Volume 22 Issue 12
Originally issued as A5



Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management
Volume 22 Issue 5 Version 1.0 Year 2022
Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal
Publisher: Global Journals
Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853

Informational Behaviors and Innovation in SMEs: An Application to the Cameroonian Agri-Food Sector

By René Roland Eloundou Mballa & Emmanuel Eric Essama Nanga
ENSET-Université de Douala

Abstract- Nowadays, for companies that want to experience strong growth, information systems have become essential. But it is the informational behaviours of individuals who form these systems that make them effective and efficient within a company. And thus, these behaviors can make companies innovative over a long period. The information system of a company is an effective means to improve performance and thus increase competitiveness (Thomas and Muller, 1996). This research aims to evaluate the contribution of managers informational behaviours to the innovation of SMEs in the agrifood sector. To carry out this study, we conducted an exploratory qualitative approach based on case studies to better understand this problem, and then we carried out a review of the literature on the concepts of informational behaviour and innovation. However, our research shows that the more effective and efficient informational behaviours of managers, the more they contribute to the creation of a product innovation.

Keywords: *informational behaviour; product innovation, agri-food SMEs; information.*

GJMBR-A Classification: *DDC Code: 303.484 LCC Code: HM101*



Strictly as per the compliance and regulations of:



© 2022. René Roland Eloundou Mballa & Emmanuel Eric Essama Nanga. This research/review article is distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0). You must give appropriate credit to authors and reference this article if parts of the article are reproduced in any manner. Applicable licensing terms are at https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/.

Informational Behaviors and Innovation in SMEs: An Application to the Cameroonian Agri-Food Sector

Comportement Informationnel Et Innovation Dans Les PMI: Une Application Au Secteur Agro-Alimentaire Camerounais

René Roland Eloundou Mballa[α] & Emmanuel Eric Essama Nanga[σ]

Abstract- Nowadays, for companies that want to experience strong growth, information systems have become essential. But it is the informational behaviours of individuals who form these systems that make them effective and efficient within a company. And thus, these behaviors can make companies innovative over a long period. The information system of a company is an effective means to improve performance and thus increase competitiveness (Thomas and Muller, 1996). This research aims to evaluate the contribution of managers informational behaviours to the innovation of SMEs in the agri-food sector. To carry out this study, we conducted an exploratory qualitative approach based on case studies to better understand this problem, and then we carried out a review of the literature on the concepts of informational behaviour and innovation. However, our research shows that the more effective and efficient informational behaviours of managers, the more they contribute to the creation of a product innovation.

Keywords: informational behaviour; product innovation, agri-food SMEs; information.

Résume- De nos jours, pour les entreprises qui veulent connaitre une croissance forte, les systèmes d'information sont devenus des incontournables. Mais ce sont les comportements informationnels des individus qui forment ces systèmes, qui les rendent efficace et efficient au sein d'une entreprise. Et ainsi ces comportements pourront rendre les entreprises innovantes sur de longue période. Le système d'information d'une entreprise est un moyen efficace pour améliorer la performance et ainsi accroître la compétitivité (Thomas et Muller, 1996). Cette recherche vise à évaluer la contribution des comportements informationnels des managers à l'innovation des PMI du secteur agro-alimentaire. Pour mener à bien cette étude, nous avons procédé à une démarche qualitative exploratoire basée sur des études de cas afin de mieux cerner ce problème. Ensuite, nous avons effectué une collecte de données portant sur les concepts de comportements informationnels et ceux d'innovation. Enfin, les recherches montrent que plus les managers des entreprises ont des comportements informationnels efficaces et efficients, plus ceux-cicontribuent à la création de l'innovation de produit.

Author α: Doctorant, Ecole Normale Supérieur d'Enseignement Techniques (ENSET-Université de Douala) Douala Cameroun.
e-mail: eloundourenroland@gmail.com
Author σ: Enseignant-Chercheur, Ecole Normale Supérieur d'Enseignement Techniques (ENSET-Université de Douala) Douala-Cameroun. e-mail: nangaaz@yahoo.fr

Mots-clés: comportements informationnels; innovation de produit; PMI agro-alimentaires; information.

I. Introduction

L'environnement concurrentiel d'une entreprise est la principale cause qui peut inciter une entreprise à analyser ses menaces et ses opportunités; Tout ceci en recherchant des informations nécessaires et pertinentes afin d'être plus réactif sur ses concurrents ceux-ci en anticipant leurs futures actions. Selon Kotler, seules les entreprises qui disposent d'une meilleure information que leurs concurrents sur l'environnement (macro et micro) qui les entoure peuvent mieux choisir les marchés auxquels ils vont s'adresser, et ainsi développer des offres plus intéressantes et ainsi élaborer des plans marketing plus pertinents. Ainsi, cet avantage passe par l'élaboration de bon système d'information en générale. Nous avons décidé de nous positionner à la suite de Maurel D. (2006), qui a choisi d'étudier les systèmes d'information sous l'axe des comportements informationnels dits de qualité. Elle pense que c'est l'un des moyens qui conduirait une entreprise à se différencier de ses concurrents, puisqu'elle la mènera à évaluer son environnement dans le but connaître les besoins de ses clients. Les comportements informationnels permettent ainsi d'arriver à offrir des services qui répondent aux attentes des clients. Et par conséquent, ceux ci essayent de les attirer (les clients), et de les fidélisés pour éviter à ceci de passer vers la concurrence et ainsi elle va arriver à créer une innovation (produit, technologique…)

La stratégie informationnelle de l'organisation devrait être intégrer dans la stratégie d'affaires d'une entreprise. Elle devrait décrire comment une organisation utilisera l'information comme moyen pour créer de la richesse dans un environnement d'affaires dynamique. Toutefois, selon une recherche conduite par l'Institute for Strategic Change de la firme Accenture (Linder et al., 2001), seulement 20% des organisations étudiées intègrent le levier informationnel dans leur stratégie d'affaires et l'utilisent donc de manière volontaire comme avantage concurrentiel. Les

© 2022 Global Journals

entreprises en général et en particulier, les PMI rencontrent souvent beaucoup de problèmes dans leurs activités quotidiennes qui sont à parfois à créditer à leur gestion qui peut être cataloguer de chaotique si nous voulons être alarmiste. Ces problèmes sont diverses et variés à savoir: un climat des affaires peu attractif, une difficultéd'accès au financement, un accès tout aussi compliqué aux talents.

Un des atouts majeurs de certaines organisations consiste en leur capacité à créer et à exploiter l'information et les connaissances. Cette capacité est déterminée entre autres par les comportements informationnels des acteurs de ces entreprises (Nonaka et Takeuchi, 1995; Choo, 1998). Ainsi, une bonne gestion de l'information est considérée comme un impératif pour la survie et la réussite de toute organisation. Collecter les informations est essentielle pour la bonne marche d'une organisation par un ensemble de moyens humains (les cadres) et matériels qui constitue ce que beaucoup appelleront le système d'information. Le système d'information organise l'entente entre les membres d'une équipe en faisant circuler l'information qu'ils partagent de manière hiérarchique et les aident à se coordonner mutuellement.

Ces réalités ont conduit cette recherche à répondre à la préoccupation suivante: Comment les comportements informationnels contribuent-ils à l'innovation de produit des PMI ?

Dans la première partie, nous avons mobilisé une littérature permettant de construire un cadre d'analyse des comportements informationnels des entreprises et l'innovation. Dans la deuxième partie, afin de mieux comprendre l'évolution des comportements informationnels dans les PMI et les conditions de construction de l'innovation de produit, nous avons retenu une approche qualitative exploratoire basée sur l'étude de cas. Cette démarche nous a permis de mettre en relief des résultats significatifs dans le secteur agro-alimentaire camerounais.

II. Les Comportements Informationnels Et Innovation Dans Les Organisations: Cadre Conceptuel et Theorique.

a) *Les comportements informationnels: véritable moteur des systèmes d'information*

i. *Les Comportements informationnels dans les organisations*

Le terme « comportement » désigne les actions d'un être vivant. Il a été introduit en psychologie française en 1908 par Henri Piéron comme équivalent français de l'anglais américain « behavior ». On l'utilise notamment en éthologie (humaine et animale) ou en psychologie expérimentale. Le comportement d'un être vivant est la partie de son activité qui se manifeste à un observateur. Le comportement des animaux, humains et non-humains, peut être décrit comme l'ensemble des actions et réactions (mouvements, modifications physiologiques, expression verbale, etc.) d'un individu dans une situation donnée. Le comportement d'un individu s'inscrit dans le schéma « stimulus-réponse ». Il est le résultat des réponses que l'individu a apprises sous l'influence de stimuli variées. C'est le fruit à la fois des contraintes extérieures fortuites et des renforcements provoqués par l'éducation (avec les multiples conditionnements sociaux qui l'accompagnent) (Frédérique Alexandre-Bailly et al, 2013). Le comportement de l'individu est très souvent associé à sa personnalité et son identité qui sont des concepts qui a été largement étudiés dans le cadre des études de sciences sociales.

La notion de comportement informationnel est souvent complexe et ambiguë, et parfois cette notion est souvent confondue au concept de pratiques informationnelles ou de competences informationnelles. Grâce à nos lectures, nous pouvons dire que le comportement informationnel est la capacité pour chaque individu d'agir de façon efficace et responsable dans des taches de traitement des informations en prenant en compte les facteurs contextuels. Selon plusieurs auteurs, elle suit quatre étapes à savoir:Savoir connaitre un besoin d'information; Savoir rechercher les sources d'information pour résoudre le problème; Savoir évaluer l'information; Savoir exploiter l'information de manière éthique.

- La reconnaissance d'un besoin informationnel

Pour répondre à leurs besoins en information, les managers ont notamment eu recours à des systèmes d'information, par exemple des systèmes en comptabilité et en ressources humaines ou des systèmes de suivi de dossiers impliquant par conséquent un niveau maximal de précision de leurs besoins d'information. En effet, les managers étaient en mesure de formuler des besoins en information et ainsi les fairecorrespondre aux sources de recherche propres aux différents systèmes utilisés. Ce niveau maximal de précision (Belkin, 1980) correspond au niveau des besoins « élucidés » ou « reformulés » de manière à s'adapter aux modalités des systèmes d'information consultés proposés par Taylor (1968). Pour vérifier d'autres niveaux de besoins d'information, c'est-à-dire ceux qui se situent du côté du niveau maximal d'imprécision. Il faudrait adopter une approche de recherche différente et accompagner les managers dans le processus de détermination graduelle de leurs besoins d'information. Enfin, Kuhlthau (2004) associe les niveaux de besoins d'information de Taylor (1968) et les phases de construction des significations de Kelly (1963). Le manager est en mesure d'exprimer clairement des possibles solutions, de les évaluer et

© 2022 Global Journals

d'en tirer un résultat potentiel, et d'y intégrer de nouvelles idées. Les besoins ne peuvent être précisés (ou alors très vaguement), précisés de manière exacte ou à peu près exacte (Belkin, 1980).

- Identification et évaluation des sources d'information

L'interaction qui généralement se produit entre les sentiments du manager (volet affectif), ses pensées, les actions de recherche d'information et les tâches spécifiques que celui-ci accomplit au quotidien ont été mis en évidence par le modèle du processus de recherche d'information de Kuhlthau (1991, 2004). Le manager construit des hypothèses au fur et à mesure que le problème se précise et que l'information est recueillie et interprétée (Kuhlthau, 1991). Différentes formes d'incertitude se manifestent durant le processus: après l'appréhension du début de la travail (étape 1), une joie apparaît dès le choix du sujet général (étape 2) mais est calmé par une incertitude et une confusion qui caractérisent l'étude du sujet général (étape 3). La compréhension apparait lors de la précision du sujet (étape 4) et la confiance du manager se caractérise par la cueillette d'information (étape 5). La satisfaction et le soulagement marquent la fin du processus de recherche (étape 6) si celui-ci s'est bien déroulé (Kuhlthau et Ledet, 1996; Kuhlthau, 1991). Pour Kuhlthau (1991, 2004), le principe d'incertitude permet de comprendre, d'expliquer et parfois de prédire le comportement de recherche.

- L'Exploitation de l'information

Selon Taylor (1986, 1991), l'utilisation de l'information doit être vue non seulement en fonction des managers, mais aussi en fonction de l'environnement d'utilisation de l'information et de leurs situations de travail spécifiques. Il pose également le principe de valeur ajoutée de l'information qui n'est pas intrinsèque à l'information mais se définit plutôt par rapport aux gestionnaires (Taylor, 1986). Dans le modèle de construction du sens, la recherche de l'aide prend la forme d'information devant être comprise, interprétée et utilisée pour permettre à un manager de résoudre le problème initial et poursuivre son activité (Dervin, 1992; Choo, 1998). Taylor (1991) a ainsi identifié huit catégories d'utilisation de l'information qui ne sont pas mutuellement exclusives comme le montre le tableau 1 suivant:

Tableau 1: Catégories d'utilisation de l'information (Taylor, 1991)

Éclaircissement ou développement du contexte d'un problème (*Enlightment*)	L'information est utilisée pour se faire une idée de la situation problématique, pour connaître le contexte de cette situation. Cette information de contexte permet de répondre à des questions du type: « Existe-t-il des situations similaires ? Quelles sont-elles ? Quelle est l'expérience de l'organisation X en la matière et comment est-ce que ça pourrait nous aider ? » Ce que Dervin appelle: « Got pictures, ideas, understandings. »
Compréhension du problème (*Problem understanding*)	L'information est utilisée de façon plus spécifique pour comprendre un problème ou sujet particulier. Elle répond à des questions de type « pourquoi » qui demandent de l'interprétation des données et du jugement quant à sa pertinence. Ce que Dervin appelle: « Able to plan. »
Acquisition de nouvelles habiletés (savoir-faire):(*Instrumental*)	L'information est utilisée pour que l'individu puisse intégrer de nouvelles habiletés afin de savoir quoi faire et comment le faire. Ce que Dervin appelle « Got skills ».
Acquisition de données factuelles pour bien connaître un sujet: (*Factual*)	L'information est utilisée pour décrire un phénomène, un événement, une réalité. L'individu a besoin de données précises, dont l'utilisation dépend de leur qualité (ou à tout le moins de leur qualité perçue).
Confirmation d'un autre élément d'information(*Confirmational*)	L'information est utilisée pour vérifier, valider, confirmer une autre information, ce qui implique souvent de faire appel à une deuxième opinion. Ce que Dervin appelle « Got support, reassurance, confirmation. »
Prédiction d'événements (*Projective*)	L'information est utilisée pour prédire des événements susceptibles de se produire dans l'avenir. Il s'agit souvent de prévisions, estimations, probabilités.
Auto-motivation ou préservation de son engagement (*Motivational*)	L'information est utilisée par l'individu pour provoquer ou soutenir sa motivation personnelle dans une situation spécifique. Ce que Dervin appelle: « Keptgoing ».
Contrôle personnel ou politique: (*Personal or political*)	L'information est utilisée pour développer ses relations, pour améliorer son statut social, sa réputation et son épanouissement personnel, ou encore pour contrôler. Ce que Dervin appelle « Got control », « Got out of a bad situation », « Got pleasure », « Got connected to others ».

Source: Travaux de D. Maurel (2006)

ii. *Les systèmes d'information: role stratégique dans la prise de décision*

Le système d'information est d'un enjeu capital pour les entreprises d'aujourd'hui. C'est autour de cet importance que c'est construit des visions telles que la capitalisation et le partage des informations, la communication commerciale et la modélisation des processus novatrice pour la survie à long terme des

© 2022 Global Journals

entreprises. Le système d'information est un langage de communication au sein d'une organisation, pour permettre de représenter, de manière fiable et objective, rapidement et de manière économique, certains pans de son activité passée ou future » (J.-L. Peaucelle,1981). Le but principal d'un système d'information, dans une organisation, c'est de donner à chaque manager d'une organisation, toutes les informations nécessaires sur la situation actuelle ou passée de l'entreprise. Ce manager peut se trouver de manière virtuelle, soit au niveau du pilotage, soit au niveau opérant suivant la situation vécue. Aujourd'hui, le système d'information informatisé a repris un modèle en offrant à ces gestionnaires, une base de données dans laquelle chacun d'entre eux est capable de trouver ce dont il aurait besoin. L'analyse de l'évolution de l'entreprise engendrée par l'ajout d'une telle source de données est souvent considérée comme une préoccupation subsidiaire, mais, en même temps, elle a conduit à évoquer l'hypothèse d'un impact stratégique des systèmes d'information sur les entreprises ceci au travers des comportements informationnels des managers.

b) Innovation: Clé de longévité des organisations

La littérature sur les travaux de l'innovation sont riches et abondants. En partant de la définition de l'innovation technologique, Garcia et Calantone (2002), définissent l'innovation comme étant un processus itératif initié par la perception d'une nouvelleopportunité de marché ou de service pour une innovation technologique conduisant à des activités de développement, de production et de marketing et visant le succèscommercial de l'invention. Dans des travaux plus récents, on retrouve aussi une définition assez répandue de l'innovation proposée par Midler en tant que projet, réinterprétée et approfondie par Walsh et Romon, en 2006, qui la définissent comme étant « un processus délibéré qui conduit à la proposition, sur un marché ou à l'intérieur de l'entreprise d'un produit nouveau ». La définition de l'innovation a beaucoup évolué comme le tableau 2.

Tableau 2: L'évolution de la définition de l'innovation

Auteurs	Définitions	Caractéristiques de l'innovation
Rogers et Schoemaker (1971)	« L'innovation est une idée, une pratique, ou objet perçu comme nouveau par un individu »	L'innovation est un résultat tangible ou intangible.
Schumpeter (1999)	« L'innovation est l'introduction d'un produit ou d'un procédé absolument nouveau par rapport à toutes les pratiques existantes »	L'innovation absolue, l'innovation est un résultat complètement nouveau au marché, un changement pour le marché.
Dougherty et Hardy (1996), Hurley et Hult (1998), Danneels (2002), Benner et Tushman(2003), Menguc et Auh (2006), Favre Bonté et al. (2007)	« Les innovations d'exploration et d'exploitation se distinguent des innovations radicale et incrémentale car elles se focalisent sur la notion de compétences produit/marché plus que sur le degré de nouveauté de l'innovation » (Favre-Bonté et al. 2007)	Désormais, l'innovation repose sur les capacités et compétences organisationnelles. L'innovation est donc perçue comme un résultat des états internes en compétences et ressources.

Source: Travaux de D. Maurel (2006)

a. *Les différentes approches de l'innovation*

Nous avons pu faire recenser trois approches liées aux innovations après nos différentes lectures:

➢ L'Analyse Schumpetérienne de l'innovation:

L'approche néoclassique a fortement dominé la théorie économique; ce qui justifie que nous nous référions aux travaux de Schumpeter, pour lui, le développement a une importance beaucoup plus profonde que la simple observation d'un phénomène changement qualitatif qui pourraient conduire à des innovations plus récurrentes. Selon lui encore, l'innovation est une invention qui a bouleversé le marché. Et il met en évidence que le processus que suit le changement en trois temps: celui de la nouveauté (innovation), du bouleversement, et celui de la recomposition du système économique.,

➢ L'approche systémique de l'innovation

Selon l'approche systémique, la technologie gagne en importance. Elle devient la ressource fondamentale de l'organisation pour la gestion de l'innovation. L'innovation quant à elle permettra à une entreprise d'enrichir et de diversifier son portefeuille de technologies afin de croitre et de se différencier de ses concurrents. Dans un système idéal, l'innovation atteindrait donc toute l'organisation et se traduirait à la fois par les technologies douces (la philosophie de travail, les valeurs, la culture;Cette façon implicite de faire les choses dans l'organisation) et les technologies dures de l'entreprise (les procédures, le diagramme organisationnel, l'équipement de production; la façon explicite de faire les choses).Le but de l'innovation est de cultiver les compétences de base de l'organisation et

© 2022 Global Journals

de mettre en application, sur le marché ou à l'interne, des technologies nouvelles (produits, procédés de fabrication, système d'information et de communication ou système de gestion et de contrôle) afin d'améliorer constamment l'adaptabilité et la compétitivité de l'entreprise qui demeure en contact étroit avec le marché mondial.

- L'analyse évolutionniste de l'innovation

L'analyse évolutionniste consiste à voir l'innovation comme un processus (Freeman, 1991), mais l'analyse économique orthodoxe ne s'intéresse précisément pas au processus et sur ce plan voit plutôt l'innovation ou le changement technologique comme une « boîte noire » (cf. Rosenberg). Les évolutionnistes, au contraire, mettent l'accent sur le processus même de l'innovation, considérant que c'est le cœur de la dynamique technologique et de la dynamique économique globale, par son effet sur les phénomènes de croissance et crises notamment. Pour un autre auteur évolutionniste, Dosi (1988), l'innovation est un processus de résolution de problèmes. Chez les évolutionnistes par contre, ces deux lieux (PME et grandes entreprises) ne se succèdent pas nécessairement dans le temps, mais peuvent au contraire coexister. Cela nous semble correspondre à la réalité actuelle où, selon les secteurs et selon le degré de maturité du secteur enquestion, ce sont les PME ou les grandes entreprises qui dominent le processus d'innovation.

a. *Innovation au cœur du développement de l'organisation*

Que l'innovation soit étudiée du point de vue l'entreprise, l'innovation au travers de la compétence est un sujet récurrent en matière de développement de l'organisation. Bien qu'il existe des innovations qui résultent de l'éducation, de formation et des séminaires d'apprentissage. Dans un marché rude et en perpétuel changement, la vocation première d'une entreprise ne se limite plus à obtenir un avantage concurrentiel éphémère mais à réaliser un avantage concurrentiel sur le long terme permettant de s'adapter aux éventuelles mutations comme le pense Retour D. et Krohmer C. (2006). A cet effet, on ne peut pas parler d'avantage concurrentiel en se référant aux seules compétences des individus mais il faut faire aussi appel aux compétences organisationnelles et stratégiques. (Tywoniak,2005) d'où l'importante que revêt cette notion de compétence stratégique au centre de l'avantage concurrentiel pris ici comme une innovation permanente. Celles-ci sont définis comme étant le résultat d'apprentissage collectif par lequel les ressources et les savoir-faire sontutilisées et combinées au sein de l'entreprise pour créer une innovation (Prahalad et Hamel, 1990). Dès lors la performance réside dans ses capacités à coordonner et combiner ses ressources et ses compétences et donc dans ses aptitudes mises en place pour développer l'innovation (Alcouffe & Kammoun, 2000).

b. *Innovation: transition des competences organisationnelles vers les competences stratégiques*

L'entreprise reste le lieu d'apprentissage pour des fins d'innovation, ceci par l'intermédiaire d'un processus d'apprentissage. Afin que l'entreprise puisse développer un avantage concurrentiel durable, il ne faut pas qu'elle se contente uniquement d'étudier les seules compétences organisationnelles de l'entreprise mais il faut élargir l'analyse vers des compétences dite stratégiques. Une innovation durable s'appuie alors sur la disposition de l'entreprise de ressources et de compétences que les entreprises concurrentes ne détiendraient pas encore. Les compétences organisationnelles doivent être en adéquation au sein de l'entreprise, et conduisent à des compétences stratégiques,source de création de valeur et d'avantage concurrentiel qui seront maintenu dans le futur. L'apprentissage individuel est une nécessité de l'organisation puisque le gestionnaire appartient à une structure plus grande,dans laquelle ilpartage et développe son savoir et son savoir-faire avec d'autres personnes au sein et hors de l'entreprise.

Selon Koenig (1994), l'apprentissage organisationnel peut être appréhendé comme « un phénomène collectif d'acquisition et d'élaboration des connaissances qui, plus ou moins profondément, plus ou moins durablement, modifie la gestion des situations et les situations elles-mêmes ». L'apprentissage mène donc à la création des compétences clés au sein d'une organisation ceci passant par la coordination des savoirs, des savoirs- faire et des comportements des individus au niveau de l'organisation et donc à être plus performante sur un marché en perpétuel évolution.

c. *Effets des comportements informationnels à l'innovations au sein des organisations*

Quelques économistes travaillant sur l'information, et en particulier Herbert Simon (1955), ont souligné que les entrepreneurs ont tendance à maintenir les comportements qu'ils jugent satisfaisantes, ou des pratiques établies, à moins qu'ils ne se sentent menacés par des évènements extérieurs et ce, précisément en raison des difficultés à obtenir des informations pertinentes et des coûts importants liés au traitement de ces informations. Ainsi, le processus d'innovation met de manière évidente, le jeu des connaissances, des savoirs, des compétences, des savoir-faire, des capacités et aptitudes (Winter, 1987) d'où la proposition générale de ce travail de recherche: plus les comportements informationnels des managers sont importants, plus ceux-ci contribuent à créer une innovation de produit au sein des PMI agro-alimentaires.

La reconnaissance d'un besoin informationnel ouvre la modélisation du processus du comportement

© 2022 Global Journals

informationnel des managers. (Choo,2006).C'est ainsi que les besoins informationnels de ces managers génèrent aussi un sentiment d'incertitude (Kuhlthau 1993) et un manque de confiance face à un problème. En ce qui concerne l'incertitude, elle représente un facteur de stress face auquel un individu pourra vouloir plus d'information ou ne pas en vouloir du tout selon Wilson en 1997. Pour le manager, la valeur de l'information trouvée pour répondre à un besoin informationnel est directement reliée à sa capacité à répondre au besoin viscéral liée au problème (Choo, 2006) ce qui nous a conduit à émettre la proposition suivante (P1) Plus le besoin informationnel est grand, plus la modification descomposantes des caractéristiques des produits est grande.

La recherche d'information est un processus qui se veut être universel et, pour le même besoin informationnel, chaque gestionnaire aura un processus de recherche qui lui est propre en fonction de différents facteurs qui sont à sa disposition, ce qui peut être vue au niveau de la qualité perçue d'une source d'information, sa disponibilité, ou de sa fiabilité mais aussi en fonction du niveau de motivation du manager qui cherche à répondre à un besoin (Choo,2006).Le processus de recherche de l'information est visible par la qualité des sources d'information que les managers utilisent d'où la proposition suivante (P2) à savoir plus les sources d'information des managers est de qualité plus les décisions des managers contribuent à Modification de usage du produit.

Pour Kenneth Arrow, la connaissance technologique est facile à transférer, reproduire et réutiliser dans les entreprises. Cette idée repose ainsi sur trois propriétés qui font de la connaissance un bien économique spécifique et qui sont à l'origine du concept "dilemme de la connaissance ». C'est pour cela qu'il a mis en exergue la diffusion et l'utilisation de la connaissance est vue comme libre, donc elle n'est pas limitée à celui qu'il l'a produit. Il pense aussi que la connaissance ne se détruit pas par l'utilisation de celle-ci lors de la résolution du problème. La connaissance est cumulative mais les savoirs qui existent sont à l'origine de la production de savoirs nouveaux...d'où la proposition suivante (P3): Plus l'utilisation de l'information par les managers est effective plus la fabrication d'un nouveau produit est importante.

III. Cadre Empirique de la Contribution des Comportements Informationnels à L'innovation Dans les pmi Agro-Alimentaires

a) *Les éléments méthodologiques*

Partant d'une approche qualitative et compréhensive d'un phénomène social (les comportements informationnels des cadres dans l'innovation des PMI agro-alimentaires camerounaises), la description et l'explication s'entremêle de façon dynamique pour comprendre cette réalité (Koenig, 2006). Fondée sur un raisonnement interprétativiste, de type abductif et référence aux travaux de Eloundou Mballa (2021), notre recherche qualitative basée sur les études de cas s'est orientée vers une démarche exploratoire. Afin de mieux comprendre l'évolution des comportements informationnels des cadres et les conditions de construction de l'innovation issues de telles comportements au sein des PMI agro-alimentaires, l'observation et les entretiens ont été privilégiés. Cette méthodologie nous semble pertinente face au questionnement soulevé et à la nécessité d'analyser l'ensemble du processus dans son contexte (Wacheux, 1996). Elle permettra également d'obtenir les points de vue de différents acteurs (dirigeant, salariés).

Notre recherche s'appuie sur un matériau empirique composé de données principalement qualitatives. Celui-ci prend en compte des données primaires collectées à partir d'entretiens semi-directifs et des données secondaires provenant de documents internes et externes. Ces entretiens exploratoires ont pour objectif d'évaluer la contribution des comportements informationnels des cadres dans le développement d'une innovation en général et celle d'une innovation de produit dans les PMI agro-alimentaires au Cameroun en particulier. L'étude a porté sur trois entreprises constituant un échantillon représentatif des PMI agro- alimentaires à savoir: KCJ-NATURE, DREAM SERVICES, INDUSTRIAL LIGHT SARL. La revue de littérature et l'étude exploratoire ont guidé l'identification des thèmes pertinents à aborder. Ces thèmes nous ont guidés dans la construction des différentes rubriques du guide d'entretien. Le recours à un programme informatique (NVIVO 10), nous a permis de traiter et d'analyser les données collectées, nous avons privilégié à cet effet l'analyse thématique. Le tableau 3 ci-dessous résume le dispositif méthodologique mis en œuvre dans notre recherche:

© 2022 Global Journals

Tableau 3: Synthèse des choix méthodologiques

Choix	Option retenue	Justifications
Epistémologie	Une recherche ancrée dans le courant interprétativiste.	L'objet de notre recherche (les comportements informationnels des cadres), ne bénéficie pas d'une essence qui peut être atteinte. La visée compréhensive plus qu'explicative de l'étude de l'innovation de produit nous éloigne d'une posture positiviste.
Type de méthodologie	Une démarche exploratoire dans une étude qualitative par étude de cas unique.	Au regard des faibles travaux théoriques et empiriques sur le sujet, et afin de mieux comprendre la contribution des comportements informationnels des cadres au développement de l'innovation dans les PMI agro-alimentaires camerounaises.
Mode de raisonnement	Du choix de l'approche abductive.	Processus par des allers retours entre les observations et les connaissances théoriques tout au long de la recherche. En effet, plusieurs auteurs qualifient ce processus d'exploration « hybride » et soulignent que ces recherches tendent vers un « réalisme fort » de la théorie (Koenig, 1993) et vers la production de construits théoriques fortement « enracinés » (Glaser et Strauss, 1967) dans les faits considérés (le contexte).
Technique de recueil des données	Etudes documentaires, entretiens semi-directifs	Accès au vécu des acteurs, laisser émerger de nouveaux concepts absents de la littérature, développer un niveau de confiance avec les acteurs interviewés
Traitement et analyse des données	Utilisation du logiciel NVIVO 12	Le logiciel NVIVO se présente comme un outil adapté à une analyse thématique et lexicale.
Terrain de la Recherche	Secteur camerounais des PMI agro-alimentaires.	Rencontres et entretiens avec les hauts responsables de KCJ-NATURE, DREAM SERVICES, INDUSTRIAL LIGHT SARL.

Source: Synthèse de la littérature et la démarche empirique

b) Les principaux résultats

La présentation des spécificités des entreprises de ce secteur sera nécessaire, puis l'évaluation des comportements informationnels des cadres sur l'innovation en général et en particulier sur l'innovation de produit au sein des entreprises de ce secteur sera examinée. Le secteur des PMI agro-alimentaires au Cameroun est caractérisé par la présence de plusieurs acteurs concurrents tels que KCJ-NATURE, DREAM SERVICES, INDUSTRIAL LIGHT SARL qui développent de nombreuses activités.

i. *Les spécificités des PMI agro-alimentaire*

La description des acteurs interrogés dans notre étude montre que ce secteur est caractérisé par plusieurs entreprises mais du fait de la pandémie COVID 19 qui fait rage, nous avons seulement pu interroger trois entreprises: KCJ-NATURE, DREAM SERVICES, INDUSTRIAL LIGHT SARL. Après l'analyse des données récoltées au sujet de la taille de nos entreprises, nous pouvons dire que les PMI du secteur agro-alimentaire sont des entreprises de petites tailles cela est visible par le nombre d'employés dans les entreprises variant entre 75 et 150 employés. Les PMI agro-alimentaires camerounaises sont des entreprises familiales. Nous pouvons dire que les PMI agro-alimentaires camerounaises ont des chiffres d'affaire assez modeste qui varient entre 30 000 000 frs et 50 000 000 frs comme nous pouvons le voir dans le tableau 4 suivant:

Tableau 4: Les spécificités des PMI agro- alimentaires

Elements	Caracteristiques
Petite taille	La définition officielle de la PMI au Cameroun découle de la loi n°2010/001 du 13 avril 2010, portant promotion des petites et moyennes industries qui Les petites et moyennes industries (PMI) comme des sociétés dont le nombre de salarié est compris entre 10 et 250, et dont le chiffre d'affaire ne dépasse pas cinquante millions. Et nous avons constaté que le nombre de salarié dans les entreprises interrogées varient entre 75 employés et 150 employés et des chiffres d'affaire qui varient entre 30 000 000 frs et 45 000 000 frs.
Structure et évolution du marché	Le secteur des PMI agro-alimentaire est caractérisé par une faible croissance de leur marché mais cela n'empêche les entreprises d'œuvrer pour le bon déroulement des activités du pays. C'est un secteur très dynamique qui est marqué par de nombreux acteurs qui interagissent pour rendre le secteur attractif pour d'éventuels entreprise ou individu qui voudrait s'y intéresser.

© 2022 Global Journals

Offre et méthodes de fabrication des produits	Il est noté que les offres sont presque toujours limitées et les méthodes de fabrication sont archaïques dans les PMI en général et les PMI du secteur agro-alimentaires ne font pas exception à la règle.
Ressources et compétences insuffisantes	Les ressources et les competences des PMI agro-alimentaires camerounaises sont insuffisantes car les couts et les charges varient tout le temps. Les ressources sont parfois seulement disponibles pendant des saisons particulières ce qui rend la production aussi saisonnière.
Pratiques de gestion information insuffisante	Les PMI agro-alimentaires que nous avons eu rencontrées, nous fait comprendre que l'information est importante pour toute entreprise mais ils ne l'utilisent pas beaucoup dans les activités quotidiennes de l'entreprise car la mise sur d'un système d'information est très couteuse pour celle-ci.

Source: Résultats de nos enquêtes

Ce tableau nous explique tout simplement que l'information une composante importante de la vie des PMI agro-alimentaires mais elle n'est pas assez prise en compte comme élément qui peut permettre à ces entreprises d'innover ce qui est dommage aux vues des nombreuses possibilités qu'elle offre.

Autrement c'est une synthèse de ce qui a été dit plus haut dans nos verbatim. L'analyse de tous ces paramètres nous amène à conclure que la taille, la structure du marché, les offres et l'insuffisance des ressources et compétences sont des spécificités des PMI agro-alimentaires; seulement elles ne sont pas suffisantes pour faire face aux défis de l'innovation, ce qui nous permet de confirmer notre première proposition de recherche (P1) selon laquelle la gestion informationnelle a une influence positive dans les PMI agro-alimentaires sur l'innovation.

ii. *Compréhension des comportements informationnels par nos managers.*

- *La mise en situation:* Ici, il s'agissait pour nous de contextualiser les problèmes auxquels nos répondants ont fait face durant leurs utilisations des comportements informationnels. Tous nos répondants, nous ont clairement expliqué la situation qui les poussé à agir de manière concrète pour trouver une information que l'on peut rechercher ceci au moyen de questions qui chercher à faire ressortir:

> *Oui, il y'a quelques années, nous avons connu un problème sur la fabrication de l'huile de citronnelle. Il s'agissait d'une marque de chaussures en 2017 -2018.Il s'agissait de l'ajout d'un nouvel élément qui aurait pu révolutionner notre produit et bien évidemment tout notre secteur d'activité. Je suis extraverti et intuitive car nous pouvions penser la solution et l'analyser c'est-à-dire que j'ai souvent le flaire pour reconnaitre quand une idée peut être rentable pour nous.*

La description du problème vécue; il s'agissait pour le répondant de nous raconter une situation dans laquelle il a fallu chercher des informations ceci dans le but de les faire comprendre tout ce qu'ils voulaient comprendre sur les comportements informationnels des cadres face à ces situations problématiques auxquelles ils font face au quotidien. La cause du problème vécue: nos répondants nous fait comprendre que leurs problèmes sont le plus souvent issus de deux raisons à savoir les responsabilités liées au projet et les difficultés inhérentes du projet. Le trait de personnalité ceci nous a permis de voir si nous pouvions associer un trait de caractère particulier ànos PMI agro-alimentaires et au final tous nos répondants se révélaient être tous extraverti et intuitif.

- *La reconnaissance du besoin d'information par nos manager:* On cherchait à comprendre comment pouvait se sentir les individus face un problème auquel ils n'ont pas de solution.

> *Il faut savoir ce que le produit apporte (élément nutritif ou sanitaire) et la façon de faire un produit, mais il est judicieux de prendre ce qui est efficace et je me sentais très mal. Le climat de travail est serein de notre point de vue Il y'a plusieurs façons de faire un produit, et il y'a eu une incompréhension car on n'a pas toujours la bonne information.*

Les réponses de nos enquêtées, nous ont permis de faire ressortir quatre indicateurs qui nous ont permis de mieux percevoir ce volet du comportement informationnel: L'état d'esprit du répondant: les répondants ont rapidement et clairement mis en lumière, le fait qu'ils ne se sentaient pas bien lors de la résolution de ce problème car ils ne pensaient plus qu'à ça ce fut des situations très dangereuses pour eux; Le climat de travail et la communication au sein de l'entreprise; Le niveau de perception du projet: nous avons décidé de les scinder en deux notions ce concept pour une meilleures compréhension par les participants à notre enquête: le niveau de difficulté de la situation et le niveau d'importance à résoudre la situation problématique.

© 2022 Global Journals

- *Identification et évaluation des sources d'information par nos managers:* Il s'agit de montrer la manière dont les cadres recueillent l'information pour trouver des solutions aux différents problèmes auxquelles ils font face .Tous nos répondants, nous ont fait comprendre que pour la grande majorité des sources qu'ils ont consultée nombreuses étaient liée à des systèmes informatiques mais ils ont aussi eu recours à des individus qui leur ont d'avoir un début de réponses mais aucun n'a eu a consulté des sources écrites ce qui est plutôt normal vu la place qu'a prise les nouvelles technologies dans le monde actuel. Des sources issues des systèmes informatiques, celles qui reviennent le plus sont Google, YouTube, et Telegram. Mais toutes les sources qu'ils ont voulues consultée n'ont pas pu s'ouvrir ils ont associé cela à l'accessibilité du site. La recherche de l'information ce n'est pas seulement que de la recherche documentaire car elle passe aussi par la formation qui le leitmotiv de toutes les entreprises qu'elles soient grandes ou petites. C'est ainsi que certains partent se former à l'extérieur de la société et reviennent formés les autres au sein de l'entreprise.

Tableau 5: Types de sources recensés utilisés par nos enquêtés

	KCJ-NATURE	DREAM SERVICES	INDUSTRIAL LIGHT SARL.
SOURCES VERBALES INTERNES OU EXTERNES			
Communications téléphoniques	✓		✓
Réunions non programmées. (rencontres informelles, ad hoc)	✓	✓	✓
Réseau de contacts externes ((formels et informels dans le secteur d'activité)	✓	✓	✓
Concurrents	✓	✓	✓
Séminaires	✓	✓	✓
Observations personnelles, directes. Ex.: observation des processus de fabrication et de vente .		✓	✓
SOURCES DOCUMENTAIRES INTERNES			
Documents internes : Rapports, dossiers, notes			✓
SOURCES DOCUMENTAIRES EXTERNES			
Revues spécialisées	✓		
Médias de télécommunication. Ex.: journaux , télévision	✓		
Bases de données en ligne	✓	✓	✓
Ressources d'Internet. Ex.: World Wide Web, groupes de discussion	✓	✓	✓

Source: Résultat de nos enquêtes.

Ce tableau 5 est un récapitulatif de toutes les sources que nos enquêtés nous ont dit avoir consulter pour trouver une solution pour ainsi faire face à une situation problématique nouvelle au sein de leur structure. Aux vues de ce qui au-dessus, nous pouvons conclure que les PMI agroalimentaires camerounaises se tournent beaucoup plus vers les sources verbales internes ou externes (Réunions non programmées, réseau de contacts externes, concurrents, séminaires,observations personnelles, directes) et sources documentaires externes (tels que Bases de données en ligne, Ressources d'Internet.

Exploitation de l'information par nos managers- Après avoir résolu ce problème, on voulait savoir comment se gérait l'information. Pour la grande majorité, il détruisait l'information de pour que cette information ne serve pas à la concurrence ce qui est plutôt amusant car ils pouvaient la breveter, elle serait beaucoup mieux protégée quand la détruisant comme ils le font actuellement. Mais une des entreprises, nous a fait comprendre qu'elle classifie toutes les informations sous forme de rapports écrits pour les managers.Mais nous avons pu constater que très peu des entreprises que nous avons interrogées rédigées des rapports pour conserver les informations qui leur ont permis de se sortir d'une situation problématique. Nous avons présente dans le tableau 6 les caractéristiques des comportements informationnels des managers ci-dessous:

Tableau 6: Description des comportements informationnels

Elements	Caracteristiques
Mise en situation	Ici, il s'agit de contextualiser les problèmes auxquels les répondants ont fait face les ayant poussés à adopter des comportements informationnels (la description du problème, la cause du problème, le trait de caractère de nos répondants)

© 2022 Global Journals

Besoin d'information	Ici, la compréhension de l'état de nos répondants lors du vécue de ces situations. Autrement dit, comment pouvait se sentir les individus face un problème auquel ils n'ont pas de solution (l'état d'esprit, le climat de travail et la communication au sein de l'entreprise, le niveau de perception du projet)
Recherche de l'information	Il s'agit de montrer la manière dont sont recueillis les informations par nos enquêtés pour trouver des solutions aux différents problèmes auxquelles ils font face (systèmes informatiques, sources écrites, recherche documentaire, la formation)
Utilisation de l'information	Après avoir résolu le problème vécu, comment se gérait l'information par nos enquêtés (destruction de l'information, breveter l'information, classifier l'information)

Source: Résultats de nos enquêtes.

iii. *La contribution des comportements informationnels des managers sur l'innovation de produit*

Ce tableau 7 qui suit nous explique concrètement ce qui ressorti de notre enquête et cela nous permis de voir que dans leur grande majorité les comportements informationnels relevés sont très proches de ceux que nous avons recensés dans nos lectures.

Tableau 7: Fréquence des comportements informationnels des managers dans l'innovation de produit.

Comportements informationnels des managers	Sources	Références	Taux de couverture
Mise en situation	3	17	23,94%
Besoin d'information	3	18	25,35%
Recherche d'information	3	24	33,80%
Utilisation d'information	3	12	17%
TOTAL	3	71	100%

Source: résultats de notre enquête

Le tableau 7 qui précède nous montre clairement que la situation problématique à laquelle fait face un cadre est déterminante pour une mise en pratique des comportements informationnels et des composantes des PMI, il en ressort que les besoins en information sont ce que l'on retrouve le plus chez nos répondants suivis par la façon de rechercher l'information dans leurs structure. Nous constatons au final que les besoins en information associée à la mise en situation sont beaucoup utilisés par les managers au sein PMI agro-alimentaires camerounaise ce qui contribue beaucoup à la modification des composantes des caractéristiques des produits au sein des PMI agro-alimentaires ce qui confirme notre première proposition de recherche selon laquelle Plus le besoin informationnel est grand, plus la modification des composantes des caractéristiques des produits est grande.

A ce niveau, les responsables des entreprises que nous avons interrogées, nous ont parlé de la manière dont les cadres devraient rechercher les informations dans les PMI agro-alimentaires car cela leur permettra d'innover plus facilement.

Bien sûr que oui ! C'est dans la manière dont les cadres de mon entreprise recherchent les informations ceci permettant de mieux de traiter l'information. Selon moi, les comportements informationnels des cadres ont permis à notre entreprise d'avoir de nouvelles idées, de découvrir de nouvelles opportunités. Et pour innover, nous avons réalisé que cela n'est pas une petite affaire, cela demande assez de moyens financiers, matériels, humains, techniques et même technologique.

La recherche qualitative est une façon de voir la réalité sociale donc que de chercher les bonnes réponses, ce genre de recherche s'intéresse aussi à formuler de bonnes questions. La recherche qualitative consiste pour nos enquêtées à résoudredes situations problématiques au moyens de sources disponibles et fiables. Les avantages d'une recherche qualitative sont dans la richesse des données utilisées pour une compréhension plus grande du problème d'où la confirmation de notre dernière proposition qui disait savoir plus les sources d'information des managers est de qualité plus les décisions des managers contribuent à la modification d'usage du produit.

- L'utilisation efficiente de l'information par les cadres pour innover dans les PMI agro-alimentaires

Nos répondants dans leurs réponses nous ont aussi fait comprendre que l'utilisation de l'information de façon efficiente par les PMI agro –alimentaires seraient selon eux un avantage qui conduiraient à coup sûr vers une innovation de produit en grande partie.

L'objet de ce paragraphe est de vérifier la validité de notre postulat qui stipule que Plus l'utilisation de l'information par les managers est effective plus la fabrication d'un nouveau est importante au sein des PMI agro-alimentaires camerounaises.Pour analyser au mieux cette incidence, nous avons posé une question

© 2022 Global Journals

qui mettait en relation nos concepts au moyen de leurs indicateurs et de cela il ressort aux vues des réponses de nos répondants que l'utilisation d'information contribue à 17 % dans l'innovation de produit au sein des PMI agro-alimentaires ce qui permet de confirmer notre dernière proposition susmentionnée plus.

> *Bien sûr que oui ! C'est dans la manière dont les cadres de mon entreprise recherchent les informations ceci permettant de mieux de traiter l'information. Selon moi, les comportements informationnels des cadres ont permis à notre entreprise d'avoir de nouvelles idées, de découvrir de nouvelles opportunités. Et pour innover, nous avons réalisé que cela n'est pas une petite affaire, cela demande assez de moyens financiers, matériels, humains, techniques et même technologique.*

La gérante de KCG-NATURE, nous a fait comprendre que l'utilisation de l'information, leur a aussi fait trouver des voies et des solutions qui les conduit vers des changements significatifs au sein de leur structure. La propriétaire de Dreams Services et celui d'Industrial Light Sarl, nous ont fait comprendre que l'utilisation de l'information leurs permis de changer les techniques et méthodes de production, d'actionpromotionnelles et dans d'autres domaines. Le tableau suivant fait un récapitulatif des idées précédentes:

Tableau 8: Tableau de l'incidence des comportements informationnels des cadres sur l'innovation dans les PMI Agro-alimentaires

COMPOR_INFO_INNOV	sources	Références	Taux de couverture
Besoin informationnel	3	3	49,29 %
Recherche en information qualitative	3	3	33,80 %
TOTAL	3	6	100%

Source: Résultats de nos enquêtes

Ce tableau montre le lien entre les comportements informationnels des cadres et une innovation de produit, autrement dit l'importance des composantes. Les réponses de nos trois entreprises sont similaires dans le sens où la recherche et l'utilisation de l'information par les cadres dans les PMI agro-alimentaires permettent de mieux faire face aux problèmes ceci conduisant vers une innovation de produit ce qui nous aura permis de confirmer notre troisième proposition de recherche: selon laquelle plus le besoin informationnel et la recherche de l'information par les managers dans les PMI agro-alimentaires, plus ceux-ci participent à la création d'une innovation de produit au sein des PMI agro- alimentaires ce qui nous permet de confirmer la proposition générale de ce travail de recherche.

c) Discussion et contributions de la recherche

Les managers interrogés ont décrit des situations problématiques qui étaient toutes terminées au moment de notre entretien avec eux. C'est pour cette raison, qu'ils étaient en mesure de nous dire clairement les besoins d'information qu'ils avaient eu à identifier. Aux vues de leur dire nous avons pu classer que cela correspondait aux besoins « informatifs », sur le continuum proposé par Belkin (1980), c'est-à-dire aux besoins se situant à un niveau de précision élevé: nos répondants étaient en effet capables de dire ce qui leur manquait comme information pour aller de l'avant, même si les problèmes décrits étaient nouveaux et complexes sur le moment. Pour répondre à leurs besoins informationnels, les managers ont notamment eu besoin de diverses sources d'information, par exemple des amis, des fournisseurs, les sites internet, etc. Cela montre qu'ils s'étaient rendus à un niveau suprême de précision de leurs besoins d'information, car, ils étaient en mesure de formuler ceux-ci pour les faire correspondre aux modes de recherche propres aux systèmes d'information utilisés dans leurs entreprises. Ce niveau maximal de précision (Belkin, 1980) correspond au niveau des besoins « reformulés » de manière à s'adapter aux modalités des systèmes d'information consultés proposés par Taylor (1968). Les managers onten priorité manifesté des besoins pour des éléments de processus et de contexte ce qui renforce les propos de Taylor (1986) qui avance que les systèmes d'information doivent être conçus de manière à tenir compte du contexte comme valeur ajoutée dans le traitement de l'information et ainsi conduire à une innovation de produit. Les éléments de résolution d'un problème se retrouvent aussi dans les propositions de Taylor (1991) et de Dervin (1983, 1989); Pour résoudre les problèmes dont les managers ont la charge, en effet, ceux-ci doivent tout d'abord prendre connaissance du projet dont il est question, puis essayer de le réaliser. Cela implique aussi de comprendre le contexte entourant le problème et le problème en lui-même, de penser à acquérir de sources d'information pour résoudre le problème. De plus, certains répondants ont dû consulter des systèmes informatiques, cela en restant dans la logique de la résolution du problème. Nous avons associé cela à l'acquisition de nouvelles connaissances ce qui implique créer une innovation en général et en particulier d'une innovation de produit tel que ce fut le cas dans nos travaux.

© 2022 Global Journals

Les comportements informationnels des managers montrent l'importance de concevoir des systèmes d'information qui intègrent des processus de traitement de l'information à forte valeur ajoutée pour tenir compte des besoins informationnels qui se manifestent et des sources d'information qu'ils consultent pour des innovations en général et en particulier l'innovation de produit qui seront bénéfiques à long terme aux PMI agro-alimentaires. Les résultats pointent également vers l'importance d'établir des mécanismes pour repérer les aspects individuels et collectifs des comportements informationnels, notamment en ce qui concerne la conception de systèmes d'information et à leur utilisation pour de futures innovations. Les différents systèmes d'information d'une organisation consignent de l'information témoignant des activités de celle-ci. La préservation de la mémoire organisationnelle constitue une justification importante des interventions des archivistes, puisque l'organisation doit documenter ses actions pour répondre à des exigences administratives, financières et légales.

Pour ce faire, elle devrait mettre en place des ressources nécessaire au maintien des services archives. Il apparaît donc important que lesarchivistes puissent collaborer avec les gestionnaires en ce qui concernent le contenu informationnel des systèmes d'information utilisés dans leurs activités quotidiennes tels que les systèmes en ressources humaines, les systèmes de suivi des dossiers, les systèmes Internet de l'entreprise. Les comportements informationnels de nos managers ont indiqué qu'ils ont eu besoin de personnes externes à l'organisation et beaucoup plus expérimentées qu'eux pour les aider à repérer les sources d'information pertinentes, tant verbales que documentaires, que ces personnes pouvaient être soient des individus ou des systèmes d'information. Puisque les sources documentaires consultées par nos managers des PMI agro-alimentaires sont principalement de nature archivistique, les archivistes semblent être les mieux placés pour agir comme sources personnelles individuelles.

Les contributions de notre travail de recherche se trouvent au niveau théorique, méthodologique et pratique: Tout d'abord du point de vue théorique, les résultats de cette étude ont permis une meilleure compréhension du comportement informationnel des managers en relation avec l'innovation de produit au sein des PMI agro-alimentaires camerounaises en proposant une ébauche conceptuelle qui prend en considération l'ensemble de ce concept. Cette étude contribue ainsi à réduire le manque de littérature sur cette problématique, les études antérieures, ne couvrant pas le comportement informationnel de manière holistique et surtout en relation avec le concept d'innovation. Le modèle développé comprend une relation entre les situations problématiques et les besoins informationnels ainsi que la détermination des sources d'information utilisées, des activités composant le processus de recherche d'information et de l'utilisation de l'information tout ceci pour créer des innovations dans les PMI agro-alimentaires. Les résultats obtenus suggèrent que le modèle général de comportement informationnel de Choo (2006), développé initialement dans un contexte organisationnel, peut être utilisé dans le contexte personnel de leurs activités de gestion quotidienne des managers au Cameroun. Ensuite au niveau méthodologique, cette recherche est qualitative et s'inscrit dans un cadre interprétatif de nature constructiviste. L'étude est descriptive, cherchant à explorer et à décrire les comportements informationnels des managers des PMI agro-alimentaires lors des situations problématiques qu'ils ont eu à résoudre au quotidien. Les différents modes de collecte de données qui ont été utilisés, était une entrevue en profondeur avec les managers, l'observation directe de ces mêmes managers dans leurs entreprises et la recherche de documentation pertinente. L'incident critique a été utilisé comme technique de collecte de données et comme unité d'analyse. Lors des entrevues, les 3 managers rencontrés ont décrit des situations problématiques différents pour chacun d'entre eux. Ce qui nous ont permis de mieux contextualiser notre travail de recherche à nos réalités. Les données recueillies ont fait l'objet d'une analyse de contenu qualitative, basée sur la théorisation ancrée qui permet de combiner des approches inductives et déductives des catégories d'analyse. Enfin, au niveau pratique, cette étude s'ajoute aux connaissances sur le comportement informationnel en matière de PMI agro-alimentaires, principalement en ce qui concerne les critères de sélection des sources d'information. Les résultats indiquent que les managers interrogés savaient, de manière générale, quelles sources utiliser pour répondre à leurs besoins informationnels sur divers points. Ils indiquent aussi que les deux principaux critères de sélection sont l'accessibilité et la confiance face la source. Par ailleurs, les managers des PMI agro-alimentaires interviewés se sont en général montrés critiques quant aux contenus Web sur le sujet qu'il recherchait d'où il le fait pour eux de s'être aussi rapproché de personne pouvant confirmer les résultats qui y avaient été obtenue, bien qu'Internet semble représenter une source d'information que nos managers apprécient utiliser.

IV. Conclusion

Cette recherche cherchait à montrer la contribution des comportements informationnels des managers des PMI agro-alimentaires camerounaises en relation avec l'innovation de produit. Pour y parvenir, trois propositions de recherche ont été étudiées: Plus le besoin informationnel est grand, plus la modification

© 2022 Global Journals

des composantes des caractéristiques des produits est grande; plus les sources d'information des managers sont de qualité plus les décisions des managers contribuent à la modification d'usage du produit; Plus l'utilisation de l'information par les managers est effective plus la fabrication d'un nouveau est importante.Cette recherche descriptive a utilisé une approche qualitative pour explorer et décrire le comportement informationnel des managers lorsqu'ils sont confrontés à des situations dit problématiques. L'incident critique a été retenu comme mode de collecte de données ainsi que comme unité d'analyse. Les données recueillies ont fait l'objet d'une analyse de contenu basée sur la théorisation ancrée. Ainsi, il importe que nos managers de PMI agro-alimentaires prennent en considération nos recommandations précédemment citées pour une création d'innovation de produit dans ce type d'entreprise. Les résultats obtenus apportent des réponses aux trois propositions que nous cherchions à vérifier au cœur de cette recherche. Les situations décrites indiquent que les managers des PMI agro-alimentaires étudiés ont vécus des situations problématiques relatives à leurs activités de gestion quotidienne. Ils ont utilisé l'information obtenue comme moyen pour se motiver eux même. L'information est aussi utilisée pour obtenir une meilleure compréhension du problème, acquérir de nouvelles habiletés et éclaircir le contexte de leur situation problématique. Pour ce faire, il faudrait étudier les comportements des managers lorsqu'ils font de la recherche dans les systèmes d'information. Cela permettrait de dresser le portrait de l'évolution des besoins d'information depuis leur niveau le plus bas d'imprécision jusqu'au leur niveau le plus haut de précision. Au bout du compte, cela fournirait des données plus détaillées sur les facteurs individuels et collectifs des comportements informationnels des managers.

Il convient tout de même de relever quelques limites à cette étude: La première limite porte sur l'échantillon utilisée qui ne permet pas de généraliser les résultats (parce que l'échantillon a été formé de manière raisonnée plus-tôt qu'aléatoire du fait de la pandémie du COVID 19 qui ne nous a permis de rencontrer plus d'entreprise que nous ne l'aurions souhaité). La deuxième limite est la restriction de recherche à un seul secteur notamment celui de l'agro-alimentaire. Une priorité pour cette recherche serait de continuer à mener une autre étude sur un échantillon plus grand et plus tard un autre secteur) afin de mieux comprendre comment évoluent ces comportements informationnels chez les managers dans les PMI. Notre étude ne permet cependant pas de démontrer dans quelle mesure les managers appuient leurs décisions sur des documents avant ou après que celles-ci aient été prises, et donc dans quelle mesure ils s'inscrivent dans le principe de rationalité en matière de prise de décision conduisant à des éventuelles innovations.

Bibliographie

1. Adams, R. B., et Ferreira, D. (2004). La diversité des genres au conseil d'administration. Institut européen de gouvernance d'entreprise, Finance Working paper, 57, 30.
2. Adams, R., Bessantet, J., Phelps, R.(2006). Innovation management measurement: A review, International Journal of Management Reviews, vol. 8, n° 1, p. 21.
3. Afful, B. (2010). Determinants of innovation among micro, small and medium scale enterprises in the Ghanaian apparel industry.
4. Auster, E., Choo. C.W. (1994). CEOs, Information, and Decision Making: Scanning the environment for Strategic Advantage. Library Trends, 43 (2), p. 206-225.
5. Baldwin, R.E., & Robert-Nicoud, F. (2000). Accords de libre-échange sans délocalisation. Canadian Journal of Economics/Revue Canadienne d'économique, 33 (3), 766-786.
6. Belkin. (1980). Les états anormaux des connaissances comme base pour la recherche d'informations. Revue canadienne des sciences de l'information, 5 (1), 133-143.
7. Choo, C. W., Detlor, B., & Turnbull, D. (1998). A Behavioral Model of Information Seeking on the Web—Preliminary Results of a Study of How Managers and IT Specialists Use the Web.
8. Chtourou, W. (2003). Les enjeux de l'information et des connaissances en management stratégique: vers une synthèse des réflexions (No. Hal-00379871).
9. Coutenceau, C. (2014). L'intelligence Economique au service de l'innovation, éditions Eyrolles, Paris.
10. Coriat, B., Daphy, E., Lafaille, A., & Weinstein, O. (1998). La productique en Ile-de-France. Innovations, recherche et transferts de technologie vers les PMI (1988).
11. Dervin, B. (1983). Un aperçu de la recherche de création de sens: concepts, méthodes et résultats à ce jour. Réunion annuelle de l'association internationale des communications.
12. Dervin, B. (1989). Les utilisateurs en tant qu'inventions de recherche: comment les catégories de recherche perpétuent les inégalités. Journal de communication, 39 (3), 216-232.
13. Dervin, B.(1992). From the Mind's Eye of the User: The Sense-Making Qualitative-Quantitative Methodology. in Glazier, J.D.; Powell, R.R. Qualitative Research in Information Management. Englewood, CO: Libraries Unlimited, p. 61-84.
14. Donfack, T. R. L., & Sekadjie, D. C. (2021). L'impact du profil du propriétaire-dirigeant sur la performance des PME camerounaises: Cas de la région de l'ouest. International Journal of Accounting, Finance,

© 2022 Global Journals

Auditing, Management and Economics, 2(4), 268-285.
15. Eloundou, G. C. E. (2014). Éthique et développement durable dans les PME camerounaises. Mondes en développement, (4), 27-41.
16. Frédérique, A. B., Denis B., et Nathalie R. C. (2013). Comportements humains et management.
17. Freeman, C. (1991). Networks of innovators: a synthesis of research issues, Research Policy,
18. Garcia, R., Calantone, R. (2001). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: A literature review, The Journal or Product Innovation Management, 19.
19. Kelly, G. A. (1963), The Psychology of Personal Constructs, New York, Norton, 208 p.
20. Koeing, G. (1994). L'apprentissage organisationnel: repérage des lieux, in revue française de gestion, Janvier-février.
21. Kuhlthau, C.C. & Ledet, N. (1996). La relation de l'information et de l'incertitude dans la recherche d'information. Dans Colis 2: deuxième colloque international sur les conceptions de la bibliothéconomie: intégration en perspective (Copenhague, 13-16 octobre 1996) (pp. 367-376).
22. Kuhlthau, C.C. (1991). Inside the Search Process: Information Seeking from the User's Perspective. Journal of the American Society for Information Science, 42 (5).
23. Kuhlthau, C.C. (2004). En quête de sens: une approche par processus des services de bibliothèque et d'information (Vol. 2). Westport, CT: Bibliothèques illimitées.
24. Maurel, D. (2006). Les cadres intermédiaires et l'information: modélisation des comportements informationnels de cadres intermédiaires d'une municipalité en transformation. Thèse de doctorat, Université de Montréal.
25. Maurel, D., Bergeron, P. (2006). Vers une meilleure compréhension des besoins informationnels des cadres intermédiaires municipaux. Premières pistes de réflexion. Documentation et bibliothèques, 52 (1), p. 5-16.
26. Mintzberg, H. (1973). The Nature of Managerial Work, New York et Londres.
27. Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995). The Knowledge-Creating Company: How JapaneseCompanies Create the Dynamics of Innovation. New York, NY: Oxford University Press. Xii
28. Popadiuk, S., & Choo, C.W. (2006). Innovation et création de connaissances: Comment ces concepts sont-ils liés ? Revue internationale de gestion de l'information, 26 (4), 302-312.
29. Retour, D., Krohmer, C., Defélix, C., Klasferd, A., & Oiry, E. (2006). Nouveaux regards sur la gestion des compétences.
30. Simon, H.A. (1955). Sur une classe de fonctions de distribution asymétrique. Biometrika, 42 (3/4), 425-440.
31. Taylor, R.S.(1968). Négociation de questions et recherche d'informations dans les bibliothèques (Vol. 29): Bibliothèques collégiales et de recherche.
32. Taylor, R.S. (1986). Value-Added Processes in Information Systems. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
33. Taylor, R.S. (1991). Information Use Environments. in Dervin, B.; Voigt, M.J. Progress in Communication Science, vol. 10. Norwood, NJ: Ablex Publishing, p.217-254.
34. Toner, P. (2011). Compétences de la main-d'œuvre et innovation: un aperçu des principaux thèmes de la littérature.
35. Tywoniak, S. (2005). Vers une conceptualisation cognitive de l'architecture des compétences. In AIMS Conference.
36. Wacheux, F. (1996). Méthodes Qualitatives et Recherche en Gestion, Paris, Economica, 1996.
37. Walsh, F.,Romon, F. (2006). Management de l'innovation: de la stratégie aux projets. Ed, Vuibert, Paris.
38. Winter, S.G. (1987). Connaissances et compétences comme atouts stratégiques. DJ Teece, éd. Le défi concurrentiel: stratégies pour l'innovation et le renouveau industriel. Cambridge Ma.: Ballinger

© 2022 Global Journals