



HAL
open science

La conception et la mise en oeuvre de la veille stratégique: Etude de cas de la société du secteur de la restauration en Arménie

Gohar Sargsyan, Marie-Christine Chalus-Sauvannet

► To cite this version:

Gohar Sargsyan, Marie-Christine Chalus-Sauvannet. La conception et la mise en oeuvre de la veille stratégique: Etude de cas de la société du secteur de la restauration en Arménie. Le 1er Colloque international francophone en Ukraine "Langues, Sciences et Pratiques", Oct 2017, Kiev, Ukraine. hal-01626142

HAL Id: hal-01626142

<https://hal.science/hal-01626142>

Submitted on 30 Oct 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La conception et la mise en œuvre de la veille stratégique : Etude de cas de la société du secteur de la restauration en Arménie

Gohar SARGSYAN

Doctorante en Sciences de Gestion

Marie-Christine CHALUS-SAUVANNET

Maître de conférences/HDR

Université française en Arménie (UFAR) ; Université Jean Moulin Lyon 3 ;

IAE Lyon - Ecole Universitaire de Management

Ecole Doctorale Sciences Economiques et de Gestion (ED SEG 486)

Centre de Recherche Magellan (EA n° 3713)

gohar.sargsyan.marketing@gmail.com

L'environnement représente une dimension importante dans les théories du management stratégique (Ansoff, 1975) et principalement celle du management stratégique de l'information (Lesca, 1989; Baumard et Benvenuti, 1998). La gestion de l'environnement, plus particulièrement de l'information stratégique, aide les entreprises à identifier les opportunités et les risques du marché dans lesquels elles opèrent ou souhaitent se développer. Ainsi l'information est au cœur de la compétitivité et semble un enjeu pour survivre et se développer dans un environnement de plus en plus complexe.

Aujourd'hui, les entreprises sont confrontées à deux problématiques en matière d'information:

- D'un côté, le manque d'information ou encore des erreurs dans son analyse qui peuvent constituer une menace pour les entreprises en apportant des renseignements erronés susceptibles de fausser la prise de décision stratégique dans l'organisation et de conduire à une crise.
- De l'autre côté, « l'infobésité »¹ rend plus complexe la gestion de l'information stratégique. L'entreprise est confrontée à une multitude d'informations accessibles. Les trier et les sélectionner devient difficile et chronophage.

Il semble important d'intégrer la veille stratégique dans l'organisation de l'entreprise afin de réagir plus vite au bon moment, en ayant anticipé les conditions nécessaires à la réactivité. Deuxièmement, la veille stratégique permet aux entreprises d'augmenter leur capacité d'innovation et leur proactivité (Chalus-Sauvannet, 2000).

Selon Lesca la veille stratégique est le processus collectif volontariste par lequel l'entreprise traque d'une façon active et assimile des informations à caractère anticipatif concernant les changements de son environnement socio-économique dans le but de se créer des opportunités d'affaire et d'agir (1994).

Dans un grand nombre de pays, l'idée même de la mise en place de cette veille n'est pas acquise au sein des plus grandes entreprises. En Arménie la gestion est une nouvelle science et les relations commerciales, en général, sont des nouveautés car le marché est en pleine phase de construction et de développement. Comme dans les autres pays post-soviétiques, les

¹ Le terme d'« infobésité » est un mot-valise qui associe l'information et l'obésité. Cette analogie avec une maladie due à un fort surpoids désigne les effets pathologiques de la surconsommation d'informations. (Caroline Sauvajol-Riolland, « Infobésité, gros risques et vrais remèdes », 2012)

transformations du système de l'économie arménienne ont engendré un bouleversement global (Tevanyan, 2010). En conséquence, le secteur de l'activité économique a commencé à se structurer en Arménie dès les années 1990.

Le marché arménien est assez petit et ne représente pas d'intérêt pour les investissements et pour les entrepreneurs (2.989 million d'habitants)². Par contre, la richesse intellectuelle de ce pays est importante et de plus en plus d'entreprises se créent et sont localisées en Arménie travaillant pour les marchés étrangers. Plus particulièrement ce sont les entreprises du secteur d'IT et de service. Cela s'explique par le fait que les deux frontières avec la Turquie et l'Azerbaïdjan sont fermées ce qui limite les possibilités d'importation et d'exportation tandis que dans le cas de services ce genre de problèmes n'existe pas. De plus, une augmentation remarquable des entreprises dans le secteur HORECA³ s'explique par le fait que le tourisme est l'un des secteurs prioritaires en Arménie.

En se basant sur cette première analyse nous pouvons conclure que les spécificités de l'Arménie sont particulièrement intéressantes pour mener des recherches. Notre recherche porte sur l'étude de cas de l'entreprise du secteur de restauration en Arménie: Figaro Restaurants Group. L'entreprise a 150 employés dans trois chaînes de restaurants: Segafredo, Cinnabon et Square One. L'intérêt de faire une recherche sur le terrain dans cette entreprise se justifie par la présence des marques internationales européennes et américaines ainsi qu'une marque arménienne. L'étude de cas (Yin, 2009), les observations et l'étude quantitative confirmatoire, dans le cadre de la recherche action/intervention, permettront de relever les meilleures pratiques de la conception et de la mise en œuvre de la veille stratégique et d'explorer les résultats anticipatifs (Lesca, Caron-Fasan, 2005).

² National Statistical Service of the Republic of Armenia: http://www.armstat.am/file/article/nasel_01.01.2016.pdf

³ Acronyme désignant le secteur d'activités de l'Hôtellerie, de la Restauration et des Cafés.