvelle norme acquise à l'utilisateur en vue de sa mise en application effective
- L'utilisateur de la nouvelle norme doit veiller, sur la mise à jour des fiches techniques des matières premières remisent à la DAAP et sur l'adéquation des moyens technologique disponible pour une mise en application efficace de la nouvelle norme selon les cas
- Normes d'essai (Laboratoire central et métrologie) : disponibilité des moyens humains et matériels pour une application convenable des nouvelles exigences d'essai.

- Normes de spécification des matières premières : Les moyens de production doivent être adaptés pour une transformation de ces matières sans altérer leurs performances.
- -Norme de spécification de produits finis (plates-formes d'essai) : les moyens d'essais et de mesures doivent être adaptés aux nouvelles exigences normatives.
- **Santé des équipements stratégiques et outils** : État de conservation des équipements stratégiques/outils ou Suivi de l'état opérationnel des équipements clés.
 - La mise à niveau des équipements
 - Le cas d'échéant, l'acquisition de nouveaux moyens de production et d'essai, est nécessaire pour une mise à niveau de nos produits finis selon les normes en vigueur, ainsi, garantir la compétitivité des produits finis d'ELECTRO-INDUSTRIES et d'assurer sa pérennité autant qu'entreprise leader dans son domaine d'activité
- **Définir les réclamations et l'évaluation de la satisfaction fournisseurs et clients** :
 - Détermination des réclamations émises par les fournisseurs et les clients
 - **Évaluation de la satisfaction des clients et des fournisseurs** : Analyse des retours clients et des relations avec les fournisseurs pour identifier des axes d'amélioration
- **La matière première à substituer** : Suivi des matériaux de substitution utilisés à l'achat jusqu'à la vente de produit
- **Amélioration continue** :
 - Proposition de mesures pour renforcer les processus existants et améliorer l'efficacité
- **Suivi de la conformité réglementaire** : Vérification de la conformité aux normes et règlements applicables à l'entreprise
- **Plan de formation et développement des compétences** : Identification des besoins en formation et mise en place d'un plan de développement des compétences.
- **Analyse de la concurrence** : Étude de l'environnement concurrentiel et identification des opportunités ou menaces afin d'anticiper les évolutions du marché et des processus.

2.3 Veille réglementaire : veille sur les lois par exemple lors de l'acquisition des produits chimiques dangereuses et des gaz (produits réglementés qui sont soumis à une réglementation).

Selon l'article interministériel du 21 Chaabane 1435 correspondant au 19 juin 2014 fixe les conditions et modalités d'acquisition sur le marché national des matières et produits

chimiques dangereux par les personnes physiques ou morales dont les activités professionnelles.

- Les lois fixées par le ministère de l'énergie.
- Les lois fixées par le ministère de la défense national.
- Par le ministère d'état, ministère de l'intérieure et des collectivités locales.
- Par le ministre de l'industrie et des mines.

3. Les principaux objectifs de la veille stratégique au sein de l'entreprise électro-industries

- Anticiper les changements réglementaires et technologiques
- Détecter les innovations émergentes et les menaces concurrentielles
- Garantir la conformité de ses produits et services aux normes en vigueur

4.. la contribution au Processus d'Innovation au sien E-I

Les étapes de la mise en place d'une veille stratégique au sein d e l'E-I

4.1. L'identification des besoins de l'entreprise

Présentation de la matrice (SWOT) d'Electro-Industries

La matrice SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) est un outil d'analyse stratégique qui permet a d'Electro-Industries dévaluer sa situation interne (forces et faiblesses) ainsi que son environnement externe (opportunité et menaces).

Tableau 11 : Paramètres de la matrice (SWOT) d'Electro-Industries

Les Forces	Les faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Leader sur le marché en national en matière d'Electrotechnique. • Deux unités de production opérationnelles. • Savoir-faire historique et certification ISO/CEI. • Localisation stratégique (port, axe routiers). • Partenariat/ Vijai. • Capacité de sous – traitante interne. • Fortes demandes de son produit sur le marché local. • Une capacité de recherche et d'innovation. • L'adaptation avec la nouvelle technologie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Parc machine obsolète et sous – exploit. • Dépendance à l'importation de composants. • Faibles taux d'utilisation des capacités. • Procédures internes lourdes. • Absence de veille normative active. • Coûts de production élevés du au ralentissement de charge personnelle. • Le non réactivité de secteur marketing.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Croissance du marché ENR (groupes hybrides solaires). • Potentiel export vers Afrique off-crid. • Financements publics disponibles (CPE, ANADE). • Intégration possible avec les finalisations du holding. • Forte demande sur le marché. • La nouvelle technologie intégrée dans le processus de production. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence asiatique (produits bas coût) • Dépréciation du dinar, hausse des coûts importation. • Vieillesse du personnel

Source : Réalisé par nos soins

4.2. Identification des sources:

Les sources d'informations adaptées par l'Electro-industriel sont :

- L'office National des Statistique (ONS) et les Centre National de l'Information statistique (CNIS)
- Les sites officiels des normes nationales, régionales et internationales
- Visite à l'atelier et un entretien avec l'ingénieur en mécanique
- La demande du marché et besoins des clients
- L'état des lieux de l'entreprise des trois années dernière

- L'analyse de la matrice SWOT
- Des entretient avec comité de normalisation et de veille technologique
- Des recherches en ligne et Relations professionnelles
- Institut Algérien de normalisation IANOR.
- Le journal officiel.

4.3 Recherche et collecte d'informations :

La méthode de recherchée de collecte :

L'entreprise utilise principalement des outils de recherche en ligne tels que les moteurs de recherche, les alertes Google et les médias sociaux. Le choix de l'entreprise dans identification les sources pertinentes en utilisant principalement leur expérience. Elle utilise aussi un logiciel de veille et plate-forme d'agrégation de continue et également les bases de données qui sont en disponibilité et facile à l'accès.

Les informations à collecter :

- Les technologies des produits et les tendances
- Les méthodes d'optimisation de produit
- Réglementation et norme
- Matériaux et composant

Informations collectées : Les informations recueillies par Electro-industries à travers ses veilles stratégiques sont classées selon leur nature et leur source. Un tableau récapitulatif détaille les principaux éléments suivants :

Tableau N° 12: informations collectées et leurs sources

L'information	La source
<ul style="list-style-type: none"> - L'Algérie vise à installer une capacité de 22000 MW en énergie renouvelable d'ici 2030 pour le marché national avec la possibilité d'exporter si les conditions de marche le permettent⁵⁵ 	<p>Plateforme des ministères de l'énergie, des mines et des énergies renouvelable https://www.energy.gov.dz consulte le 18.04.2025</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Le président de la République M. Abdelmadjid Tebboune a insisté lors de sa réunion de Conseils des ministères sur l'importance de l'investissement dans l'énergie propre, leur exportation et l'effectuation de leurs revenus au développement national. - L'encouragement de l'investissement en multipliant les appels d'offre visant à mettre en compétition les investisseurs pour réduire le coût d'électricité. - Le secteur a besoin de promouvoir de la création d'industrie liées à l'énergie renouvelable notamment dans le stockage d'énergie et la gestion intelligente.⁵⁶ 	<p>https://lesenjeuxeco.dz/investissement-dans-les-energies-renouvelables-les-instructions-du-president-tebboune/ consulté le 18.04.2025⁵⁷</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Tendances : hybridation – digitalisation 	<p>Étude de marché</p>
<ul style="list-style-type: none"> - L'entreprise Aksam mis en avant son groupe électrogène hybride 	<p>Google</p>

Plateforme des ministères de l'énergie, des mines et des énergies renouvelable <https://www.energy.gov.dz> consulte le 18.04.2025

⁵⁶ <https://lesenjeuxeco.dz/investissement-dans-les-energies-renouvelables-les-instructions-du-president-tebboune/> consulté le 18.04.2025

⁵⁷

<p>- Amimar énergie spécialise en fabrication des groupe électrogène engage actuellement des grandes investissements dans les énergies renouvelables</p>	<p>Une information fournie par le chef de département prospection et homologation.</p>
<p>- Donner plus de profondeur au marché local en criant les conditions pour que de nouveaux segments puissant prendre leurs places à l'exemple du solaire photovoltaïque et destiné au secteur économique.</p> <p>- des investissements sont requis pour réduire l'importation des produits finis par exemple les panneaux solaires PV; et les services par exemple Engeneering.</p> <p>- Un effort pour assurer la compétitivité de l'outil national de production pour servir le marché régional.</p>	<p>des informations collectées par la présidente du comité de vielle lors de la journée professionnelle sur l'électrotechnique à l'Ere de normalisation intercontinental à l'hôtel EL DJAZIERA le 15 mai 2025</p>

4.4 Traitement et d'analyse de l'information

Pour tirer pleinement parti des données collectées, Électro-industries utilise des techniques d'analyse adaptées aux objectifs de la veilles stratégique, notamment :

- L'analyse SWOT (Forces, faiblesses, opportunités, menaces)

4.4.1.. Capitaliser sur les forces L'entreprise doit exploiter sa structure industrielle existante et sa capacité de sous-traitance pour:

- Élargir ses offres de produit, notamment pour exportation.
- Renforcer son positionnement qualité sur le marché local.

4.4.2.. Corriger les faiblesses

Des priorités vitales doivent être mises en œuvre pour maintenir la compétitivité, notamment:

- La modernisation du parc machines
- La simplification des processus internes

- La mise en place d'une veille technologique et normative active

4.4.3.. Saisir les opportunités :

L'Entreprise doit agir rapidement pour :

- Développer une gamme de produits à énergie renouvelable (EnR) , intégrée localement
- Répondre aux besoins croissants de solution hybrides
- Profitant des aides publiques disponibles.

4.4.4. Prévenir les menaces : Il faut mettre en œuvre une stratégie l'innovation et de différenciation en misant sur:

- La qualité des produits
- Service associés
- Une réponse efficace à la concurrence étrangère et à inflation importée

4.5. Phase de validation et diffusion

Les informations collectées doivent être partagées avec les ingénieurs R&D, l'équipe marketing et la direction générale.

La diffusion au sien de l'entreprise se fait à travers les moyens suivants:

- Réunion de partage avec l'équipe, permettant de discuter des informations et d'ajuster les stratégies en fonction des données recueillies
- Étude technique de détaillées incluant une analyse de faisabilité économique afin de valider l'intégration des informations dans les projets
- Réunion interne et validation stratégique.
- Un rapport officiel distribue aux parties prenantes conservé pour les offrir une documentation structurée.

4.6. La mise en œuvre de l'information :

La mise en œuvre de l'information correspond à l'intégration effective des résultats de la veille stratégique dans la planification et le pilotage des projets de l'entreprise.

Dans le cas d'Électro-Industries, cela se traduit par:

- La prise en compte des données collectées lors de la veille pour orienter les choix technologiques.

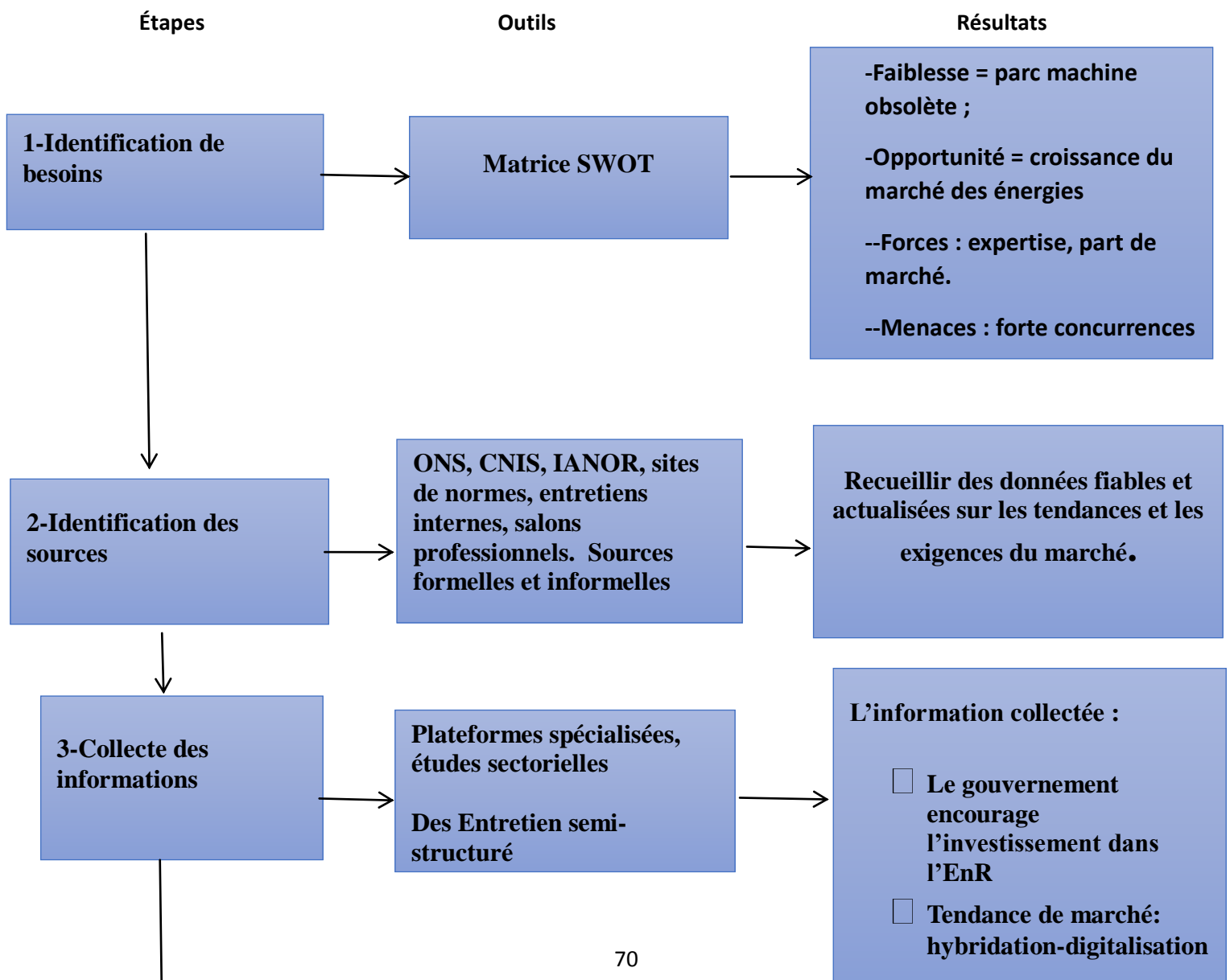
- La concrétisation d'un projet innovant : un groupe électrogène hybride solaire -diesel.
- L'adaptation des solutions techniques en fonction des besoins du marché et des contraintes environnementales et réglementaires.

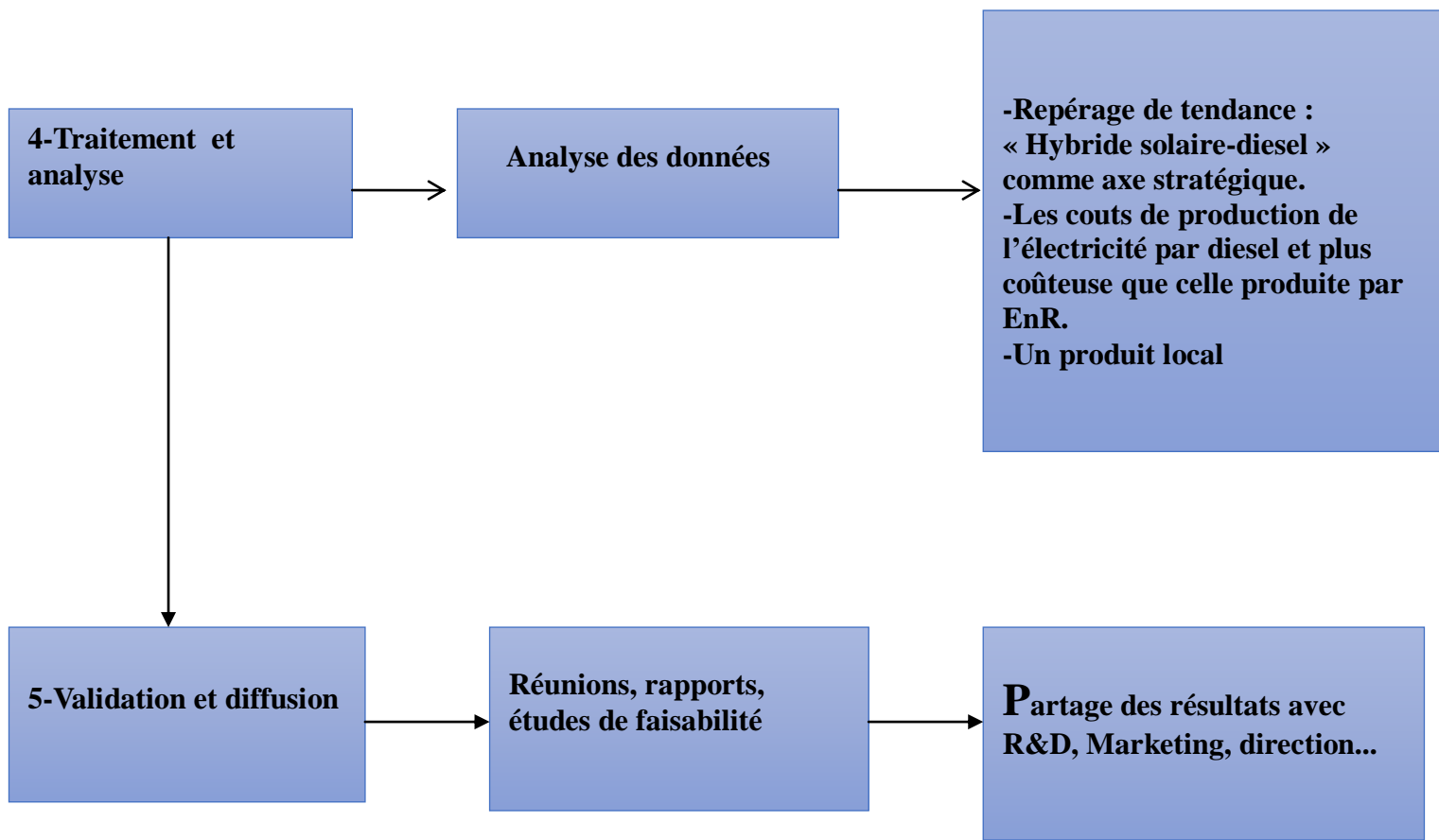
Exemple de mise en œuvre :

Lors de sa veille, l'entreprise a identifié le développement de solutions énergétiques plus écologiques comme une tendance. Cela la conduit à :

- Suivre activement cette innovation.
- Tester un prototype de groupe électrogène intégrant des sources hybrides
- Cibler de nouveaux segments de marché, comme les zones isolées, les entreprises agricoles, ou les bases militaires.

Figure N°11: Les étapes d'intégration de la veille stratégique dans le processus l'innovation chez Electro-Industries.





Source: réaliser par nos soins

5- Résultat de la démarche:

Grâce à cette démarche, Electro-Industries a pu développer un produit plus compétitif, respectueux de l'environnement, tout en valorisant ses capacités internes (humaines, techniques et industrielles).

5.1Présentation du projet innovant :

Le groupe électrogène hybride intelligent solaire-diesel représente une innovation incrémentale d'un groupe électrogène auto-école classique. Il s'agit d'un système de production d'électricité nouvelle génération à double source d'énergie, doté d'une gestion intelligente qui garantissant autonomie, fiabilité et économie en combinant :

- Des panneaux solaires photovoltaïques: captent l'énergie du soleil pour la transformer en électricité.
- Des batteries au lithium: stockent l'électricité produite par les panneaux solaires pour l'utilisation plus tard (lors de l'absence de soleil).

- Un moteur Diesel, comme réserve utilise lors de besoin (en mode secours automatique lors de manque d'énergie ou une demande forte de l'électricité.
- Un onduleur/convertisseur intelligent : pour convertir l'électricité continue genre par les panneaux solaires en électricité alternative pour alimenter les charges électriques.
- Un régulateur de charge (EMS) : il permet de contrôler la charge des batteries pour éviter la décharge et la surcharge
- Un système de contrôle : pour gérer le fonctionnement de système et la détection de la demande.

Voici un tableau comparatif entre la monoculture des deux groupes électrogènes auto-diésel et hybrides solaire-diésel.

Tableau N°13 : comparaison entre la monoculture de groupe électrogène auto-diésel et hybride solaire-diésel.

Groupe électrogènes auto-diésel	Fonctionnement	Groupes électrogènes hybride solaire-diésel	Fonctionnement
<p>Moteur thermique p-818KW</p> <p>ALTERNATEUR 1000/1100 KVA</p> <p>Tapotage insonore avec silencieux et châssis avec réservoir</p> <p>Batterie 12V</p> <p>Gasoil</p> <p>Huile diésel</p> <p>Un réservoir à carburant</p> <p>Pompe de remplissage Gasoil</p> <p>-Un voltmètre</p> <p>Un filtre a l'air</p> <p>Un démarreur pour la mise en retour</p> <p>Un système de</p>	<p>Le groupe électrogène alimente en carburent cela peut être gazole, l'essence, un biocarburant ou de GPL. Ce carburant sert directement au fonctionnement du moteur thermique du groupe.</p> <p>Le moteur de groupe produit une énergie mécanique grâce au carburant d'une part mais aussi grâce à la génératrice (dynamo ou un alternateur). Le mouvement rotatif de dynamo produit</p>	<p>Un groupe électrogène existé</p> <p>Des panneaux solaires photovoltaïques</p> <p>Des batteries en lithium.</p> <p>Un Onduleur</p> <p>Régulateur de charge</p> <p>Système de contrôle</p>	<p>le générateur diesel s'active automatiquement lorsque l'énergie solaire devient insuffisante, assurent ainsi une continuité de l'alimentation électrique. Ce système hybride combine l'énergie solaire et le diesel pour fournir une alimentation électrique durable et fiable les panneaux solaires captent l'énergie du soleil qui est ensuite stockée dans des batteries</p>

régulation électronique ou de régulation mécanique Une dynamo	un champ magnétique ensuite transforme pour enclencher le groupe électrogène.		pour être utilisée reprendre en fonction des besoins.
--	---	--	--

Source : Réalisé par nous-mêmes

Ce système hybride repose sur une gestion intelligente de l'énergie permettant de basculer automatiquement entre les sources selon la disponibilité de l'ensoleillement, l'état de charge des batteries et les besoins de consommation.

Ce projet est pour objectif d'optimiser les ressources, réduire la consommation de carburant, et assurer une production électrique fiable même en zone isolée.

Les clients ciblés :

- Sonatrach (base isolées sahariennes).
- Sone gaz (stations hors réseaux).
- Base militaire (ANP)
- Entreprises (chantiers reculés)
- Agriculture (ferme en zone rurales)
- Santé (hôpitaux isolés).
- Considère.

Les partenaires clés :

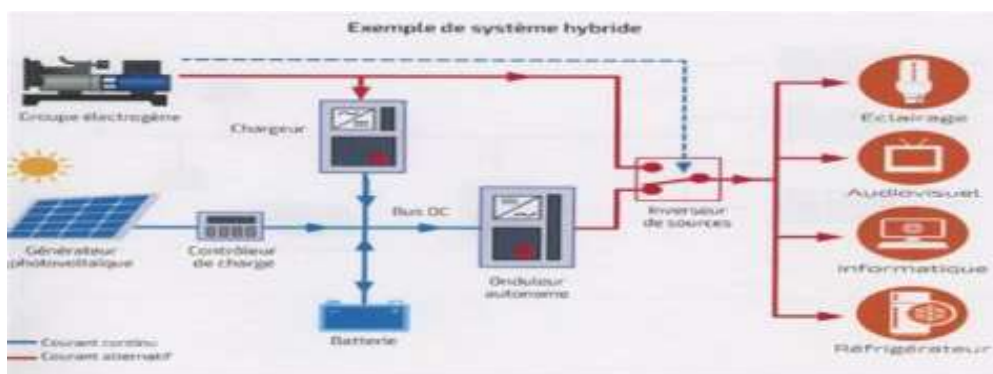
- ENIE : panneaux solaires
- ENPEC : batterie lithiu

Figure N°12: Le groupe électrogène existant auto-diesel



Source : pris par nous

Figure N°13: un exemple schématisé d'un groupe électrogène innovant hybride solaire-diesel



Source : <https://www.tycorunenergy.fr/connaissance-de-systeme-de-batterie-de-stokage-d-energie/> consulter 25.04.2025

6. Pour quoi ce projet :

Une forte demande sur le marché :

- Demande en énergies renouvelables boostée par la crise énergétique et les couts du carburant.
- Priorité des grands acteurs (Sonatrach, Sonelgaz, agricultures, sante).

Exploitation :

Un produit idéal pour l'Afrique, le Maghreb et le Moyen-Orient ou l'énergie solaire est un atout majeur.

La faisabilité :

Suite à une vielle interne et une étude technique et économique on a constaté la disponibilité des moyens humaine et technologique pour procéder à l'innovation de ce produit.

- Moyen: la disponibilité de matière première
- Matériel : la disponibilité des équipements et les outils et un banc d'essais pour le contrôler.
- Méthode : le savoir-faire des employés
- Main d'œuvre : la disponibilité d'un personnel comptant (techniciens et ingénieurs former)
- Milieu : l'entreprise E-I procède des ateliers de fabrication

Une marge élevée et rentabilité

Une valeur ajoutée élevée sur un produit hybride intelligent que sur un classique diesel.

Différentiation :

Pénétration d'un nouveau marché et l'augmentation des parts de marché par rapport au groupe électrogène.

Réduction des couts de fonctionnement pour le client

30% à 70% de carburant économisé selon les modèles et l'ensoleillement.

Moins d'entretien moteur (réduction du temps de fonctionnement Diesel).

Avantage concurrentiel

- Produit coresponsables intelligent.
- Réduction diesel.
- Produit algérien : préférence nationale.

7- Comment la veille contribue dans ce projet ?

La détection des tendances du marché et les innovations technologiques :

- En identifiant les dernières avancées dans la technologie solaire, les batteries et les moteurs diesel à haut rendement.
- Repérer les innovations en matière de gestion énergétique.

Analyse concurrentiel et benchmarking :

- Identifier et étudier les produits similaires des concurrents
- Comparer les performances, coût et caractéristique technique

- Identifier les points faibles de système existant pour orienter l'innovation.

Suivi des normes, réglementation et subvention :

- Veiller aux normes environnementales, certificats et réglementations locales.
- Suivre les programmes de subvention ou d'aide pour les projets à base d'énergie renouvelable.

Veille sur les matériaux et les composants :

- Suivre les nouveautés en matière de panneaux photovoltaïques, batterie
- Évaluer la disponibilité et les coûts de ces composants.

Partenariats et écosystèmes d'innovation :

- Identifier des partenaires technologiques ou industriels (fournisseurs de panneaux solaires).

Alimentation de R&D :

- Transmettre les informations collectées au bureau d'étude pour alimenter les réflexions et prototypes
- Orienter les choix technologiques vers des solutions fiables et innovantes.

Conclusion :

La mise en place d'une veille stratégique au sein d'Electro-Industries constitue un levier fondamental pour anticiper les évolutions technologiques normatives et réglementaires. Elle permet à l'entreprise de rester compétitive dans un environnement exigeant tout en stimulant l'innovation à travers une exploitation pertinente de l'information collectée.

Grâce à une organisation structurée de sa cellule de veille et à l'utilisation d'outils adaptés Electro-Industries a pu initier et concrétiser un projet innovation fort potentiel le groupe électrogène hybride solaire-diesel. Ce projet illustre parfaitement comment la veille peut nourrir la recherche et développement orienter les choix techniques et soutenir la transformation industrielle.

Conclusion générale

Conclusion générale

Ce travail de recherche avait pour objectif d'étudier comment la veille stratégique peut contribuer au processus d'innovation, en s'appuyant sur une étude de cas au sein de l'entreprise **Electro-Industries** d'Azazga, spécialisée dans la fabrication de matériel électronique.

Dans un contexte industriel national en pleine mutation, marqué par des contraintes économiques, une ouverture progressive au marché concurrentiel et une nécessité d'optimiser la performance, l'innovation n'est plus un choix mais une exigence pour assurer la survie et la croissance. À ce titre, la veille stratégique se présente comme un outil essentiel pour guider et accompagner les décisions en matière d'innovation.

À travers l'analyse menée, nous avons pu constater que l'entreprise **Electro-Industries Azazga (E-I)** a su mettre en place certaines pratiques de veille, notamment à travers la surveillance des évolutions technologiques et normatives, le suivi de la concurrence locale et la collecte d'information sur les besoins des clients. Ces efforts ont permis à l'entreprise de développer un produit plus adapté, à savoir le groupe électrogène hybride solaire-diesel, d'améliorer ses procédés de fabrication, et de mieux planifier ses projets d'investissement. La veille stratégique a donc contribué à réduire les incertitudes liées à l'innovation, tout en renforçant la capacité d'anticipation de l'entreprise.

L'étude a également montré que, lorsque la veille est structurée autour d'objectifs clairs et qu'elle est intégrée dans la culture d'entreprise, elle peut devenir un véritable levier d'innovation. Chez **Electro-Industries**, même si la fonction de veille n'est pas institutionnalisée à travers un service dédié, certaines unités comme la direction technique jouent un rôle clé dans la collecte et l'analyse de l'information stratégique. Cela démontre qu'une démarche de veille pragmatique, même à petite échelle, peut déjà produire des résultats significatifs.

Cependant, pour aller plus loin et tirer pleinement parti de la veille stratégique, des améliorations restent nécessaires : la mise en place d'un système de veille formalisé, l'utilisation d'outils numériques adaptés, la formation du personnel à la recherche et à l'analyse d'information, ainsi qu'un meilleur partage interne de la connaissance. Une collaboration plus étroite entre les unités (production, marketing, bureau d'études, etc.) permettrait aussi de renforcer l'impact de la veille sur l'innovation.

Conclusion générale

En conclusion, l'expérience de l'entreprise **Electro-Industries Azazga** montre que la veille stratégique, même en contexte local ou industriel restreint, peut réellement soutenir le processus d'innovation, à condition d'être pensée comme une démarche collective et transversale. Elle permet à l'entreprise non seulement de suivre les tendances, mais surtout de prendre des décisions proactives, adaptées aux évolutions du marché, aux attentes des clients et aux défis technologiques.

Dans un environnement où les changements sont rapides et où l'innovation devient un facteur de survie, la veille stratégique représente un atout majeur pour les entreprises industrielles algériennes comme **E-I Azazga**. Son intégration plus poussée dans le fonctionnement global de l'organisation apparaît comme une priorité pour renforcer la compétitivité, assurer la pérennité et réussir les transformations à venir.

Bibliographie

BEBLIOGRAPHIE :

Ouvrage

1. Amghar Meryem. «La veille stratégique au service de l'innovation, La Stratégique et son impact sur les entreprises de l'industrie laitière de la wilaya de Bejaia » HESE Présentée pour l'obtention du grade de DOCTORAT 3ème Cycle En :Sciences économiques Spécialité : Finance et Entreprise. Option : Entreprise. Cas de l'entreprise Brandt du Groupe Cevital Algérie.
2. -BENHADJI Yasmina1Doctorante Université Djillali Liabès, Sidi Bel Abbès Laboratoire : «Management des Entreprise et La veille stratégique : levier de compétitivité de l'entreprise publication » 11/12/202
3. --Ben Abdeslam, Moussaoui. djennai. S la veille stratégique un outil d'internationalisation : État des entreprises exportation lors hydrocarbures algériennes. Diplôme de conservateur des bibliothèques ; université de Lyon, 2013.
4. -CHARTAND.M,opacité,
5. -DANIEL ROUACH « La veille technologique et l'intelligence économique » La distinction entre intelligentes économique et la veille stratégique.
6. Dr.FadilaFenni Université Mohamed khider_Biskra-Algerie Économique ou la veille stratégique : quelle est la différence et quelle est la réalité de pratiqueen Algérie? Publié le:30/06/2020
7. Emmanuel PATEYRON la veille stratégique Economica
8. -Fiche Schumpeter: citation. Théories innovation
9. -François Jakobi: La pratique de veille technologique, Pairs. Éditions l organisation1991.
10. -Guillaume, Henri ,Histoire d'innover
11. Hermel, Laurent. «Maîtriser et pratiquer veille stratégique et intelligence économique»
12. Edition
13. -HUMBERT LESCA : « veille stratégique la méthode L. ESCANNIG » édition EMS.2002
14. -Humbert LESCA « veille stratégique: concept et démarche en mise en place dans l'entreprise» édition DIST NB, Paris France 1997.
15. Humbert LESCA1997, Op.Cit
16. -OCDE (2005).Manuel d'OSLO: principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation. 3eme édition .Parise

Bibliographie

.OCDE

17. -Revue Internationale des Sciences de Gestion « L'intelligence économique dans la littérature : Une contribution à la réflexion »
18. -RIBAULT Jean-Michel REBAULT, séminaire « veille stratégique », ENSPTT, 1992
19. -Rieux systèm Laurent Hermel « veille stratégique et intelligence économique» 2 édition.

Memoires et Thèses

1. -DC Hathat el mahdi La veille stratégique : un levier permanent de la compétitivité Thèses doctorat de sciences de l'information et de la communication université JEan Moulin Lyon 2008
2. HESE Présentée pour l'obtention du grade de DOCTORAT 3ème Cycle En : Sciences économiques Spécialité : Finance et Entreprise. Option : Entreprise. Par : Amghar Meryem La veille stratégique au service de l'innovation. Cas de l'entreprise Brandt du Groupe Cevital Algérie
3. Mémoire « La contribution de la veille stratégique dans le processus d'innovation au sein de l'entreprise Algérienne, Cas de SAIDAL. »
4. -Mémoire La veille stratégique comme outil d'aide à la prise de décision Cas : ELECTRO-INDUSTRIE, AZAZGA, TIZI-OUZOU Présenté par : TAKHEROUBT AMEL et ZIDELMAL TAOUS
5. -Thèses doctorat de sciences de l'information et de la communication université JEan Moulin Lyon 2008

Sites web

1. https://marketingpourunesocieteresponsable.org/index.php/4.1.2_La_veille_strat%C3%A9gique 2025.04.18
2. <https://copernic.com/fr/2024/09/20/pourquoi-copernic-est-votre-solution-de-recherche-de-fichiers-avancee-de-nouvelle-generation/>
3. <https://www.techniques-ingenieur.fr/base-documentaire/technologies-de-l-information-th9/usages-et-management-strategique-des-documents-numeriques-42482210/veille-strategique-ag1310/> consulte le 13.05.2025
4. <https://www.viano.com/les-enjeux-de-l-innovation-caracterisation/>
5. <https://algorithmia-fr.webflw.io/blog-posts/veille-innovation-pilier->

Bibliographie

[croissance-entreprises](#) consulter 13.05.2025

6. -<https://datascientest.com/text-mining-definition>
7. -[si_part1_1.pdf \(univ-batna2.dz\)](#)
8. -DIAKHATE.DJ;«veille stratégique»;2010/2011? www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf-maj.pdf.
9. [3.1. Classification de l'information selon son niveau d'accessibilité et de confidentialité :](#)

Annexes

Questionnaire :

1. Quel est le secteur d'activité de votre entreprise

- Industrie
- Service
- TIC
- Santé
- Autre :.....

2. La taille de l'organisation :

- Moins de 10 employés
- Entre 10 et 50
- Entre 50 et 250
- Plus de 250

3. Votre organisation met-elle en place une veille stratégique ?

- Oui
- Non

Si oui depuis quand ?

4. Quels types de veille sont pratiqués au sein de votre entreprise? (Plusieurs réponses possibles)

- Veille technologique
- Veille concurrentielle
- Veille commerciale
- Veille réglementaire
- Veille sociétale
- Veille normative

5. Quelles sources vous utilisez dans la veille ?

- Alertes Google
- Bases de données spécialisés
- Réseau sociaux
- Conférences, foire, salon professionnels
- Retour clients
- Logiciels dédiés
- Autre :.....

6. Quel mode de recherche et de collecte vous disposez ?

.....

7. quels types d'information vous devez prendre en compte ?.....

8. Comment vous validez certaine information ?

.....
9. comment votre surveillance doit être organisée ?
.....

10. Selon vous, la veille stratégique contribue-t-elle à l'innovation dans votre organisation ?

- Oui, fortement
- Oui, moyennement
- Peu
- Pas de tout Si oui, comment ?

Si oui, comment ?

11. Quels sont les objectifs principaux de la veille dans votre entreprise ? (repense ouverte)
.....

12. Sur une échelle de 1 à 5 comment évaluez-vous l'impact global de la veille stratégique sur la capacité d'innovation de votre entreprise ?

- 1- très faible
- 2
- 3
- 4
- 5- très fort

13. Avez-vous de exemples concrets où la veille a déclenché une innovation ou amélioré un produit existant ?

- Oui
- Non

Si oui, identifier le.

14. Comment les résultats de la veille stratégique contribuent-ils directement à un projet innovant ?.....

15. Quelles sont la méthode ou la bonne pratique pour intégrer efficacement cette veille dans la décision d'innovation ?.....

16. Quelle amélioration proposez-vous pour renforcer le lien entre la veille stratégique et l'innovation ?.....

Fiche du Projet N° 02

Fabrication Moteurs ADF

I Partenaire national ou étranger :

Néant :

National :

Étranger :

Pourcentage de participation de l'entreprise dans le projet : %

II Investissement :

II-1 Licence agrément :

II-2 : Bâtiment :

II-3 Équipements :

III Ressources Humaine :

III-1 Recrutements : (Par catégorie socio-professionnelle).

III-2 Charges de personnel : (nouveaux postes).

IV cout total du projet :

V Financement du projet

Autofinancement :

CLT :

VI Résultats attendus du projet :

- Fabrication des Moteurs ADF de puissance allant de kv à kv.
- Satisfaction du marché local existant (%)
 - Valorisation de la production.
 - Marge commerciale.

Table des matières

Table des matières

Remerciements	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
Sommaire	
Introduction générale.....	01
<i>Chapitre 1: Le concept de veille stratégique</i>	
Introduction du chapitre I	05
Section 01: Le concept de veille stratégique et intelligence économique	05
1- L'intelligence économique	05
1.1 Définition de l'intelligence économique.....	05
1.2 Les fonctions de l'intelligence économique	06
2- La veille stratégique.....	07
2.1 Historique de la veille	08
2.2 Définition de la veille	09
2.3 L'objet de la veille stratégique	09
2.4 Les caractéristiques de la veille stratégique	10
2.5 L'utilité de la veille stratégique	10
2.6 Les principaux enjeux de la veille	10
2.7 Typologie de veille stratégique	11
2.7.1 La veille technologique	11
2.7.2 La veille commerciale	12
2.7.3 La veille concurrentielle.....	12
2.7.4 La veille environnementale	13
2.7.5 La veille sociétale.....	13
Section 02: L'information au cœur de la veille stratégique	16
1. Le rôle de l'information dans la veille	16
1.1 Définition de l'information	16
1.2 Les formes d'information.....	16
1.3 Typologie d'information.....	17

Table des matières

1.3.1 L'information blanche	17
1.3.2 L'information grise (ou encore semi-ouverte)	18
1.3.3 L'information noire.....	18
1.4 La qualité de l'information.....	19
1.5 La valeur de l'information	19
1.5.1 Signe d'alerte précoce :	20
1.6 Les informations de la veille et ses caractéristiques.....	22
1.6.1 Signe d'alerte précoce :	22
1.2.2 Informations de potentiel (ou de profil) :	22
1.7 L'information, élément de base de la veille	22
2 Les étapes de processus de veille :	22
2.1 La phase d'identification des besoins de l'entreprise.....	23
2.2 La phase d'identification des sources d'information	23
2.2.1 Les sources d'information formalisée	24
2.2.2 Les sources informelles	24
2.3 La phases de recherche et de collecte d'informations	26
2.4 Phase de traitement et d'analyse de l'information	27
2.5 Phase de validation et diffusion	27
2.6 La mise en œuvre des actions nécessaires	27
3- Les outils et technique de veille stratégique	27
3.1 Outils et méthode de recherche et collecte d'information	29
3.2 Outils et méthodes de traitement et d'analyse d'information	32
3.3 Les outils et les méthodes de stockage d'information	32
3.4 Outils et méthode de diffusion de l'information	33
4. Qui est concerné par la veille ?	34
Conclusion du chapitre I	34
<i>Chapitre 2:La veille stratégique et le processus d'innovation</i>	
Introduction du chapitre II.....	36
Section01:Le processus d'innovation.....	36

Table des matières

1. Définition de l'innovation	37
2. Typologie de l'innovation :	37
2.1 Selon Schumpeter	37
2.1.1 L'innovation de produit	37
2.1.2 L'innovation de procédés.....	37
2.1.3 L'innovation de source de matières premières	37
2.1.4 L'innovation de modèle d'affaires.....	38
2.1.5 L'innovation de marché	38
2.2 Selon la nature de l'innovation	38
2.2.1 Innovation de produit	38
2.2.2 Innovation de procédé	38
2.2.3. Innovation de commercialisations	38
2.2.4 Innovation organisationnelles	39
2.3 Typologie selon le degré de l'innovation	39
2.3.1 L'innovation radicale ou rupture :.....	39
2.3.2 L'innovation incrémentée.....	39
3. Facteurs influençant l'innovation.....	40
3.1 L'environnement:	40
3.2 Les ressources humaines.	41
3.2.1 Diversité des profils.	41
3.2.2 Formation continue	41
3.2.3 Conseils extérieurs:	41
3.3 L'organisation	41
3.3.1 Renforcer l'efficacité de veille	41
3.3.2 Favorise la collecte d'information	41
3.3.3.Rapprocher les différents acteurs	41
3.3.4 Mettre en place une structure en réseau	42
3.4 Le dirigeant.	42

Table des matières

3.4.1 Encourager la créativité:.....	42
3.4.2 Susciter la sympathie de l'environnement.....	42
4. Les enjeux d'innovation.....	42
4.1 Enjeux économiques	42
4.2 Enjeu social	42
5. Les défis l'innovation.....	43
5.1 Défis organisationnels	43
5.2 Défis technologique	43
5.3 Défis commerciales	44
Section02: L'intégration de la veille stratégique dans le processus d'innovation	44
1. La vielle stratégique au service de l'innovation :.....	44
1.1 La veille stratégique accompagne l'innovation	44
1.1.1 La veille stratégique et l'innovation incrémental	44
1.1.2 La veille stratégique et l'innovation de rupture	45
1.1.3 La veille stratégique et l'innovation exploratoire	45
1.2. La veille accompagne le processus d'innovation :.....	46
1.2.1 Identification des opportunités et phase de créativité	46
1.2.2 Conception et prise de décision stratégique	46
1.2.3 Appropriation et mise sur le marché.....	46
2. Méthodes d'intégration d'une vielle stratégique dans un processus d'innovation	48
2.1 Étapes de l'intégration selon Chalus-Sauvannet	48
2.1.1 Observation du système de veille existant	48
2.1.2 Dynamisations organisationnelle	48
2.2 Méthode pour intégrer une veille stratégique le processus d'innovation.....	49
2.2.1 Intégration en amont.....	49
2.2.2 Utilisation d'outils de la vielle	49

Table des matières

2.2.3 Collaboration entre les équipes	49
2.2.3 Intégration dans les processus de décision	49
2.2.4 Formation et sensibilisation	49
2.2.5 Utilisation des méthodes de veille	49
2.2.6 Intégrer dans la culture d'entreprise	49
3 L'utilité et l'impact de la veille sur le processus d'innovation	49
Conclusion de chapitre II	50
<i>.Chapitre 3:Etude de cas au sein de l'entreprise EI</i>	
Introduction de chapitre III.....	51
Section01:Présentation de l'organisme d'accueil.....	51
1.1 Présentation de l'entreprise	51
1.2. Historique de l'entreprise Electro-Industries	52
1.3. Situation géographique de (EI).....	53
1.4. Présentation des unités	53
1.4.1. Unité transformateurs (UTR)	53
1.4.1.1. Moyens matériels	53
1.4.1.2. Références:	54
1.4.2. Unité moteurs électriques (UME)	54
1.4.2.1. Moyens matériels	54
1.4.3. Unité prestations techniques (UPT)	55
1.4.4. Références-en sous-traitance	55
1.5. Objectifs de l'entreprise ELECTRO Industries	55
1.6 Domaine d'activité	56
1.7La capacité de production de l'entreprise d'électro- industrie	57
1.8 La part du marché.....	57
1.9. Organigramme de l'entreprise.....	58

Table des matières

4	La stratégie de l'entreprise Electro -Industries	59
2.1	Stratégie de différenciation:	59
2.2	Stratégie d'innovation et technologie:	59
2.3	Stratégie de coopération:	59
2.4	Stratégie de diversification	60
2.5	Positionnement vis à-vis de la stratégie de domination par les coûts	60
	Section02: La contribution de la veille stratégique au processus d'innovation au sein de l'E-I	60
1.	Présentation de la cellule de veille chez Electro-Industries	60
2.	Les veilles pratiquées dans Electro industries	61
2.1	Veille technologique :	61
2.2	Veille normative	62
2.3	Veille règlementaire	63
3.	Les principaux objectifs de la veille stratégique au sein de l'entreprise électro-industries	64
4.	la contribution au Processus d'Innovation au sien E-I	64
4.1	L'identification des besoins de l'entreprise	64
4.2	Identification des sources	65
4.3	Recherche et collecte d'informations :	66
4.4	Traitement et d'analyse de l'information Utiliser la technique	68
4.4.1.	Capitaliser sur les forces	68
4.4.2.	Corriger les faiblesses	68
4.4.3.	Saisir les opportunités.	69
4.4.4.	Prévenir les menaces	69
4.5	Phase de validation et diffusion	69
4.6	La mise en œuvre de l'information	69
5.	Le résultat de la veille	70
6.	Pour quoi ce projet	73

Table des matières

7. Comment la veille contribue dans ce projet ?	75
Conclusion de chapitre III	76
Conclusion générale	77

Résumé

Bibliographie

Annexes

Table des matières

Résumé :

Ce mémoire examine la contribution de la veille stratégique au processus d'innovation, en prenant pour exemple l'entreprise Electro-Industries Azazga. La veille stratégique est définie comme un système organisé de collecte, d'analyse et d'exploitation de l'information, visant à éclairer la prise de décision dans un environnement incertain. Elle permet d'anticiper les évolutions technologiques, de détecter les opportunités de marché et de limiter les risques liés à l'incertitude. Grâce à une approche théorique appuyée par une étude de cas pratique, le travail met en évidence l'importance d'une cellule de veille pour renforcer la capacité d'innovation d'une entreprise. Les résultats montrent que la veille favorise la réactivité, stimule la créativité, oriente les choix stratégiques et améliore la compétitivité. Ainsi, la veille stratégique s'impose comme un levier essentiel pour accompagner et sécuriser le développement de l'innovation dans un contexte économique en constante évolution.

Mots clé : innovation, veille stratégique, information, processus d'innovation

Summary:

This thesis examines the contribution of strategic monitoring to the innovation process, using the company Electro-Industries Azazga as a case study. Strategic monitoring is defined as an organized system for collecting, analyzing, and using information to support decision-making in an uncertain environment. It enables the anticipation of technological developments, the detection of market opportunities, and the mitigation of risks related to uncertainty. Through a theoretical approach supported by a practical case study, the work highlights the importance of a monitoring unit in enhancing a company's innovation capacity. The findings show that monitoring improves responsiveness, stimulates creativity, guides strategic choices, and strengthens competitiveness. Thus, strategic monitoring emerges as a key lever for supporting and securing innovation development in a constantly evolving economic context.

Keyword: strategic monitoring; innovation process; information, innovation

ملخص

تتناول هذه المذكرة مساهمة اليقظة الإستراتيجية في عملية الابتكار، من خلال دراسة حالة شركة Electro-Industries Azazga. وتُعرّف اليقظة الإستراتيجية على أنها نظام منظم لجمع المعلومات وتحليلها واستغلالها بهدف دعم اتخاذ القرار في بيئة غير مستقرة. فهي تمكّن من التنبؤ بالتطورات التكنولوجية، واكتشاف الفرص السوقية، وتقليل المخاطر المرتبطة بعدم اليقين. من خلال منهج نظري مدعوم بدراسة حالة ميدانية، يُبرز هذا العمل أهمية وجود خلية يقظة لتعزيز قدرة المؤسسة على الابتكار. وتُظهر النتائج أن اليقظة تعزز التفاعل السريع، وتحفز الإبداع، وتوجه الخيارات الإستراتيجية، وتزيد من التنافسية. وعليه، تُمثل اليقظة الإستراتيجية رافعة أساسية لمراقبة وتأمين تطوير الابتكار في سياق اقتصادي دائم التغير.

الكلمات المفتاحية : اليقظة الاستراتيجية ، المعلومة ، الابتكار ،