

Intelligence économique et gestion de l'information dans les sociétés de brasseries de côte d'ivoire

TANOH Zakary

Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle

YEBOUÉ Henri,

Maitre-Assistant

Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle

yeboue.henri@outlook.com

Résumé

Les sociétés ivoiriennes de brasseries sont fortement sollicitées pour participer au dynamisme de l'économie nationale et au bien-être du corps social. Elles doivent, en qualité d'acteurs économiques majeurs, prendre des initiatives, innover, investir, embaucher, se montrer compétitives et développer leurs ventes. Pour accomplir efficacement ce rôle, il leur est essentiel de maîtriser le cœur du métier, mais aussi leurs concurrents, leurs fournisseurs, leurs personnels, tout en intégrant les contraintes de leur environnement.

Cependant, la gestion de l'information dans ces sociétés s'effectue sans une exploration conséquente des outils de l'intelligence économique. C'est dans cette perspective que s'inscrit la présente étude dans une démarche-action appliquée aux entreprises de brasseries ivoiriennes. La théorie mobilisée repose sur le Knowledge Management (Ikujiro Nonaka, 1995.) Ainsi, cette étude vise à montrer qu'une meilleure gestion de l'information via l'intelligence économique améliore la performance financière de ce secteur.

Mots-clés : *Intelligence économique ; Gestion de l'information ; Sociétés de brasseries, Ivoiriennes*

Abstract

Ivoirian brewery societies strongly called upon to contribute to the dynamism of the national economy and the well-being of society as a whole. As major economic actors, they are required to take initiatives, create,

invest, hire, be competitive and increase their sales. To perform effectively this role, it's essential for them to master the core of the business, but also their competitors, suppliers, and employees, all while integrating the environmental constraints. However, information management within these companies is often conducted without a thorough exploration of economic intelligence tools. It's in this context that the present study is part of an action-based approach applied to ivoirian brewery companies. The theory framework is based on Knowledge Management (Ikujiro Nonaka, 1995.). Thus, this study aims to show improved information management through economic intelligence enhances the financial performance of this sector.

Key-words: *Economic Intelligence; Information Management; Ivorian Brewery Companies*

Introduction

Les Sociétés de Brasseries d'Afrique de Côte d'Ivoire sont des sociétés anonymes de droit ivoirien, ayant pour mission la fabrication de tous types de bières, de boissons gazeuses, d'alcomix et de boissons énergisantes. L'environnement actuel de ces entreprises est influencé par une intensification du processus de développement technologique favorisant le passage d'une économie de production à une économie fondée sur la recherche constante dans l'innovation, où le concept d'entreprise d'information remplace progressivement la notion d'entreprise industrielle. L'entreprise d'information désigne une organisation dont l'activité principale est la production, la diffusion et la commercialisation d'informations. Dans un environnement aussi changeant et imprécis, l'anticipation de l'information est devenue le socle de la stratégie de l'entreprise et un avantage concurrentiel. À cet effet, il est impératif pour les entreprises d'admettre que l'information

a une immense valeur stratégique afin d'assurer leur pérennité dans un contexte social, économique et financier devenu complexe et imprévisible. Dès lors, l'objectif principal de ces entreprises de brasseries est de devenir le leader incontesté des boissons en Côte d'Ivoire et une référence au sein du groupe Castel en Afrique. Toutefois, cette visée, présuppose l'usage de multiples outils et ressources informationnelles déjà éprouvés.

Dans un tel contexte, la phase de problématisation de ce travail de recherche renvoie à plusieurs constats liés aux dysfonctionnements au niveau des différentes stratégies adoptées, notamment les actions marketing et communicationnelles. En outre, avec la conjoncture économique et sanitaire mondiale de ces dernières années, ces sociétés de brasseries se sont trouvées confrontées à certaines situations d'ordre conjoncturel, économique et structurel nécessitant la pratique de la pensée d'anticipation. Celle-ci à un certain niveau, présuppose la maîtrise à la fois du sens, du temps, d'une grande capacité d'observation et d'une acuité d'analyse associées, afin de construire des variables liées à l'intelligence économique et à la gestion de l'information.

Le constat que l'on fait, est que la gestion de l'information dans les sociétés de brasseries ivoiriennes, se fait sans une exploration conséquente des outils de l'intelligence économique. Ces faits suscitent un questionnement scientifique qui va orienter le travail de recherche autour de la question centrale suivante : En quoi l'intelligence économique peut-elle aider les sociétés de brasseries ivoiriennes à rester compétitives et à se positionner sur le marché ? Cette question centrale induit la thèse selon

laquelle la gestion efficiente des sociétés de brasseries ivoiriennes est liée à la mise en opération des composantes de l'intelligence économique.

De cette thèse, l'hypothèse générale énonce que la gestion de l'information dans les sociétés de brasseries ivoiriennes est inadéquate aux principes de l'intelligence économique. L'hypothèse opératoire quant à elle, énonce que la mise en place d'un service d'intelligence économique est un gage de maximisation de profit lié à la gestion des activités des entreprises de brasseries ivoiriennes. De fait, l'objectif qui sous-tend cette étude de montrer qu'une meilleure utilisation de l'information via l'intelligence économique peut significativement améliorer la performance financière des sociétés de brasseries ivoiriennes.

Partant de cette idée, le sujet de recherche met en jeu des concepts nécessitant une revue sémantique des termes intelligence économique et gestion de l'information. Selon Guilhon & Moinet (2016), l'intelligence économique désigne :

« la maîtrise, la protection et l'exploitation de l'information, pour comprendre et anticiper l'environnement extérieur, ses acteurs, risques et opportunités, protéger le patrimoine informationnel stratégique et agir sur les leviers d'influence nationaux, européens et internationaux, le tout à partir de sources ouvertes et dans le respect des règles, pour contribuer de

manière précise à la création de valeur. Elle est souvent résumée par le triptyque veille/anticipation, sécurité économique, influence ».

Bien qu'étendue, cette définition reste tout de même pour nous expressive sur la dimension opératoire de l'intelligence économique.

Et nous estimons que, Matre (1994) en donne une sémantique plus opératoire en précisant :

« L'intelligence économique peut être définie comme l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution, en vue de son exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques. Ces diverses actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaires à la préservation du patrimoine de l'entreprise, dans les meilleures conditions de délais et de coûts. L'information utile est celle dont ont besoin les différents niveaux de décision de l'entreprise ou de la collectivité, pour élaborer et mettre en œuvre de manière cohérente la

stratégie et les tactiques nécessaires à l'atteinte des objectifs définis par l'entreprise, dans le but d'améliorer sa position dans son environnement concurrentiel. Ces actions, au sein de l'entreprise, s'ordonnent autour d'un cycle ininterrompu, générateur d'une vision partagée des objectifs de l'entreprise ».

Comme on peut le constater, la gestion de l'information occupe une pratique qui intègre parfaitement l'intelligence économique.

Cette gestion de l'information est définie comme « un processus qui implique la collecte, l'organisation, le stockage, la diffusion et l'utilisation des informations de manière efficace et systématique pour répondre aux besoins d'une organisation ou d'un individu » (McConnell, 1993).

Quoiqu'interdépendants ces deux (02) concepts se distinguent dans leur mise en opération par la manière dont l'information est traitée et diffusée avant qu'elle ne devienne exploitable pour la prise de décision stratégique dans les sociétés de brasseries ivoiriennes. Il ressort que l'intelligence économique est orientée vers l'analyse et l'exploitation de l'information pour prendre des décisions stratégiques, tandis que la gestion de l'information se concentre sur l'organisation et la circulation de cette information à des fins de performance au sein de l'entreprise. De ce fait, il va être le cadre épistémologique

portée par la mobilisation du paradigme du Knowledge Management (Ikujiro Nonaka, 1995), avec ce modèle d'analyse qui se concentre sur la création, le partage et la mutualisation des connaissances au sein d'une organisation par tous les acteurs. Cette théorie, dans le cadre de la gestion de l'intelligence économique peut permettre aux entreprises de brasseries ivoiriennes de mettre en œuvre la mutualisation des expériences professionnelles et expertises liées à leurs attributions pour enrichir la base de données de ces entreprises. Ce processus exige également, la mise en place de systèmes d'information facilitant l'accès et la diffusion des connaissances au sein de ces entreprises. A la suite du cadre épistémologique, le cadre méthodologique s'inscrit dans une démarche de recherche-action et de développement. Par ailleurs, cette étude se basera sur une méthodologie thématique pour expliquer l'intersection entre l'intelligence économique et la gestion de l'information au sein des sociétés de brasseries ivoiriennes. Elle se fondera sur une revue exhaustive de la littérature existante, complétée par l'analyse de récits et d'expériences issus de rapports sectoriels et d'études de cas, dans le but de combiner une analyse des facteurs environnants des obstacles et des atouts spécifiques à la Côte d'Ivoire. L'objectif est de construire un récit cohérent qui mettra en lumière les dynamiques informationnelles et stratégiques propres aux sociétés de brasseries ivoiriennes.

De ce fait, l'ensemble du travail se dessine en deux (02) parties, à savoir : Analyse de la pratique de l'intelligence économique dans les sociétés de brasseries ivoiriennes et impact de la gestion de l'information sur la performance des entreprises de brasseries ivoiriennes.

L'analyse du niveau de pratique de l'intelligence économique consiste à réaliser un diagnostic de la pratique de celle-ci au sein des entreprises de brasseries ivoiriennes. Ce qui va permettre d'évaluer les outils d'intelligence économique réellement pratiqués et de déceler les obstacles rencontrés dans son déploiement. L'objectif est de relever les limites actuelles et d'identifier les raisons pour lesquelles l'intelligence économique n'est pas pleinement exploitée dans ces entreprises.

La seconde analyse de cette étude se focalise sur l'incidence de la gestion de l'information sur la performance des entreprises de brasseries ivoiriennes. Elle propose des alternations ou recadrages concrets visant à améliorer l'application de l'intelligence économique dans ce secteur. Ces ajustements prennent en compte les différentes composantes de l'intelligence économique, en particulier la collecte, l'analyse et l'utilisation de l'information stratégique, tout en mettant l'accent sur les moyens nécessaires pour surmonter les difficultés identifiées dans la première partie. Ces ajustements ont pour point de convergence la proposition d'une esquisse de modèle de mise en œuvre de l'intelligence économique

Examinons, comme annoncé, le niveau de pratique de l'intelligence économique et de la gestion de l'information dans notre champs d'étude.

1. Analyse de la pratique de l'intelligence économique dans les sociétés de brasseries ivoiriennes

Cette étude analyse porte sur le niveau d'exploitation et les défis liés à l'intelligence économique.

1.1. Intelligence économique : un outil sous-exploité dans les entreprises de brasseries ivoiriennes

Dans un contexte de mondialisation accrue et de compétition intensive, notamment dans le secteur des brasseries, l'intelligence économique représente pour nous un levier important pour renforcer la compétitivité et la résilience des entreprises. Cependant, dans les faits, la pratique de l'intelligence économique dans les sociétés de brasseries ivoiriennes est faiblement adoptée, voire inexistante, dans leurs approches managériales.

Les entreprises de ce secteur d'activités industrielles se trouvent dans l'impossibilité d'intégrer l'intelligence économique dans leurs processus décisionnels. Nos enquêtes ont relevé plusieurs raisons explicatives de cette situation : une gestion inadéquate de la veille, des méthodes de collecte d'informations peu structurées, l'absence de systèmes efficaces de stockage et de traitement de l'information, ainsi qu'un manque de formation des acteurs clés. Ces insuffisances exposent les brasseries à des menaces stratégiques majeures, notamment une vulnérabilité accrue face à la concurrence, une réactivité limitée face aux évolutions du marché, et une dépendance vis-à-vis de sources externes non sécurisées. Avis partagé par les travaux de Martre (1994) quand il souligne à juste titre que « *la plupart des échecs relatifs à la diffusion de l'intelligence économique au sein des entreprises dans le monde entier sont avant tout liés, à l'absence de prise en compte des enjeux stratégiques de l'intelligence économique* ». Ce qui se vérifie pleinement dans le cas des brasseries ivoiriennes. En effet, ces structures, bien qu'évoluant dans un environnement concurrentiel et volatile, semblent accorder

peu d'importance à la structuration de leurs flux d'information stratégique. Carayon (2003) partage cet avis quand il insiste sur la vulnérabilité des organisations, quelle que soit leur taille, face aux phénomènes nouveaux tels que la désinformation ou les dépendances technologiques. Pour lui, sans un monde interconnecté, ces menaces prennent une ampleur considérable. Par conséquent, sans une vigilance constante, les brasseries ivoiriennes risquent de subir les conséquences d'une mauvaise anticipation stratégique. Ainsi, en comparant la situation des brasseries ivoiriennes à celle d'autres entreprises de même envergure (les sociétés agroalimentaires européennes ou asiatiques), notamment dans des contextes plus avancés en matière d'intelligence économique, l'écart est manifeste. Là où l'intelligence économique est un pilier central de la stratégie d'entreprise, les brasseries ivoiriennes peinent à structurer une simple veille concurrentielle. En définitive, bien que l'intelligence économique offre un cadre structurant pour anticiper les risques, sécuriser l'information et orienter les choix stratégiques, sa mise en œuvre dans les sociétés de brasseries ivoiriennes reste marginale. Ce déficit s'explique également par un manque de sensibilisation aux enjeux de l'intelligence économique, une insuffisance de compétences, et l'absence de volonté stratégique claire. Pour combler cette situation, plusieurs défis se présentent à elles. Nous allons en exposer certains.

1.2. Défis de l'application de l'intelligence économique dans les entreprises de brasseries de Côte d'Ivoire

Dans l'environnement de la fabrication de boissons, l'intelligence économique constitue un outil stratégique

essentiel pour sécuriser l'information à chaque étape du cycle de renseignement. Cependant, la plupart des entreprises de brasseries ivoiriennes se limitent encore à une exploitation passive des informations, principalement issues de courriels, sans réelle structuration ni sécurisation. Cette approche les expose à des risques de fuite, de désinformation ou de perte de données sensibles. Pour y remédier, il nous semble impératif d'instaurer une véritable culture de l'intelligence économique, reposant notamment sur un dispositif opérationnel clé : la veille stratégique organisée.

La veille, qu'elle soit concurrentielle, technologique, informationnelle ou relative à la réputation et permet de collecter, de traiter des données issues de sources diversifiées, tout en assurant leur protection. Sa mise en place repose sur des outils numériques dédiés qui permettent de centraliser les flux d'information, de filtrer les contenus pertinents et de limiter les accès aux seules personnes autorisées. En ce sens, la veille structurée joue un rôle fondamental dans la sécurité de l'information, car elle offre un cadre sécurisé et maîtrisé pour le traitement de données critiques. Par exemple, dans une brasserie, l'usage d'une plateforme de veille permet de surveiller en temps réel les innovations technologiques dans le secteur, les mouvements des concurrents, les tendances de consommation ou les opinions des clients sur les réseaux sociaux. Toutes ces informations, une fois analysées et diffusées de manière ciblée et confidentielle, favorisent une prise de décision éclairée, tout en limitant les risques de divulgation accidentelle. Par conséquent, la veille peut contribuer non seulement à renforcer la capacité

d'anticipation de l'entreprise, mais aussi à protéger son patrimoine informationnel face aux menaces internes et externes.

Dès lors, l'intégration de cette dimension opérationnelle de l'intelligence économique impacte directement la performance des entreprises de brasseries ivoiriennes. Elle permet une meilleure maîtrise de l'environnement concurrentiel, une réactivité accrue face aux risques émergents, et une optimisation des choix stratégiques. Toutefois, pour que cette démarche soit efficace, il est nécessaire qu'elle soit portée par une volonté forte de l'équipe de direction. Ce qui nécessairement implique une réorganisation de la gestion de l'information et une formation continue des différentes équipes de l'entreprise. Cette réorganisation structurelle et informationnelle va avoir un impact sur son usage à des fins de performance de l'entreprise.

2. Impact de la gestion de l'information sur la performance des entreprises de brasseries ivoiriennes

2.1. De la pratique de l'intelligence économique dans les entreprises de brasseries ivoiriennes

Des solutions peuvent être proposées pour une pratique effective de l'intelligence économique. A savoir :

- sensibiliser les dirigeants des entreprises de brasseries ivoiriennes aux activités de l'intelligence économique et de veille et contribuer à les faire progresser ;

- développer une démarche de l'intelligence économique et de veille;
- avoir une bonne connaissance du marché (clients, fournisseurs), de l'identification des concurrents et de la détection de nouveaux marchés ;
- faire protéger et sécuriser les informations et l'influence ;
- envisager les technologies de l'information et de la communication comme un enjeu stratégique.

L'impact de l'intelligence économique sur le processus de décision incontournable, mais pour qu'elle soit véritablement efficace, certaines pratiques doivent être adoptées. Car, la simple adoption de l'intelligence économique ne suffit pas. Encore faut-il en faire un bon usage pour la prise de décision stratégique dans les directions de l'entreprise.

2.2 De l'information et de la prise de décision des entreprises de brasseries ivoiriennes

Les entreprises de brasseries ivoiriennes, pour prendre des décisions de qualité qui vont amener à rechercher des informations au sein de ses organes ou des partenaires en vue de les traiter, doivent donc mettre en place une intelligence économique. Cette intelligence économique n'a de la valeur que si elle peut permettre de faire un choix, de prendre des décisions et d'agir. Sa valeur est aussi liée à son usage dans le contexte de prise de décision. Elle peut constituer également un levier stratégique pour les sociétés de brasseries ivoiriennes, leur permettant de naviguer dans un marché concurrentiel en constante évolution. En adoptant

des pratiques d'intelligence économique, ces entreprises peuvent mieux comprendre leur environnement, anticiper les changements et prendre des décisions éclairées. Il est toutefois essentiel de surmonter les défis existants pour tirer pleinement parti des avantages de l'intelligence économique. Un engagement fort envers la culture de l'intelligence économique, associé à des investissements dans des outils et des technologies adaptés, aident les brasseries ivoiriennes à renforcer leur position sur le marché et à garantir leur croissance durable. Pour optimiser la prise de décision dans ce secteur, une gestion efficace de l'information est essentielle. Mais quelle est la place de l'intelligence économique dans ce processus ? Comment peut-elle soutenir la performance globale des entreprises ?

Explorons les façons dont une réponse rapide aux changements du marché peut renforcer la résilience et la compétitivité des brasseries ivoiriennes.

2.3. Réponse rapide aux changements du marché

Le secteur des brasseries est en constante évolution avec des changements rapides dans les préférences des consommateurs, la réglementation et la concurrence. Une gestion efficace de l'information est fondamentale pour permettre aux entreprises de s'adapter rapidement à ces changements. En utilisant des outils de veille commerciale et d'analyse prédictive, les sociétés de brasseries peuvent anticiper les évolutions du marché et ajuster leur stratégie en conséquence.

A titre d'exemple, une brasserie qui surveille les tendances de consommation, comme l'augmentation de la demande pour les bières artisanales ou les produits sans alcool, peut

rapidement adapter son offre pour répondre à ces nouvelles attentes. Tout comme, en cas de fluctuations des prix des matières premières, une gestion proactive de l'information permet de réagir rapidement pour minimiser l'impact sur les coûts de production. Parallèlement, une bonne gestion de l'information favorise la capacité d'innovation continue, permettant aux sociétés de brasseries de tester de nouvelles idées et de s'adapter aux changements tout en minimisant les risques. De ce fait, elles peuvent en tirer une meilleure résilience face aux chocs du marché et à une performance globale renforcée. La capacité d'une entreprise à répondre rapidement aux changements du marché est une composante clé de sa compétitivité. Une gestion proactive de l'information permet une telle réactivité mais, la mise en œuvre probante des outils de veille nécessite une compréhension approfondie des mécanismes internes et externes. Cette conditionnalité les oblige à veiller à ce que l'intelligence économique puisse servir leurs intérêts dans un environnement dynamique. La section suivante propose une esquisse de modèle de mise en œuvre de l'intelligence économique dans cette perspective.

3. Esquisse d'un modèle de mise en œuvre de l'Intelligence économique au service des entreprises de brasseries ivoiriennes

L'intelligence économique (IE) est essentielle pour les entreprises de brasseries ivoiriennes car elle leur permet de collecter, d'analyser et d'utiliser des informations stratégiques pour prendre des décisions éclairées. Dans le secteur des brasseries en Côte d'Ivoire, où la concurrence

est croissante et les dynamiques de marché en constante évolution, l'adoption de pratiques d'intelligence économique devient plus qu'une nécessité. Cette analyse des informations stratégiques a pour but d'orienter sur la recherche et le recueil des informations et des connaissances clés, le traitement et l'interprétation des informations recueillies, la formulation de raisonnements stratégiques, ainsi que la mise en œuvre des actions et l'animation des réseaux liés à l'intelligence économique dans les sociétés de brasseries ivoiriennes.

3.1. Recherche des informations (connaissances clés)

Cette première étape de recueil des informations est l'objet du processus de veille (passif) ou de renseignement (actif), marquée par une recherche proactive d'informations dans des sources secondaires telles que des rapports industriels, des articles académiques et des études de marché pour obtenir des données sur l'industrie de la bière en Côte d'Ivoire. Ces informations peuvent être :

Orales, obtenues par des relations humaines (renseignement humain, « HUMINT » en jargon de renseignement). Écrites, recueillies par un processus d'intelligence des sources ouvertes (renseignement d'origine source ouverte, « OSINT ») et de recherche d'informations sur le Web à l'aide de moteurs de recherche.

Par ailleurs, la mise en œuvre du processus d'intelligence doit faire appel à des qualités de discernement et d'intuition de la part des veilleurs et des experts dans la perception de l'environnement des brasseries. Toutefois, l'intuition, bien que précieuse, peut entraîner des erreurs d'appréciation. Il est donc nécessaire de vérifier les informations à partir de

plusieurs sources et de discerner, par une perception précoce, quelles sont les informations justes et utiles, en tenant compte de la réglementation ou du contexte. Ainsi, la veille nécessite l'emploi des moteurs de recherche sophistiqués, dont les performances dépendent de caractéristiques techniques telles que la recherche en texte intégral ou, de plus en plus, la recherche sémantique avec utilisation de métadonnées. L'usage de la veille a également pour objectif de permettre de dépister les stratégies de diversion de leurs adversaires, qui peuvent se manifester par des rumeurs, des bruits ou de la désinformation.

Dans l'étape suivante, nous allons explorer plus en détail comment le recueil d'informations peut être structuré et proposer quelques techniques utilisées pour assurer leur fiabilité dans le contexte spécifique de l'environnement social, économique et culturel de la Côte d'Ivoire.

3.2. Traitement et interprétation des informations recueillies dans le contexte de l'environnement socio-économique et culturel ivoirien

Les informations recueillies doivent être analysées et structurées à l'aide de la méthode Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces (matrice FFOM), connue sous le nom de SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats en anglais). Bien que ce modèle ait été largement utilisé dans le monde du conseil en stratégie, il présente des limites dans le contexte actuel. La distinction entre « opportunités » et « menaces » devient floue dans un environnement compétitif dynamique où, un actif menacé dans un segment peut représenter une opportunité dans un autre segment. Par exemple, la prolifération des actifs en détresse, c'est-à-dire

l'augmentation rapide du nombre d'actifs (biens, entreprises, investissements, etc.) dans le secteur des brasseries ivoiriennes doit être vue à la fois comme une menace et une opportunité pour les entreprises qui s'engagent sur de nouvelles technologies comme la Voix sur IP. Une fois collectées, ces informations doivent être analysées et interprétées avec soin pour qu'elles deviennent un véritable outil stratégique pour ces entreprises de brasseries ivoiriennes.

Cependant, la simple analyse ne suffit pas. En effet, il faut également savoir comment formuler des raisonnements stratégiques à partir de ces données pour anticiper l'avenir. Nous allons maintenant aborder l'importance de cette étape dans le processus décisionnel.

3.3. Formulation des raisonnements stratégiques à partir du corpus d'informations traitées

À ce niveau, les entreprises de brasseries ivoiriennes ont l'abrogation d'élaborer un plan de protection de leur patrimoine informationnel ainsi qu'une stratégie de sécurité des systèmes d'information pour les mettre à l'abri des concurrents. Cela inclut:

- une étude des habitudes de consommation : Analyse des préférences des consommateurs, des changements dans les comportements d'achat et des influences culturelles sur la consommation de bière ;
- une évaluation de l'impact des innovations : Suivi des nouvelles tendances en matière de produits,

comme les bières artisanales, les bières sans alcool et les options bio ;

- une analyse des facteurs économiques et réglementaires : Examen des impacts des politiques fiscales, des lois sur l'alcool et des fluctuations économiques sur le marché de la bière ;
- une prospective : Prévisions des évolutions futures du marché basées sur les données historiques et les tendances actuelles.

En somme, les raisonnements stratégiques est l'aboutissement d'un travail d'analyse rigoureux. Ils permettent aux dirigeants d'entreprises de brasseries ivoiriennes de prendre des décisions éclairées et adaptées aux défis liés à leurs activités. C'est donc sur cette base que les entreprises de brasseries ivoiriennes peuvent anticiper les futures évolutions du marché par la mise en œuvre d'actions et de politique d'animation des réseaux (partage d'information au sein de l'entreprise).

3.4. Mise en œuvre des actions et animation des réseaux

Cette phase opérationnelle consiste pour les entreprises de brasseries ivoiriennes à exploiter les outils et systèmes utilisés pour l'intelligence économique, tels que :

- les systèmes de Business Intelligence (BI) : Outils pour collecter, analyser et visualiser les données, comme Tableau ou Power BI ;
- les bases de données sectorielles : Utilisation de plateformes comme Statista ou de bases de

données locales pour accéder à des informations spécifiques au marché ivoirien ;

- les outils de CRM (Customer Relationship Management) : Intégration d'outils de gestion de la relation client pour suivre les interactions et les préférences des consommateurs ivoiriens ;
- les logiciels de veille stratégique : Utilisation d'outils comme Google Alerts ou Mention pour surveiller les actualités et les mentions de la marque sur le web.

L'animation des réseaux et la mise en place de systèmes d'intelligence économique sont des éléments clés pour assurer la continuité de ce processus stratégique. Ces opérations ont pour finalités d'assurer une gestion d'information optimisée et d'atteindre une meilleure performance à long terme pour les entreprises de brasseries ivoiriennes.

Conclusion

L'intelligence économique est aujourd'hui une bonne stratégie permettant de maximiser le profit ou d'améliorer les rendements de toute organisation. En conséquence, la mise en œuvre d'une bonne application de l'intelligence économique permet d'obtenir un meilleur rendement. Dès lors, les entreprises de brasseries ivoiriennes, si elles ne cherchent pas à connaître, à comprendre et à analyser leur environnement, s'exposent à des difficultés face au marché et risquent de ne pas pouvoir assurer leur pérennité et leur existence dans le temps. En revanche, si elles s'informent et

se renseignent sur leur environnement à travers la veille, grâce à l'intelligence économique, elles obtiennent un avantage certain et pourront assurer leur présence sur le marché. L'intelligence économique est de ce fait, aujourd'hui, un outil stratégique sûr pouvant améliorer la performance de ces sociétés.

Références bibliographiques

- CARAYON Boris, 2003. *Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale: Rapport au premier ministre*, Documentation française, Paris
- DESCHAMPS Christophe et MOINET Nicolas, 2011. *La boîte à outils De l'intelligence économique*, Dunod, Paris
- FONTANEL Jean, 2004. *Intelligence économique et son exercice*, FINEC, Saint-Pétersbourg
- GUILHON Alice et MOINET Nicole, 2016. *Intelligence économique s'informer- se protéger-Influencer*, Pearson, Paris
- HERMEL Laurent, 2010. *Veille informationnelle et intelligence économique comme stratégie de gestion de l'entreprise*, Afnor, Paris
- JAKOBIAK François, 2009. *L'intelligence économique*, Editions d'organisation, Paris
- MARTRE Henri, 1994. *Intelligence économique et stratégie des entreprises*, La documentation française, Paris,
- McCONNELL Brue, 1993. *Economics : Principes, problems, and policies*, McGraw-Hill Education, New York
- NONAKA Ikujiro, 1995. *The knowledge-creating company*, Oxford University Press, New York