

INTRODUCTION GENERALE

L'intelligence économique est devenue depuis la fin du XX^e siècle une des pièces maîtresses de la stratégie des entreprises (objet essentiel de notre étude), des territoires voire des politiques d'Etats. Ses apparitions régulières dans les médias, ainsi que les multiples ouvrages qui lui sont consacrés prouvent qu'il est désormais impensable de conduire une entreprise, un projet d'intérêt national ou une politique extérieure sans adopter et pratiquer les méthodologies de l'intelligence économique.

Le monde des entreprises est confronté de nos jours à un bouleversement de l'échiquier du système socioéconomique engendré par la mondialisation des marchés, l'avènement de la société de l'information, l'évolution d'une économie de production vers une économie de savoir et la démocratisation des technologies de l'information et de la communication. Un tel bouleversement est souvent considéré comme le garant d'une croissance économique mondiale que beaucoup d'entreprises vivent comme une chance et dont elles tentent de tirer des opportunités. Néanmoins, il a imposé de nouvelles contraintes aux entreprises et a provoqué une compétition de plus en plus rude à l'échelle internationale qui a touché progressivement l'ensemble des secteurs d'activités. Des lors, les relations de coopération-concurrence entre les nations et entre les entreprises se développent au rythme de logiques complexes et difficiles à décrypter aboutissant à la création de réseaux complexes d'interrelations, d'interdépendance, voire de « coopération ». Une entreprise peut, du jour au lendemain, se retrouver concurrente de ses propres partenaires, tels que ses distributeurs, ou encore devenir partenaire de ses anciens concurrents (alliances, fusions, acquisitions). Ainsi, l'environnement, devenu plus complexe et plus turbulent, rend l'incertitude omniprésente.

Face à de tels constats et confrontés à de perpétuelles mutations de l'environnement, sources d'incertitudes multiples, tant économiques, politiques, technologiques, que culturelles et sociales, les chefs d'entreprises sont désormais contraints d'ajuster leurs stratégies en fonction de nouveaux paramètres intégrant une complexité croissante, une incertitude et une pression concurrentielle sur les différents échiquiers internationaux, nationaux et locaux. Ces dirigeants doivent prendre conscience du fait que la survie de leurs entreprises est conditionnée par leur capacité à comprendre les changements de l'environnement d'aujourd'hui et à anticiper ceux de l'environnement de demain. L'entreprise ne peut plus se contenter de prévoir et de planifier à long terme, mais doit désormais anticiper pour s'adapter en permanence à l'environnement et l'influencer en sa faveur afin d'assurer sa pérennité.

La maîtrise de l'information, notamment celle qui permet l'anticipation et l'influence devient ainsi un enjeu stratégique représentant une source d'avantage concurrentiel. Néanmoins, l'obtention d'un tel avantage n'est pas le résultat d'une accumulation d'informations, mais plutôt, de la capacité d'acquérir les bonnes informations stratégiques et leur mise à disposition aux bonnes personnes et au bon moment, tout cela pour prendre de bonnes décisions. Les décideurs ont ainsi besoin d'une démarche appropriée leur permettant la maîtrise et la

protection de l'information stratégique pertinente pour mieux positionner leurs entreprises sur un marché de plus en plus compétitif.

Certes, avec l'avènement de la société de l'information, l'évolution des technologies de l'information et de la communication et l'instauration d'une économie « dite de l'information », l'information est désormais à la portée de tous les acteurs économiques qui naviguent librement dans un océan informationnel. Cependant, les côtés contestés de la société de l'information, à savoir la surabondance d'informations, la désinformation, l'espionnage économique, les tentatives de déstabilisation de la part des concurrents, et surtout le manque d'informations pertinentes incitent les chefs d'entreprises à s'interroger sur les méthodologies les plus adéquates leur permettant d'accéder aux informations pertinentes et de gérer le risque informationnel. L'Intelligence Economique (IE) s'identifie à cette démarche stratégique d'aide à la décision qui constitue une réponse au défi de la révolution économique marquée par le contexte de mondialisation des échanges et d'émergence de la société de l'information.

L'IE peut être considérée comme une nouvelle pratique managériale au service de la stratégie de l'entreprise permettant d'améliorer la compétitivité de l'entreprise, en ce sens qu'elle constitue une réponse à l'interrogation stratégique et aux préoccupations des décideurs pour résoudre leurs problèmes décisionnels et améliorer la position stratégique de l'entreprise dans son environnement « *donner aux décideurs les éléments nécessaires pour mieux définir leurs orientations à moyen et long terme* » (R. Salmon & Y. Linares, 1997).

Eu égard aux enjeux de l'économie, il est fondamental d'initier les futurs décideurs à la notion d'intelligence économique. Ce cours a donc pour objectif de former les étudiants à la compréhension de l'IE en leur fournissant les bases à son assimilation. Il s'articulera autour de six (6) chapitres :

- Les fondamentaux de l'IE
- L'environnement concurrentiel
- L'information
- La veille stratégique
- La protection du patrimoine informel
- L'influence