



www.ifie.net

## Management par l'Intelligence Economique

### Edito

**L'Intelligence Economique (IE) est depuis quelques mois le sujet d'un nombre impressionnant de débats**, de publications, de colloques, ... Le sujet a fait la « Une » de nos quotidiens, l'objet d'émissions de radio et de télévision. Cette déferlante ne peut laisser indifférent le chef d'entreprise que je suis. Et cela appelle quelques remarques :

Primo : On ne peut que se réjouir que cette discipline fasse l'objet d'autant d'attentions. Les entreprises françaises ont besoin d'IE. L'intelligence économique apporte des réponses réelles dont j'ai pu mesurer l'efficacité.

Secundo : Il faut néanmoins rester vigilant. Les gros titres parlent souvent d'espionnage, de « coups » à la limite de la légalité, de grandes manœuvres économiques. On est alors loin de la réalité de la moyenne entreprise (qui je le rappelle procure 80% des emplois). Cette moyenne entreprise travaille dans des sphères où la guerre économique est un concept lointain et abstrait.

Tertio : La moyenne entreprise a ses problèmes et ses questions que l'IE peut aider à résoudre : Comment mieux connaître ses clients ? Comment adapter le raccourcissement de la durée du temps de travail ? Comment apporter de l'information utile aux commerciaux, aux bureaux d'études, ... ? Comment mieux surveiller ses concurrents ? Comment ne pas se laisser surprendre ? Et comment surprendre, créer et innover ? ...

Pour avoir moi-même cherché des réponses à ces questions, et pour avoir **trouvé des solutions grâce à l'IE**, je suis devenu un ardent défenseur de cette discipline. Et même plus, j'ai voulu encourager sa diffusion. Voilà pourquoi j'ai créé l'IFIE ! Et j'ai assigné à cette structure quatre missions :

- La première est d'organiser des événements en IE. Ces conférences, colloques, ... s'adressent aux néophytes comme aux initiés.
- La seconde, de proposer des formations courtes (une journée).
- La troisième, d'aider les entreprises à recruter les meilleurs profils dans le domaine de la gestion des connaissances (qui va de la documentation au lobbying en passant par l'IE).
- La quatrième, d'éditer deux collections : l'une de vulgarisation pour un large public. L'autre technique et spécialisé.

C'est par ces quatre axes que s'implantera un véritable « **management par l'intelligence économique** » (d'où le titre de cette newsletter). Le projet est ambitieux, mais il est à l'image de ce que nos entreprises sont en droit d'attendre.

**André Added**  
Président



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

## Management par l'Intelligence Economique

### Evénements

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

#### CONFERENCES

##### **Conférence sur la gestion des réseaux humains.**

Dîner-débat le mardi 25 janvier 2005 à 19h30 au Cercle Républicain (Paris).

Organisé en partenariat avec le cabinet ESCALConsulting.

Interventions de : Christian Marcon, Directeur du Master Management de la Communication à l'ICOMTEC de Poitiers.

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

Conférence le mardi 1 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.

#### 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 : 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 : 89, boulevard Sébastopol 75002

### Focus

Pierre Achard \* est intervenu récemment pour l'IFIE. D'abord pour animer une conférence au Cercle Foch le 17 novembre 2004, puis pour assurer une formation d'une journée le 9 décembre. Voici quelques éléments retenus de ces prestations.

Si l'on veut condenser en quelques mots le concept d'IE, on peut dire que cela sert deux objectifs pour les entreprises : « **ne pas se laisser surprendre** » et « **surprendre** ».

- A l'heure de la mondialisation, où la mise sur le marché de nouveaux produits s'accélère, et où ces produits sont fabriqués dans des pays qui encore hier n'étaient pas vu comme des concurrents « sérieux », « ne plus se laisser surprendre » est en même temps de plus en plus nécessaire et de plus en plus difficile.
- Les joueurs d'échec ont coutume de dire que la meilleure défense est l'attaque. Et il est vrai que l'entreprise doit voir plus loin que sa défense pour « surprendre » ses concurrents.

Ceci posé, **comment arriver à ces deux objectifs ?**

Ne pas se laisser surprendre nécessite :

- le suivi des concurrents,
- savoir positionner au mieux l'entreprise dans son environnement pour bien peser risques et opportunités,
- mais aussi créer une vision partagée de l'importance de l'information dans l'entreprise, pour obtenir que chacun soit vigie et acteur.



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

## Management par l'Intelligence Economique

Pour surprendre, l'entreprise doit :

- se rapprocher de ses clients pour mieux connaître ses attentes,
- savoir détecter les opportunités,
- et accélérer la mise sur le marché de ses produits.

**Ces activités existent dans l'entreprise mais sont souvent dispersées** entre la stratégie, le marketing, le commercial, la R&D, les ressources humaines, ... La mise en place d'une dynamique d'IE permettra de traiter l'ensemble de ces points dans leur globalité. A ce titre, la première de ces vertus sera de « décloisonner ». Faudra-t-il changer l'organisation en place ? Il n'y a pas de réponse toute faite, mais à priori aucun bouleversement n'est à prévoir. Il ne faut pas voir l'IE comme un modèle que l'on applique de la même manière à toutes les entreprises. A chaque entreprise son diagnostic et ses « remèdes ».

Le rôle du professionnel de l'IE sera alors de répondre aux deux objectifs cités plus haut (« ne pas se laisser surprendre » et « surprendre ») par le suivi, la coordination, ou la gestion de ces activités (suivre les concurrents, ...). L'information est sa matière première. Il apportera à l'entreprise pour laquelle il travaille une **méthodologie que Pierre Achard synthétise en 12 règles** (et dont voici quelques extraits) :

- Le professionnel de l'IE apportera à ses responsables des informations pour que ces derniers puissent prendre les meilleures décisions possibles. Il veillera à apporter de l'information utile, et pour cela il faudra bien qu'il cerne les besoins des commanditaires. « Donner l'information c'est bien. Apporter la bonne information c'est mieux » (règle 1).
- Le danger est d'isoler une information de son contexte. « L'information n'acquiert de sens que lorsqu'elle est évaluée dans son contexte » (règle 2).
- Le professionnel de l'IE (dans sa recherche d'information) a une obligation de moyens, pas de résultats. « ce qui compte n'est pas d'être parfait, mais de répondre au mieux à la question posée » (règle 5).
- Il sera un expert de l'utilisation d'outils informatiques pour rechercher des informations sur Internet. Mais il saura aussi utiliser les gisements d'informations de ses collaborateurs. « L'information se trouve à l'extérieur, mais aussi à l'intérieur de l'entreprise » (règle 7).
- « La protection de l'information fait partie intégrante de l'IE » (règle 8).
- « Le veilleur doit adopter une attitude inflexible : celle de ne jamais faire courir à son entreprise le risque de franchir la ligne jaune qui sépare IE et espionnage » (règle 9).

La vision de l'IE de Pierre Achard est une vision « prudente ». Il ne s'agit pas d'attribuer à cette discipline des vertus qu'elle ne peut pas tenir. Cela ne pourrait entraîner que désillusions. Il s'agit de chercher concrètement et pratiquement de quoi l'entreprise a besoin (« ne pas se laisser surprendre » et « surprendre »), de mettre en place la structure d'IE la plus adaptée, avec une méthodologie de gestion des informations la plus rigoureuse possible. C'est faire preuve de réalisme.

\* Pierre Achard a occupé des fonctions de direction dans une moyenne entreprise, qui l'ont amenés à mettre en place une dynamique d'IE. Il est co-auteur d'un ouvrage qui a fait date « Intelligence Economique : mode d'emploi ». Deux autres ouvrages sont à paraître. Il participe à de nombreux forums, débats et enseignements tournant autour de l'IE. Il est fondateur du cabinet de conseil Life Map et présente un concept innovant autour de la co-prospective [docteurachard@life-map.com](mailto:docteurachard@life-map.com) - [www.life-map.com](http://www.life-map.com)