

Caractéristiques du réseau personnel du dirigeant et pratique d'Intelligence Economique : Cas des P.M.E de Côte d'Ivoire

Characteristics of the manager's personal network and practice of Economic Intelligence: Case of SMEs in Côte d'Ivoire

SILUE Tidiane

Enseignant-chercheur

U.F.R. Sciences Economiques et de Gestion

Université Jean Lorougnon Guédé de Daloa - Côte d'Ivoire

Laboratoire d'Analyse et de Recherche en Economie et Gestion (L.A.R.E.G)

Date de soumission : 20/08/2025

Date d'acceptation : 16/10/2025

Pour citer cet article :

SILUE. T. (2025) « Caractéristiques du réseau personnel du dirigeant et pratique d'Intelligence Economique : Cas des P.M.E de Côte d'Ivoire », Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 6 : Numéro 11 » pp : 135-149.

Authors agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons
Attribution License 4.0 International License



Résumé

L'une des explications aux difficultés de mise en œuvre de l'activité d'Intelligence Economique en PME se trouve dans les ressources financières limitées de cette catégorie d'entreprise. Le réseau personnel du dirigeant est présenté comme une solution à cette contrainte financière pour la pratique de l'Intelligence Economique. L'objectif de cet article est de déterminer les caractéristiques du réseau personnel du dirigeant qui expliquent la pratique de l'Intelligence Economique en PME. Pour atteindre cet objectif, une démarche méthodologique essentiellement quantitative a été adoptée. Cette démarche a consisté à élaborer un questionnaire structuré qui a été par la suite administré en face à face auprès d'un échantillon de 101 dirigeants de PME. Les résultats de l'analyse en composantes principales et des régressions hiérarchiques montrent que la pratique de l'Intelligence Economique, en PME, est liée à un réseau riche en trous structuraux et dominé par des liens faibles. Ainsi, pour faciliter la pratique de l'Intelligence Economique en PME, les dirigeants doivent privilégier des réseaux de personnes qui n'ont pas de liens affectifs et qui ne se connaissent pas entre eux.

Mots clés : « Intelligence Economique ; Réseau personnel ; PME ; Veille stratégique, Structure du réseau. »

Abstract

One of the explanations for the difficulties in implementing Competitive Intelligence activities in SMEs lies in the limited financial resources of this category of company. The manager's personal network is presented as a solution to this financial constraint for the practice of Competitive Intelligence. The objective of this article is to determine the characteristics of the manager's personal network which explain the practice of Economic Intelligence in SMEs. To achieve this objective, an essentially quantitative methodological approach was adopted. This approach consisted of developing a structured questionnaire that was subsequently administered face-to-face to a sample of 101 SME managers. The results of the principal component analysis and hierarchical regressions show that the practice of Competitive Intelligence in SMEs is linked to a network rich in structural holes and dominated by weak ties. Thus, to facilitate the practice of Economic Intelligence in SME, the managers must favor networks of people who do not have emotional ties and who do not know each other.

Keywords: « Business Intelligence; Personal Network; SMEs; Strategic Monitoring, Network Structure. »

Introduction

L'environnement actuel des organisations est marqué par l'avènement d'une économie basée sur l'information et la connaissance où la pratique de l'Intelligence Economique est devenue un enjeu de compétitivité et de croissance (Hamidou et Grari, 2018 ; Hourenatou, 2020). L'Intelligence Economique regroupe, en effet, un ensemble de pratiques de gestion stratégique de l'information contribuant à agir sur les parties prenantes, à mieux comprendre l'environnement et à protéger le capital matériel, immatériel et informationnel de l'entreprise (Larivet, 2009 ; Delbecque 2015). Ces pratiques qui relèvent de l'Intelligence Economique sont entre autres : la veille stratégique, le benchmarking, la sécurité et la sûreté économique, le lobbying, la communication de crise (Guilhon et Moinet, 2016).

La pratique de l'Intelligence Economique connaît un intérêt croissant auprès des entreprises (François, 2007). Toutefois, le niveau d'application diffère selon chaque catégorie d'entreprise (Bournois et Romani, 2000). Si la pratique de l'Intelligence Economique trouve un terrain propice au sein des grandes entreprises, les PME, en revanche, rencontrent des difficultés à pratiquer cette activité en raison notamment de leurs ressources financières limitées (Sqalli, 2020). En effet, en dépit de l'intérêt perçu de faire de l'Intelligence Economique par les dirigeants de PME, le coût élevé de l'implantation du dispositif est un obstacle à sa mise en œuvre (Kadji et Kamdem, 2023).

Cependant, le réseau personnel apparaît de plus en plus comme une solution à laquelle les dirigeants de PME ont recours afin de contourner cette contrainte (Larivet, 2009). Le réseau personnel est constitué d'individus avec lesquels le dirigeant développe des relations amicales, familiales ou d'affaires (Garzoun, et Haddad, 2016). Le réseau personnel est, en effet, reconnu comme un moyen d'accéder à moindre coût aux informations de nature stratégique (Turki et Chtourou, 2010, Garzoun et Haddad, 2016), un levier d'influence sur les acteurs de l'environnement (Arrègle, Durand et Very, 2004) et un facteur incitatif à la protection des informations (Assens et Perrin, 2011). De ce point de vue, il apparaît comme un support essentiel à la pratique de l'Intelligence Economique (Larivet, 2009 ; Lebrument et De La Robertie, 2012). Cependant, malgré ce rôle support mis en évidence dans la littérature, il ne nous semble pas que les chercheurs aient mené une étude empirique sur la relation entre les caractéristiques du réseau personnel et pratique de l'Intelligence Economique en PME. Les travaux empiriques de Chollet et Géraudel (2010) se sont focalisés sur la relation entre forme de réseau personnel et accès aux informations dans les PME.

Notre étude s'inscrit donc dans le prolongement de cette étude en y intégrant les trois dimensions clés de la gestion de l'information à savoir la veille stratégique, la gestion du risque informationnel et influence. Ce qui permettra d'avoir une étude plus complète.

L'objectif de cette étude est de déterminer les caractéristiques du réseau personnel du dirigeant qui expliquent la pratique de l'Intelligence Economique en PME. La question à laquelle nous tentons de répondre est la suivante : Quelles sont les caractéristiques du réseau personnel du dirigeant qui expliquent la pratique de l'Intelligence Economique en PME ?

Cet article est structuré autour de trois grandes parties. La première partie présente le cadre théorique de l'étude. La deuxième expose la démarche méthodologique adoptée. La troisième partie porte sur la présentation et l'analyse des résultats.

1. Revue de littérature

Cette partie comprend trois sections. La première section analyse les pratiques d'Intelligence Economique. La seconde apporte un éclairage de la problématique de l'étude à travers la théorie des coûts de transaction. La dernière section traite du lien théorique entre réseau personnel et Intelligence Economique.

1.1. Analyse conceptuelle des pratiques d'Intelligence Economique

L'Intelligence Economique est définie comme l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement, de diffusion et de protection de l'information utile à des fins de prise de décisions stratégiques et opérationnelles (Martre, 1994).

La littérature permet de distinguer trois catégories de pratique d'Intelligence Economique à savoir la veille stratégique, la gestion du risque informationnel et l'influence (Larivet, 2009).

La veille stratégique est le processus par lequel une organisation se renseigne sur son environnement afin de mieux le comprendre et anticiper ses évolutions (Larivet, 2009). Le processus de renseignement comprend quatre phases à savoir la détection des besoins en information (choix du périmètre de surveillance), la collecte légale des informations auprès des sources formelles et humaines, le traitement des informations (évaluation, analyse, synthèse et interprétation) et la diffusion des informations au moment opportun aux bonnes personnes.

La gestion du risque informationnel regroupe un ensemble de mesures destinées à protéger le capital matériel (les locaux, les équipements, les bâtiments, les installations, etc.), le capital immatériel (la marque, le droit d'auteur, l'image, la réputation, la notoriété, etc.),

le capital informationnel (projets stratégiques de développement, fichier client, procédé de fabrication, etc.) de l'organisation contre les menaces accidentelles et intentionnelles (Larivet, 2009 ; Guilhon et Moinet, 2016). Selon Massé et Thibault (2000), ces mesures peuvent être

classées en quatre catégories : mécanique (caméras de surveillance, interdiction d'accès aux locaux, etc.) ; logique (changement régulier de mots de passe, mises en place de logiciels de protection, etc.) ; humaine (sensibilisation du personnel, discrétion, etc.) ; juridique (recourir aux brevets, aux clauses dans les contrats, etc.).

L'influence est un ensemble de techniques et de pratiques légales destinées à orienter les comportements et opinions d'acteurs influents de l'environnement (pouvoirs publics, organisations professionnelles, collectivités locales, syndicats professionnels, organisations non gouvernementales) afin d'obtenir une décision ou une action souhaitée (Guilhon et Moinet, 2016). La littérature permet de distinguer les pratiques d'influence telles que le Lobbying, la communication de crise ou encore les relations presse (Moinet et Guilhon, 2016).

1.2. Réseau personnel et Intelligence Economique : une explication par la théorie des coûts de transaction

La théorie des coûts de transaction a été définie par Coase (1937) où l'auteur s'interroge sur les raisons d'existence d'une organisation. Il définit le marché et la firme comme des instruments alternatifs pour opérer un ensemble de transactions. Il y démontre que le recours au marché est judicieux lorsqu'il est plus coûteux de réaliser en interne une transaction. Cependant, lorsque ni le marché ni la hiérarchie ne s'imposent, le réseau est considéré comme la forme institutionnelle la plus efficiente car il minimise les coûts de transaction (Williamson, 1985). Ces coûts comprennent notamment les coûts de collecte d'information, de négociation ou de comportement (Barabel et Meier, 2015).

Dans le cadre de la mise en œuvre de l'Intelligence Economique, le réseau s'avère être plus efficient car il favorise, à un coût moindre que le marché ou l'organisation, l'accès et le partage de l'information entre acteurs (McGee et Sawyer, 2003 ; Chelly, 2007 ; Larivet, 2009, Assens et Perrin, 2011). En effet, sur le marché africain ou au sein des organisations africaines, les pratiques de rétention d'informations observées rendent coûteuses l'accès à l'information stratégique.

Toutefois, ces coûts de collecte d'information stratégique et les problèmes d'opportunisme sont considérablement réduits avec les effets de la proximité et la confiance que requièrent le réseau (Chabaud et Ngijol, 2005).

1.3. Configuration de réseau personnel et Intelligence Economique : éclairage théorique

Le réseau personnel du dirigeant peut se définir comme l'ensemble des individus avec lesquels le dirigeant entretient des relations amicales, familiales, professionnelles ou commerciales. Il

peut s'agit de la famille, des amis, des collègues de travail, des fournisseurs, des clients, des banques, des membres d'associations professionnelles ou commerciales (Degenne et Forsé, 2004 ; Chollet, 2005 ; Grossetti, 2005).

La configuration ou la forme du réseau personnel est appréhendée selon les deux principales approches. Il s'agit du contenu des liens interindividuels (Granovetter, 1973) et de la structure du réseau (Burt, 1992).

Granovetter (1973) analyse le réseau personnel selon la nature des liens qui caractérise les personnes qui le composent. Il distingue, à cet effet, deux types de liens en fonction de la durée de la relation, la fréquence des interactions et la proximité émotionnelle. Il s'agit des liens forts et des liens faibles. Les liens forts sont des relations de confiance marqués par des interactions fréquentes et une forte proximité émotionnelle entre les individus. En revanche, les liens faibles sont marqués par peu d'interactions et une faible proximité émotionnelle entre les individus. Selon Granovetter (1973), L'Intelligence Economique doit prendre appui sur des liens faibles car ces liens permettent d'accéder à des informations de nature stratégique en connectant le dirigeant à de nombreuses sources d'informations diverses et variées. Les liens faibles favorisent en outre la découverte d'opportunités stratégiques et d'innovation grâce à la diversité des informations qu'elles permet de recueillir (Ruef, 2002). Or, il existe une relation positive entre Intelligence Economique, Innovation et découverte d'opportunités (Marmuse, 1996 ; Meier, Guillaume Schier, 2016). A contrario, Powell (1990) estime que ce sont d'avantage les liens forts qui permettent d'accéder aux informations de nature stratégique car ces liens sont fondés sur la relation de confiance qui est une condition nécessaire au partage d'informations de nature stratégique (Uzzi et Lancaster, 2003 ; Levin et Cross, 2004 ; Chollet et Géraudel, 2008). Partant de ce qui précède, nous formulons l'hypothèse suivante :

H1 : plus le réseau du dirigeant est doté de liens faibles, plus la PME pratique l'Intelligence Economique.

Burt (1992) oriente son analyse du réseau personnel sur la notion de trous structuraux. Un trou structural correspond à l'absence de liens entre des contacts non redondants. Deux contacts sont dits non redondants lorsqu'ils ne donnent pas accès aux mêmes personnes (Burt, 1992).

Certains réseaux personnels sont riches en trous structuraux c'est-à-dire que le dirigeant est en contact avec des personnes qui ne se connaissent pas entre eux. Par contre d'autres réseaux sont pauvres en trous structuraux ou denses c'est-à-dire que le dirigeant est en contact avec des personnes qui se connaissent entre eux. Selon Burt (1992) des réseaux riches en trous structuraux sont favorables à la pratique de l'Intelligence Economique car ce type de réseaux

permettent non seulement d'accéder aux informations pertinentes en exploitant les trous structuraux mais aussi de contrôler l'information échangée. En outre, les travaux empiriques de McEvily et Zaheer (1999) ont montré que les réseaux personnels riches en trous structuraux permettent aux dirigeants de maîtriser les informations stratégiques. Dans la mesure où la maîtrise de l'information stratégique est au cœur de l'activité d'Intelligence Economique (Bournois et Romani, 2000 ; Levet, 2001), nous formulons l'hypothèse suivante :

H2 : Plus le réseau du dirigeant est riche en trous structuraux, plus la PME pratique l'Intelligence Economique.

2. Méthodologie

La démarche méthodologique porte sur les points suivants : l'échantillonnage et le mode de collecte de données ; l'opérationnalisation des concepts et au final les méthodes de traitement de données.

2.1. L'échantillon et le mode de collecte de données

L'objectif de cette étude est d'expliquer la pratique de l'Intelligence Economique en PME à partir des caractéristiques du réseau personnel du dirigeant. La démarche hypothético-déductive est appropriée pour servir la logique de l'explication (Thietart, 2014). Les entreprises installées dans la ville d'Abidjan et qui emploient en permanence entre 10 et 200 personnes représentent la population cible. Les dirigeants constituent notre unité d'échantillonnage dans la mesure où ils sont à même de fournir des informations sur leur réseau personnel ainsi que sur les pratiques d'Intelligence Economique de leurs entreprises. Les dirigeants ont été choisis en fonction de leur disponibilité et leur engagement à communiquer l'information recherchée. En outre, nous ne disposons pas de base de sondage de la population cible. Les critères de sélection évoqués justifient la méthode de sélection par convenance retenue.

Les données ont été collectées à partir des enquêtes quantitatives menées durant 2 mois via un questionnaire. Au total, nous avons sélectionné 122 dirigeants auprès desquels nous avons administré en face à face un questionnaire durant trois mois.

Au terme du dépouillement, nous avons constaté que 101 questionnaires étaient exploitables. Le tableau suivant présente les caractéristiques de l'échantillon.

Tableau 1 : Caractéristiques de l'échantillon

Variables		Effectif	Pourcentage
Sexe du répondant	Masculin	100	99%
	Féminin	1	1%
Statut du répondant	Dirigeant	101	100%
	Autres	0	0%

Secteur d'activité	Agro-alimentaire	8	7,92%
	Commerce et distribution	15	14,85%
	Enseignement supérieur	22	21,78%
	Enseignement secondaire	18	17,82%
	Sécurité	13	12,87%
	Télécom, Informatique et communication	16	15,84%
	Hôtellerie et restauration	9	8,92%

Source : Enquête

Le tableau montre que tous les répondants ont le statut de dirigeant. En outre, 99% d'entre eux est de sexe masculin contre 1% de sexe féminin. S'agissant du secteur d'activité, l'échantillon est représenté à environ 40% par le secteur de l'enseignement reparté en deux branches à savoir la branche supérieure (14,85%) et la branche secondaire (17,82%). Les autres secteurs d'activité à savoir Agro-alimentaire (7,92%), Commerce (14,85%), Sécurité (12,87%), Télécom, Informatique, communication (15,84%) et Hôtellerie, restauration (8,92%) représentent environ 60%.

2.2. L'opérationnalisation des concepts et modèle théorique

L'opérationnalisation a porté sur les concepts de réseau personnel et Intelligence Economique. Le réseau personnel est appréhendé selon deux dimensions : le contenu des liens et la structure du réseau.

La construction des variables relatives aux deux dimensions du réseau a reposé sur l'établissement d'un générateur de noms inspirés des travaux de Burt (1992). Cette technique consiste pour le répondant à citer les noms des personnes avec lesquelles il a différents types de relations. Dans notre cas, les répondants ont été amenés à citer les noms des personnes avec lesquelles ils entretiennent des relations de communication, des relations d'influence, des relations professionnelles, des relations commerciales et des relations financières. Une fois la liste établie, le répondant est amené à se prononcer sur ses relations avec les autres membres de son réseau cité.

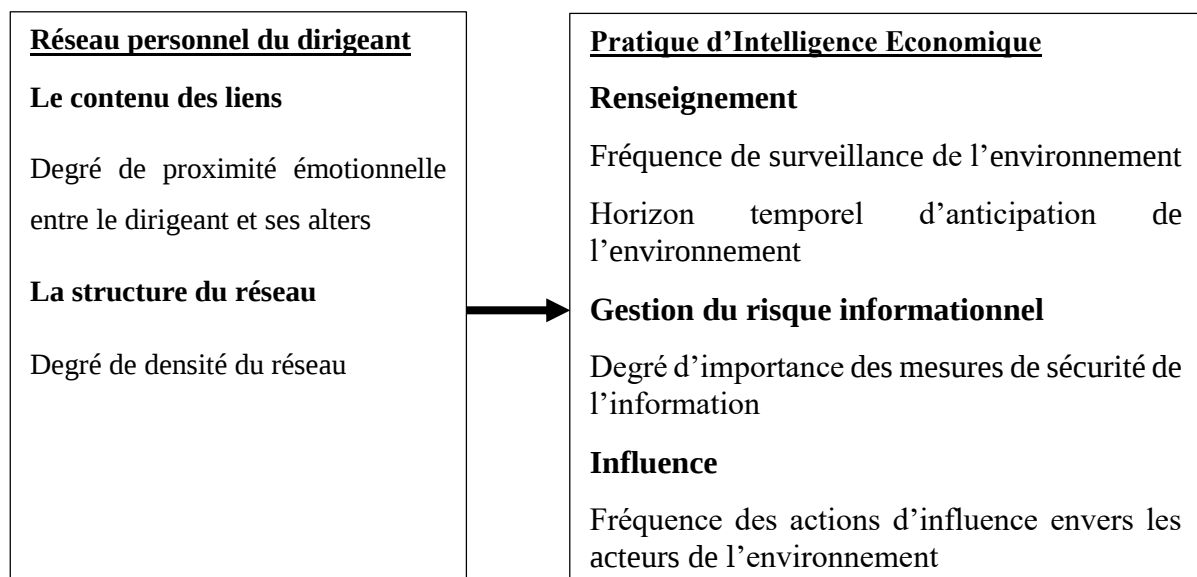
La mesure du contenu des liens repose sur l'indicateur proximité émotionnelle entre le dirigeant et ses alters (Burt, 1992). Cette distance est mesurée par la moyenne des scores obtenus sur une échelle à quatre points se rapportant au degré de proximité émotionnelle entre le dirigeant et ses alters (Pas du tout proche à proche). Ainsi, le répondant est amené à qualifier la relation entretenue avec chaque personne citée sur cette échelle.

La structure du réseau est mesurée à partir de l'indicateur densité du réseau personnel développé dans de nombreux travaux notamment ceux de Godechot et Mariot (2004). La densité du réseau

est relative à l'interconnexion entre les individus qui composent le réseau. Elle est mesurée par le rapport entre le nombre de liens existants dans le réseau personnel du dirigeant et le nombre de liens possibles dans le réseau. Les liens existants désignent ceux que le chercheur a réussi à mettre en exergue. Les liens possibles désignent l'ensemble des liens qui auraient pu exister compte tenu du nombre d'individus. Ainsi, pour n individus, il existe $n(n-1)/2$ liens possibles. Le concept d'Intelligence Economique a été opérationnalisé sur la base de trois dimensions issues des travaux de Larivet (2009) à savoir le renseignement, la gestion du risque informationnel et l'influence. Le renseignement est mesuré par la moyenne des scores obtenus sur une échelle à cinq points se rapportant à la fréquence de surveillance de l'environnement global et du secteur d'activité (moins d'une fois par an à plusieurs fois par semaine) et à l'horizon temporel d'anticipation de l'environnement global et du secteur d'activité (6 mois à l'avance à plus de 3 ans à l'avance).

La gestion du risque informationnel est mesurée par la moyenne des scores obtenus sur une échelle à cinq points se rapportant au degré d'importance des mesures (techniques, logiques, humaines, juridiques) de sécurité du capital informationnel de l'entreprise (Aucune mesure à plusieurs mesures). L'influence est mesurée par la moyenne des scores obtenus sur une échelle à cinq points se rapportant à la fréquence des actions d'influence de l'entreprise en direction des acteurs de l'environnement (organisations professionnelles, clients, collectivités locales) (jamais à plusieurs fois par mois).

Figure 1 : Le modèle Théorique



Source : Auteur à partir de la revue de la littérature

2.3. Méthodes de traitement et d'analyse des données

L'analyse en Composante principale et l'analyse de régression hiérarchique sont les méthodes de traitement retenues car les variables mobilisées pour mener cette étude sont mesurées sur des échelles métriques. (Evrard, Pras et Roux, 2000). L'Analyse en Composante Principale (ACP) a été utilisée pour résumer le grand nombre de variables sur les pratiques d'Intelligence Economique en un petit nombre de facteurs. Le nombre de facteurs retenus a été déterminé par la règle de Kaiser.

L'interprétation de ces facteurs c'est – à- dire la corrélation entre les variables et les facteurs a été facilitée par la rotation Varimax. La fiabilité des échelles de mesure retenue a été déterminée par le test Alpha de Cronbach. L'analyse de régression hiérarchique a été retenue car les variables mobilisées ont été introduites dans le modèle selon un ordre qui permet d'atteindre l'objectif visé. La qualité du modèle de régression a été mesurée à travers le coefficient de détermination R^2 et Le test F de Fisher-Snedecor. Le logiciel SPSS a été utilisé pour faciliter le traitement des données.

3. Les Résultats des analyses

Cette section a pour objet de présenter les résultats des méthodes utilisées pour le traitement des données. Il s'agit de : l'analyse en composantes principales et de l'analyse de régression hiérarchique.

3.1. Les résultats de l'analyse en composantes principales (ACP)

Les résultats de l'analyse en composantes principales portent sur les variables de mesure des pratiques de l'Intelligence Economique (IE) à savoir le renseignement, la gestion du risque informationnel et l'influence.

La synthèse des résultats de l'analyse en composantes principales (ACP) est présentée dans le tableau 2.

Tableau 2 : Synthèse des résultats de l'ACP relatifs aux variables de mesure de l'Intelligence Economique

ITEMS	Poids des variables dans la constitution des facteurs.		
	Facteur 1 : Veille	Facteur 2 : Sécurité	Facteur 3 : Influence
Votre entreprise se tient au courant de ce qui se passe dans son environnement politique	0,876		
Votre entreprise se tient au courant de ce qui se passe dans son environnement économique	0,820		

Votre entreprise se tient au courant de ce que font les concurrents	0,891		
Votre entreprise se tient au courant de ce que font les clients	0,717		
Votre entreprise anticipe les évolutions de son environnement social	0,698		
Il existe des mesures mécaniques (vidéo-surveillance, contrôle d'accès, etc.) de protection de l'information dans votre entreprise		0,687	
Il existe des mesures logiques (renouvellement de mots de passe, logiciel de protection, etc.) de protection de l'information dans votre entreprise		0,871	
Votre entreprise procède à des actions de communication par le biais des médias sociaux, internet, la télévision, la presse écrite.			0,717
Valeur propre des facteurs	4,092	1,984	1,168
% variance expliquée	39,3	19,3	11,6
% cumulée variance cumulée expliquée	39,3	58,6	70,2
Indice de KMO	0,718		
Test de Sphéricité de Barlett	Khi-2 approximé 370,507 P=0,000		
Alpha de Cronbach par facteur	0,776	0,892	0,718

Source : Enquête

Les résultats de l'analyse en composantes principales mettent en évidence trois facteurs retenus sur la base de la règle de Kaiser. Selon cette dernière, les facteurs qui ont une valeur propre supérieure à 1 doivent être retenus. Au total, ces trois facteurs, restituent 70,2% de la variance totale. Aussi, les valeurs de l'indice de KMO $> 0,5$; du test de Bartlett (significatif au seuil de 0,000) et de l'alpha de Cronbach $> 0,7$ sont satisfaisants.

Le premier facteur restitue 39,3% de la variance totale. Ce facteur est renommé veille dans la mesure où les items qui le constituent portent sur la surveillance et une anticipation de l'environnement. Le second facteur restitue 19,3% de la variance totale. Ce facteur est renommé sécurité dans la mesure où les items qui le constituent portent sur les différentes catégories de techniques de sécurisation de l'information. Le troisième facteur restitue 11,6% de la variance totale. Ce facteur est renommé influence car il est constitué d'items qui se rapportent aux actions de communication en direction des acteurs de l'environnement.

3.2. Les résultats de l'analyse de régression hiérarchique

Les résultats de l'analyse de régression hiérarchique portent essentiellement sur la relation entre la variable Pratique d'Intelligence Economique et les variables du réseau personnel du dirigeant. Notons que des variables de contrôle ont été introduites dans le modèle. Les résultats de l'analyse de régression hiérarchique sont présentés dans le tableau 3.

Tableau 3 : Résultats de la régression hiérarchique pour la variable Pratique de l'Intelligence Economique

Variables	Modèle 1	Modèle 2
Variables de contrôle	Coefficients Bêta Standardisés	Coefficients Bêta Standardisés
Agro-alimentaire	0,034	0,031
Commerce et distribution	0,046	0,028
Enseignement Supérieur	0,070	0,089
Enseignement Secondaire	0,092	0,045
Sécurité	0,006	0,038
Télécom, Informatique communication	0,319**	0,299**
Hôtellerie et restauration	0,012	0,058
Variables de réseau personnel		
Liens faibles		0,339**
Trous structuraux riches		0,247**
R	0,125	0,572
R ²	0,016	0,327
R ² ajusté	0,010	0,301
Variation de R ²	-	0,23**
F	3,657	9, 182

Source : Enquête

* p < 0,1 ; ** p < 0,05 ; *** p < 0,01.

Le tableau 2 fait apparaître un coefficient positif et significatif pour la variable liens faibles ($\beta = 0,339$; $p < 0,05$). Ce résultat signifie que la variable lien faible exerce un effet positif sur la pratique de l'Intelligence Economique. Ainsi, plus le réseau du dirigeant est doté de liens faibles, plus l'entreprise pratique l'Intelligence Economique. Ce résultat confirme l'hypothèse formulée et va dans le sens de Granovetter (1973).

De même, le tableau 2 fait apparaître un coefficient positif et significatif pour la variable Trous structuraux riches ($\beta = 0,247$; $p < 0,05$). La variable trous structuraux riches exerce un effet positif sur la pratique de l'Intelligence Economique. Ce résultat signifie que plus le réseau du dirigeant est riche en trous structuraux, plus l'entreprise pratique l'Intelligence Economique. Ce résultat confirme l'hypothèse formulée et va dans le sens de Burt (1992). Cependant, ce résultat ne pas dans le sens des travaux de Chollet (2006) qui a montré que la variable trous structuraux n'a aucun effet sur l'accès à l'information stratégique.

Ces résultats trouvent une explication dans la relation entre ces deux variables « lien faible », et « trous structuraux riches » et les trois variables clés de l'Intelligence Economique à savoir le renseignement, la protection de l'information et l'influence. Il faut noter que ces deux

variables sont assez proches car elles sont caractérisées par peu d'interaction et une faible proximité émotionnelle entre les membres.

D'abord, ces deux types de réseaux connectent le dirigeant à de nombreuses sources d'informations nouvelles, diverses et variées. Ces nombreuses sources favorisent la collecte d'informations qui permettent aux membres du réseau de saisir des opportunités d'affaires. En outre, dans ces deux types de réseaux, les membres partagent des informations sur des opportunités d'affaires qu'ils ne peuvent eux-mêmes saisir. Ainsi, le système de renseignement du dirigeant est alimenté en informations stratégiques. Ce qui contribue au développement de l'activité de renseignement de l'Intelligence Economique. Ensuite, ces deux types de réseaux incitent les dirigeants à faire attention non seulement aux informations qu'ils diffusent eux-mêmes mais aussi aux informations diffusées par les autres membres car les relations développées avec leurs alters dans le réseau sont marquées par une faible proximité émotionnelle et donc peu de confiance. Ce qui favorise l'activité de gestion du risque informationnel de l'Intelligence Economique. Enfin, les dirigeants de ce type de réseaux sont incités à diffuser des informations qui permettent à leurs alters d'identifier et de neutraliser des menaces et donc de modifier le comportement des autres membres. Ce qui favorise l'activité influence de l'Intelligence Economique.

Par conséquent, la pratique de l'Intelligence Economique, en PME, est liée à un réseau riche en trous structuraux et dominé par des liens faibles.

Conclusion

L'objectif de cette recherche était de déterminer les caractéristiques du réseau personnel du dirigeant qui expliquent la pratique de l'Intelligence Economique en PME. Pour atteindre cet objectif, un questionnaire structuré a été élaboré puis administré en face à face auprès d'un échantillon de 101 dirigeants de PME installées dans la ville d'Abidjan. Les résultats des différentes analyses effectuées montrent que la pratique de l'Intelligence Economique, en PME, est liée à un réseau riche en trous structuraux et dominé par des liens faibles.

Au plan théorique, ces résultats apportent un élément d'explication nouveau à la pratique de l'Intelligence Economique en PME à partir des caractéristiques du réseau personnel du dirigeant.

Au plan managérial, ces résultats fournissent aux dirigeants des informations sur les propriétés de réseau qui favorisent la pratique de l'Intelligence Economique. Ainsi, les dirigeants de PME doivent construire des réseaux de personnes qui n'ont pas de liens affectifs et qui ne se connaissent pas entre eux.

Il apparaît important de souligner qu'au-delà des contributions théoriques et pratiques, cette recherche comporte des limites dont la principale est liée à la taille de l'échantillon qui est relativement faible. Ce qui peut avoir un effet négatif sur la précision des résultats. De plus, la dimension Attributs des alters du réseau n'a pas été prise en compte. Par conséquent, en termes de perspectives, une étude complémentaire sur un échantillon plus important intégrant cette dimension du réseau personnel pourrait être menée.

Bibliographie

Arrègle, Durand et Very, (2004), Origines du capital social et avantages concurrentiels des firmes familiales, *Revue Management*, Vol 7, (2), 13-36.

Assens Christophe et Perrin Christelle, (2011). L'intelligence économique : une stratégie de réseau pour les entreprises », *Revue Internationale d'Intelligence Economique*, Vol 3, (2), 137-151

Bournois, F ; Romani, P-J. (2000), L'Intelligence Economique et Stratégique dans les entreprises françaises, Paris, Economica.

Burt, S. R. (1992), *Structural Holes, the Social Structure of Competition*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

Burt, S. R. (1995). Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur », *Revue Française de Sociologie*, 36(4), 599-628

Chabaud, D. & Ngijol, J. (2005). La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance des opportunités de marché. *Revue internationale P.M.E.*, 18(1), 29–46

Chollet B (2006). Qu'est-ce qu'un bon réseau personnel : Le cas de l'ingénieur R&D. *Revue française de gestion*, no 163 (4), 107-125.

Chollet, B. & Géraudel, M. (2010). Réseau personnel, personnalité du dirigeant et accès aux informations sur le marché. *Finance Contrôle Stratégie*, 13 (2), 5-32.

Commissariat General Du Plan, (1994), *Intelligence économique et Stratégie d'entreprise*, Paris, la documentation française.

Degenne, A. & Forsé, M. (1994). *Les réseaux sociaux : une analyse structurale en sociologie*, Paris : Armand Colin

Evrard, Y., Pras, B. & Roux, E. (2000), *Market : études et recherches en marketing*, Paris, Dunod.

François, L. (2007). La question éthique dans la pratique de l'intelligence économique, *Sécurité et stratégie* (3), 43-52.

Garzoun, L. & Haddad, S. (2016). Rôle du réseau personnel dans l'identification et l'exploitation d'opportunités d'affaires. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 21(1), 58–71

Granovetter, S. M. (1973), "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

Guilhon, A. & Moinet, N, (2016), *Intelligence économique, S'informer, se protéger, influencer*, Paris, Pearson.

Hamidou, K. & Grari, Y. (2018). L'intelligence économique enjeu majeur pour les PME, *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit*, (6), 973-994.

Kadji M, & Kamdem E, (2023). Les difficultés d'appropriation de L'intelligence économique : une exploration dans les PME camerounaises. *Revue internationale d'intelligence économique*, Vol 15, (1), 67 – 88.

Larivet, S. (2009), *Intelligence économique : enquête dans 100 PME*, Paris, Harmattan.

Marti, C. (2006). L'importance des liens faibles dans les entreprises artisanales : l'exemple d'Internet pour le partage et la réutilisation des connaissances. *Revue internationale P.M.E.*, 19(3-4), 137–145.

Masse, G. & Thibault, F, (2001), *Intelligence économique, un guide pour une économie de l'intelligence*, Bruxelles, De Boeck.

Mcevily B. & Zaheer A. (1999). Bridging Ties: a Source of Firm Heterogeneity in Competitive Capabilities. *Strategic Management Journal*, 20, (12), 1133-1156

Meier O, & Schier G (2016), *Intelligence économique et innovation au sein des entreprises familiales*, *Revue internationale d'intelligence économique*, 1 (8), 96-110

Ruef, M. (2002), Strong ties, weak ties and islands: structural and cultural predictors of organizational, *Industrial and Corporate Change*, 11, (3), 427-449.

Silue T. (2022) Profil psychologique du dirigeant et pratique d'Intelligence Economique : cas des P.M.E de Côte d'Ivoire, *Revue Internationale des Sciences de Gestion* 5 (1) 944 – 966.

Sqalli M (2020). Pratiques de Sécurité informationnel des PME exportatrices : le volet défensif de d'intelligence économique. *Revue internationale d'intelligence économique*, 12 (1), 63- 83.

Turki, A.; & Chtourou W. (2010). L'impact du réseau du dirigeant sur les caractéristiques des informations relatives aux opportunités de partenariat international. Acte publié au colloque de l'AIMS,