

Chercher n'est pas trouver : outils, méthodes et stratégies à l'usage de ceux pour qui l'information compte

Pierre-Yves Debliquy

Liège : Edi.pro, 2015. - 323 p. - ISBN : 978-2-87496-244-8 : 29 € TTC



L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE AU SERVICE DES ENTREPRISES

Pierre-Yves Debliquy se pose la question de la recherche d'information sur le Web depuis que l'accès à ce dernier n'est plus confidentiel. Voilà vingt ans en effet qu'il arpente les fils de la Toile pour exercer son activité de veilleur puis, depuis une dizaine d'années, d'accompagnateur de petites et moyennes entreprises dans leurs pratiques d'« intelligence stratégique ». En fait d'intelligence, il s'agit bien d'intelligence économique comme il se dit plus souvent. L'auteur emploie son expression par belgicisme peut-être, par esprit corporate pourquoi pas (il est « conseiller en intelligence stratégique » de l'Agence liégeoise de développement économique), de toute façon pour marquer la justification en même temps que la finalité de toute recherche d'information pour les entreprises qu'il côtoie : l'intelligence économique est par nature stratégique.

Reste qu'une telle finalisation n'a pas permis à l'auteur de distribuer son propos le long d'un fil conducteur. Il a pris le parti de « favoriser une lecture fractionnée » de son ouvrage. Les séquences sont courtes, comme autant de post-it répondant à chaque fois à une question précise, parfois ténue, à charge pour le lecteur de reconstituer le puzzle dont il a besoin pour engager sa recherche d'information stratégiquement utile. L'auteur compare la connaissance que le décideur doit posséder de l'environnement de son entreprise à un puzzle que la recherche d'information permettra d'assembler. Il en va ainsi de cet ouvrage.

Ce dernier comporte sept chapitres. Après avoir calé l'orientation globale de son propos dans la problématique de « l'intelligence stratégique au profit de la PME », l'auteur nous invite à « bien comprendre le Web ». Puis on entre dans le vif du sujet, à savoir la recherche d'information : questions stratégies et méthodes d'abord, outils et méthodes « pour bien utiliser les moteurs de recherche » ensuite. Les chapitres suivants nous emmènent du côté de l'outillage propice à la recherche d'information et à son traitement, promouvant l'usage des « cartes mentales au service de l'intelligence économique », proposant une panoplie d'« outils de management modernes », présentant pour finir d'« autres outils utiles de la boîte à outils de l'intelligence économique ».

L'ouvrage est copieux (323 p.) et la lecture sinueuse, fractionnée comme dit l'auteur, sans linéarité thématique ni progression didactique. Les « sujets » traités sont ainsi éparpillés au gré des « post-it ». Aussi regrettera-t-on l'absence d'un *index rerum* qui eût permis au lecteur d'entrer rapidement dans le vif du propos utile, de trouver habilement ce qu'il cherche parce qu'il en a besoin.

C'est que l'ouvrage n'entend pas cibler un lecteur particulier. L'auteur le veut « accessible à tous ceux qui veulent progresser dans le domaine de la recherche d'information, aux entrepreneurs, chercheurs, étudiants... quels que soient leur profil ou leurs niveaux techniques ». Soit. Mais il est clair que chacun n'y trouvera pas le même intérêt. L'entrepreneur y piochera les pièces de sa boîte à outils et leurs modes d'emploi. Le documentaliste y lira, lui, de quoi comprendre, pour l'endosser, la posture qu'il doit adopter s'il souhaite accompagner l'économie en marche, de quoi revêtir le costume du « *cost killer* » dont parlait l'ADBS il y a maintenant plus de dix ans.

Parce que « chercher n'est pas trouver », cet ouvrage mérite d'être lu, qui propose « outils, méthodes et stratégies à l'usage de ceux pour qui l'information compte ». Restera ensuite à trouver ceux pour qui l'information ne compte pas... ■