



www.ifie.net

## Management par l'Intelligence Economique

Edito

### L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE AU FEMININ

Messieurs Martre, Esambert, Jakobiak, Harbulot, Pautrat, Clerc, Carayon, Besson, Juillet, ...

**L'IE est un métier d'hommes !** Qui en douterait à lire la liste des éminents personnages qui sont les étendards de cette discipline. Même image du côté des opérationnels : souvent reconvertis de l'armée, des « services », de la PJ, issus de l'informatique, du marketing, de la stratégie ou du plan, ... ces métiers pourvoyeurs du gros des troupes de l'IE, sont des métiers incontestablement masculins.

Pourtant, les métiers de la gestion des informations (documentation, archives, ...) ont **traditionnellement été aux mains de professionnelles**. Les nouvelles promotions des formations spécialisées en IE sont de plus en plus féminisées. Les nombreux réseaux de femmes qui fleurissent actuellement (Action de Femme, Cyber Elles, Dirigeantes, ...) sont la preuve d'un activisme et d'une pugnacité réelle<sup>1</sup>. Il est fort à parier que les années à venir vont voir le domaine de l'IE être pratiqué à part égale entre hommes et femmes.

Et après tout, quel mal cela peut-il faire à l'IE ? Quels risques cette féminisation peut-elle entraîner ? Favoriser le partage des informations ? Qui s'en plaindra. Favoriser l'esprit d'équipe ? Quel manager s'y opposera. Apporter minutie, sens de l'écoute et de l'observation ? Je ne connais pas de veilleur qui refuserait ces qualités. Patron d'une entreprise aux effectifs aux 3/4 féminins je sais de quoi je parle.

Indéniablement une force est en marche ! Et il faut s'en réjouir. Pour faire le point sur cette question, l'IFIE va organiser le **premier colloque au monde sur le thème des « femmes de l'IE »**. Des spécialistes reconnues, accompagnées de jeunes et prometteuses recrues vont venir témoigner de leurs activités sous les auspices de Mme la Ministre de la parité, Nicole Ameline. Je vous donne rendez-vous le 17 mars de 9h à 12h30 au Cercle Républicain. Vous y rencontrerez Mesdames Bruffaert-Thomas, Block-Raguin, Harroussi, Berthier, ... **et vous découvrirez un visage insoupçonné de l'IE.**

Et maintenant que j'y pense, les noms « intelligence » et « économie », ... ne sont-ils pas tout deux du genre féminin ?!

A très bientôt,

André ADDED  
Président

<sup>1</sup> Sur le thème des réseaux humains, il reste quelques places pour la formation IFIE du 11 février animée par Nicolas Moinet et Christian Marcon. Dépêchez-vous de vous inscrire sur [www.ifie.net](http://www.ifie.net)



[www.ifie.net](http://www.ifie.net)

## Management par l'Intelligence Economique

### Evénements

Renseignements et inscriptions : [www.ifie.net](http://www.ifie.net)

#### EVENEMENTS

##### Conférence sur « l'Intelligence Economique dans le secteur des TIC ».

Conférence le mardi 1<sup>er</sup> mars 2005 à 19h30 à Paris.  
Intervention de Claude Rochet, Professeur associé en management public à l'Université Aix-Marseille III, chargé de mission à la réforme de l'Etat.

**Colloque sur « les femmes de l'IE ».** Le 17 mars 2005 de 9h à 12h30 au Cercle Républicain (5, av de l'Opéra - Paris). Sous la haute présidence de **Nicole AMELINE**, Ministre de la parité et de l'égalité professionnelle.

Avec des intervention de grandes spécialistes de l'IE en France.

#### FORMATIONS

##### Créez et développez votre réseau relationnel.

Formation animée par Christian Marcon et Nicolas Moinet.

Vendredi 11 février 2005

9h00-12h30 déjeuner 14h00-17h30

Paris : IFIE 89, boulevard Sébastopol 75002

##### Comment réussir l'implantation d'un système d'intelligence économique en entreprise ?

Formation animée par Pierre Achard

Jeudi 21 avril 2005

9h00-12h30 déjeuner 14h00-17h30

Paris : IFIE 89, boulevard Sébastopol 75002

### Focus

La protection de l'entreprise passe par la gestion de l'image et de la réputation. C'est à ce titre que l'IFIE a organisé en mai 2004 un colloque sur **LA RUMEUR ET LA REPUTATION DES ENTREPRISES**. Lors de la précédente newsletter (janvier 2005), j'avais présenté une partie du compte rendu de cet événement. Devant les nombreuses demandes pour obtenir des précisions sur l'aspect défensif « comment contrôler une rumeur », ... j'apporte le complément ci-dessous :

#### Comment contrôler une rumeur ?

Il n'existe pas de recette miracle. C'est par une définition précise de la situation que l'on peut apporter un diagnostic et proposer des recommandations. Néanmoins, voici différentes réactions possibles.

Premier point, il est toujours possible de **ne pas réagir**. En restant muet, on se place au dessus de la calomnie. Mais le silence peut être une arme à double tranchant.

Second point, la réaction au niveau juridique. **Porter plainte** n'est pas qu'un acte juridique, c'est aussi un acte symbolique. On pose comme principe de base que la rumeur est fausse, qu'elle a été déclenchée intentionnellement par quelqu'un. Cela permet de fédérer les énergies dans un sens positif.

Troisième axe, la communication. **Renseigner les demandes** : Répondre aux questions de ceux qui sont touchés par la rumeur (par exemple, mettre en place un standard téléphonique) permet de répondre au doute.

Institut Français de l'Intelligence Economique

Siège social : 45, rue de Turbigo 75003 Paris

Adresse postale : 89, boulevard Sébastopol 75002 Paris

CFP S.A.S. au capital de 219 800 Euros - Siren 692 027 808 00 165 - APE 804 C

Tel. 00 33 (1) 55 34 35 94 - Fax. 00 33 (1) 55 34 35 97 - Mèl : [contact@ifie.net](mailto:contact@ifie.net) - [www.ifie.net](http://www.ifie.net)



www.ifie.net

## Management par l'Intelligence Economique

Or on sait que c'est du doute (de l'absence de réponse à des questions) que provient la rumeur. *A titre d'exemple, la société Procter & Gamble a été victime d'une rumeur persistante aux Etats-Unis dans les années 80. Cette rumeur a eu un tel impact que la société recevait jusqu'à 15 000 appels téléphoniques par mois !*

**Communiquer avec les médias :** Faire appel aux médias et diffuser des informations contradictoires avec la rumeur est aussi une arme à double tranchant. Le danger est d'avertir de la rumeur ceux qui ne l'étaient pas encore. En outre, un message peut toujours être mal perçu ou mal compris.

**Démentir :** Souvent le démenti ne suffit pas. Il souffre d'un certain nombre de handicaps. D'abord, le démenti provoque la suspicion. Ensuite, ce n'est pas une nouvelle forte. Le démenti est souvent un truisme. Il y a peu de chance que les médias en fassent leur « une ». Et même plus : pour le journal qui a annoncé la rumeur, devoir la démentir induit l'idée que le journaliste a mal fait son travail de vérification de l'information. Autre point, la force d'une rumeur est sa répétition. Or le démenti n'apparaît souvent qu'une fois. Pour qu'il soit réellement efficace, il faudrait qu'il soit lui aussi répété autant de fois que la rumeur est colportée. Les inconvénients du démenti ne s'arrêtent pas là : Le paradoxe des campagnes de persuasion est qu'elles touchent davantage ceux qui sont déjà convaincus. Ceci s'explique par le phénomène « d'exposition sélective » qui fait que l'on remarque ou retient, que ce que l'on croit déjà. Le démenti d'une rumeur risque donc d'être bien reçu par ceux qui n'y croyaient pas et passer inaperçu auprès de ceux qui y croient. Croire à une rumeur est souvent irrationnel, et se rapproche des croyances que l'on a en chacun de nous. Dernier point : Le démenti n'est jamais un retrait d'information mais un apport de deux informations : je retiens la rumeur « X est cancérigène » et je retiens le démenti « il est faux que X soit cancérigène ».

La victime d'une rumeur pourra aussi contre attaquer. Là encore, il existe différentes méthodes :

- **Décrédibiliser la rumeur :** Il s'agit de participer à la rumeur, pour pouvoir en amplifier les exagérations et finalement la décrédibiliser.
- **Utiliser des contre-feux :** Dans le même ordre d'idée, avant que la rumeur (que l'on redoute) arrive à un endroit, on peut provoquer sciemment d'autres rumeurs pour « assécher » le terrain.
- **Opérer une dissociation :** Il s'agit de dissocier l'objet de la rumeur des aspects négatifs qu'elle colporte, ou réassocier l'objet de la rumeur avec des éléments positifs.

Dernière stratégie, **l'éducation.**

En effet la plupart des gens n'ont pas conscience des raisons profondes qui les poussent à croire à une rumeur. Les leur dévoiler permet de lutter efficacement contre la propagation de la rumeur et d'annihiler ses effets. L'excellent site francophone [www.hoaxbuster.com](http://www.hoaxbuster.com) (que l'on peut traduire par «détecteur de canulars») s'est spécialisé dans la détection des rumeurs sur Internet. C'est un site incontournable pour tous les professionnels de l'information-communication. Notons aussi [www.secuser.com](http://www.secuser.com) qui s'intéresse aux aspects sécurisation, virus, et rumeurs.

Jérôme Bondu  
Directeur

Pour avoir l'intégralité de l'article, contacter [www.veillemag.com](http://www.veillemag.com) ou [jerome.bondu@ifie.net](mailto:jerome.bondu@ifie.net)