

FICHE X01

VEILLE, PROSPECTIVE ET INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

► DESCRIPTIF/DÉFINITION

Avec la globalisation et l'avènement du numérique, la maîtrise de l'information est un impératif. La mondialisation de l'économie justifie une veille d'information constante à l'échelle internationale pour le maintien des avantages compétitifs des entreprises industrielles. Les données disponibles sont de plus en plus nombreuses, sur des formats de plus en plus variés, et les technologies associées à la collecte d'information et à leur exploitation évoluent également fortement. Transformer cette information en avantage stratégique, en utilisant les techniques du renseignement, mais aussi les dispositifs de protection économique et les démarches d'influence devient aujourd'hui indispensable.

L'activité de veille en entreprise consiste à collecter des informations technologiques et stratégiques pour permettre d'anticiper les évolutions et les innovations. Elle peut toucher énormément de domaines et l'entreprise doit bien définir le périmètre de recherche (commercial, concurrentiel, environnemental, financier, juridique, marketing, médiatique, politique, réglementaire, sectoriel, sociétal, stratégique, technologique, etc.).

La prospective est une démarche qui consiste à étudier des facteurs techniques, scientifiques, économiques ou sociétaux, de façon à prédire des situations qui pourraient découler de leurs influences conjuguées. Il en résulte des scénarios des évolutions possibles à moyen terme.

L'intelligence économique consiste à recueillir les informations nécessaires à la compréhension des interrelations de l'écosystème et à les analyser, pour anticiper l'action et bénéficier ainsi d'un avantage compétitif ou concurrentiel si possible stratégique. L'intelligence économique peut être définie comme l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de diffusion, en vue de son

exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques. Le renseignement est l'outil de l'anticipation de l'action. Ces diverses actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaires à la préservation du patrimoine de l'entreprise, dans les meilleures conditions de délais et de coûts.

L'information utile est celle dont ont besoin les différents niveaux de décision de l'entreprise ou de la collectivité, pour élaborer et mettre en œuvre de façon cohérente la stratégie et les tactiques nécessaires à l'atteinte des objectifs définis par l'entreprise dans le but d'améliorer sa position dans son environnement concurrentiel. Ces actions, au sein de l'entreprise, s'ordonnent autour d'un cycle ininterrompu, générateur d'une vision partagée des objectifs de l'entreprise.

► ENJEUX (AVANTAGES)

Sur le plan économique

- La veille stratégique permet d'innover, d'anticiper et de limiter les risques (impact d'une réglementation, détection de contrefaçon...).
- Le partage des informations et connaissances au sein de l'entreprise permet aux salariés une meilleure efficacité dans leur quotidien, avec un pouvoir de fédération des salariés de l'entreprise autour de projets collectifs.
- La veille permet de gagner du temps, en exploitant ce qui existe déjà.

Sur le plan technologique

- Les activités de veille, de prospective et d'intelligence économique doivent permettre d'orienter la stratégie de développement et d'innovation technologique d'une entreprise, au regard des signaux faibles et forts en provenance du marché et de l'environnement économique de l'activité.

FICHE X01

VEILLE, PROSPECTIVE ET INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

Sur le plan de la transformation de l'entreprise

- Toute évolution d'organisation doit se faire en anticipant les évolutions du marché et des technologies, d'où l'importance de l'intelligence économique. Il est essentiel que chaque salarié d'une entreprise puisse bénéficier d'outils et d'actions de veille en adéquation avec ses objectifs professionnels, afin de lui conférer une vision stratégique à moyen-long terme.
- De même, il est essentiel de pouvoir pousser de l'information vers l'extérieur afin d'influencer l'environnement économique d'une entreprise.

► LES CLÉS DE LA RÉUSSITE**Au niveau technologique**

- Porter une réflexion sur la méthodologie de veille avant de se concentrer sur l'utilisation d'outils.
- Se garder du temps pour l'analyse et la synthèse d'informations.
- À moyen terme, mettre en œuvre une approche big data pour le traitement de données structurées, voire non structurées, et l'utilisation d'approche sémantique pour la recherche d'informations.

Au niveau numérique

- Valoriser l'information existante en interne des entreprises.
 - > Le management des connaissances ou *knowledge management* est aussi en partie l'un des métiers de l'intelligence économique qui permet d'optimiser les interactions entre les acteurs, afin que s'effectue non seulement la bonne diffusion, mais encore l'échange optimum d'informations.

► MATURITÉ DE L'OFFRE

- Favoriser une utilisation efficace des outils du numérique et d'Internet pour en extraire toute la valeur ajoutée sans perte de productivité pour les salariés.
 - > Cérer la multiplicité des sources d'information disponibles.
 - > Utiliser les réseaux sociaux et les agrégateurs de flux afin d'optimiser les canaux de récupération de l'information.

Au niveau des compétences à mobiliser, des connaissances et de la formation

- L'intelligence économique est une compétence généraliste qui doit être infusée de manière transverse à l'ensemble des collaborateurs d'une entreprise. Il s'agit avant tout de mettre en place des méthodologies et des outils partagés.
- Chaque étape du cycle de la veille nécessite des compétences spécifiques : recherche sur Internet, analyse d'un document, visite d'un salon...

Les questions à se poser

- La sécurité des systèmes d'information et des données qu'ils traitent est un défi majeur pour les entreprises. Quelles mesures techniques faut-il prendre pour protéger ses actifs stratégiques, tout en se mettant en conformité avec le droit ? Comment se préparer par ailleurs à l'entrée en vigueur du règlement général sur la protection des données (RGPD) en mai 2018 ?
- Le digital décuple la puissance des moyens d'influence pour les entreprises dans une relation directe avec l'opinion qui contourne les relais traditionnels (politiques, médiatiques...). Quelles sont les mécaniques d'influence ? Comment s'y préparer et les utiliser à son profit ? Comment organiser la riposte en cas d'attaque ?
- Il y a de plus en plus d'informations ; comment faire face à l'infobésité ?

Émergent

Laboratoire

Prouvé

Mature

Fréquent

Pervasif