



édito

En ce début de printemps l'intelligence économique s'exporte !

Il y a 2 ans, l'ifie organisait un voyage d'étude au Maroc sur le thème : "L'Intelligence économique et la mondialisation". Aujourd'hui la volonté de promotion de l'IE auprès des entreprises des pays du Maghreb a été largement relayée et s'est concrétisée. L'AMIE (Association Marocaine d'intelligence économique), présidé par Driss Alaoui Mdaghri, vient de voir le jour.

En Algérie, les démarches se multiplient tant au niveau de la formation que des partenariats entreprise avec le rapprochement de Lexis Nexis et du groupe Hasnaoui. La création prochaine d'une école algérienne d'intelligence économique, la 3^{ème} session du Colloque IEMA en partenariat avec une grande école française, l'ESIEE, sont autant de preuves de l'intérêt que porte les pays du Maghreb à l'IE.

On ne peut que se réjouir de cette prise de conscience grandissante de l'enjeu de la maîtrise de l'information comme outil de compétitivité, et cela en partie grâce à l'expertise de spécialistes français.

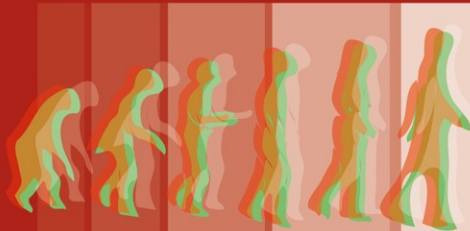
Dans l'Hexagone, l'effort se poursuit. Il rime avec innovation et territorialité. Pour preuve, le nombre grandissant de sujets IE proposés lors de conférences en région attirant de plus en plus les entreprises. Les organisations publiques (ACFCI, CCI, Préfectures, DRIRE, etc.) s'impliquent beaucoup dans ce processus et multiplient la création de services d'aide à l'innovation par la gestion de l'information. De notre côté nous continuons à soutenir cet effort par l'organisation d'événements. Le prochain à venir se tiendra le 31 mai à L'ENSAM avec pour sujet : Formation et métiers en IE.

Notre ambition est aussi d'aider à la promotion du management par l'IE. Alors que les entreprises prennent de plus en plus conscience de cette nécessité, l'effort de sensibilisation et d'aide à l'organisation reste d'actualité.

Cordialement,

André Added
Président de l'ifie

faire évoluer l'information vers l'intelligence



Point de vue

L'attractivité durable : une nouvelle éthique de développement

L'Etat : un système public et politique éprouvé par la concurrence

L'état n'est plus le décisionnaire exclusif dans la mondialisation face à l'enjeu de l'attractivité. La production des normes juridiques, la fiscalité et l'efficacité des services publics sont des éléments clés de toute politique d'attractivité. Négliger ces paramètres reviendrait à accepter le décrochage de notre compétitivité. Des prélèvements trop importants peuvent être contre productifs et desservir les salariés les plus fragiles, que le système prétendait aider. A cet égard, les collectivités publiques sont confrontées à des exigences nouvelles en terme de services. Les entreprises sont autant de consommateurs et des acteurs vigilants de la qualité des services.

L'Etat peut avoir l'illusion de son éternité et la tentation de différer indéfiniment les changements. L'Etat est en concurrence avec d'autres Etats, il est soumis à la pression de l'opinion publique. N'avoir jamais entrepris la réforme de l'Etat est notre plus lourd handicap.

La conception moderne de l'aménagement du territoire est une aptitude à susciter des effets de synergies, à créer une dynamique de développement différenciée, et ne repose plus sur un principe égalitaire et centralisateur.

Pour être efficace, notre politique doit s'inscrire au niveau européen. Il s'agit d'une exigence juridique et politique. En matière de recherche et d'innovation, la taille critique est devenue européenne. Aucun pays européen ne représente plus de 5 % du PIB mondial alors que les E.U. représentent 20% du PIB mondial.

Un nouvel espace social autour des pôles de compétitivité

Le dégroupement des entreprises industrielles, la multiplication des filiales, la sous traitance, les délocalisations ont profondément modifié les relations sociales des entreprises. Tous les acteurs de l'économie doivent se mobiliser pour résister à la concurrence internationale. L'implication des acteurs intermédiaires, syndicats et associations permettra d'inventer des nouvelles formes de régulations sociales.

La vocation mondiale de la France demeure incertaine

La France fait preuve d'une certaine capacité à attirer les investissements étrangers, cette dynamique est trop faible pour compenser les investissements français à l'étranger. Seule l'urgence d'une politique volontariste rendra toute sa force à une politique d'attractivité au service de notre compétitivité.

Nos atouts comme l'innovation, la recherche et la formation doivent faire l'objet d'une politique mobilisatrice. Ce sont les hommes qui sont porteurs de la connaissance et de la création de richesse. C'est un des facteurs clés de l'attractivité de notre pays mais qui n'est pas toujours visible de l'extérieur.

L'image de la France à réinventer

Si la France est la première destination touristique du monde, elle souffre d'une image écornée de la part des leaders d'opinions étrangers. Tous les indicateurs font de nous une puissance de plus en plus souvent en queue des classements. ➔

Agenda

Retrouvez-nous



**Présentation du livre :
Cohérences et
Incohérences**
24 avril 2007 – Cercle Républicain

Dirigeants, cadres et manager, venez rencontrer **Jean-Marc Beignon**, auteur du dernier livre paru aux éditions Ifie. Ce lauréat de la 'Chouette de Cristal' vous présentera ses convictions et sa méthodologie d'analyse illustrées dans l'ouvrage en 5 exemples d'entreprises. Rendez-vous à 8H30 après vous êtes inscrit à cette adresse : contact@ifie.net



1 jour pour le recrutement
26 avril 2007 – La vilette

L'Ifie sera présent à ce salon du recrutement qui se tiendra à la cité des Sciences et de l'industrie. De nombreuses entreprisesen R&D reconnues seront sur place. Vous pouvez dès à présent vous inscrire à cette adresse : <http://1jour-ge.gif.fr>

Rotary Business meeting
10 mai 2007 – ASIEM

Le Rotary Club Paris Beaubourg organise les "Rendez-vous des Rotariens professionnels". Organisés en stands, les rotariens viendront présenter leur activité professionnelle, leur savoir faire et leur entreprise aux autres rotariens et au public de 19h à 23h. A cette occasion une **table ronde sur L'intelligence Economique & les réseaux** se tiendra pendant une partie de la matinée en partenariat avec l'Ifie.

L'entrée est libre pour tous les visiteurs mais nécessite de s'inscrire au préalable à cette adresse : contact@ifie.net

Plus d'événements ...


11 Avril – Petit déjeuner débat avec Jean-Michel Fourgous, Député des Yvelines, autour de son livre : L'Elite Incompétente – A la Questure de l'Assemblée Nationale. Organisé par Liens Direct à la Questure de l'Assemblée Nationale

24 Mai – Concert Gospel à L'Eglise Saint Eustache

Tous les événements sur le site : www.ifie.net ou en envoyant un mail à contact@ifie.net

PS : Nous rappelons à nos lecteurs que cette newsletter est ouverte à leurs témoignages et expériences.

ifie



Ces indicateurs sont utilisés par nos voisins pour nous renvoyer une image dévalorisante. Cette image s'est renforcé par l'image d'un pays dirigiste et bureaucratique, dont on peut penser qu'elle freine notre compétitivité et notre capacité de séduction.

Développer une stratégie d'influence globale et territorialisée

La dimension humaine des relations commerciales est trop souvent oubliée en France. Cette dimension participe pourtant aux maillages des savoirs et des projets.

Les investisseurs ne choisiront pas un pays pour s'y implanter si le territoire n'offre pas des qualités sociales et humaines. La dimension des liens interpersonnels est négligé alors qu'elle occupe une place importante dans les critères de choix. L'effort doit porter sur le message pour évoquer la confiance dans nos atouts, dans notre patrimoine, car ces espaces d'attractivités sont locaux. L'image doit être celle d'une France accueillante, tournée vers ses terroirs, qui participe à la construction des identités régionales et nationales. La perception de nos points forts est celle d'un pays traditionnel comme le luxe, l'agroalimentaire et le tourisme alors que nos pôles d'excellence en haute technologie ou en recherche sont méconnus.

Apprendre des investisseurs et de nos concurrents pour améliorer notre stratégie

La France a beaucoup à apprendre de ses partenaires qui ont mis en place des politiques pour attirer les investissements. Les stratégies de promotions des autres pays doivent être analysés pour mieux orienter notre action. Il est vrai que la mondialisation est un facteur anxiogène pour nos compatriotes. Cela rend difficile les implantations car on nous fait remarquer la maîtrise relative des langues, l'accueil en demi-teinte et l'absence de suivi des implantations.

Nous y étions

Salon Documentation 2007

Les 7 et 8 mars dernier a eu lieu au CNIT Paris, la Défense, le salon Documentation. Ce rendez vous annuel de la gestion de contenu est le moyen de faire le point sur les nouveaux produits et d'avoir tous les acteurs clés réunis.

Cette année a tendance était à la gestion de contenu dématérialisé et électronique. Pour ce faire deux jours de conférences, d'ateliers et de présentations autour des différents formats ont eu lieu: EAD, XML, comment structurer ses méta-données, quel format pour archiver ses données.

Evaluer les pôles de compétitivité - Sénat

Le 26 mars 2007 au Sénat, France Compétitivité, le réseau national de soutien aux pôles de compétitivité, a organisé une première rencontre sur le thème de l'évaluation des pôles de compétitivité. Cette conférence, sous le haut patronage du président du Sénat, Christian Poncelet a réuni des acteurs publics, privés et associatifs spécialisés dans les domaines de la territorialité, de l'innovation, de l'économie et de la maîtrise de l'information.

Ce fut l'occasion de faire le point sur les enjeux de la R&D, la place des territoires dans la mondialisation et de rappeler que les pôles de compétitivité se sont créés pour répondre à la nécessité de créer l'équilibre entre un produit, un marché et un territoire afin d'être plus compétitif sur le marché mondial.

Ne pas laisser nos partenaires faire notre communication commerciale

Toutes nos faiblesses sont mises en exergue par nos concurrents avec des arrières pensées pour relativiser nos succès et caricaturer nos pratiques managériales. Il est indispensable de s'approprier ces stratégies d'influence pour faciliter les investissements. La langue et la culture ont aujourd'hui une dimension économique et commerciale dont la France devrait prendre toute sa mesure dans les choix d'investissement. Une stratégie diplomatique et commerciale doit être menée pour que les intelligences se combinent et appréhendent les cultures de manière globale. Il s'agit de l'affection que nous portons à notre pays pour évoquer ses atouts réels et en être les meilleurs ambassadeurs.

Favoriser l'accueil des étudiants étrangers en France

La politique d'échange des étudiants pourrait être développée. Une telle politique est un investissement peu coûteux car elle renforce l'influence de la France. Les étudiants qui viennent en France acquièrent la langue française, notre mode de vie et de raisonnement. Ils deviennent les ambassadeurs de la culture française. Savons nous utiliser cette ressource provenant de nos minorités et de notre ancien empire colonial ? Cette stratégie d'influence et de communication ne saurait prendre tout son sens si elle ne s'inscrit pas dans des logiques territoriales, valorisé par des stratégies de diplomatie régionale.

Les pôles de compétitivité : un cercle vertueux d'attractivité

La mise en place des pôles de compétitivité est une réponse aux doutes des investisseurs étrangers. Le gouvernement a voulu afficher nos ambitions technologiques sur notre territoire national. Une façon de montrer que la France veut relever le défi de la connaissance qui seul peut nous assurer une attractivité durable.

Mustapha Karki – ifie

Version longue dans: L'essentiel des relations internationales - n°12

Un choix pas toujours simple à faire parmi les 130 exposants présents lors de 13ème édition.

Ce salon est également le moment pour les éditeurs d'annoncer des rapprochements ou des partenariats. Cet année Temis a annoncé un partenariat avec l'éditeur de contenu allemand Springerlink.

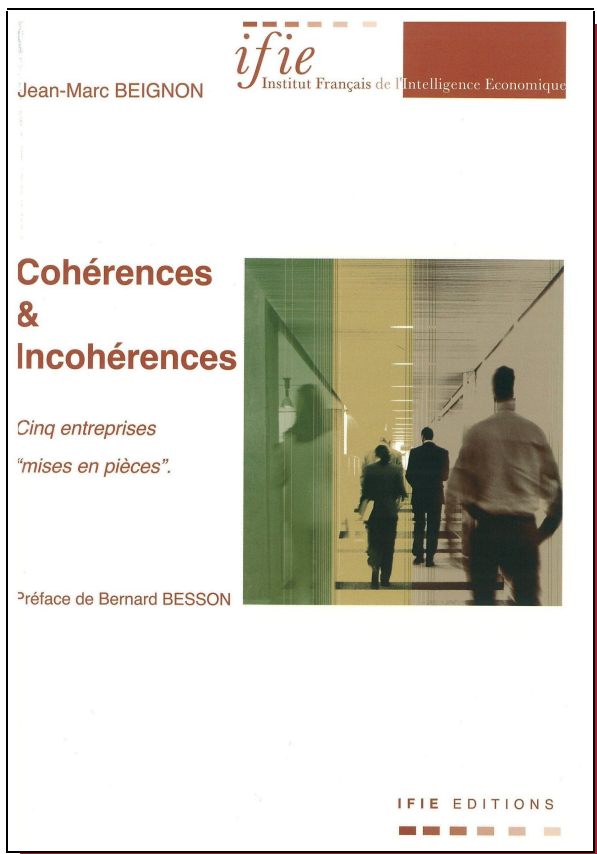
La prochaine édition est prévue pour les 12 et 13 mars 2008.

Dans l'esprit d'un premier bilan, les intervenants ont souligné l'importance d'accentuer la mutualisation des compétences au sein des structures, l'importance de mener une politique de projet pour être plus compétitif, de mieux définir la place de l'Etat et le rôle des services publics dans un système fondé sur la notion de territoires, et de trouver des critères d'évaluation de performances répondant aux attentes de tous les acteurs des pôles : collectivités, Etat et entreprises. En conclusion, Jean-Pierre Raffarin, sénateur de la Vienne, a souligné l'importance d'avoir une stratégie à long terme, mais aussi de rappeler que les pôles ne sont pas une question de zonage et qu'il est nécessaire d'avoir une vision large de l'espace.

Rédaction :

Ifie - 51 rue de Turbigo – 75003 Paris
contact@ifie.net - www.ifie.net





Cohérences Incohérences

Jean-Marc Beignon – Avril 2007

5 entreprises et leurs modes de fonctionnement passés au crible de la méthode $E=(SC)^2$, conçue par l'auteur.

5 stratégies d'entreprises décryptées et analysées pour vous !

15 € TTC

Plus d'infos sur www.coherences-incoherences.com

Jean-Marc Beignon – Diplômé de l'ISEP (Institut Supérieur d'Electronique de Paris), consultant et formateur en Intelligence Economique et enseignant dans plusieurs Grandes Ecoles, dont le Mastère IE de l'EISTI et l'Ecole Européenne d'Intelligence Economique. Il est concepteur de la méthodologie $e=(sc)^2$ qui permet de décrypter la stratégie et le mode de fonctionnement des entreprises – leur Cohérence Propre -, en interprétant leurs actions connues et les faits les concernant. Il a reçu à ce propos le prix de la Chouette de Cristal 2006 de l'Académie de l'Intelligence Economique.

BON DE COMMANDE

Prénom : Nom :
Entreprise : Fonction :
Rue/voie :
Code postal : Ville :
Tél : Fax :
Mèl : @

Désire commander exemplaire(s) du livre « Cohérences-Incohérences » à 15 € TTC l'exemplaire + 2 € de frais de port

Soit, ci-joint un chèque de € libellé à l'ordre de l'ifie

Bulletin à retourner à l'ifie – 51 rue de Turbigo -75003 Paris