

EDITORIAL

Une tendance mondiale actuelle prend de plus en plus forme de nos jours : la volonté chez les dirigeants d'entreprise de diffuser largement les outils de la pensée méthodique dans la transmission des savoirs et des connaissances internes au sein de l'entreprise. Cette approche semble constituer un élément fondamental dans la stratégie de développement des entreprises afin de leur assurer des avantages compétitifs aussi bien dans leur organisation structurelle que dans l'expansion de leur croissance interne et externe.

Il y a donc quelque chose de profondément démocratique et universaliste dans cette démarche qui a succédé à une période d'embastillement et d'emmurement de communication et de transmission d'informations au sein d'une même entreprise. Cette ouverture vers la pensée méthodique a mis en relief au sein de l'entreprise la valorisation de la connaissance individuelle au niveau organisationnel qui assure d'ailleurs le partage, la diffusion et la création de connaissances. Mais quid des entreprises et organisations libanaises !! Ont-elles pu s'aligner à cette pensée méthodique !!

A des degrés divers certes... tenant compte des défis et des opportunités que rencontrent ces dernières...

(Gestion des connaissances et les entreprises libanaises ; J. MEZHER, M. SAYEGH).

A partir de cette perspective inhérente à l'entreprise, fallait-il s'extérioriser vers un environnement économique concurrentiel basé sur la révolution des connaissances qui ont bouleversé structurellement la texture organisationnelle de l'entreprise et dont, désormais, la PME fait partie intégrante.

Faut-il le répéter dans ce même sillage que les PME occupent une place prépondérante dans l'économie de la plupart des pays et notamment en Europe où elles représentent 99% du total des entreprises !!!

D'où la nécessité pour ces dernières d'élucider les meilleurs moyens, surtout technologiques qui leur permettent de maximiser leur performance et leur compétitivité. D'autant que la voie est ouverte pour un accroissement rapide des flux financiers internationaux et où les TIC sont appréhendés comme un catalyseur de développement.

En fait après avoir soulevé les points sur les caractéristiques des PME, la recherche entreprise par les auteurs, enseignants-chercheurs, met en relief les déterminants d'adoption des TIC par les dirigeants, ainsi que les conditions de leur assimilation par le personnel afin de parvenir à améliorer la performance de l'entreprise...

(PME et TIC : de l'appropriation à l'utilisation pour une meilleure performance, une revue de la littérature ; J. KASPARD, Ph. CHAPPELLIER, S. GERBAIX).

Cette tendance de diffusion de la pensée méthodique semble prendre forme dans les entreprises libanaises. On aurait observé selon des études entreprises à ce stade un certain suivi de ce parcours par les chefs d'entreprises tenant compte des attitudes comportementales qui les différencient tant soit peu de leurs pendants occidentaux. On notera l'attitude du dirigeant de PME libanaise face au risque, à l'innovation et au réseautage ainsi que la question financière et d'horizon stratégique planifié suivant une certaine culture, mais ouvert désormais à cette innovante pensée méthodique.

L'auteure s'est attelée à étudier les différentes attitudes à partir de la littérature théorique et empirique existante afin de pouvoir dégager les capacités développées au cours de l'expérience des dirigeants libanais de PME leur permettant d'assurer la survie de leur entreprise dans un contexte turbulent... (La dynamique du comportement du dirigeant libanais de PME dans un contexte turbulent ; E. KHALIFE ABOU KHALIL).

Toutefois l'entreprise, même à ses débuts, - le cas de start-up - cherche indéniablement à s'agrandir, à se développer et à acquérir des dimensions de croissance tant interne qu'externe lui permettant de mieux se positionner sur ses créneaux d'activités.

Sa tendance naturelle sera dans une étape évolutive à devenir équipollente à une PME. D'où l'obligation de l'entrepreneur à s'impliquer personnellement dans chaque détail de gestion considérant qu'à ce stade l'entreprise a besoin de ses talents, de ses compétences et de son savoir-faire.

Alors que quand l'entreprise croît et passe à une échelle plus élevée, elle nécessitera plus d'organisation, de talents managériaux et administratifs. Elle aura donc besoin de plus d'expertise, de procédures de qualité, d'une claire structure organisationnelle que l'entrepreneur à lui seul ne peut plus assurer.

Pour cela, dans cette étape de croissance, les entrepreneurs souffrant du syndrome du fondateur (Founders Syndrome) nuisent à leur organisation qui risque de tomber dans le chaos directionnel et procédural et risquent de bloquer tout avancement de l'entreprise voire son arrêt tout court. Il faudrait donc que l'entrepreneur prenne conscience de l'application de cette pensée méthodique par l'introduction d'un système de gestion de l'information (MIS) afin de rendre son entreprise plus et mieux automatisée et ainsi éviter à cette dernière des erreurs de management et une faillite potentielle... (The impact of MIS in organizations with founders Syndrome; N. MALLAH BOUSTANI).

Cette pensée méthodique reste à la base de l'avancement de l'entreprise en cas où la chaîne de transmission des savoirs et connaissances reste respectée tant sur le plan interne qu'externe. Elle peut même aider à mettre l'accent sur le degré de sensibilisation des PME (notamment libanaises) aux notions de performance globale et, par là même, de responsabilité sociale.

Cette réflexion de pensée méthodique, bien appliquée, peut assumer le lien entre l'accomplissement social et l'efficacité financière tout en positionnant la politique financière des PME sur une voie stratégique compétitive.

Pour ce faire, les auteurs-chercheurs ont mis en place une méthode quantitative à partir des données issues d'un questionnaire adressé à des PME libanaises. Cette recherche a une visée exploratoire et l'échantillon montre à quel niveau théorique ou d'hypothèse se situent les PME observées. De ce fait, un grand nombre de PME aurait contribué à améliorer la validité externe des résultats obtenus... (La sensibilisation des PME libanaises aux questions de performance globale ; S. MEKDESSI, D. KHAWAJA).

La transmission des savoirs et des connaissances conduit à une implication du consommateur dans la vie et l'activité de l'entreprise. Il sera considéré comme participant dans la servuction et un remplaçant de l'employé.

Cette servuction qui représente tout un ensemble d'éléments matériels et humains se rapporte aux techniques de concept, d'innovation et de développement de prestation de services que l'entreprise souhaite proposer au consommateur.

De là une constatation faite par l'auteur a été celle de noter que l'adaptabilité au marché et l'application de l'évolution technologique peuvent influencer non seulement la satisfaction du consommateur mais aussi sa fidélité vis-à-vis de l'entreprise.

L'évolution technologique est donc une tendance importante et la majorité des entreprises sont intéressées directement par ce processus. Elles essaient de l'adopter afin de garder leur positionnement sur le marché et de dépasser la concurrence en donnant plus d'importance aux attentes des clients... (Co-innover avec le client : intérêts et pertinences ; S. SOUNBOL).

Cette volonté chez les dirigeants d'entreprises de diffuser les outils de transmission des savoirs et des connaissances est très active chez les femmes « entrepreneures » qui, pour l'auteur, sont celles qui ne sont pas en contrat de travail salarié mais exercent leurs activités soit en statut d'indépendant ou en situation ponctuelle.

Ces femmes assument, seules ou en partenariat, et selon les principes de la pensée méthodique, tous les risques récurrents et les responsabilités financières, administratives et sociales afférentes à leurs activités professionnelles, de même qu'elles supportent les contraintes liées au développement de ces activités.

Par ailleurs, et pour l'auteur, quand on parle de chefs d'entreprises ou d'entrepreneurs dans le monde économique, on ne peut et on ne doit distinguer entre homme ou femme mais plutôt se centraliser et se concentrer sur les capacités, les idées, les méthodes de gestion, le caractère, les performances, les résultats et les stratégies de ces courageuses « aventurières »... (L'entrepreneuriat féminin : frein, atouts et opportunités ; F. ZMOKHOL).

Peut-on inclure dans notre matrice majeure le marketing politique comme pensée méthodique dans la transmission des savoirs et connaissances ? Les TIC ont-elles désormais un rôle à jouer à ce niveau ?

En fait l'étude de l'enjeu et de la contribution du marketing politique dans l'instauration et le développement des démocraties modernes est d'une grande importance vu la relation qui existe entre les régimes politiques démocratiques où la légitimité appartient au peuple à travers le suffrage universel et ce type de marketing.

En fait le débat sur le rôle du marketing politique dans la démocratie n'est pas clos. Suite à une étude faite par l'auteur-chercheur, les différends écrits sur le sujet oscillent entre les apports passifs et les effets négatifs de la mise en œuvre des techniques et outils employés dans le commerce en politique.

Dans les pays dits du « printemps arabe » le marketing politique a contribué au changement du comportement politique du citoyen. Son emploi et sa qualité dépendent fortement de la récence de la démocratie et des contextes socio-culturels dans ces pays.

Le marketing politique a été associé à la montée de la démocratie dans le monde arabe. Les outils employés étaient particulièrement les TIC. Ils ont servi comme moyen de communication lors des révolutions dites du « printemps arabe » pour être plus tard intégrés aux stratégies de marketing politique à l'usage des nouveaux leaders... (Le marketing politique favorise-t-il la démocratie ? Cas des pays du « printemps arabe » ; W. ABOU KHALIL).

D'autres aspects du marketing se rapportent à la diffusion de l'information et le marketing viral sur les réseaux sociaux en ligne de manière générale et sur Facebook en particulier. En fait les recherches

faites par l'auteur sur plusieurs articles étudiés traitant ce sujet montrent qu'aucun d'eux ne différencie, au niveau du marketing stratégique sur ces réseaux, entre les trois supports offerts par Facebook : les pages, les profils et les groupes. Pourtant les différences entre ces trois supports sont fondamentales et influent sur les moyens de contrôle qui définissent le marketing viral en fonction de la taille de la population initiale de diffusion et de structure du réseau. De plus, Facebook limite de manière différente l'accès à l'information selon le support choisi. L'auteur, dans son étude, considère quatre stratégies marketing utilisées sur Facebook : le marketing de masse, le marketing de niche, le marketing relationnel, le marketing viral tout en essayant de déterminer le meilleur support pour chacune de ces stratégies... (Rethinking marketing strategies on Facebook ; N. MESSARRA).

Indépendamment de la transmission des savoirs et des connaissances internes à l'entreprise et externes à celle-ci, de même que ce qui a été dit en fait de marketing stratégique sur Facebook, une nouvelle idée de gestion émerge au niveau du management de la protection de l'environnement et des ressources naturelles qu'est la durabilité. Le USJ Mentor Unit est une entité opérationnelle créée en collaboration entre l'USJ et le CRS (Catholic Relief Services), une ONG qui œuvre pour la promotion au Liban d'une société civile dynamique appelée à jouer un rôle effectif dans le développement durable et la promotion de la démocratie.

Le programme de l'USJ Mentor Unit se propose de donner, aux ONG naissantes et impliquées dans les domaines précitées, des formations dans le domaine de la finance et du management. Ces ONG pourraient dans le long terme jouer un rôle actif dans le développement durable, la protection de l'environnement, le renforcement de la jeunesse, la responsabilisation et l'évolution du statut des femmes et bien d'autres domaines...

(Sustainability leadership through NGOs : the model of Saint Joseph University ; H. BAIRAMIAN).

Une autre ouverture vers la pensée méthodique et toujours au niveau interne de l'entreprise se manifeste par une évolution historique de l'analyse financière, champ relativement récent dans la configuration financière de l'entreprise.

Les principes et les outils de cette technique sont contingents à l'environnement économique et financier des entreprises et surtout aux intérêts et préoccupations des acteurs dominants dans ce domaine.

Les banques, pendant longtemps, ont exercé une influence sur les perceptions et les pratiques en matière d'analyse et de diagnostic financier du fait de leur acharnement à minimiser le risque de crédit et suite à l'élaboration de méthodes visant à mesurer la liquidité et la solvabilité des entreprises.

Récemment, avec la montée des marchés financiers et du rôle des actionnaires ou de détenteurs de produits financiers, des démarches centrées sur l'évaluation de la rentabilité et la création de valeur ont été privilégiées.

Ceci dit, l'information comptable est restée au centre de toutes les approches modernes axées sur les apports de la théorie financière. Ces approches, comme le démontrent les deux auteurs-chercheurs, sont multiples et largement utilisées. D'où l'importance d'en dresser un panorama qui permet d'appréhender leur utilité et leur apport et surtout d'orienter les praticiens et les chercheurs dans leur choix en matière de techniques et d'outils...

(Analyse financière de l'entreprise : évolution et panorama des approches traditionnelles ; M. HADDAD et J. KASS-HANNA).

Quant à l'enjeu de la technologie de l'information et de la communication au niveau des banques, les dirigeants de ces dernières n'ont pas manqué d'introduire les nouveaux outils de la pensée méthodique au sein de ces institutions qui constituent déjà un élément fondamental dans la stratégie de développement des institutions bancaires. Les banques se trouvent confrontées à des défis multiples en vue d'adapter et d'intégrer les innovations technologiques et les pratiques de l'e-banking dans leur travail quotidien.

Dans cette étude, les auteurs-chercheurs visent à examiner les enjeux liés à l'adoption des canaux électroniques de distribution par les banques commerciales (au Liban notamment), ainsi que les facteurs qui les poussent à s'engager sur cette voie.

En se référant à une approche qualitative, des entretiens semi-directifs ont été effectués avec des responsables opérant dans six banques commerciales. L'étude qualitative leur a permis de vérifier la pertinence de certains facteurs et variables, issus de la littérature sur l'adoption des technologies de l'information et des recherches antérieures, dans le contexte libanais.

Leurs résultats ont mis le point sur les problèmes organisationnels et réglementaires rencontrés par ces six banques libanaises ciblées lors de l'intégration des services bancaires électroniques.

Le résultat fut la constatation de la complexité des changements à conduire et des défis à relever par ce secteur, en plein processus de développement technologique.
(Les enjeux de l'e-banking au Liban ; B. HARB et M. SALEH).

Toutefois et à l'échelle macro-économique ne devrait-on pas intégrer le secteur immobilier dans une perspective d'expansion du marché !

Mais vu les aléas politiques et les impondérables fluctuations des marchés, les bulles immobilières n'affectent-elles pas le comportement d'investissement et de consommation, le niveau général des prix, les taux de change et, par conséquent les échanges commerciaux et les marchés financiers ?

En fait, les recherches abondent sur l'importance de l'impact des cycles immobiliers sur ceux économiques, mais aussi sur la causalité de la relation entre l'activité des marchés immobiliers et les fluctuations conjoncturelles. L'étude entreprise par l'auteure-chercheuse est d'apporter des éléments de réponse sur le sens de cette causalité, plus précisément au Liban. L'auteure constate qu'à partir d'un modèle de régression simple sur la période 1993-2015, il s'avère que les variations de permis de construire d'une année sont fonction du taux de croissance du PIB de l'année précédente.

Toutefois les limites de l'étude mettent en évidence d'autres facteurs dont la prise en compte permettrait d'aboutir à des résultats plus concluants...
(Un regard sur la relation entre le secteur immobilier et la croissance économique au Liban ; D. CHEHADE).

Par ailleurs un problème vital a été soulevé par un auteur averti sur l'intérêt de l'accès à l'eau douce de plus en plus rare dans le monde, qui est devenue incontestablement un bien économique.

Des études d'envergure ont été entreprises à l'échelle planétaire au niveau de la classification de certaines sources non renouvelables (les combustibles fossiles, métaux et minéraux, sols fertiles qui diminuent avec l'urbanisation...), renouvelables mais épuisables (la biomasse, les forêts, la faune marine...) et surtout les sources renouvelables comme l'air et l'eau tous deux fondamentalement indispensables à la vie.

L'eau est non seulement une composante principale du corps humain (60% environ) mais elle est contenue dans tous les éléments qui le nourrissent (97% dans les tomates, 79% dans les laitues, 93% dans les concombres, 35% dans le pain, etc).

Toutefois aurait constaté le directeur général de l'UNESCO Koïchiro MATSUURA (1999-2009) que la « pénurie d'eau douce est le plus grand danger pesant sur la planète ».

En fait l'eau douce est une ressource vitale, facteur de développement économique et social mais aussi objet de conflits entre nations.

Il s'agit d'après l'auteur-chercheur de voir quelles sont les implications socio-économiques et géopolitiques de l'accès à cette ressource qui devient un bien économique de plus en plus rare, pour une population mondiale en perpétuelle croissance et une demande individuelle, elle aussi grande... (L'accès à l'eau douce dans le monde : ses principaux enjeux ; J. P. KANDALAFI).

Un autre sujet qui inquiète le monde mais peut être à moindre intérêt vital : le pétrole source d'énergie au niveau mondial. La vulnérabilité des pays importateurs et exportateurs à la forte volatilité des cours pétroliers, fait de cette ressource un déterminant stratégique de la conjoncture économique au sein du marché pétrolier.

Les chocs pétroliers mettent l'accent sur une dépendance au pétrole des pays industrialisés et ceux en voie de développement.

Ainsi une tendance des prix pétroliers à la hausse induit des conséquences divergentes par leurs natures sur l'activité économique, l'inflation, les soldes commerciaux, les balances budgétaires et le taux de change (dépréciation ou appréciation de la monnaie...).

Une constatation a été faite par les auteurs se rapportant aux conséquences fâcheuses que peuvent avoir les cours du prix de pétrole sur l'ensemble des marchés internationaux, de même que la corrélation entre le prix du pétrole et le taux d'inflation comme l'effet de production, l'effet des prix relatifs et l'impact sur l'économie mondiale des différents chocs pétroliers et leurs conséquences sur quelques pays exportateurs (Arabie Saoudite, Iran, Russie, Venezuela...).

Fait important constaté par les auteurs que le rétablissement de l'équilibre du marché pétrolier pourrait être résolu par un accord entre les pays producteurs, l'OPEP restant encore un cartel efficace contrôlant la majeure partie du marché de l'énergie...

(La volatilité du prix du pétrole et ses conséquences sur les pays exportateurs ; C. CHEDRAWI, N. MALLAH BOUSTANI ; R. IBRAHIM).

La Rédaction