

CHAPITRE I : LES FONDAMENTAUX DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Pour mener à bien notre présentation de l'intelligence économique, nous aurons recours à la méthode QQQQCP¹ encore appelée la méthode des 5W-1H. (Who, what, where, when, why c'est à dire qui a fait quoi, où, quand, pourquoi et comment)

Cette méthode comprend une série de questions permettant de se poser les bonnes questions dans la résolution d'un problème.

Pour nous familiariser avec le concept d'intelligence économique, nous repondrons aux questions suivantes :

- 1- Quoi ? (What) pour définir l'intelligence économique
- 2- Qui ? (Who) pour présenter les acteurs de l'intelligence économique
- 3- Où (where) pour traiter de la place de l'IE dans la structure d'une organisation
- 4- Quand ? (when) pour montrer la place de l'IE dans le cycle de vie des organisations
- 5- Comment ? (How) pour aborder la pratique de l'IE dans la structure d'une organisation
- 6- Pourquoi ? (Why) pour définir les enjeux de l'intelligence économique

I- Origine

L'histoire nous enseigne que l'IE a été calqué sur les approches de l'armée, jusqu'aujourd'hui on parle de service de renseignements généraux dans l'armée. C'est le service qui permet à l'armée d'être en alerte car ledit service leur fournit tous les renseignements utiles (politique, militaire...)

L'analyse du stratège chinois SUN TZU part de l'information militaire à l'art de la guerre. Pour lui, le renseignement est la lumière la plus importante dans l'art de la guerre car « **sous informé sur l'ennemi on ne peut élaborer de plan de bataille efficace** ». Il montre toute l'importance du renseignement en citant une phrase de Napoléon : « **Se faire battre est excusable mais se faire surprendre est impardonnable.** »

La pratique de l'intelligence économique n'est pas nouvelle. Au sortir de la Seconde guerre mondiale, influencées par les méthodes de raisonnement initiées par les militaires, les entreprises anglo-saxonnes (plus particulièrement américaines) avaient développé des départements marketing. Si aujourd'hui le marketing n'est plus que l'un des secteurs d'usage de l'intelligence économique, il en fut dès l'origine un élément essentiel. En effet, il a

¹ Sigle résumant une méthode empirique de questionnement d'origine aristotélicienne

regroupé jadis l'ensemble des activités permettant une connaissance du marché et a contribué à élaborer et à définir les actions nécessaires à sa conquête et à son développement.

Historiquement, la formulation française dérive de l'expression anglaise « **competitive intelligence** ».

II- Définition

Plusieurs définitions de l'IE existent. Mais toutes s'accordent à démontrer l'importance de l'information dans l'élaboration de la stratégie des organisations.

Toutefois nous retiendrons celle présentée dans le rapport du Commissariat général au plan². Selon ledit rapport, l'IE est **l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de diffusion de l'information utile aux acteurs économiques, en vue de son exploitation à des fins stratégiques et opérationnelles**. Ces actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaire à la préservation du patrimoine de l'entreprise, dans les meilleures conditions de qualité, de délais et de coût.

L'I.E présente deux (2) aspects :

- L'un, offensif destiné à la veille et à l'influence
- L'autre défensif consacré à la protection du patrimoine informationnel

III- Enjeux

L'IE permet de mieux surveiller et agir sur son environnement concurrentiel afin de le rendre favorable pour le développement de l'organisation.

En Maîtrisant l'information sur son environnement concurrentiel, le but de l'intelligence économique est de l'influencer

Les informations utiles produites par le système d'IE permettront aux responsables de l'organisation de mieux comprendre l'environnement dans lequel ils évoluent. Ce qui leur permettra de mettre en œuvre des actions de meilleure qualité avec pour corollaire l'amélioration des résultats de l'organisation qui lui permettront d'être compétitive.

IV- Place de l'intelligence économique dans le cycle de vie

L'IE est une pratique essentielle à la compétitivité de toutes les organisations. Elle leur est utile à toutes les étapes de leur cycle de vie.

V- Les acteurs

L'IE dans une organisation est l'apanage de tous. En effet, tout le personnel est à son niveau un acteur de la compétitivité. Mais pour plus d'efficacité, un responsable dont la mission est

² Rapport Marthe (1994)

d'élaborer la politique d'IE et d'organiser le système d'IE est choisi. Celui-ci, de manière générale doit être un professionnel de l'information. Il doit en outre avoir une culture de l'information stratégique. De façon particulière il doit avoir les aptitudes suivantes : la curiosité, la communication, la vigilance et l'esprit critique.

L'implication des plus hauts dirigeants de l'organisation est un facteur clé de succès de la politique d'intelligence économique.

VI- Place dans la structure

Du fait de sa dimension stratégique, au sein d'une organisation, l'IE est rattachée aux niveaux stratégiques.

VII –Le processus d'élaboration d'une stratégie d'intelligence économique

Faire de l'intelligence économique est à la portée de toutes les organisations. Loin des questions de budget et de temps, l'IE est une attention portée à son environnement. Sa pratique passe par des étapes essentielles qui sont :

- **Le ciblage des besoins** : l'intelligence économique doit correspondre à un besoin qu'il faut définir préalablement en interne, via notamment l'identification précise du cœur du métier de l'entreprise.

- **Identification des acteurs** : l'IE s'appuie en grande partie sur des vecteurs d'information humains. Lorsque les besoins ont été correctement ciblés, l'entreprise doit identifier les salariés qui sont en contact avec les différentes sources d'information possibles. La réussite d'une politique d'IE réside dans la motivation de ces personnes qu'il faut entretenir de diverses manières.

- **La collecte des informations** : pour récolter l'information, nulle obligation pour l'entreprise d'utiliser un énorme outil technologique. Une surveillance de l'actualité web, des publications virtuelles ou papier, des communiqués de presse des concurrents, une présence sur les salons en s'étant au préalable renseigné sur les entreprises présentes, sont des actes de base de l'IE. Il faut rester à l'écoute des tendances et traiter l'information de façon structurée : cibler les thèmes, les domaines ou les types d'information à chercher et définir le rôle de chacun. Les informations récoltées seront alors stockées de manière organisée.

- **Le traitement des informations** : les données récoltées sont ensuite analysées afin de recueillir les informations utiles. Ce travail doit être synthétisé dans des documents (tableau, graphique, chiffres de vente, les argumentaires de la concurrence qui aident à la prise de décision.

- **La diffusion pour action** : les informations utiles obtenues doivent être acheminées vers les utilisateurs pour usage. Cette diffusion doit se faire rapidement afin d'éviter qu'elles ne deviennent obsolètes.

VIII- Les composantes de l'IE

- La veille stratégique
- La protection du patrimoine informationnel
- L'influence