

Extrait du Spyworld Actu

<https://www.spyworld-actu.com/spip.php?article6409>

Intelligence économique et compétitivité des entreprises

- Intelligence économique -



Date de mise en ligne : lundi 17 décembre 2007

Spyworld Actu

Jeudi matin, le groupe Taitbout organisait un petit déjeuner sur le thème de l'intelligence économique et compétitivité des entreprises. Ce billet relate cette conférence, qui était de bonne tenue. Il faut souligner que ce groupe organise des réunions sur le thème de l'IE depuis 2 ans, ce qui est une très bonne idée et mérite d'être "copié".

Jeudi matin, le groupe Taitbout organisait un petit déjeuner sur le thème de l'intelligence économique et compétitivité des entreprises. Ce billet relate cette conférence, qui était de bonne tenue. Il faut souligner que ce groupe organise des réunions sur le thème de l'IE depuis 2 ans, ce qui est une très bonne idée et mérite d'être "copié".

Dans les invités, Christian Harbulot, le directeur de l'EGE. Le deuxième invité était Jean-Louis Blairvacq qui a décrit un cas concret d'IE dans le secteur de l'archivage et de la numérisation. Ce billet se concentrera sur le contenu de la première intervention.

Dans tous les secteurs il y a un durcissement de la compétition mondiale, y compris dans le monde du social. Ainsi, une petite association française s'est vue confrontée au "géant américain" qui souhaitait implanter, en Roumanie, un système de protection sociale. Cette petite association a su identifier les points faibles de la proposition américaine et les a fait connaître, en utilisant l'arme de l'information. Le coup a porté et l'action a été un succès. De même en Belgique, le site d'une banque solidaire met en avant l'économie sociale. Elle vend donc des produits sur des critères éthiques, mais dans le même temps, elle dénonce l'éthique de certains groupes, Axa en a ainsi fait les frais. C'est une démarche commerciale particulièrement agressive. Toujours en Belgique, Suez a vu son site hacké et redirigé vers un site pédophile. Cela aurait pu coûter très chers en termes d'image, voire pénal, pour cette entreprise.

Avec le poids de la pression sociétale (développement durable, RSE, ISR), de nouvelles problématiques se font jour. Dans ce cadre, l'Union européenne souhaite mettre de nouvelles barrières à l'entrée des produits chinois sur des questions de développement durable. Le rôle de l'information ou du management de l'information dans un cadre concurrentiel devient de plus en plus primordial. Ainsi, la Fondation Prometheus à l'initiative de Bernard Carayon a lancé le 6 décembre un baromètre sur les activités et pratiques des ONG sur leur financement.

Les besoins complémentaires en intelligence économique reposent sur trois niveaux pyramidaux. Tout d'abord, l'information qui consiste à évaluer son environnement. La partie décisionnelle qui revient à utiliser l'information pour obtenir des avantages concurrentiels et permettre de développer les affaires. Et enfin l'influence visant à développer la notoriété et l'attractivité. Ce dernier point est mal vu en France et est souvent délaissé. Pourtant, une entreprise doit souvent influencer pour exister. De même, on peut constater une faiblesse de l'intégration de ces problématiques dans l'entreprise. Trop souvent l'information est cloisonnée pour des raisons de pouvoir, et le travail collaboratif entre les différentes équipes d'une entreprise n'est pas encouragé.

Pour aller contre cette pente naturelle des entreprises et changer les habitudes :

- ▶ Il faut confier la mise en place d'un système d'intelligence économique à un collaborateur crédible.
- ▶ Il faut se concentrer sur l'information à valeur ajoutée.
- ▶ Il faut encourager les manageurs à faire circuler l'information.
- ▶ Il faut défaire l'esprit de compétition en interne.
- ▶ Il faut impliquer les décideurs.
- ▶ Il faut valoriser le travail collaboratif des équipes.
- ▶ Il faut construire une courbe d'apprentissage à travers l'exemple.

L'ensemble du cycle de l'information doit être respecté (expression des besoins, collecte, traitement, diffusion), sinon un manque sera un facteur d'échec. Un manque dans l'expression des besoins va conduire à un livrable qui n'aura pas vraiment de valeur ajoutée. Si l'insuffisance se situe en bout de chaîne sur la bonne diffusion de l'information, tout le travail en amont aura été inutile, puisqu'il n'y aura pas de véritable utilisation des résultats.

Les facteurs-clés de l'IE repose sur :

- ▶ La dimension stratégique : la veille doit être reliée à l'aspect business, afin d'avoir un véritable retour sur investissement.
- ▶ L'organisation : il y a une nécessité d'organiser le travail en réseau.
- ▶ La technique : certaines tâches peuvent être automatisées, il faut veiller au stockage et à la protection des connaissances, mais ne pas oublier la mise en place d'outils collaboratifs.
- ▶ La gestion humaine : il faut entrer dans une logique de partage et de travail collaboratif où le management intermédiaire a un rôle à jouer.

Pour finir, face à un concurrent, l'entreprise doit se demander ce que la concurrence est prête à perdre pour gagner et n'est pas prête à perdre pour gagner.

Post-scriptum :

<http://www.agoravox.fr/article.php3...>