



LE RÔLE DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE DANS L'IDENTIFICATION DES OPPORTUNITES ENTREPRENEURIALES. CAS : LES STARTUPS DE LA WILAYA D'ALGER.

THE ROLE OF ECONOMIC INTELLIGENCE IN IDENTIFYING ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITIES. CASE: STARTUPS IN THE WILAYA OF ALGER.

Amel KASMI ^{1*}, Amina BENMAGHNIA²

¹ Maître de conférences A, EHEC Alger, laboratoire Management Performance Innovation, kasmiamel@yahoo.fr

² Docteur en gouvernance, entrepreneuriat et affaires internationales, EHEC Alger, laboratoire Management Performance Innovation, a.benmaghnia12@gmail.com

Date de Réception : 10/ 07 /2022 ; Date de révision : 19 / 11 /2022 ; Date d'acceptation : 07 /12 / 2022

RESUME :

Le présent document présente une étude empirique sur les startups de la wilaya d'Alger qui rencontrent des problèmes dans l'identification des opportunités entrepreneuriales qui permettent de mettre en œuvre les idées en projets. Nous avons étudié comment sont déterminées ces opportunités et quelle est leur utilité à travers une étude quantitative basée sur un questionnaire. Les résultats de notre étude ont démontré une grande envergure de l'intelligence économique dans l'identification des opportunités entrepreneuriales pouvant contribuer dans la réussite d'une startup.

Mots clés : Les opportunités entrepreneuriales, l'intelligence économique, les startups de la wilaya d'Alger, l'entrepreneur.

Classification JEL: L 260.

ABSTRACT:

This paper presents an empirical study on startups in the wilaya of Algiers that face problems in identifying entrepreneurial opportunities that allow them to implement ideas into projects. We studied how these opportunities are determined and their utility through a quantitative study based on a survey. The results of our study showed that business intelligence is very important in identifying entrepreneurial opportunities that can contribute to the success of a start-up.

Keywords: The entrepreneurial opportunities, The economic intelligence, The startups in the Algiers wilaya, The entrepreneur.

JEL classification : L 260.

INTRODUCTION

Dès la fin des années 1970, avec la crise du big business, l'entrepreneur est redevenu le personnage clé et la fonction fondamentale de la dynamique économique. Ce retour de l'entrepreneur en tant que figure phare de la croissance économique s'est opéré selon deux voies : par les politiques publiques d'aide à la création d'entreprises, ainsi que par les nouvelles stratégies d'assouplissement et d'externalisation des grandes entreprises.

* KASMI Amel, kasmiamel@yahoo.fr

L'entrepreneuriat est au cœur des problématiques de croissance, de compétitivité économique et d'emploi ; il est assurément, aussi, un facteur de progrès. L'impératif d'adaptation à un monde en mutation permanente, tout comme la nécessité de générer de la croissance et de combattre le chômage, ont progressivement amené les pouvoirs publics à engager un effort continu pour établir un environnement incitatif à la création d'entreprises et favorable à la prise de risques.

D'un autre côté nous avons l'intelligence économique qui contribue favorablement au service de l'entrepreneuriat puisqu'elle permet d'étendre la zone de cohérence projet de l'entrepreneur. Par conséquent, il s'avère très intéressant d'initier les futurs entrepreneurs aux méthodes de l'intelligence économique afin qu'ils puissent saisir plus efficacement les opportunités et agir sur l'environnement.

Pour la concrétisation d'un projet l'entrepreneur doit saisir des opportunités mais avant cela il doit d'abord les identifier, ce qui nous mène à poser la problématique suivante :

Si l'entrepreneuriat était de saisir les opportunités qui s'offrent aux porteurs d'idées, comment interviennent alors l'intelligence économique afin d'identifier ces opportunités ?

Afin de répondre à cette problématique, la présente communication traitera en première partie l'intelligence économique et ses éléments, en seconde partie l'entrepreneuriat et les startups, une troisième partie sur l'identification des opportunités à l'aide de l'intelligence économique et pour finir les résultats de l'étude empirique des startups de la wilaya d'Alger.

Pour apporter des éléments de réponse aux questions soulevées, nous avons adopté la méthode descriptive pour la rédaction des deux premières parties.

Les deux parties suivantes ont été réalisées grâce à une méthode analytique qui repose sur une enquête avec 30 startups de la wilaya d'Alger, et ceci par le biais d'un questionnaire conclu par un traitement statistique.

1. L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Philippe CLERC, définit l'intelligence économique comme: « 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 économiques et obtenue légalement. Elle prolonge les différentes actions de la veille et de protection du patrimoine en intégrant précisément les stratégies d'influence et les réalités culturelles liées à chaque entreprise, à chaque région ». (Clerc, 2016)

L'intelligence économique est un processus à caractère stratégique ayant pour ultime objectif de mener à une prise de décision, à un moment opportun. Ce processus se concrétise par un ensemble d'actions coordonnées entre elles. (Harbulot, 2012, p. 23)

1.1. LA VEILLE

Démarche organisée visant à améliorer la compétitivité de l'entreprise par la collecte, le traitement d'informations et la diffusion de connaissances utiles à la maîtrise de son environnement (menaces et opportunités) et à la prise de décision. Ce processus d'aide à la décision utilise des outils spécifiques, mobilise les salariés et s'appuie sur l'animation de réseaux internes et externes. (LENDREVIE & LEVY, 2014, p. 121)

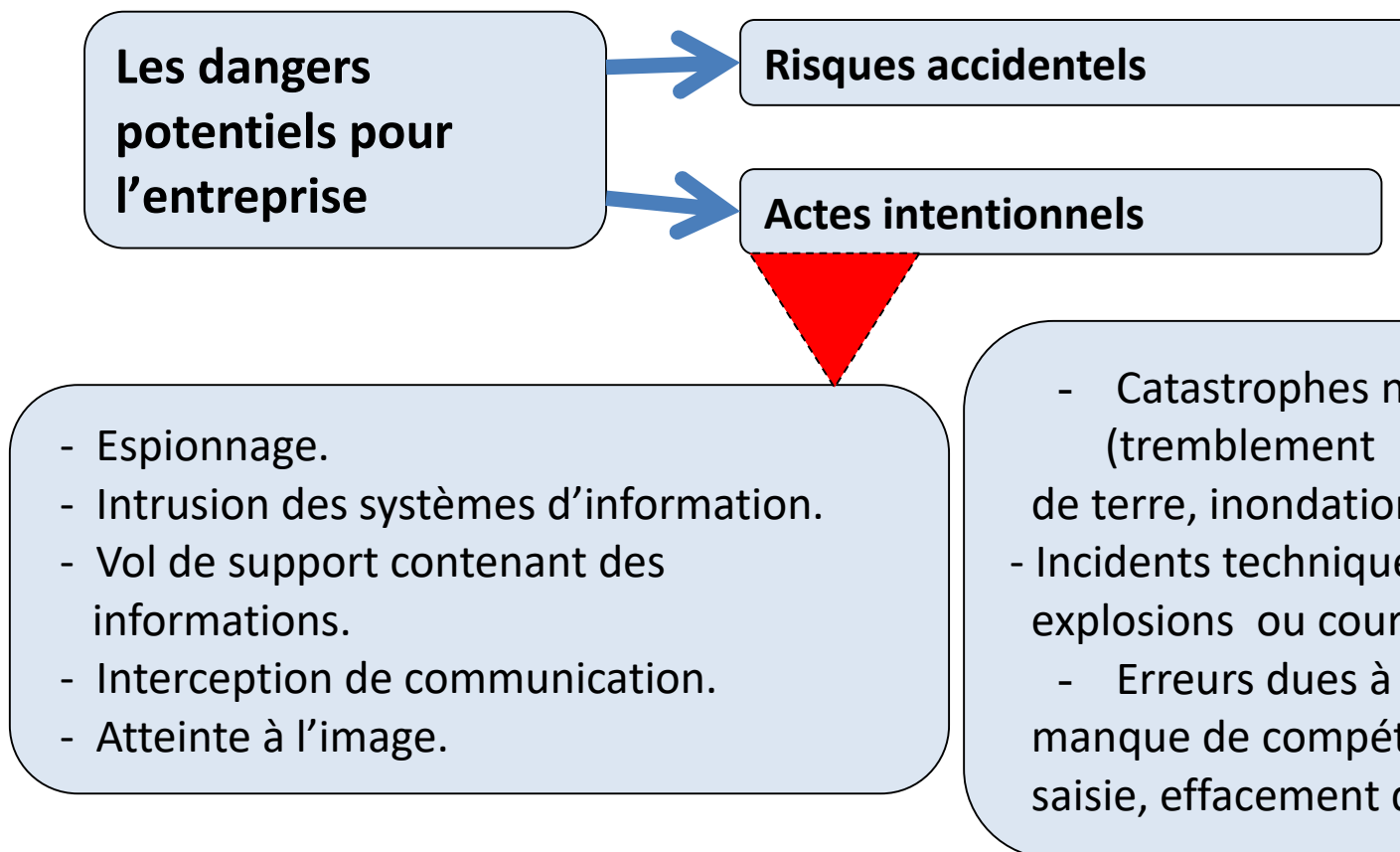
- Veille active – Targeted competitive intelligence : surveillance de l'environnement centrée sur un objet ou un domaine identifiés, qui sont donc l'objet d'une investigation.

- Veille passive – Monitoring competitive intelligence : surveillance de l'environnement sans but et objet précisément définis.
- Veille concurrentielle – Competitor intelligence : méthodes d'analyse systématique et permanente des actions de la concurrence.
- Veille offensive – Industriel – espionnage : méthode de veille qui fait appel à des procédés agressifs, voire illégaux, pour obtenir l'information recherchée ou pour influencer ou déstabiliser un adversaire.

1.2. LA SECURITE

Selon les dernières études publiées par de grands bureaux d'études spécialisés dans la sécurisation des informations internes et de l'intelligence économique, la sécurité de l'information et des systèmes informatiques demeure au premier rang des préoccupations des entreprises modernes.

Figure N°01 : Les dangers potentiels pour l'entreprise



Source : KNAUF A. et DAVID A., (2004), « vers une meilleure caractérisation des rôles et compétences de l'infomédiaire dans le processus d'intelligence économique », VSST.

1.3. L'INFLUENCE

A. Le lobbying

Le lobbying consiste à mener des actions pour orienter des décisions de la puissance publique dans le sens de ses intérêts. Le lobbying vise, en tant que cible, les pouvoirs publics. (VIVIANE & FRANÇOISE, 2015, p. 22)

B. La publicité

La publicité émet des messages en vue d'exercer une influence sur l'esprit et le comportement des gens auxquels elle s'adresse. (Jakobiak, 2006, p. 55)

Le rôle de l'intelligence économique dans l'identification des opportunités entrepreneuriales.
Cas : les startups de la wilaya d'Alger. (PP. 189-200)

Nous décrivons d'une façon schématisée dans le tableau 1, toutes les phases indispensables du processus d'intelligence économique, réunissant les acteurs intégrés au processus et les compétences requises pour mener à bien leurs fonctions.

Tableau N°01 : les phases du processus d'intelligence économique

Phase du processus d'IE	Rôle	Acteurs	Compétences	Outils
1	Définition du problème décisionnel	Manager – Décideur	-Il connaît l'environnement dans lequel il travaille -Il maîtrise son secteur -Il détecte les risques et menaces pour son entreprise -Il connaît les enjeux	Méthode d'analyse SWOT
2	Transformation du problème décisionnel en un problème de recherche d'information	Veilleur et Manager – Décideur	-Stratégie méthodologique -Tâche analytique -Tâche opérationnelle -Tâche méthodologique	-Outils d'aide à la gestion d'audit -Outils de structuration de projet ou de sujet, type « mind mapping »
3	Identification des sources pertinentes	Veilleur	-Identifie et évalue la source d'information et assure le suivi -Sélectionne les sources les plus adaptées à la demande	-Logiciels de surveillance automatisé des sources -Agent d'alerte -Méta moteur
4	Recherche des informations pertinentes	Veilleur	-Extrait ponctuellement ou périodiquement es informations -Contrôle les informations collectées	-Moteurs et portails spécialisés -Documentation écrite
5	Traitement-analyse des informations	Veilleur	-Traitement intellectuel des informations : analyse du contenu -Mise en forme plus élaborée des informations	-Outils de catégorisation, résumé et traduction -Système de gestion de contenu -Outil d'aide à l'interprétation -Outil statistique
6	Interprétation	Manager – Décideur	-Relative à la description du problème initial	-Outil de collaboration, de partage et de diffusion de l'information
7	Décision	Manager – Décideur	-Elle doit être basée sur les indicateurs mis en place avec le veilleur	-Outil de gestion de projet
8	Protection du patrimoine / Capitalisation	Veilleur – Décideur	Connaissances identifiées, diffusées, stockées, mutualisées et protégées	-Système d'information stratégique -Base de données intranet

Source : GORIA.S, KNAUF.A, DAVID.A, GEFFROY.P, (2005), « Le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de recherche d'information », Colloque ATELIS (ATELiers d'Intelligence Stratégique), Poitiers, France, P.86.

2. L'ENTREPRENEURIAT

L'entrepreneuriat est au cœur de la transformation de la société industrielle et recouvre des réalités très variées : de l'individu qui crée une entreprise pour échapper au chômage, de l'innovateur dont le nom devient synonyme du produit qu'il a inventé et commercialisé, à la grande entreprise qui accouche de l'entrepreneuriat. (BOUTILIER, 2017, p. 21)

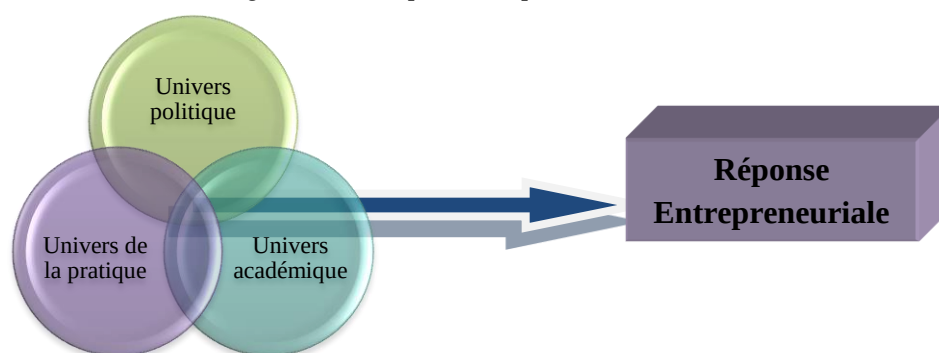
L'équation entrepreneuriale :

$$\text{Entrepreneur} = \text{Incertitude} + \text{Risque} + \text{Innovation}$$

Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say et Joseph Alois Schumpeter (Boutillier, Uzunidis, 1995, 1999, 2003, 2006, 2009, 2010, 2016) sont les pères fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur, leurs écrits forment un corpus théorique d'où nous tirons l'équation entrepreneuriale ci-dessus. Pour le premier, il est l'agent économique qui supporte le risque inhérent à l'économie de marché. Pour le deuxième, il est l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie.

Pour le troisième, enfin, il est l'agent économique porteur de changement technique et industriel en réalisant de nouvelles combinaisons de facteurs de production. À ces travaux, s'ajoutent ceux de Friedrich Hayek, Ludwig von Mises et Israël Kirzner. Les travaux de Hayek et Kirzner portent sur la remise en question de l'hypothèse walrasienne de transparence du marché (Hayek). Ils définissent l'entrepreneur comme un découvreur d'opportunités (Kirzner), non comme un créateur d'opportunités (Schumpeter). D'une manière ou d'une autre, l'entrepreneur personnifie un capitalisme industriel en expansion, la dynamique du mouvement des affaires. (BOUTILIER, 2017, p. 29)

Figure N°02 : La réponse entrepreneuriale



Source : <http://www.entrepreneurship.qc.ca/>, Consulté le 29/09/2018 à 11 :40.

La réponse entrepreneuriale regroupe trois catégories d'acteurs qui œuvrent pour faire de l'entrepreneuriat une possibilité de carrière comme une autre, et ce pour tous les individus : (Wiklund, Davidsson, Audretsch, & Karlsson, 2011, p. 34)

1. Les politiques : via la création de dispositifs de soutien et la définition de politiques publiques nationales et locales en matière de création et développement d'entreprise.
2. Les praticiens : les créateurs, mais aussi les consultants, les financeurs, les grandes entreprises
3. Les académiques : les enseignants, les chercheurs qui répondent à la demande des politiques et des praticiens (construction de formations, de connaissances, imagination de la société de demain) pour préparer les jeunes générations à cette nouvelle dynamique entrepreneuriale.

2.1. DEFINITIONS DE L'OPPORTUNITÉ ENTREPRENEURIALE ET SON IDENTIFICATION

Le rôle de l'intelligence économique dans l'identification des opportunités entrepreneuriales.
Cas : les startups de la wilaya d'Alger. (PP. 189-200)

Le concept d'opportunité entrepreneuriale a beaucoup évolué depuis l'apparition de l'entrepreneuriat, comme représente le tableau suivant.

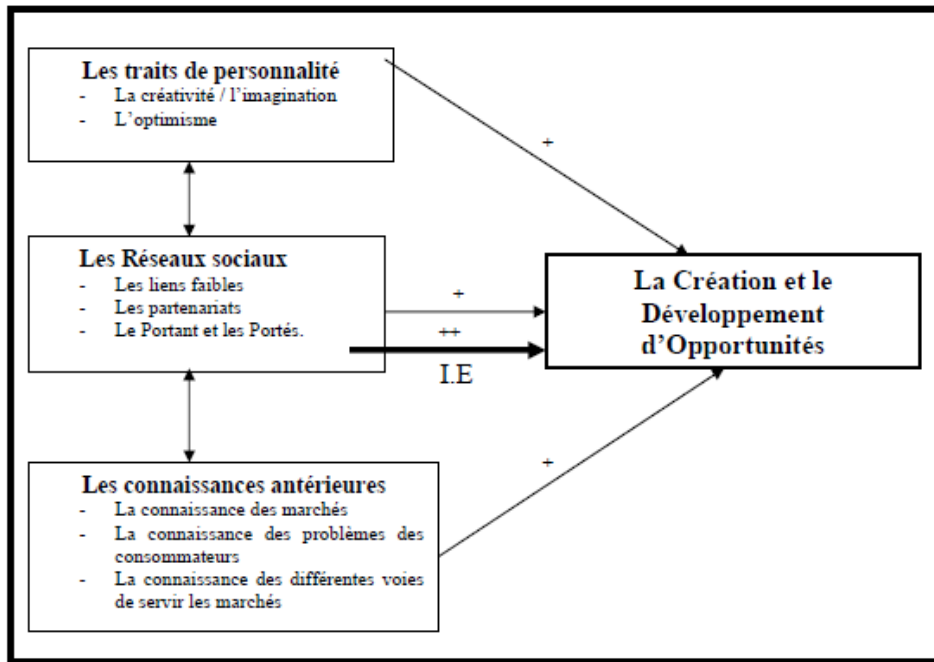
Tableau N°02 : Définitions de l'opportunité entrepreneuriale selon chaque auteur

Auteur	Définition
Casson (1982)	Opportunité de créer de nouveaux produits, services, matières premières, et/ou modes d'organisation permettant d'en vendre les extrants à un prix supérieur à leur coût de production
De Bono (1978)	Moyen d'action parmi d'autres, mais qui représente la solution la plus pertinente à suivre.
Eckhardt et Shane(2003)	Situation permettant l'introduction de nouveaux produits, services, matières premières, marchés ou modes d'organisation par l'introduction de nouveaux moyens, de nouvelles finalités (end) ou encore de nouveaux modèles moyens-finalités.
Gaglio, C.M. (2004)	Chance d'introduire des produits, services ou processus relevant de l'innovation (par opposition à imitation) dans une industrie ou un marché
Hulbert, Berman et Adams (1997)	Chance de rencontrer un besoin non satisfait dont la demande est suffisante pour en valoir la peine
Kirzner (1979)	Présence dans l'économie d'une mauvaise affectation des ressources, cause d'une forme de gaspillage pour la société. L'entrepreneur saisit l'opportunité en mettant au point une meilleure combinaison qui corrige l'imperfection et lui permet d'en tirer un profit, cette dernière possibilité n'ayant pas été reconnue précédemment. L'opportunité de profit existe lorsqu'il y a une demande pour laquelle les individus veulent payer et que les ressources requises sont disponibles.
Kotler (1980)	Un domaine attrayant d'action appropriée de marketing permettant à une compagnie de se différencier
Long et McMullan (1984)	Vision élaborée de la nouvelle entreprise qui induit la prévision minutieuse du mécanisme de translation du concept à la réalité, compte tenu des paramètres de l'environnement industriel.
Schumpeter (1934)	Nouvelle combinaison qui se manifeste par l'introduction d'un nouveau produit, d'une nouvelle méthode de production, de l'exploitation d'un nouveau marché, de la conquête d'une nouvelle source d'approvisionnement et, finalement d'une nouvelle forme d'organisation industrielle.

Source : Élaboré par nous même à l'aide de la compulsion des ouvrages

Cependant, le processus d'identification d'opportunités n'est pas toujours aisément repérable dans la mesure où chaque porteur adopte une attitude différente face à cette recherche d'opportunités entrepreneuriales. Certains sont proactifs puisque la décision de créer précède l'identification d'opportunités. D'autres, au contraire, s'appuient davantage sur les acteurs de l'accompagnement à la création pour réaliser la mission.

Figure N°03 : Les variables qui influencent la CDO.



Source : Adapté de Chelly, 2004

Ceci dit, si certains entrepreneurs sont véritablement des chercheurs et des détecteurs d'opportunité (soit par hasard, au gré de leurs voyages... comme le suggère Bager (2003) , soit par nature...) illustrant le modèle précédent, le processus d'Identification d'Opportunités est beaucoup moins formalisé et repérable et peut-être plus problématique chez certains individus qui ont une réelle envie de créer (ou un besoin comme c'est le cas des chômeurs créateurs par dépit) mais n'ont pas nécessairement d'idée immédiatement précise sur la nature et la forme de leur projet.

2.2. UNE STARTUP, UNE ENTREPRISE PAS COMME LES AUTRES ?

Mais comment savoir quand on a affaire à une startup ou non ? Voici les différentes caractéristiques d'une startup: (Blank)

- ✓ **Temporaire** : une startup n'a pas vocation à le rester toute sa vie. Être startup n'est pas un objectif en soi. Une startup est une phase particulière, et le principal objectif est d'en sortir. Il s'agit comme le dit Peter Thiel, célèbre entrepreneur de la Silicon Valley, de passer de 0 à 1, de transformer une idée en entreprise, de trouver une nouvelle manière de rendre un service, de créer de la valeur.
- ✓ **Recherche d'un Business Model** : Être une startup c'est apporter de la valeur à des clients avec un produit ou un service que personne n'a jamais fait avant. Et l'enjeu d'une startup est de trouver et construire le Business Model qui va avec. Un Business Model qui n'est pas calqué sur une structure existante, et qui n'est pas forcément évident au lancement de la structure.
- ✓ **Attention** : ne pas confondre Business Model (l'ensemble du modèle, des mécanismes, qui permettent à l'entreprise de générer des revenus) et Business Plan.
- ✓ **Industrialisable/Reproductible** : Cela signifie qu'une startup cherche un modèle qui, une fois qu'il fonctionne (i.e. on gagne de l'argent et on sait comment on en gagne), peut être réalisé à plus grande échelle, dans d'autres lieux, ou être fait par d'autres. L'exemple le plus parlant est celui d'Airbnb ou d'Uber, qui se déploient ville par ville à partir d'une recette qui fonctionne (même s'il faut bien entendu parfois l'adapter aux contextes locaux).

- ✓ **Scalable** (pour une croissance exponentielle) : L'autre caractéristique d'une startup, c'est sa *scalabilité*. Le fait d'avoir un modèle où plus le nombre de clients augmente, plus les marges sont grandes. Les premiers clients coûtent plus chers que les suivants, et ainsi de suite. C'est cette *scalabilité*, et le fait que le modèle soit reproductible, qui permet aux startups de grandir si vite et si loin, en peu de temps, comparativement à une entreprise plus classique

Pour lancer sa startup et la faire croître pour assurer sa survie, on entend souvent que ses créateurs ont besoin de dénicher une opportunité entrepreneuriale. Il est alors généralement admis que cette fameuse opportunité entrepreneuriale réside dans le fait de trouver un moyen nouveau et disruptif de répondre à un besoin partagé par suffisamment de potentiels clients pour que le marché visé soit significatif. (doctorants)

Ainsi, la startup aura une chance de prospérer en exploitant cette « brèche » dans laquelle elle espère s'engouffrer. Or, ce n'est pas seulement ça une opportunité entrepreneuriale. Ce n'est pas obligatoirement un concept très novateur par rapport aux autres entreprises et startups du même secteur d'activité : il y a également une vraie opportunité entrepreneuriale quand une startup fait les choses mieux que ses concurrents directs et indirects, tout simplement. (Coutal, 2016)

2.3. LES STARTUPS EN ALGERIE

C'est une vérité que les économistes du monde entier ne cessent de répéter : les startups dynamisent la croissance économique d'un pays et ouvrent de nouveaux horizons. En Algérie, nous sommes encore loin de comprendre l'importance de cette équation. (Ayache, 2018)

Mais en dépit d'un environnement très difficile et hostile, certaines startups algériennes s'illustrent et démontrent qu'il est totalement possible de relever le défi et de réussir dans notre pays. Ces startups redonnent de l'espoir et permettent de croire encore au potentiel de l'Algérie. (Ayache, 2018)

Les histoires de réussite des startups algériennes doivent interpeller les autorités pour les inciter à libéraliser le champ économique à ces petites entreprises qui révolutionnent leur environnement immédiat. Il y a dans les startups algériennes un impressionnant gisement de création de richesses et d'emplois.

3. L'ETUDE QUANTITATIVE

L'enquête sur les pratiques de l'intelligence économique des startups dans la wilaya d'Alger a été conduite en septembre 2018 par nous même en partenariat avec la CCI de la wilaya d'Alger, la direction du commerce d'Alger et l'Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE), ex-ANSEJ.

Notre population a été étudiée en utilisant les études quantitatives « *qui permettent de mesurer des opinions, des comportements. Leurs résultats chiffrés donnent, après analyse, la mesure au phénomène étudié* ». (DEMEURE, 1997, p. 27)

Pour toute étude quantitative, une démarche méthodologique doit être suivie. Elle repose sur :

- ✓ L'objectif de l'étude.
- ✓ Le mode d'échantillonnage.

✓ Le questionnaire.

3.1. L'OBJECTIF DE L'ETUDE

L'objectif de cette étude est, premièrement, de recueillir et d'analyser les pratiques de l'intelligence économique des startups d'Alger et de mesurer leurs difficultés, ainsi que les progrès accomplis dans ces domaines. En deuxième lieu, cette enquête permet d'orienter les politiques publiques de soutien à l'innovation et d'ajuster les actions conduites par le réseau des chambres de commerce et d'industrie au plus près des besoins des startups via des programmes adaptés et évolutifs. Finalement cette étude nous permettra de connaître le rôle de l'intelligence économique dans l'identification des opportunités entrepreneuriales.

3.2. LE MODE D'ECHANTILLONNAGE

Le mode d'échantillonnage choisi repose sur les critères de la population étudiée, et de la taille de l'échantillon.

- La population : La population à étudier est constituée des startups lancées à la wilaya d'Alger.
- La taille de l'échantillon : Notre échantillon est de 30 startups.

Il est à noter que la méthode d'échantillonnage est la *méthode aléatoire simple* (consiste à tirer au hasard l'échantillon dans la base de sondage).

3.3. L'ADMINISTRATION DU QUESTIONNAIRE

Le questionnaire représente l'un des éléments essentiel d'une enquête il permet de collecter et de stocker une information afin de pouvoir mener suite de cela les actions adéquates.

Pour le recueil d'information, nous avons opté pour la méthode du questionnement en e-mailing.

3.4. RESULTATS ET ANALYSE DU QUESTIONNAIRE

Après l'analyse des résultats de notre questionnaire, nous avons constaté que plus de la moitié des personnes ayant répondu au questionnaire ont déjà utilisé les pratiques de l'intelligence économique pour lancer leurs startups (63%). Par contre 37% n'ont jamais pensé utiliser les pratiques de l'intelligence économique. Nous avons aperçu que la majorité des entrepreneurs interrogés accordent une importance pour la veille comme volet de l'intelligence économique avec un taux de 70%, cela est clairement dû à la facilité d'appliquer ce volet, de plus, c'est un processus dont les pratiques sont simples à maîtriser. Le volet suivant est la protection de l'information avec un taux atteignant les 20%, cela s'explique par la confidentialité appliqué par les entrepreneurs sondés. Le reste des personnes interrogées ont accordé de l'impotence au lobbying avec un taux de 10%.

Parmi les personnes interrogées 46,6% des interrogés pensent que la finalité d'une démarche d'intelligence économique est de trouver de nouveaux marchés et se diversifier, surveiller ses concurrents est dans la deuxième position avec 40%, ensuite anticiper les enjeux pour mieux définir les stratégies avec 10%. Un pourcentage de 3,5% pour d'autres réponses et 0% pour être à l'écoute des clients. Nous avons remarqué aussi que l'outil de veille le plus utilisé par les entrepreneurs interrogés est les moteurs de recherche (47%), suivie des médias sociaux (33%), puis abonnement à des newsletters (13%). Concernant les informations les plus recherchées par les sondés sont divers. Parmi les entrepreneurs ayant répondu, 30% ont recherché de nouveaux produits, le reste ont recherché des informations sur le marché ou les clients avec un taux de 20% et 16,6% respectivement.

Des résultats, il était clair que la majorité des personnes interrogées ont déjà mis en place une démarche de protection des informations (63%). Par contre 37% des entrepreneurs sondés n'ont jamais

utilisé ce volet de protection des informations. La question sur les moyens de protection numérique a montré que le moyen que les sondés utilisent afin de protéger leurs informations est l'utilisation d'un réseau internet / WIFI sécurisé avec 45,4%, puis viennent les personnes qui appliquent d'autres moyens, autrement dit le changement régulier des mots de passe avec 27,3%, suivi par la mise à jour du système d'exploitation, des logiciels et des sites internet (18,2%). Concernant la question principale de notre recherche, 87% des personnes interrogées ont déclaré que les pratiques de l'intelligence économique permettront l'identification des opportunités entrepreneuriales. Le reste estime qu'il n'y a pas de relation entre l'intelligence économique et l'identification des opportunités entrepreneuriales.

En ce qui concerne la question sur le rôle de l'intelligence économique dans l'identification des opportunités entrepreneuriales, 60% des entrepreneurs interrogés ont déclaré que l'intelligence économique est indispensable dans l'identification des opportunités entrepreneuriales. 30% des sondés pensent que l'intelligence économique est importante mais n'est pas indispensable dans l'identification des opportunités entrepreneuriales. Le reste estime que l'intelligence économique n'est pas nécessaire dans l'identification des opportunités entrepreneuriales.

Enfin, 77% des entrepreneurs interrogés pensent que l'utilisation de l'intelligence économique serait bénéfique pour leur startup le reste (23%) pensent plutôt que l'utilisation de l'intelligence économique n'est pas bénéfique actuellement.

3.5. Synthèse générale des résultats de l'étude quantitative

La totalité des entrepreneurs interrogés connaissent l'intelligence économique, ce qui explique que plus de la moitié des personnes ayant répondu au questionnaire ont pensé utiliser les pratiques de l'intelligence économique pour lancer leur startup. Cependant la majorité des entrepreneurs interrogés accordent une importance pour la veille comme volet de l'intelligence économique, et une partie d'entre eux pensent que la finalité d'une démarche d'intelligence économique est de trouver de nouveaux marchés et se diversifier. Toutefois, certains entrepreneurs interrogés utilisent les moteurs de recherche comme un outil de veille.

En revanche, la principale difficulté rencontrée dans la pratique de la veille est la difficulté des ressources informatiques insuffisantes. Pour surmonter les divers problèmes numériques la majorité des personnes interrogées a déjà mis en place une démarche de protection des informations, tout en se basant sur l'utilisation d'un réseau internet / WIFI sécurisé. Par contre, un faible taux a été constaté pour les personnes qui n'ont pas mis en place une démarche de protection des informations à cause du manque de temps ou de ressources pour organiser la protection des informations sensibles.

Sur la base des résultats de l'étude empirique, il ressort que les pratiques de l'intelligence économique permettront l'identification des opportunités entrepreneuriales, et nous avons vu à travers cette étude que 77% des entrepreneurs interrogés pensent que l'utilisation de l'intelligence économique serait bénéfique pour leur startup.

CONCLUSION

Pour conclure, il est important de souligner que l'étude empirique faite sur une trentaine de startups de la wilaya d'Alger a démontré que les porteurs d'idées de la région sont pratiquement

conscients de l'importance des paramètres de l'intelligence économique afin de détecter les opportunités entrepreneuriales susceptibles de mener à bien leurs projets, mais ils ne sont pas tous dans la pratique de ces paramètres, que ce soit par manque d'expertise, de moyens ou de temps, il est clair que certaines startups négligent les volets de l'intelligence économique. Ce qui pourrait les empêcher de saisir les opportunités pouvant s'offrir à eux et de ne pas avoir les détails nécessaires concernant l'environnement qui les entoure.

De ce fait, il est recommandé de revoir la politique de soutien des entrepreneurs en matière d'utilisation de l'intelligence économique pour l'identification des opportunités entrepreneuriales. Ce mode de soutien apporte des difficultés dans l'application des 3 volets de l'intelligence économique. Afin de lutter contre ces difficultés, on pourrait suggérer la création d'une organisation étatique sans but lucratif destinée à perfectionner les compétences des professionnels du management des connaissances et les spécialistes de l'Intelligence économique et assure la formation des membres. Cet organisme public sera chargé de la veille, la collecte, du traitement et de la diffusion de l'information relative à l'économie nationale et internationale.

Il serait donc utile aux entrepreneurs potentiels de s'initier aux méthodes de l'IE qui leur serviront, non seulement au début, pour identifier des opportunités, les évaluer et les affiner, mais aussi plus tard, lorsque leur organisation aura pris forme pour agir sur l'environnement et gagner le défi de la concurrence mondiale.

La pertinence d'un croisement entre la recherche en entrepreneuriat et l'intelligence économique est réelle. En effet, l'entrepreneuriat impose nécessairement l'existence d'opportunités tandis que la détection d'opportunités est une des composantes de l'intelligence économique.

BIBLIOGRAPHIE

Ayache, S. (2018). *developpement startups algeriennes redonnent de l'espoir*. Consulté le 10 08, 2018, sur algerie part: <https://algeriepart.com/2018/03/01/developpement-startups-algeriennes-redonnent-de-lespoir/>

Blank, S. (s.d.). Steve Blank *définition startup*. Consulté le 10 08, 2018, sur Le shift: <http://le-shift.co/wp-content/uploads/2017/01/Steve-Blank-de%CC%81finition-startup-en-franc%CC%A7ais.png>

BOUTILIER, S. (2017). *Entrepreneuriat et innovation contextes et concepts*. Paris: Peter Lang, New Édition.

Clerc, P. (2016). *Rencontre internationale sur l'Intelligence compétitive*. Pékin: Université et le Bureau d'information scientifique et technologique de Pékin.

Coutal, L. (2016). *Le concept d'opportunité entrepreneuriale : pilier de toute startup*. Consulté le 09 24, 2018, sur medium: <https://medium.com/@loccoutal/le-concept-dopportunit%C3%A9-entrepreneuriale-pilier-de-toute-startup-ce9c3bb39f91>

DEMEURE, C. (1997). *Marketing*. Paris: Aide-mémoire, édition SEREY.

doctorants, C. d. (s.d.). *le concept d'opportunité entrepreneuriale : pilier de toute startup*. Consulté le 09 23, 2018, sur Café des doctorants: www.café-des-doctorants.com

Harbulot, C. (2012). *Manuel d'intelligence économique*. Paris: presses universitaires de france, 1ère édition.

Jakobiak, F. (2006). *L'intelligence économique : La comprendre, l'implanter, l'utiliser*. Paris: Editions d'Organisation.

Le rôle de l'intelligence économique dans l'identification des opportunités entrepreneuriales.
Cas : les startups de la wilaya d'Alger. (PP. 189-200)

LENDREVIE, J., & LEVY, J. (2014). *Mercator*. Paris: Dunod, 11e édition.

VIVIANE, B., & FRANÇOISE, H. (2015). *Lobbying : cadre, outils et stratégies*. Paris: Larcier.

Wiklund, J., Davidsson, P., Audretsch, D., & Karlsso. (2011). *The future of entrepreneurship research*. Canada: Entrepreneurship Theory and Practice.