

Cycle de vie de l'entreprise et veille stratégique

[Business life cycle of the company and business intelligence]

Mohamed Jaouadi

Doctorant en science de gestion, Faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax Tunisie,
Route de l'aéroport Km 4, Sfax, Tunisia

Copyright © 2014 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the ***Creative Commons Attribution License***, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: Analysis of the business life cycle is a tool for sustainable development, which is increasingly adopted in the public and private organizations. The critical question for the manager is: Where has our company been now? So the management of the business life cycle is to practice this approach in different departments and business of the company. On the other hand, a new approach was developed to support the development and ensure the viability of the company. This is the concept of strategic scanning pulled behind the concept of intelligence from military theories. This notion has spread to be adapted to the context of the company in its logic of environmental monitoring.

In this article, we will try to present in a first part the business life cycles and some cycles judged most outstanding. Among these lifecycles, we will mention materials lifecycles, lifecycles of technologies and social life cycles. In a second step, we will discuss the concept of strategic scanning. Finally, a presentation of the approach to strategic scanning is required followed by the presentation of the relationship between business lifecycle and strategic scanning throughout all stages of the life cycle of the company.

KEYWORDS: Strategic Scanning, Sustainable development, Environmental monitoring, Potential users, Information.

RESUME: L'analyse du cycle de vie est un outil de développement durable qui est de plus en plus adopté dans les opérations des organisations publiques et privées. La question critique des managers est : A quelle phase se situe notre organisation actuellement ? Ainsi, la gestion du cycle de vie vise à l'opérationnalisation de cette approche dans les différents départements et opérations d'une entreprise. D'autre part, une nouvelle approche s'est développée pour soutenir le développement et garantir la viabilité de l'entreprise. Il s'agit de la notion de veille stratégique tirée à l'origine du concept de renseignement issu des théories militaires. Cette notion, qui s'est propagée pour être adaptée au contexte de l'entreprise dans sa logique de surveillance de l'environnement.

Dans cet article, nous allons essayer de présenter dans une première partie le cycle d'évolution de l'entreprise ainsi que certains cycles jugés les plus remarquables. Parmi ces cycles de vie, nous citerons les cycles de vie matériels, les cycles de vie des technologies et les cycles de vie sociaux. Dans une deuxième étape, nous allons aborder la notion de la veille stratégique. Enfin, une présentation de la démarche de la veille stratégique s'impose suivit par la présentation du lien entre le cycle de vie et la veille stratégique tout au long des étapes de cycle de vie de l'entreprise.

MOTS-CLEFS: Veille Stratégique, Développement durable, Surveillance de l'environnement, Utilisateurs potentiels, Information.

1 INTRODUCTION

Dans un monde de globalisation, l'économie est devenue de plus en plus complexe. La concurrence est devenue mondiale et les goûts des consommateurs changent rapidement. Cela dit, les crises économiques sont devenues répétitives, ce qui a rendu l'environnement dans lequel opère l'entreprise instable et turbulent. Dans ces circonstances, les entreprises, partout dans le monde, cherchent la pérennité et la survie.

Compte tenu du fait que nous vivons sur une planète dont la population dépasse les 7 milliards, et dont les prévisions faites aujourd'hui nous indiquent que notre futur est plein d'incertitudes et de complexités, les entreprises cherchent à se protéger contre le principal risque, celui de leurs disparitions.

Bien que les phases par lesquelles passe l'entreprise deviennent de plus en plus définissables, chaque entreprise croît à sa façon tout en adoptant des styles de direction et des outils de gestion différents. L'outil de cycle de vie de l'entreprise est un moyen d'avoir un aperçu de la situation de cette dernière et par conséquent il permet de déterminer les stratégies adéquates de son développement.

Sortie de la description marginalisée annoncée par l'approche économique classique qui décrit l'entreprise comme étant une "Boîte noire" dont la principale fonction est la transformation de la matière première en produit fini destiné à être vendu sur le marché. Elle était réduite à : « un agent individuel, sans prise en considération de son organisation interne, transformant de manière efficiente des facteurs de production en produits et s'adaptent mécaniquement à son environnement » [1].

Le développement de la théorie de la firme a commencé à partir des essais de pénétration des analyses à l'intérieur de cette boîte noire en décortiquant les entités qui se trouvent dedans. L'entreprise se présente avec l'approche organisationnelle comme une organisation mettant en œuvre différents moyens dont le but est de produire et de commercialiser des biens et des services.

L'activité économique induit la création d'entreprises diverses. Pour pouvoir fonctionner les entreprises ont élaborées des structures capables d'assurer la coordination entre ses différentes tâches. Ces structures représentent l'ossature formelle des activités de l'entreprise et qui sont soumises à certaines forces d'ordre naturel (pression du sommet hiérarchique à la centralisation...) ou contingent (environnement interne et externe). L'entreprise doit survivre et même évoluer malgré toutes ces forces.

Regardant de près le comportement de l'entreprise, les économistes ont remarqué qu'elle se comporte comme un être vivant. Il s'agit d'une organisation complexe qui subit différentes mutations durant son développement.

Face à la turbulence de l'environnement, l'entreprise devra mettre en place des outils capables d'analyser les changements ainsi que les tendances de cet environnement afin d'avoir la possibilité de réagir face à ces perturbations externes.

Dans ce contexte de choix d'outils, nous pouvons citer [2] qui a évoqué la notion de veille comme moyen de création des opportunités d'affaires et de minimisation des risques. Il définit la veille stratégique comme « Le processus collectif continu par lequel un groupe d'individus traquent, de façon volontariste, et utilisent des informations à caractère anticipatif concernant les changements susceptibles de se produire dans l'environnement extérieur de l'entreprise, dans le but de créer des opportunités d'affaires et de réduire des risques et l'incertitude en général. [...]».

D'une manière générale, cette veille stratégique détecte, exploite et transmet les informations dans le but d'alimenter la complexité des prises de décision dans des situations turbulentes, incertaines ou compliquées [3].

Un vaste champ d'investigations s'est développé autour des notions de cycle de vie et de la veille stratégique, sauf que la question des liens entre les deux a été moins évoquée.

Cela dit, nous présentons notre article intitulé "**cycle de vie de l'entreprise et veille stratégique**", afin d'essayer de répondre à la problématique : " Quel est l'intérêt de l'intégration de la veille stratégique au niveau des différentes phases de cycle de vie de l'entreprise ? "

En effet, afin de répondre à cette problématique, nous allons procéder en trois étapes :

- Une première partie sera consacrée à la présentation du cycle de vie de l'entreprise, à savoir : le lancement, la croissance, la maturité et le déclin ou le renouveau.
- Une deuxième partie présentera la veille stratégique : définition, types et principes.

- La dernière partie présentera les intérêts de l'intégration de la veille stratégique dans les phases de cycle de vie de l'entreprise.

2 CYCLE DE VIE DE L'ENTREPRISE

2.1 LE CYCLE D'ÉVOLUTION DE L'ENTREPRISE

Selon certaines définitions qui ont accordé à l'entreprise un aspect de développement, de croissance et d'échange avec son environnement, l'entreprise peut se manifester en tant qu'organe qui passe durant son existence par un cycle de vie prévisible. L'entreprise né, croit et atteint la maturité. A ce moment elle tend vers la régression voir la disparition ou elle essaie de se renouveler en élaborant des stratégies de redémarrage afin de garantir sa reprise et voir sa survie. Ce cycle nous rappelle le phénomène de développement chez l'être humain qui grandit tout en subissant des changements tout au long de son cycle de vie.

La notion du cycle de vie a été consacrée au produit de l'entreprise. Plusieurs études se sont orientées vers le cycle de vie du produit afin de démontrer le rôle que joue ce cycle dans le développement de l'entreprise et même dans sa survie.

Afin d'analyser un produit, un service ou essayer d'analyser le développement d'une affaire il s'avère indispensable d'aborder le sujet de cycle de vie. C'est en connaissant à quelle stade se trouve le produit que nous pouvons connaître la situation de l'entreprise ainsi que la stratégie qu'elle peut adopter.

Généralement le cycle de vie du produit est composé de 5 étapes [4] auxquelles correspondent des caractéristiques, des taux de croissances et des objectifs marketings bien différents. Pour chaque étapes l'entreprise adopte une stratégie bien déterminée afin d'optimiser son efficacité.

- 2.1.1** Phase de mise au point : il s'agit d'une phase de recherche et développement du produit. Durant cette phase les dépenses de l'entreprise sont plus élevées que les recettes. Et c'est le résultat de cette étape qui va orienter l'entreprise à continuer, à transformer ou à abandonner son projet.
- 2.1.2** Phase de lancement : c'est la phase de pénétration sur le marché afin de faire connaître le produit. Durant cette phase aussi les dépenses sont plus élevées que les recettes vu le coût unitaire élevé ainsi que la nécessité de dépenser en communication pour faire connaître son produit.
- 2.1.3** Phase de croissance : c'est la phase de réalisation des bénéfices suite à une croissance des ventes et une diminution du coût unitaire dû aux économies d'échelle. L'objectif durant cette phase est de gagner plus de part de marché tout en gardant sa clientèle initiale.
- 2.1.4** Phase de maturité : durant cette phase les ventes atteignent leurs maximums avec un ralentissement de leurs croissances. Le prix du produit atteint son minimum et les concurrents se multiplient.
- 2.1.5** Phase du déclin : c'est la dernière étape durant laquelle les ventes diminuent considérablement et des nouveaux produits mieux adaptés au besoin du marché apparaissent. Une baisse de rentabilité est ressentie et l'entreprise doit choisir entre laisser tomber le produit ou le relancer en changeant ses caractéristiques ou en le commercialisant sur des nouveaux marchés.

Nous avons énuméré ci-dessus les phases correspondantes au cycle de vie d'un produit qui peut nous fournir une idée sur la situation de l'entreprise. Essayons de voir par analogie le cycle de vie de l'entreprise qui ne devrait pas être très différent de celui du produit.

Effectivement, certaines approches ont énuméré 5 étapes de développement de l'entreprise telle que les 5 étapes du cycle de vie du produit. Nous allons retenir une répartition qui présente ce cycle en 3 étapes puisque nous voyons dans ces étapes un regroupement des différentes phases ainsi qu'une présentation qui peut orienter l'action managériale de l'entreprise. Il s'agit d'une présentation d'un partisan de l'approche systémique [5].

- **Phase préliminaire** qui se forme lors de la création des groupes de travail qui vont opérer dans l'entreprise. Durant cette phase, les personnes ou collaborateurs se motivent et investissent dans l'entreprise sans compter. Ils n'économisent ni effort ni temps ni argent pour faire réussir l'entreprise. Leur soutien est le rapprochement d'une situation plus favorable apportant satisfaction à tout le groupe. Un sentiment de solidarité et d'implication et de convivialité règne chez toutes les parties et il n'y a pas de distance hiérarchique entre les différents intervenants (absence de tout mode d'organisation et de hiérarchie qui peut être source de démotivation du groupe). L'objectif ultime du groupe est la satisfaction du client → C'est la phase qui correspond à la mise au point et au lancement dans le cycle de vie du produit.

- **Phase d'acquisition** qui correspond à la période durant laquelle l'entreprise englobe un nombre important de client ce qui va lui procurer une croissance optimale. Sachant que toutes les forces de l'entreprise vont contribuer à renforcer, voir maintenir cette croissance (force financière, gestion solide, structure organisée...). Durant cette phase l'entreprise investit plus dans la technique et l'attraction des compétences en essayant d'intégrer plus du personnel qualifié et de qualité que du personnel impliqué et solidaire. Le développement de l'entreprise fait apparaître à ce stade des divergences d'intérêt ainsi que des nouvelles exigences. Le groupe solidaire, impliqué et motivé durant la première phase cherche maintenant à récolter le fruit de ses sacrifices (fruit matériel et immatériel). Le maintien de l'activité ainsi que la recherche de la croissance nécessite la mise en place d'une hiérarchie et des procédures absentes lors du démarrage de l'entreprise. Ce nouveau paysage de l'entreprise ne va pas plaire à certaines personnes qui vont se sentir lésés et oubliés → ça correspond à la phase de croissance et de maturité chez le produit.
 - **Phase de revendication collective** qui est la conséquence de multiplication des niveaux hiérarchiques et des divergences des centres d'intérêts. C'est une phase où tout devient complexe. Le marché même ne reste pas accueillant, la concurrence envahit le secteur. La motivation n'est plus spontanée et nécessite plus de valorisation. La satisfaction du client n'est plus une affaire qui attire l'attention du groupe, ce qui prime durant cette phase sont les problèmes internes et le mode de garantir un management équitable → il s'agit là de la phase de déclin connu dans le cycle de vie du produit.
- Il faut noter que le cycle de vie de l'entreprise varie selon la nature de l'activité. En effet, les entreprises industrielles ont une durée de vie plus longue que celles des entreprises commerciales.

2.2 LES CYCLES DE VIE DE L'ENTREPRISE

La notion de cycle de vie est une conséquence de la prise de conscience de l'épuisement de ressources, c'est pour faire face à cette problématique de disponibilité de ressource, que les chercheurs se sont orientés vers l'analyse de cycle de vie.

Comme mentionné précédemment, les entreprises passent par des cycles prévisibles, bien que chacune d'elles croit à sa façon. Durant son développement des techniques de management et des styles de leadership différents sont nécessaires pour chaque étape.

Généralement, l'entreprise apparaît en tant qu'un système c'est-à-dire un ensemble d'éléments en interaction dynamique visant la réalisation d'un objectif préétabli tout en s'ouvrant sur différents environnements.

Avant d'aborder dans la deuxième partie la notion de la veille stratégique, nous allons essayer dans ce qui suit de présenter les différents types de cycles de vie qui composent l'entreprise.

Ces cycles de vie peuvent être répartis en deux parties : les cycles de vie matériels et les cycles de vie humains et sociaux.

2.2.1 LE CYCLE DE VIE MATERIEL

Il s'agit du cycle le plus important dans l'entreprise. Il est composé lui-même d'un ensemble de cycles de vie. Nous allons essayer de présenter ci-après les principaux cycles de vie qui le composent, à savoir, le cycle de vie du produit, le cycle de vie des technologies pour finir avec le cycle de vie des modes de commercialisation.

2.2.1.1 LE CYCLE DE VIE DES PRODUITS

La notion de cycle de vie du produit est une notion ancienne, utilisée à l'origine dans des études marketing. Son objectif, selon ses utilisateurs, est de rationaliser la vie économique d'un produit c'est-à-dire la période séparant son lancement de son abandon.

Pourtant, cette notion s'avère indispensable pour analyser un produit. Comparé à un être vivant, le cycle de vie du produit peut être résumé en 5 étapes essentielles (lancement, croissance, maturité et déclin ou renouveau).

- La phase de lancement

C'est la phase de présentation du produit sur le marché durant laquelle l'entreprise cherche des consommateurs à son produit. Les coûts sont élevés dû aux investissements en recherche et développement ainsi que les dépenses promotionnelles pour inciter à la consommation du produit. Durant cette phase aussi nous remarquons que les ventes progressent lentement à cause de la nouveauté du produit.

- La phase de croissance

C'est la phase qui connaît un accroissement des ventes et une diminution des coûts grâce à des économies d'échelle. La concurrence connaît aussi un accroissement durant cette phase d'où le besoin d'investissement supplémentaire de l'entreprise afin d'acquérir et de conserver une part du marché.

- La phase de maturité

Nous assistons durant cette phase à la plus longue période de cycle de vie du produit. Les nouveaux entrants sont limités et réduits mais la concurrence est plus acharnée expliquée par la saturation de la demande.

- La phase de déclin

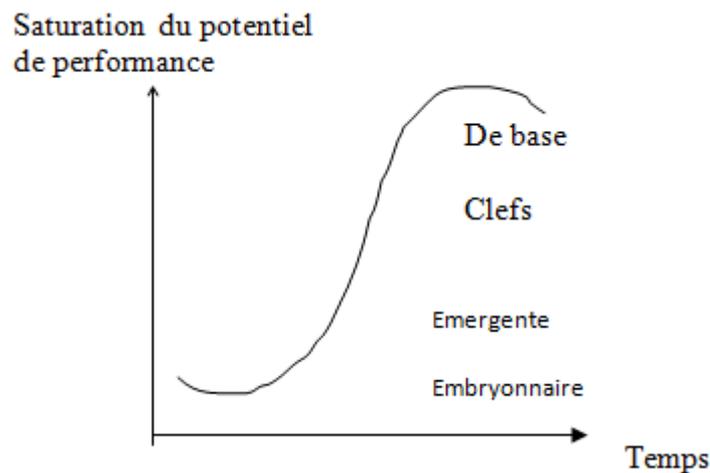
C'est la phase durant laquelle nous assistons à une chute des ventes. D'autres produits plus adaptés au besoin du marché sont commercialisés. La rentabilité de l'entreprise diminue et c'est durant cette phase que l'entreprise doit faire un choix. Soit arrêter ce produit et l'abandonner, soit le relancer en améliorant ses caractéristiques.

2.2.1.2 LE CYCLE DE VIE DES TECHNOLOGIES

Semblables aux produits, les technologies utilisées par l'entreprise possèdent un cycle de vie. En effet, une fois ces technologies sont créées, elles évoluent, atteignent un niveau élevé de succès, puis régressent, pour devenir par la suite obsolètes.

La courbe en S réalisée par R. Foster [6] présente le développement des technologies en montrant la corrélation entre les performances obtenues et les investissements en R&D.

Le cycle de vie d'une technologie a été décomposé par Foster en quatre phases, comme présenté dans la courbe ci-dessous :



Les phases de cycle de vie des technologies

- Phase de technologie embryonnaire :

C'est la phase durant laquelle l'investissement en recherche et développement est le plus élevé. Pourtant la performance de l'entreprise s'améliore lentement.

- Phase de technologie émergente :

Ça nous rappelle la phase de croissance de produit. Durant laquelle l'entreprise maîtrise ses technologies et gagne en productivité.

- Phase de technologie clef :

L'entreprise atteint la limite de sa performance technologique en maîtrisant encore mieux ses technologies.

- Phase de technologie de base :

A ce stade de cycle de vie, les technologies ne jouent plus un rôle de différenciation par rapport à ses concurrents. Ses technologies deviennent à la portée de toutes les entreprises, ce qui signifie que le moment d'abandon ou de rénovation est survenu.

2.2.1.3 LE CYCLE DE VIE COMMERCIAL

Le cycle de vie commercial est étroitement lié au cycle de vie de produit en question. En effet, le mode de commercialisation dépend du stade dans lequel se trouve le produit. Le cycle de vie commercial est similaire au cycle de vie du produit et passe donc par les mêmes étapes, à savoir, la phase de lancement, la phase de croissance, la phase de maturité et enfin la phase de déclin ou de relance.

2.2.2 LES CYCLES DE VIE HUMAINS ET SOCIAUX

Parmi ces cycles de vie, nous allons essayer de présenter le cycle de vie de personnel et le cycle de vie des modes d'organisations.

2.2.2.1 LE CYCLE DE VIE DU PERSONNEL

Une liaison étroite relie le personnel à l'organisation, il s'agit de la carrière de ce dernier. En effet, l'individu rejoint l'entreprise ce qui entraînera des dépenses relativement élevées en terme de formation et d'intégration. Il s'agit donc de la phase de démarrage. Par la suite, le personnel connaîtra une phase de croissance durant laquelle il contribuera à la réalisation des objectifs de l'entreprise en s'impliquant dans son processus de développement. Une fois la phase de croissance arrive à sa fin, l'individu atteint la limite de son potentiel de développement après plus de 35 ans de travail. Il est bien installé dans son poste en attendant de la retraite. L'entreprise durant cette période devra penser à rechercher des futurs personnels. Arrivant à l'âge de la retraite, l'individu partira de l'entreprise en laissant sa place à une autre personne qui prendra la relève.

2.2.2.2 LE CYCLE DE VIE DES MODES D'ORGANISATION

Pour aborder ce type de cycle de vie, nous allons nous référer à L. Greiner qui décompose l'évolution des modes d'organisation de l'entreprise en cinq étapes dont chaque étape s'achève par une crise [7].

- La phase entrepreneuriale qui est caractérisée par une période de créativité. Le seul souci de l'entreprise est la production et la vente du produit. une crise de leadership (qui devra avoir le pouvoir de direction ?) mettra fin à cette phase.
- La phase de collectivité qui démarre en permettant à un individu de prendre le pouvoir de l'entreprise et de l'orienter vers le développement. L'entreprise se trouve cependant devant un problème de financement.
- La phase de délégation qui connaît l'apparition de deux parties, une partie qui apporte les capitaux et une partie dirigeante. Ce qui entraîne une crise de contrôle (qui va contrôler l'entreprise? Les importateurs de capitaux ou la partie dirigeante?)
- La phase de formalisation qui connaît une autonomie relative de chaque filiale de l'entreprise. Ce qui nécessite la mise en place d'une structure solide. Cette structure veillera à correspondre les objectifs de l'organisation aux objectifs de l'administration, ce qui générera une crise de bureaucratie.
- La phase de collaboration qui est le fruit de l'externalisation des activités de l'entreprise. Une collaboration se crée avec des partenaires étrangers et locaux dont l'objectif est de satisfaire la demande qui devient de plus en plus exigeante.

3 LA VEILLE STRATÉGIQUE

3.1 NOTION DE LA VEILLE STRATÉGIQUE

Afin de présenter la notion de veille stratégique nous pouvons décrire le fonctionnement de son processus en deux modes, à savoir, le mode commande et le mode alerte [2].

- Le mode commande : Selon ce mode, la demande d'information est exprimée de la part d'un supérieur hiérarchique. L'application de la veille est donc susciter de la part d'un utilisateur potentiel de l'information.
- Le mode alerte : Selon ce mode, la recherche d'information n'a pas besoin d'une demande de la part des responsables ou des supérieurs hiérarchiques. Un groupe de personne sont à la recherche continue des informations (traqueurs) afin de présenter celles jugées intéressantes aux supérieurs concernés.

D'après la référence [2] " La veille stratégique est un processus informationnel allant de la recherche des informations jusqu'à leur interprétation et à leurs utilisation pur créer une vision de l'environnement dans lequel l'entreprise veut tailler sa place".

3.1.1 DEMARCHE DE LA VEILLE STRATEGIQUE

Dans ce qui suit, nous allons essayer de présenter la démarche de la veille stratégique comme annoncer par [2]. Cette démarche concerne le mode alerte et non pas le mode commande.

3.1.1.1 CIBLAGE DES INFORMATIONS PERTINENTES

Il s'agit de délimiter le champ dans lequel se trouvent les informations jugées importantes. Il est réalisé par un groupe de personne constitué de façon ad hoc.

3.1.1.2 TRAQUE DE L'INFORMATION

C'est le fait de se procurer des informations utiles pour le développement de l'entreprise.

3.1.1.3 SELECTION DE L'INFORMATION

L'accès à l'information est grandement facilité avec le développement technologique que connaît la société. La veille stratégique a pour rôle dans cette situation de ne sélectionner que les informations susceptibles d'aider les utilisateurs potentiels au sein de l'entreprise.

3.1.1.4 REMONTEE DE L'INFORMATION

Après avoir sélectionné les informations jugées utiles, le traqueur est maintenant devant un vrai défi qui est la remontée de ces informations à la bonne personne et au bon moment. D'où la nécessité de disponibilité de moyen matériel approprié pour transmettre les informations.

3.1.1.5 STOCKAGE INTELLIGENT DES INFORMATIONS

Une fois les informations sont remontées aux bonnes personnes et au bon moment, un groupe de personne passeront au stockage de ces dernières. C'est une tâche très importante car elle va mettre en commun toutes les informations en veillant à les rendre facilement accessibles à tout moment par les utilisateurs concernés.

3.1.1.6 DIFFUSION DES INFORMATIONS

Les gestionnaires de stock des informations sont maintenant appelé à communiquer avec les utilisateurs potentiels. Le maître de cette communication est le gestionnaire du stock qui a la responsabilité de transférer correctement les informations, de veiller à ce qu'elles soient claires et effectivement prises en compte par les utilisateurs potentiels.

4 LIEN ENTRE VEILLE STRATEGIQUE ET CYCLE DE VIE DE L'ENTREPRISE

L'entreprise passe par un cycle de vie dont les étapes peuvent être prévisibles mais les décisions correspondantes restent dépendantes du contexte de l'environnement dans lequel elle opère. Chaque décision prise durant chaque étape de cycle de vie nécessite une connaissance des opportunités et des menaces présentes, que se soit à l'échelle interne ou externe de l'entreprise. Cette disponibilité de l'information est le fruit de l'application de la veille stratégique de la part de l'entreprise permettant la prise de décision aux dirigeants. Ce qui nous ramène à chercher, voir à vérifier l'intérêt de la veille stratégique durant chaque phase du cycle de vie de l'entreprise.

Nous pouvons constater que la veille stratégique peut jouer un rôle très important durant chaque phase de cycle de vie de l'entreprise. L'enjeu de la veille reste toujours la survie de l'entreprise.

Phase de lancement : Durant cette phase le système de veille stratégique n'est pas bien installé puisque l'entreprise cherche à se positionner sur le marché. Pourtant des informations sont collectées afin de garantir une meilleure visibilité à l'entreprise.

Phase de croissance : Les traqueurs jouent un rôle primordial en collectant les bonnes informations capables de garantir au preneur de décision la disponibilité de l'information au bon moment. Cela fournira aux utilisateurs potentiels d'avoir un avantage par rapport aux concurrents. C'est donc la qualité de l'information et le timing qui feront la différence durant cette phase.

Phase de maturité : Le besoin de l'information existe toujours, mais le type d'information recherché change durant cette phase. Comme mentionné durant la première partie, durant la maturité les ventes atteignent leur maximum donc pas besoin de rechercher des informations relatives à l'augmentation des ventes et par conséquent l'augmentation de chiffre d'affaire. L'objectif recherché de la veille stratégique durant cette phase est la recherche d'information relative à la possibilité de s'orienter vers la production d'un autre produit ou service tout en augmentant les volumes de ventes, voir à défaut les garder.

Phase de déclin : La veille stratégique gardera le même rôle que la phase précédente. Les utilisateurs potentiels chercheront dans les informations stockées ou les informations qui viennent d'être remontées des signes ou des informations claires afin de les aider à trancher entre l'abandon du produit ou le relancer après avoir moderniser ses caractéristiques.

5 CONCLUSION

La dissertation théorique que nous avons évoquée ci-dessus, même si elle présente certaines limites, nous a permis de sentir le lien entre la notion de cycle de vie de l'entreprise et la veille stratégique. Cela dit, nous avons pu détecter l'importance que peut jouer l'intégration du processus de veille stratégique tout au long du cycle de vie de l'entreprise.

Entre autre, il s'agit d'un travail de recherche théorique, qui mérite d'être complété par une investigation empirique afin de confirmer ou d'infirmer l'importance d'introduire la notion de veille stratégique durant toute les phases de cycle de vie de l'entreprise.

Pour cela, nous pensons faire suivre cet article par une étude empirique qui visera un certain nombre d'entreprise vivant chacune une étape différente de son cycle de vie. Durant cette étude nous essayerons de montrer le rôle que peut jouer la veille stratégique durant les différentes phases par lesquelles passe l'entreprise.

REFERENCES

- [1] E.M. Hernandez et L. Marco, " L'entrepreneuriat et les théories de la firme", RFG numéo138, Avril-Juin 2002.
- [2] Lesca.H, : VEILLE STRATEGIQUE, concept et démarche de mise en place dans l'entreprise", guide pour la pratique de l'information scientifique et technique. Ministère de l'Education Nationale, de la Recherche et de la Technologie, 1997.
- [3] M.C. Chalus-Sauvannet, " INTÉGRATION DE LA VEILLE DANS LE SYSTÈME ORGANISATIONNEL DE L'ENTREPRISE. Quels enjeux pour l'innovation ?," La Revue des Sciences de Gestion, 2006/2, n°218, p 31-43.
- [4] L'Agence Nationale pour la Promotion de l'Innovation et de la Recherche au Luxembourg, « Cycle de vie = Succession d'étapes de vie d'un produit », LUXINNOVATION G.I.E., Copyright 2008.
- [4] Gaillard, P, " Gaillard Conseil, Développement des Personnes et des Organisations", Cabinet de Coaching Professionnel, Développement Personnel, 2012.
- [5] Deval,E., et Nury.G., Organisation et cycle de vie : La notion de cycle biologique intégrée par le management, dans IST MONTPLAISIR, Classes préparatoires au diplôme de comptabilité et gestion, pp. 5-9, Février 2009.
- [6] H.Lesca et M.Schuler, " Veille Stratégique : Comment ne pas être noyé sous les informations ?,"