



www.ifie.net

Management par l'Intelligence Economique

Edito

LE RESEAU, ENCORE LE RESEAU, TOUJOURS LE RESEAU !

Le **réseau humain est un thème passionnant**. Le Figaro, il y a quelques mois, consacrait une série d'articles sur les réseaux en régions. Le Monde ne traite pas un seul sujet de bataille industrielle entre les ténors du monde économique sans faire le détail des réseaux des uns et des autres. L'Expansion en a fait sa « Une » du mois de janvier ...

La première idée qui vient en tête est que le réseau relationnel est un outil extrêmement puissant. Certes ! Mais croire qu'avec un bon réseau on peut tout faire est une erreur. Si le développement et l'entretien d'un réseau permettaient aux entreprises d'avoir une action significative sur le chiffre d'affaires, il y a longtemps qu'à côté des fonctions marketing et commerciales, on trouverait la fonction « développement du réseau ». J'aurais d'ailleurs été le premier à le mettre en place ! Le problème est que ça ne marche pas comme cela. Ceux qui font « du réseau » pour le business sont très vite détectés, parfois écartés, et à coup sûr eux-mêmes très vite déçus.

En réalité, le véritable apport du réseau relationnel est **une action facilitatrice**. Cela ne remplace pas un projet d'entreprise. Cela n'apporte pas de clientèle. Mais avoir un réseau aide à mûrir son projet, peut rapprocher une clientèle, et surtout accélérer le processus de décision ... Quand on sait l'importance du facteur temps, on se dit que là est toute la différence !

Il y a énormément à apprendre : si comme moi, vous vous interrogez sur votre réseau ; si vous voulez connaître les pièges à éviter ; si vous êtes curieux d'avoir une cartographie des réseaux les plus actifs ? Retrouvons-nous à la formation que j'organise le 11 février avec deux des plus grands spécialistes du sujet Christian Marcon et Nicolas Moinet. Et si cette date est trop éloignée pour vous, et que vous êtes pressé d'en savoir plus, alors je vous donne rendez-vous le 25 janvier pour écouter Christian Marcon dans le cadre sélect du ... Cercle d'Influence (voir rubrique *Evénements* page suivante). Rien que le nom, c'est déjà tout un programme !

A très bientôt,

André ADDED
Président



www.ifie.net

Management par l'Intelligence Economique

Evénements

Renseignements et inscriptions : www.ifie.net

CONFERENCES

Conférence sur la gestion des réseaux humains.

Dîner du Cercle d'Influence le mardi 25 janvier 2005 à 19h30 au Cercle Républicain (Paris).
Organisé en partenariat avec le cabinet ESCALConsulting. www.escalconsulting.com
Interventions de Christian Marcon.

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

Conférence le mardi 1^{er} 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.

Les femmes de l'IE. Le 17 mars 2005.

1^{er} Colloque Européen d'Intelligence Economique.

Organisé par Atelis les 27, 28, 29 janvier au Palais des Congrès du Futuroscope.
Informations sur www.atelis.org

FORMATIONS

Créer et développer 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

Etat des lieux de la diaspora africaine en France et en Europe.

Séminaire organisé par la Fédération Université Sans Frontières, avec le soutien de l'IFIE.
Organisé le mercredi 26 janvier 2005, de 8h30 à 13h.
Sous le haut patronage de Jacques Godfrain et Jean-Pierre Sueur. Débat animé par André Added.

Focus

L'IFIE a organisé en mai 2004 un colloque sur **LA RUMEUR ET LA REPUTATION DES ENTREPRISES**. Voici un extrait de l'article qui en est issu et qui a été publié par Veille Magazine dans son numéro du mois de novembre www.veillemag.com

La rumeur évoque un phénomène mystérieux, presque magique. L'analyse du vocabulaire courant est révélatrice : la rumeur court, vole, rampe, serpente. Elle naît, disparaît, peut renaître à tout moment. On le voit, la rumeur apparaît comme un élément insaisissable, immaîtrisable !

Cette conception est erronée. La rumeur obéit à des logiques fortes dont il est possible de démonter le mécanisme. Il est ainsi possible de détecter une rumeur. Une fois qu'elle est détectée on peut essayer de la réduire, de la contrôler. Enfin il est possible de créer une rumeur.

L'objet de cet article n'est pas de pousser à l'utilisation de la rumeur comme d'un outil de guerre informationnelle, loin de là. Il a pour but d'informer et de sensibiliser, d'aider à prévenir l'émergence de rumeurs. Partant du principe « qu'un homme averti en vaut deux » il nous a semblé important de faire un point sur ce domaine au sujet duquel circule beaucoup d'à priori.



www.ifie.net

Management par l'Intelligence Economique

Qu'est ce que la rumeur ?

On pense souvent que la rumeur ne transmet qu'une information fausse. Première erreur ! La ligne de partage entre information et rumeur n'est pas objective. Le public appelle « information » ce qu'il croit vrai, et « rumeur » ce qu'il croit faux.

M. Pascal Froissart l'a bien démontré lors du colloque sur « la rumeur et la réputation des entreprises » qui s'est tenu le 24 juin à Télécom Paris, tout est affaire de perception. Il a ainsi énuméré quelques critères selon lesquels il serait a priori possible de définir la rumeur, mais qui ne résistent pas à un examen un peu poussé. Ainsi le critère de la diffusion de masse, le fait que la rumeur touche un sujet d'actualité, que cela se diffuse par des médias informels, que les cibles soient dans des catégories socioprofessionnelles moins favorisées ... ne se montrent pas pertinents.

Prudent, M. Froissart ne se risquera pas à nous livrer une définition. Pour en chercher une, on peut se référer à Jean-Noël Kapferer auteur de « La rumeur, le plus vieux média du monde ». Pour ce dernier, ce qui caractérise le plus la rumeur est le fait que sa source soit non officielle : « Nous appellerons donc rumeur l'émergence et la circulation dans le corps social d'informations, soit non encore confirmées publiquement par les sources officielles, soit démenties par celles-ci ».

Comment détecter l'origine d'une rumeur ?

La détection d'une rumeur est difficile et relève de la veille. Il faut être à l'écoute et avoir des «informateurs» répartis uniformément dans toutes les couches du corps social à surveiller (que ce soit le public cible d'un produit, l'ensemble des collaborateurs d'une entreprise, la population d'une ville, ...).

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
- Porter plainte
- Renseigner les demandes
- Communiquer avec les médias
- Démentir
- 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. C'est la plus longue, mais aussi la plus payante !

Jérôme Bondu
Directeur

Pour avoir l'intégralité de l'article, contacter www.veillemag.com ou jerome.bondu@ifie.net