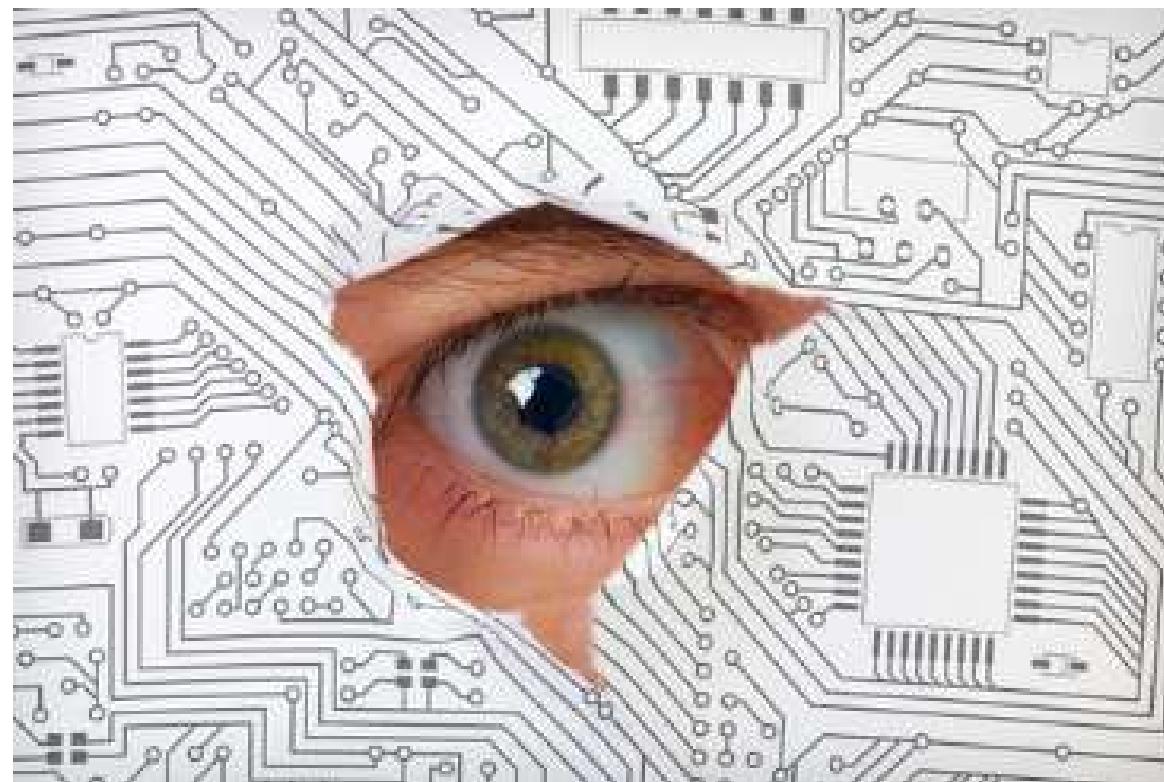


VEILLE TECHNOLOGIQUE

Concepts, enjeux, méthodologie et
outils



PLAN DU COURS

Introduction

I. Le concept de veille

- A. Définitions
- B. Les différents types de veille
- C. Les domaines d'application de la veille

II. La veille technologique et ses enjeux

- A. Définition
- B. Le cycle de veille technologique
- C. Les enjeux de la veille technologique

III. Les outils de veille

- A. La veille sur Internet
- B. Les autres approches

IV. L'espionnage industriel et la protection de l'information stratégique

- A. Les menaces potentielles
- B. Les moyens de protection
- C. Déontologie



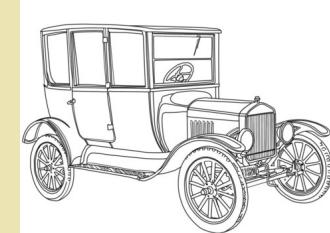
INTRODUCTION



A l'époque des premières voitures, la demande était supérieure à l'offre

Les fabricants n'avaient pas à se préoccuper des besoins de leur clientèle, ni même de leurs concurrents

Exemple: la FORD T



L'important était de **savoir produire en quantité** sans trop se soucier de son environnement en dehors des technologies de base

⇒ **La fonction de veille était réduite**

INTRODUCTION

FORD T (1908)

Les débuts de la production de masse



Ford
Touring Car
\$295

F.O.B. DETROIT

Starter and Demountable Rims \$65 Extra

OF all the times of the year when you need a Ford car, that time is NOW!

Wherever you live—in town or country—owning a Ford car helps you to get the most out of life.

Every day without a Ford means lost hours of healthy motoring pleasure.

The Ford gives you unlimited chance to get away into new surroundings every day—a picnic supper or a cool spin in the evening to enjoy the countryside or a visit with friends.

These advantages make for greater enjoyment of life—bring you rest and relaxation at a cost so low that it will surprise you.

By stimulating good health and efficiency, owning a Ford increases your earning power.

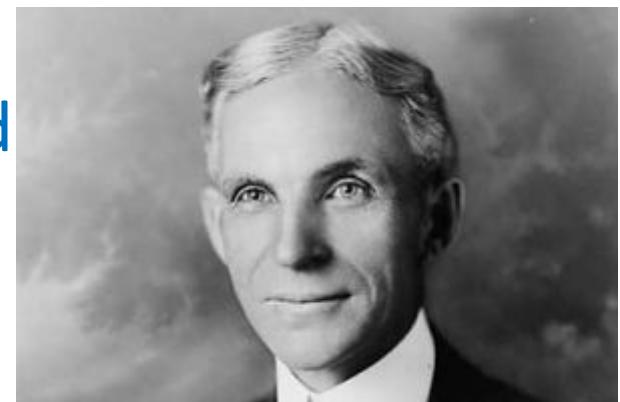
Buy your Ford now or start weekly payments on it.



« Le client a le droit de choisir sa couleur, à condition que ce soit le noir »

Henry Ford

Christian VIGOUROUX



INTRODUCTION



Passage d'une économie de l'offre (production) à une économie de la demande



Un monde économique de plus en plus complexe et difficile à appréhender



Une concurrence devenue mondiale

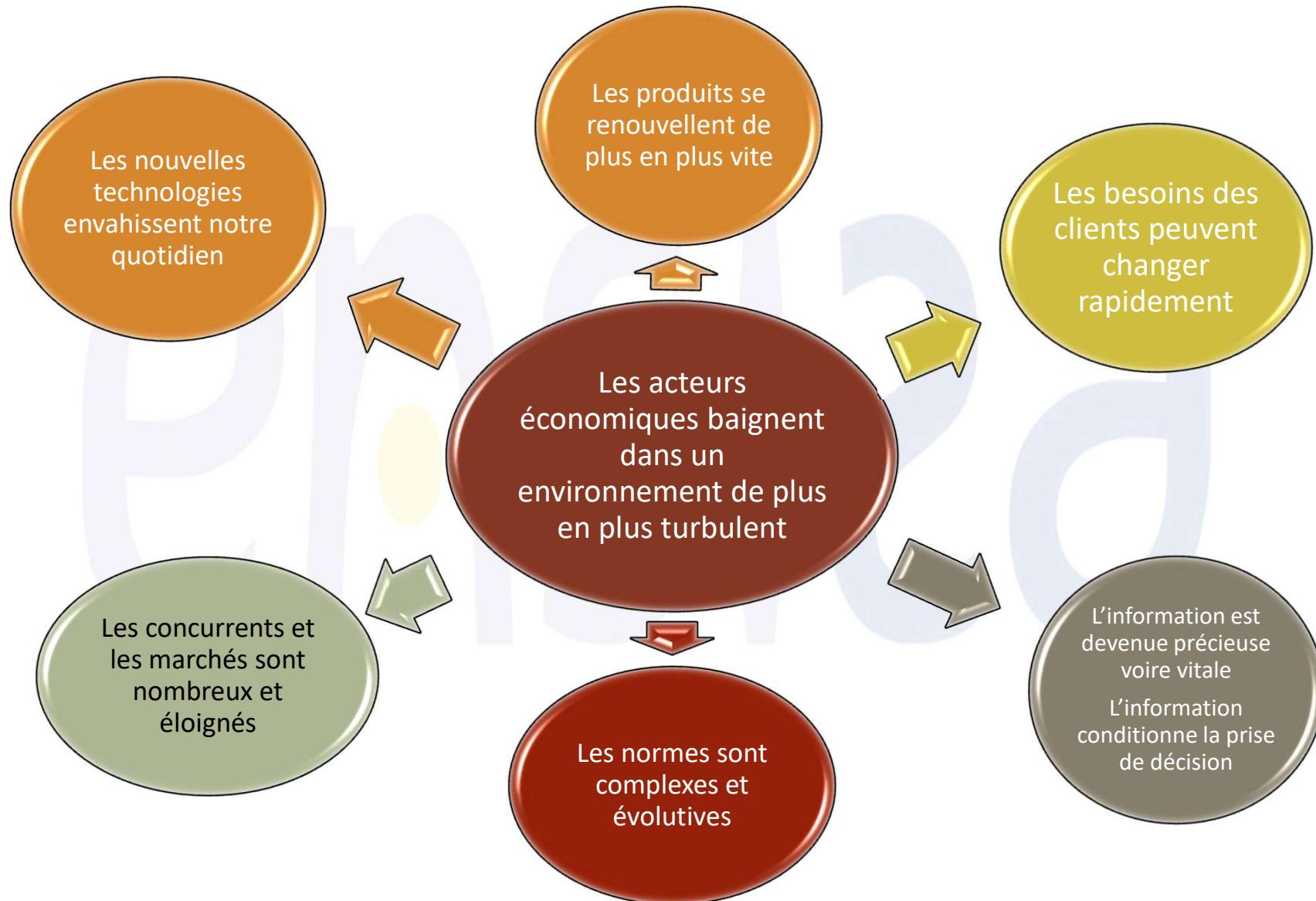


Des marchés au rythme d'évolution de plus en plus rapide (des clients de plus en plus versatiles, accélération des innovations, sensibilité accrue aux enjeux des DDRS)

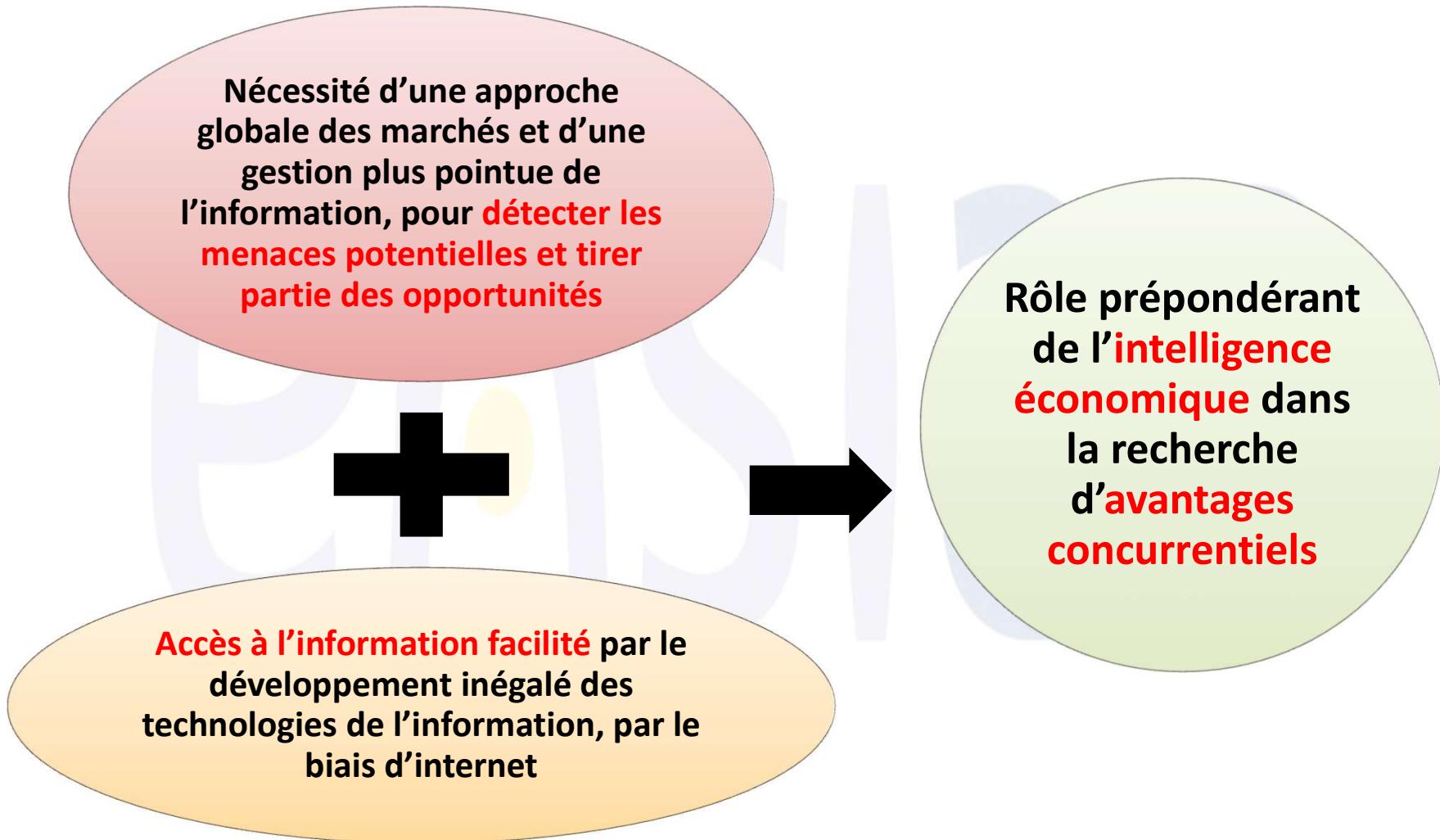


Des dirigeants confrontés à des problèmes de surinformation ou de sous-information, avec l'avènement d'Internet

INTRODUCTION



INTRODUCTION



I. Le concept de veille



- Définition de l'AFNOR

« la veille est une activité continue et en grande partie itérative, visant à une surveillance de l'environnement technologique, commercial ... pour anticiper les évolutions »

Selon Humbert LESCA

« la veille est un processus collectif continu par lequel un groupe d'individus traquent, de façon volontariste, et utilisent des informations à caractère anticipatif concernant les changements susceptibles de se produire dans l'environnement extérieur de l'entreprise, dans le but de créer des opportunités d'affaires et de réduire des risques et l'incertitude en général [...]»

« L'intelligence économique (*ou veille*) est une démarche organisée, au service du management stratégique de l'entreprise, visant à améliorer sa compétitivité par la collecte, le traitement d'informations et la diffusion de connaissances utiles à la maîtrise de son environnement (menaces et opportunités); ce processus d'aide à la décision utilise des outils spécifiques, mobilise les salariés et s'appuie sur l'animation de réseaux internes et externes »

Bournois et Romani, L'intelligence Economique et Stratégique dans les entreprises françaises, Economica, 2000

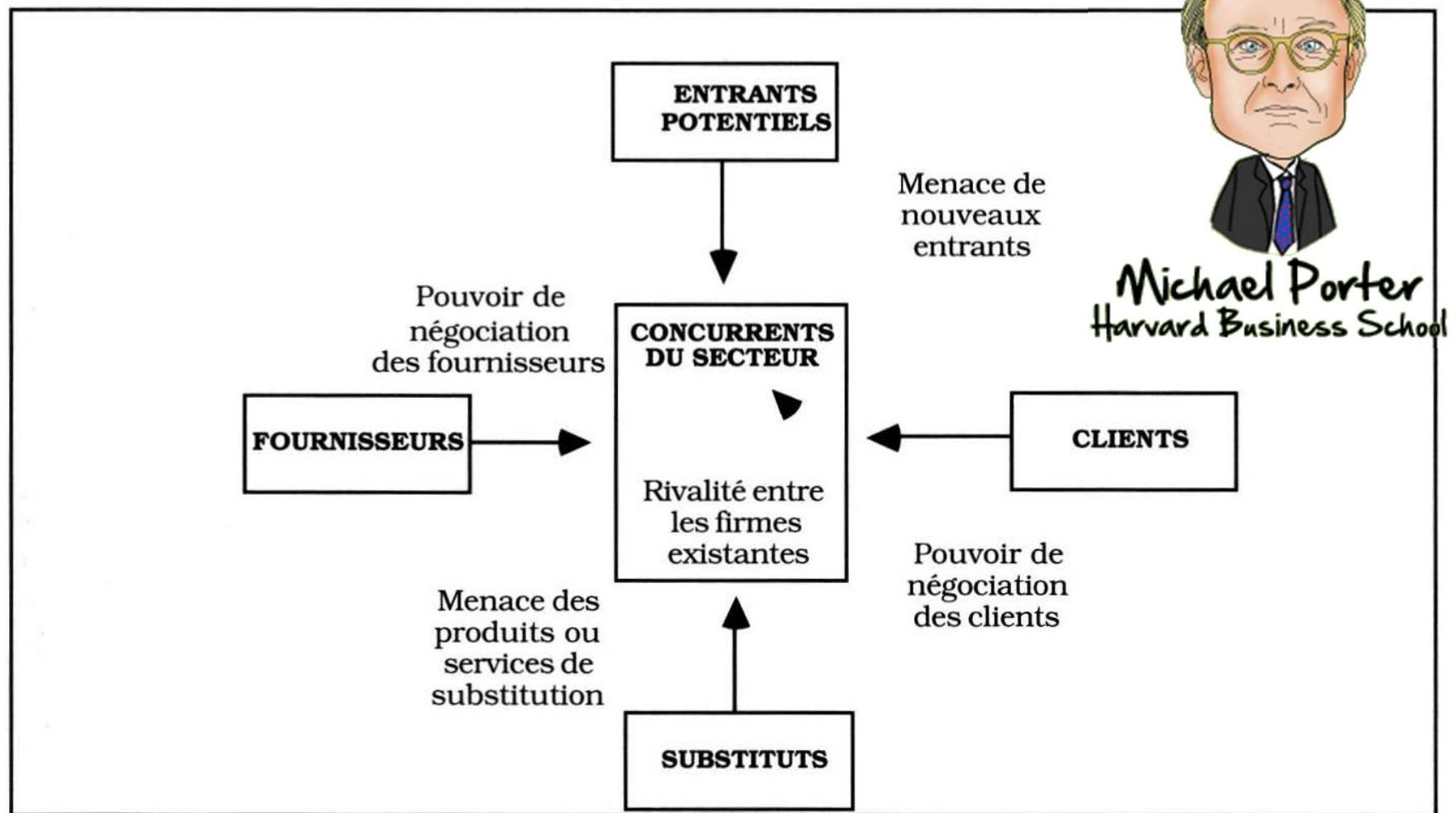
VEILLE STRATEGIQUE / INTELLIGENCE ECONOMIQUE

=

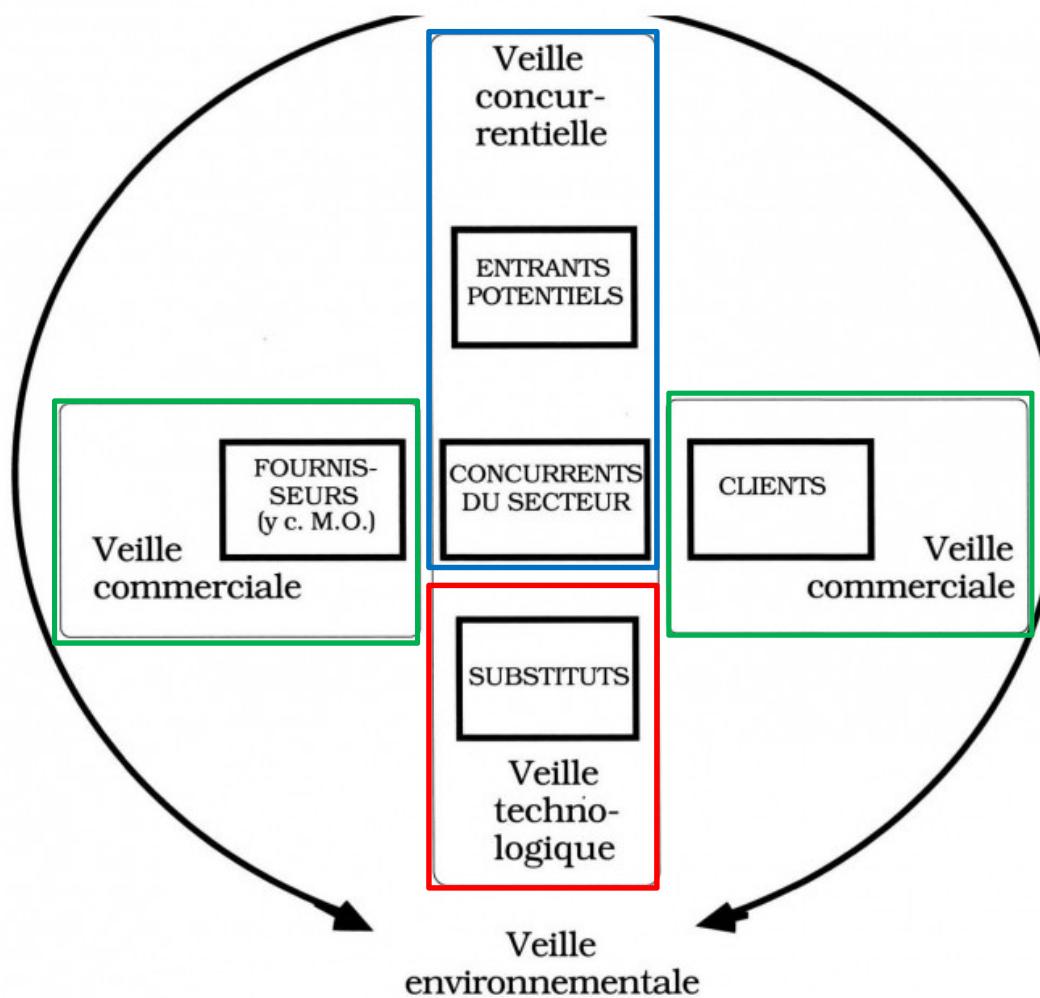
terme générique regroupant 4 grands types de veilles

- ⇒ Veille commerciale (amont et aval)
- ⇒ Veille concurrentielle
- ⇒ **Veille technologique**
- ⇒ Veille environnementale

Les 5 FORCES CONCURRENTIELLES DE M. PORTER (1986)



Les veilles associées aux 5 forces concurrentielles



II. La veille technologique et ses enjeux



Selon Jakobiak (1992), « la veille technologique est l'observation et l'analyse de l'environnement scientifique, technique et technologique et des impacts économiques présents et futurs, pour en déduire les menaces et les opportunités de développement. »

La veille technologique est l'ensemble des techniques licites visant à organiser de façon systématique la collecte des informations technologiques, l'analyse, la diffusion et l'exploitation de ces informations utiles à la croissance et au développement des entreprises.

La veille consiste en l'observation et l'analyse des :

- Recherches ayant trait aux acquis scientifiques et techniques, aux produits, aux procédés de fabrication, aux matériaux, aux filières, aux systèmes d'informations.
- Impacts économiques présents et futurs, pour en déduire les menaces et les opportunités de développement.

Un processus de type PDCA



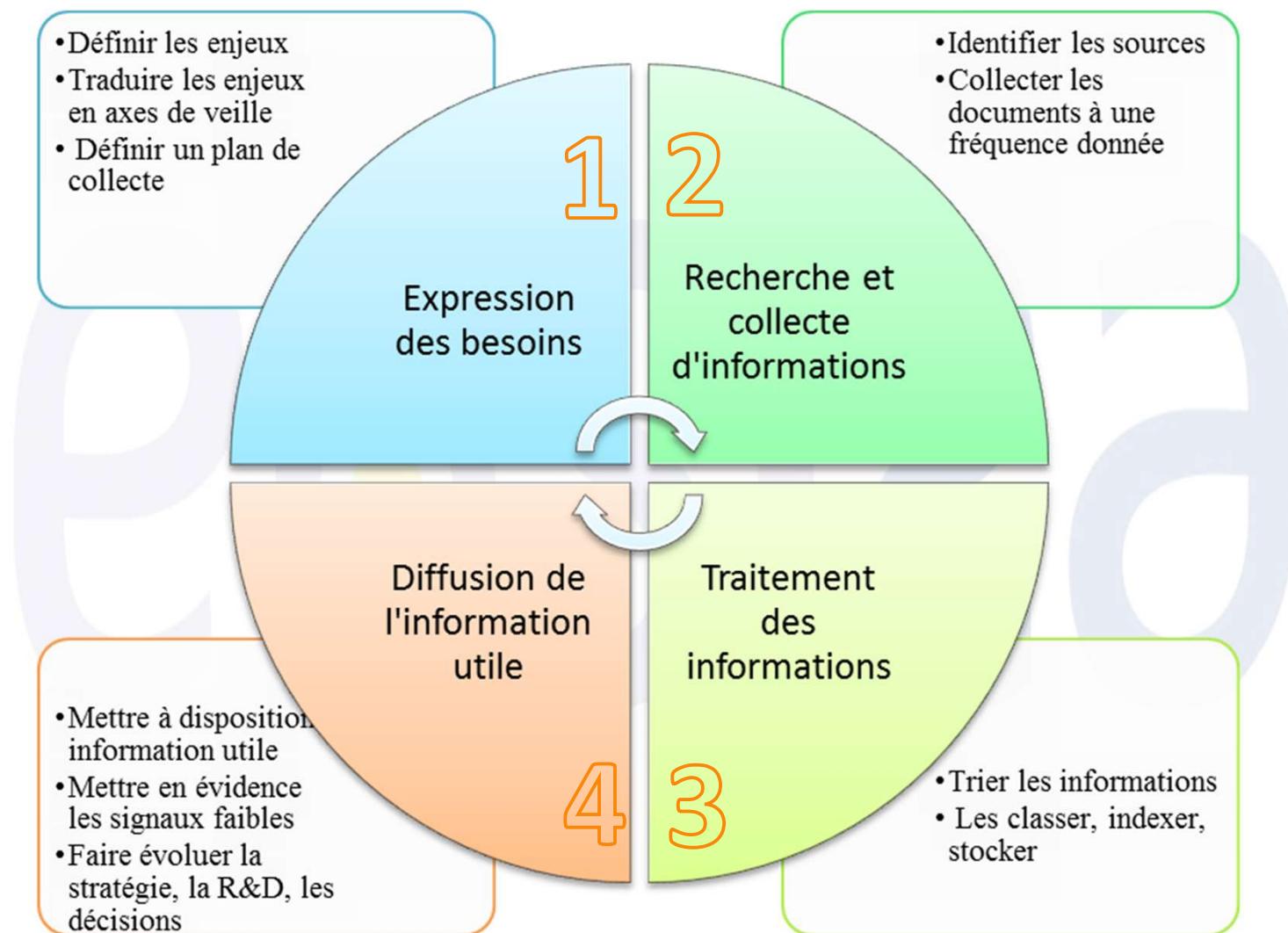
ROUE DE DEMING



W. Edwards Deming
1900 - 1993

II. LA VEILLE TECHNOLOGIQUE ET SES ENJEUX

B. Le cycle de veille technologique



Etape 1: Expression des besoins

- Définition du périmètre et des utilisateurs
- Formulation des finalités et traduction sous forme d'axes de veille
- Identification des types d'analyse à fournir, des types de données à collecter, des sources à exploiter (formelles/informelles)
- Définition du budget

Etape 2: Collecte d'information

- Repérer les sources d'information et les acteurs en contact avec les différentes sources d'information
- Collecter les informations
- Favoriser l'automatisation de la collecte
- Effectuer un premier classement et stockage des informations brutes (données).

LES TYPES DE SOURCES

Formelles
(de nature documentaire)

- Presse professionnelle ou grand public, études publiées, sites web, bases de données, dépôts de brevets, ...

Informelles
(de nature orale ou issues d'observations)

- Salons, expositions, colloques, organisations professionnelles, distributeurs, clients, fournisseurs, prestataires de service, experts...

LES TYPES DE SOURCES

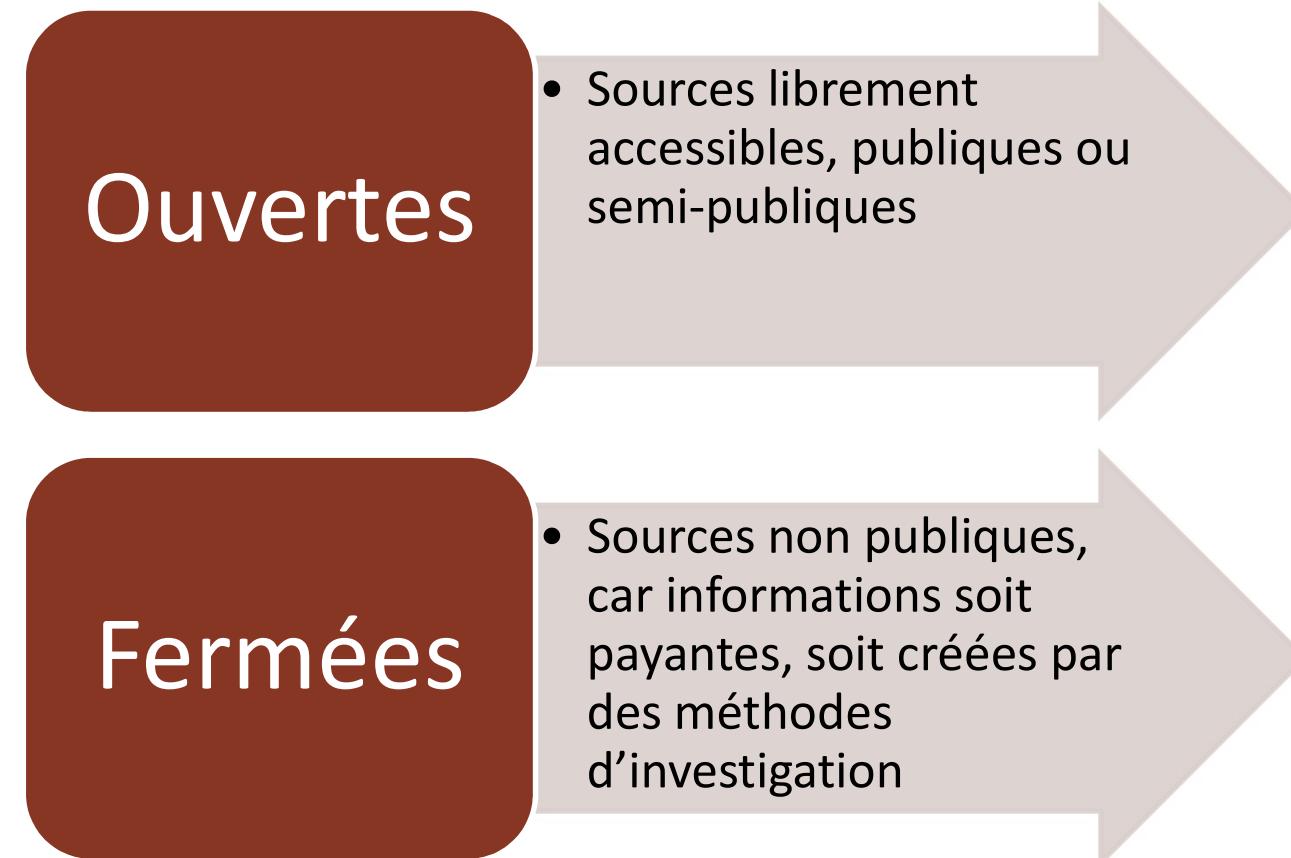
Internes

- Réseau de vente, chercheurs, nouveaux embauchés, salariés divers, ...

Externes

- Journalistes, clubs professionnels, clients, fournisseurs, ...

LES TYPES DE SOURCES



LES SOURCES D'INFORMATIONS TECHNOLOGIQUES

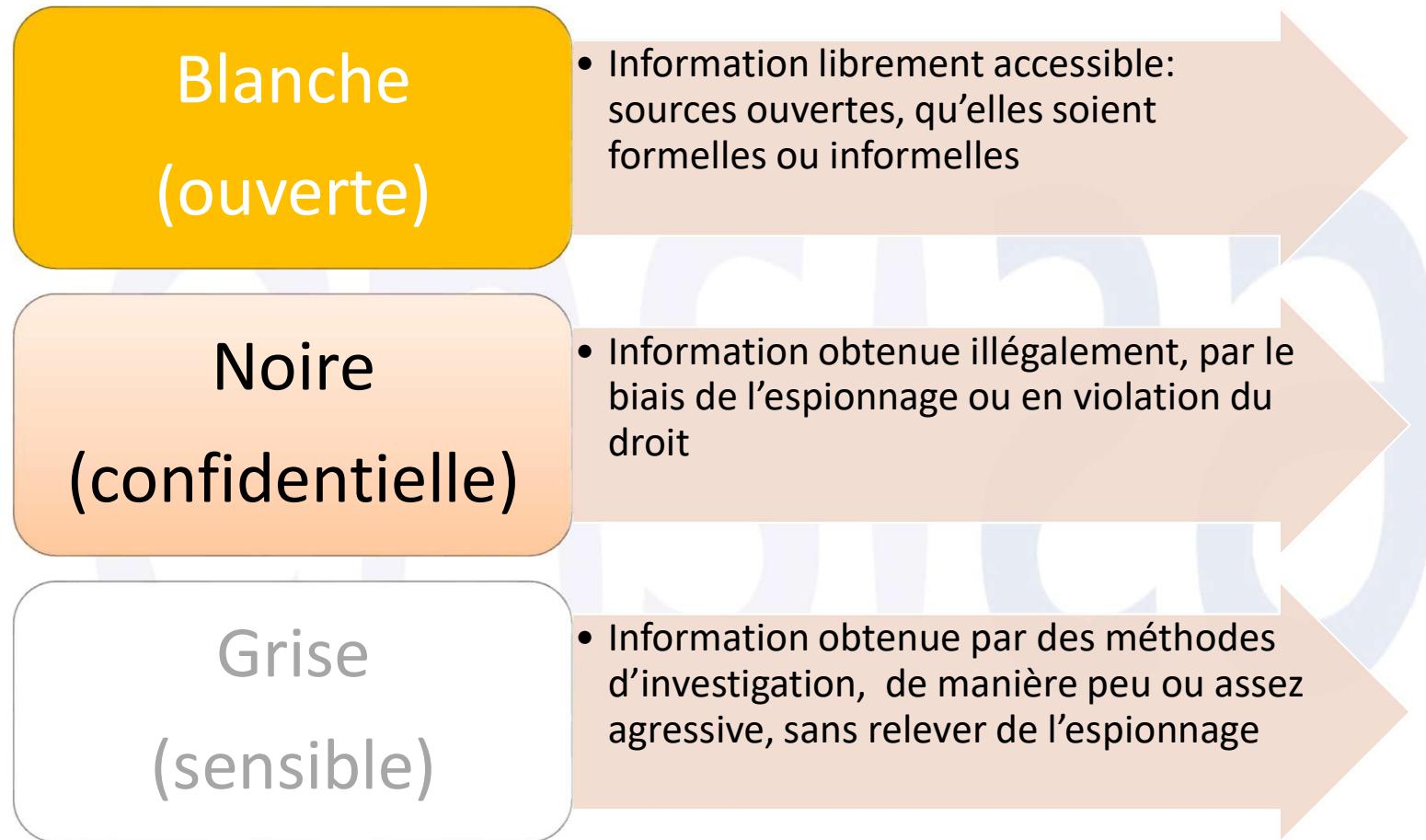
- Les magazines spécialisés
- Les sites internet ciblés
- Les bases de données
- Les bibliothèques de brevets (Patent Library)
- Les grandes écoles
- Les centres de recherche
- Les universités (dernières publications scientifiques des chercheurs, thèses de doctorat en cours)
- Les foires et salons
- Les groupements d'entreprises et pôles de compétitivité...

LES SOURCES D'INFORMATIONS TECHNOLOGIQUES

Les brevets restent la source incontournable en matière de veille technologique : 80% de l'information technique (dont des croquis très explicites) ne sont publiés que dans les brevets. Cette source d'information gratuite permet de :

- Comprendre la politique de développement des concurrents
- Connaître les évolutions techniques du secteur
- Eviter de « réinventer la roue », en réalisant une étude d'antériorité

LES TYPES D'INFORMATIONS



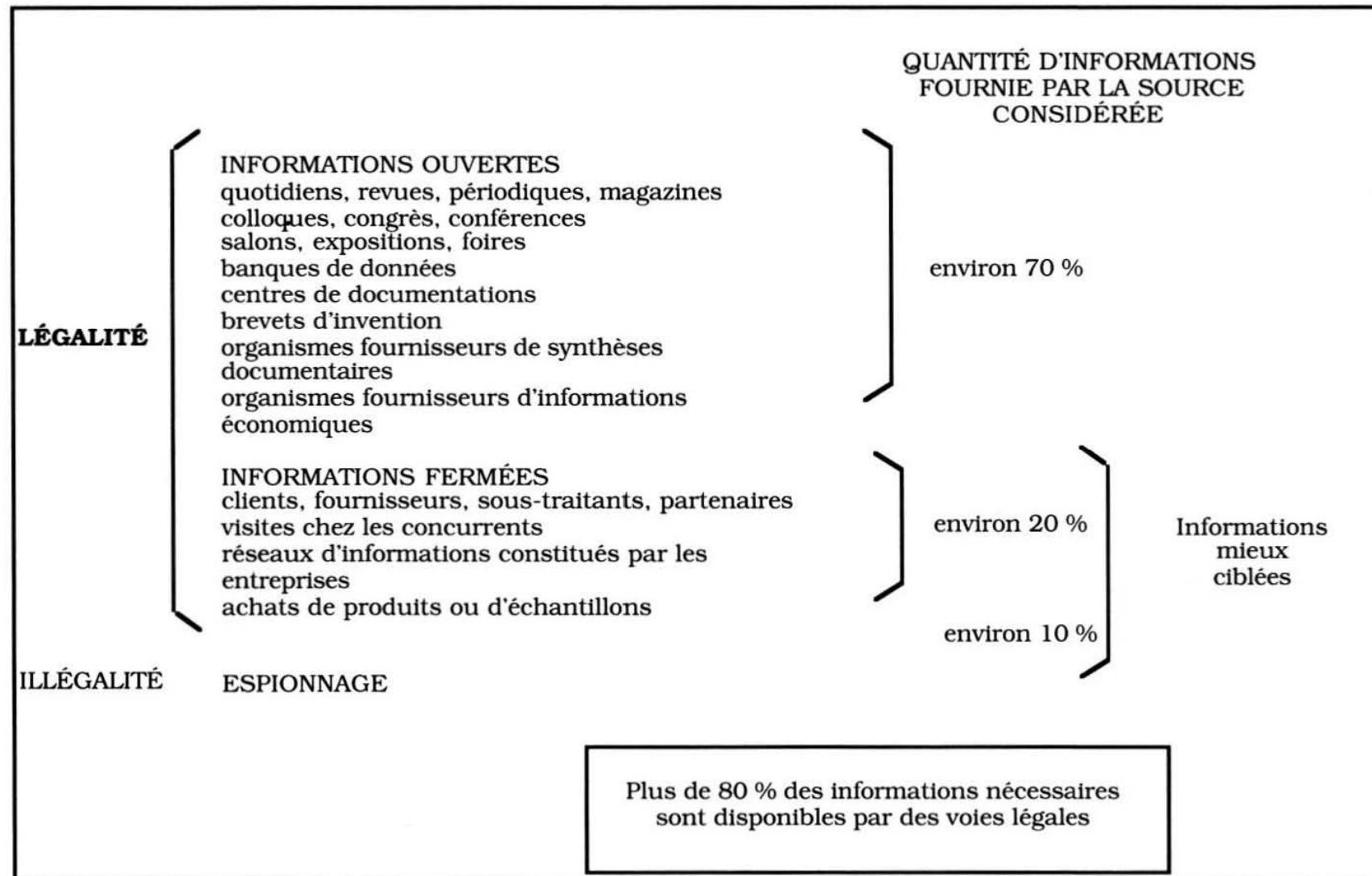
Veille = généralement 80% d'informations blanches et 20% d'informations grises

LES TYPES D'INFORMATIONS

	Information blanche	Information grise	Information noire
Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abondante ▪ Faible valeur apparente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difficile à obtenir ▪ Grande valeur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Illégale
Sources types	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Papier (journaux, magazines, revues professionnelles) ▪ Bases de données ▪ Internet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information interne à l'entreprise ▪ Milieu professionnel (salons, congrès, conférences, ...) ▪ Relations personnelles (réseau) ▪ Salariés ou stagiaires des concurrents 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vol ▪ Piratage ▪ Corruption ▪ Infiltration

II. LA VEILLE TECHNOLOGIQUE ET SES ENJEUX

B. Le cycle de veille technologique



II. LA VEILLE TECHNOLOGIQUE ET SES ENJEUX

B. Le cycle de veille technologique

1. Documents et informations publiées officiellement
2. Révélations faites par des employés mais obtenues sans subterfuge
3. Surveillance des marchés et rapports des consultants
4. Informations communiquées par les entreprises, par écrit (rapports financiers, rapports annuels) ou oralement (discours ou interviews de dirigeants)
5. Foires commerciales, expositions, publicités ou brochures techniques
6. Analyse des produits concurrents
7. Rapports des agents commerciaux, acheteurs ou vendeurs
8. Entretiens avec des employés des concurrents sur le savoir-faire de ceux-ci, les coûts de production ou toute information confidentielle
9. Questionnaires soumis de façon détournée aux employés des concurrents à l'occasion de rencontres publiques telles que des colloques, des conférences, etc.
10. Observations clandestines de produits, de procédés ou d'équipements de fabrication.
11. Faux entretiens d'embauche avec des employés des concurrents croyant que l'on va vraiment les recruter.
12. Violation de la confidentialité lors de la discussion d'accords de licence dans lesquels le secret de fabrique est acquis ou piraté.
13. Utilisation d'un détective privé ou de prostituées pour obtenir des informations confidentielles.
14. Corruption active d'un employé du concurrent pour obtenir une information importante.
15. Visite des locaux d'un concurrent à des fins d'espionnage.
16. Corruption d'un fournisseur du concurrent pour obtenir un secret de fabrique
17. Introduction d'un agent dans l'effectif du concurrent
18. Mise sous écoute des concurrents
19. Vol de dessins, produits, documents ou autres informations confidentielles appartenant à un concurrent
20. Chantage aux moeurs de certains employés pour leur soutirer des informations
21. Effraction du système informatique du concurrent pour obtenir ou manipuler des informations

LES TYPES DE COLLECTE

Humaine

- Par une recherche ciblée ou par la connaissance diffuse obtenue lors de l'activité courante de l'Entrep.
- Rapport d'étonnement

Semi-
automatique
ou automatique

- A l'aide de portails agrégateurs (ex. netvibes), alimentés par des flux RSS.
- A l'aide d'outils informatiques de veille travaillant sur Internet

Etape 3: Traitement/analyse de l'information

- Trier et transformer les données brutes en information utile à valeur ajoutée
- Mettre en perspective, indexer et stocker les informations dans une base documentaire
- Rédiger une synthèse, répondant à la question de départ
- Mettre en évidence les signaux faibles

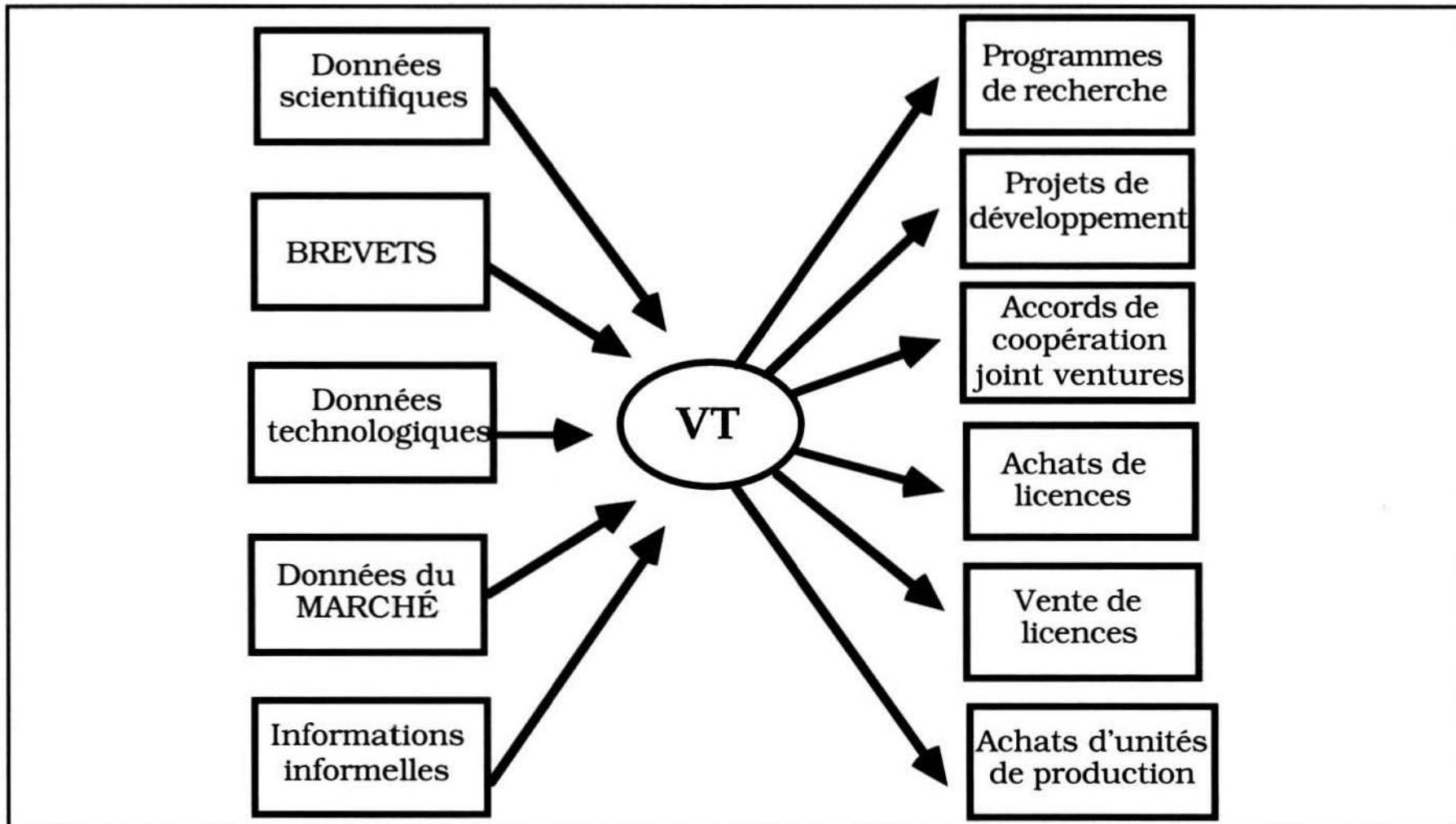
Etape 4: Diffusion de l'information

- Mettre à disposition le résultat de la veille
- Déterminer le profil des utilisateurs, la gestion et les droits d'accès à l'information, le format de restitution (oral, électronique, papier), la quantité d'informations, la fréquence
- Déterminer le mode de diffusion (passive ou active) et les supports (intranet, lettre d'information, ...)

⇒ **Contribuer à la prise de décision, à l'évolution de la stratégie**

II. LA VEILLE TECHNOLOGIQUE ET SES ENJEUX

B. Le cycle de veille technologique



Davantage qu'une simple recherche, la veille technologique consiste à :

- Recueillir l'information permettant d'anticiper les évolutions d'un secteur
- Identifier les techniques ou technologies mises en œuvre par ses clients, fournisseurs, partenaires et concurrents
- Orienter la R&D
- Identifier des expertises susceptibles d'être mobilisées sur les nouveaux projets
- La veille est un outil permettant d'établir et d'actualiser l'état de la technique, mais surtout, d'aider l'entreprise à prendre des décisions stratégiques quant à son évolution future.

La veille permet :

- d'éviter les erreurs de décision
- De capter **les signaux faibles** à haute valeur stratégique et ce avant qu'ils ne deviennent des signaux forts connus de tous
- de détecter les opportunités et les menaces,
- de faciliter le processus de décision
- De voir ce qui s'est déjà fait (gain de temps et d'argent)
- De mieux cibler et bien choisir des projets innovants
- De comparer son savoir et le développer
- D'anticiper l'évolution de l'environnement
- De développer l'ouverture de l'entreprise sur son environnement.

THEORIE DU CYGNE NOIR

- D'où savons-nous ce que nous savons?
- Est-ce que le passé peut nous permettre de tirer des conclusions sur notre futur?
- Pourquoi ne nous attendons-nous jamais à l'imprévu?

- Nassim Nicholas Taleb défend la thèse selon laquelle les évènements les plus improbables finissent toujours par arriver (exemples: ordinateur personnel, internet, première guerre mondiale, chute de l'URSS, attentats du 11 septembre 2001)



THEORIE DU CYGNE NOIR

Evénement peu probable aux conséquences considérables

Biais cognitif

Si l'on ne croise et n'observe que des cygnes blancs, on aura vite fait de déduire par erreur que tous les cygnes sont blancs

- Phénomène du cygne noir = notre incapacité à tirer de notre passé des leçons pour notre avenir
- Il est recommandé d'interroger régulièrement les choses que l'on considère comme évidentes

ANTICIPER = détecter les technologies émergentes

- Nouvelles machines, nouveaux procédés, nouveaux produits ...

LIMITER = détecter les dangers

- Brevets, produits, concurrents, réglementations...

PROGRESSER = détecter les écarts et y remédier

- Ecarts des produits par rapport aux besoins client
- Ecarts de l'entreprise par rapport aux concurrents

INNOVER = détecter les innovations

- Economies en R&D, avantage concurrentiel

GRANDIR = détecter les nouvelles opportunités d'affaires

- Clients, partenaires...

II. LA VEILLE TECHNOLOGIQUE ET SES ENJEUX

C. Les enjeux de la veille

VEILLE TECHNOLOGIQUE (Production / technologie)	
OPPORTUNITES	MENACES
Recherche d'une invention susceptible d'être transformée en innovation (nouveau produit)	Propriété industrielle: brevets, marques ...
Technologie de rupture	Technologie de rupture
Nouveaux outils de production	Obsolescence de l'outil de production
Nouveaux matériaux	Vol de technologies de l'entreprise / contrefaçon
Nouvelles matières premières	...
Nouveaux procédés	

III. Les outils de veille



- La recherche seule ne suffit pas toujours à trouver l'information
 - Dispersion des informations
 - Infobésité



III. LES OUTILS DE VEILLE

De nombreux outils de recherche d'informations sur internet

- Annuaires généralistes ou spécialisés
- Moteurs de recherche généralistes ou spécialisés
- Méta moteurs
- Forums et listes de distribution:
 - permettent d'être informé des discussions et des échanges d'informations concernant un domaine)
- Agents Intelligents
 - recherche générique d'information
 - spécifique à la veille...

A. Les outils de veille sur Internet

KOMPASS
INTERNATIONAL

EUROPAGES

bing™
Google
YAHOO!®

Startpage.com

Quelques exemples de sites internet pour réaliser une veille technologique



L'USINENOUVELLE



ScienceDirect

Quelques exemples de sites internet pour réaliser une veille technologique (IR)



lebigdata.fr



HUMAN CODERS
NEWS

Outils d'alerte push de veille

- Service généralement gratuit d'alertes en ligne permettant de recevoir des notifications pour des mentions spécifiques sur le web, les sites d'actualité, les blogs, Twitter, etc.
- Outil simple et efficace permettant de surveiller et créer des alertes sur des mots-clés ou sur des noms d'entreprise



Flux RSS et agrégateurs

- Flux RSS  Really Simple Syndication
 - fichiers composés de **liens cliquables** permettant grâce à un abonnement de **recevoir directement et automatiquement l'information actualisée** de la source émettrice.
- Agrégateur de flux (logiciel permettant de suivre plusieurs flux)



 **NETVIBES**

 Inoreader

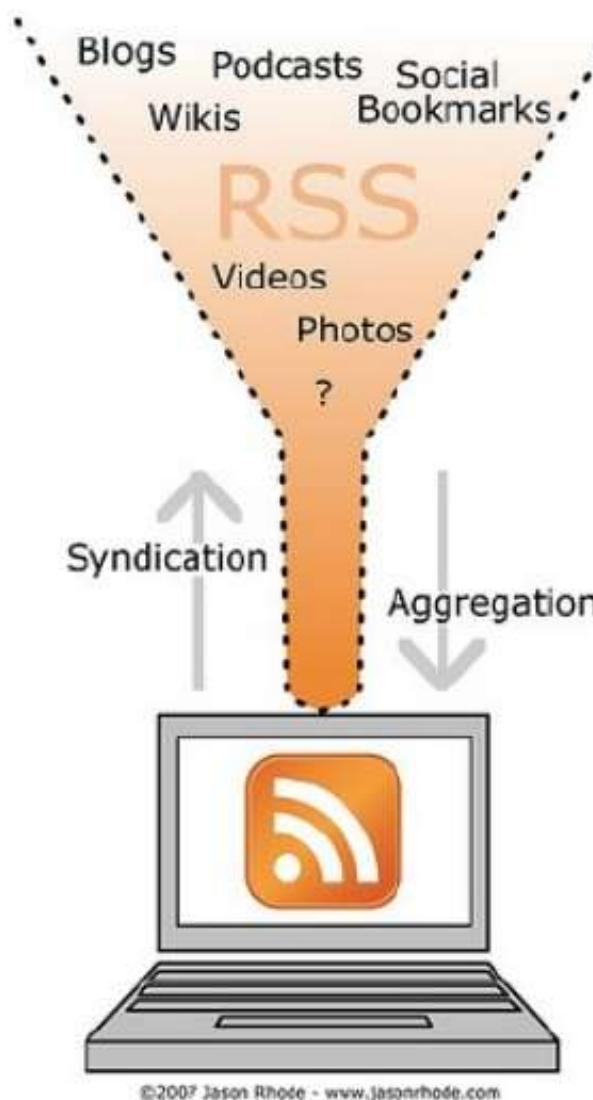
CHRISTIAN VIGOUROUX



III. LES OUTILS DE VEILLE

Syndication:
procédé par
lequel un
site met son
contenu à
disposition
pour qu'il
soit exploité
par un tiers.

A. Les outils de veille sur Internet



Agrégation
: procédé
de lecture
et de
stockage
d'articles
issus de
plusieurs
flux d'info.

L'IA AU SERVICE DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE

- Rend possible la collecte et le traitement d'un grand nombre de données

Grâce à ses capacités de web scraping, de reconnaissance visuelle, de traitement automatisé du langage ou encore de traduction, l'IA facilite l'extraction, le tri, la structuration et l'analyse des données émanant de diverses sources et langues.

En conséquence, l'IA optimise la rapidité du processus et minimise les chances de négliger une information cruciale.

L'IA AU SERVICE DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE

- Rend possible la hiérarchisation et la synthétisation de l'information

I'IA est capable de discerner les termes et concepts primordiaux au sein d'un ensemble documentaire, permettant ainsi d'établir des classifications ou des thématiques distinctes.

Elle peut également produire des synthèses ou des extraits saillants pour chaque document ou chaque segment identifié.

En complément, l'IA est apte à élaborer des illustrations visuelles, comme des diagrammes, des cartographies ou des tableaux de bord, rendant les données plus accessibles et aisément interprétables.

L'IA AU SERVICE DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE

- ❑ Facilite la détection et l'anticipation des nouvelles tendances

En employant des méthodes telles que l'analyse statistique, l'exploration de données, l'apprentissage machine et l'apprentissage en profondeur, **l'IA est en mesure de cerner et de prévoir les évolutions tendancielles.**

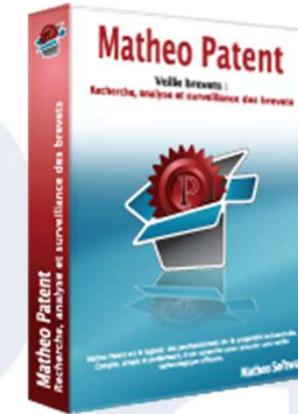
LE DEPOT DE BREVET AUJOURD'HUI FACILITE PAR L'IA

- Pour être protégée, chaque invention ou innovation doit faire l'objet d'un mémo d'une trentaine de pages rédigé par le chercheur à l'origine de la découverte avant d'être transmis au service juridique de l'entreprise qui s'assure de la nouveauté.
- Aujourd'hui, des IA existent, comme **ANKAR** facilitant la rédaction des éléments nécessaires au mémo, s'assurant de l'inexistence de brevets antérieurs et modifiant le cas échéant l'invention pour qu'elle soit brevetable.

Solutions intégrées de gestion de la propriété intellectuelle et de l'innovation

Logiciel de recherche, de visualisation
et d'analyse des bases de données brevets,
qui permet :

- d'identifier les collaborations potentielles, les concurrents et les nouveaux entrants ;
- de détecter et d'analyser les technologies nouvelles ;
- de déterminer des opportunités de développement en trouvant des pistes d'innovation et de diversification



III. LES OUTILS DE VEILLE

A. Les outils de veille sur Internet

Solutions intégrées de gestion de la propriété intellectuelle et de l'innovation



<https://www.questel.com/fr/brevet/logiciels-analyse-propriete-intellectuelle/orbit-intelligence/>

Logiciel de recherche et d'analyse de brevets de Questel - recherche de brevets et analyse de brevetabilité grâce à l'IA

Méthode : Pull or Push ?

LE « PULL »



- ▶ Info recherchée (« tirée ») et extraite par l'utilisateur
- ▶ Approche classique (moteur de recherche, annuaires, revue de presse, médias, favoris...)
- ▶ On se rend périodiquement sur le média

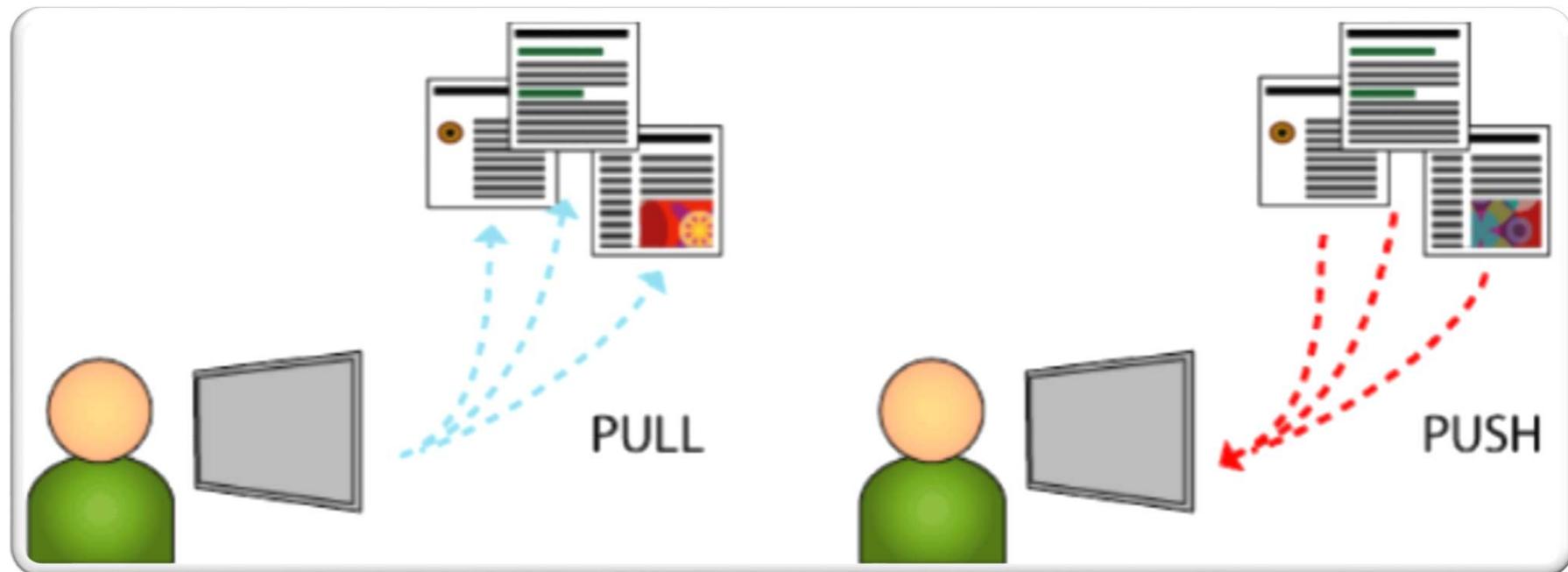
LE « PUSH »



- ▶ Info « poussée » automatiquement vers l'utilisateur
- ▶ Info programmée en fonction de préférences et critères
- ▶ Newsletters, alertes, syndication de contenus (flux RSS)

III. LES OUTILS DE VEILLE

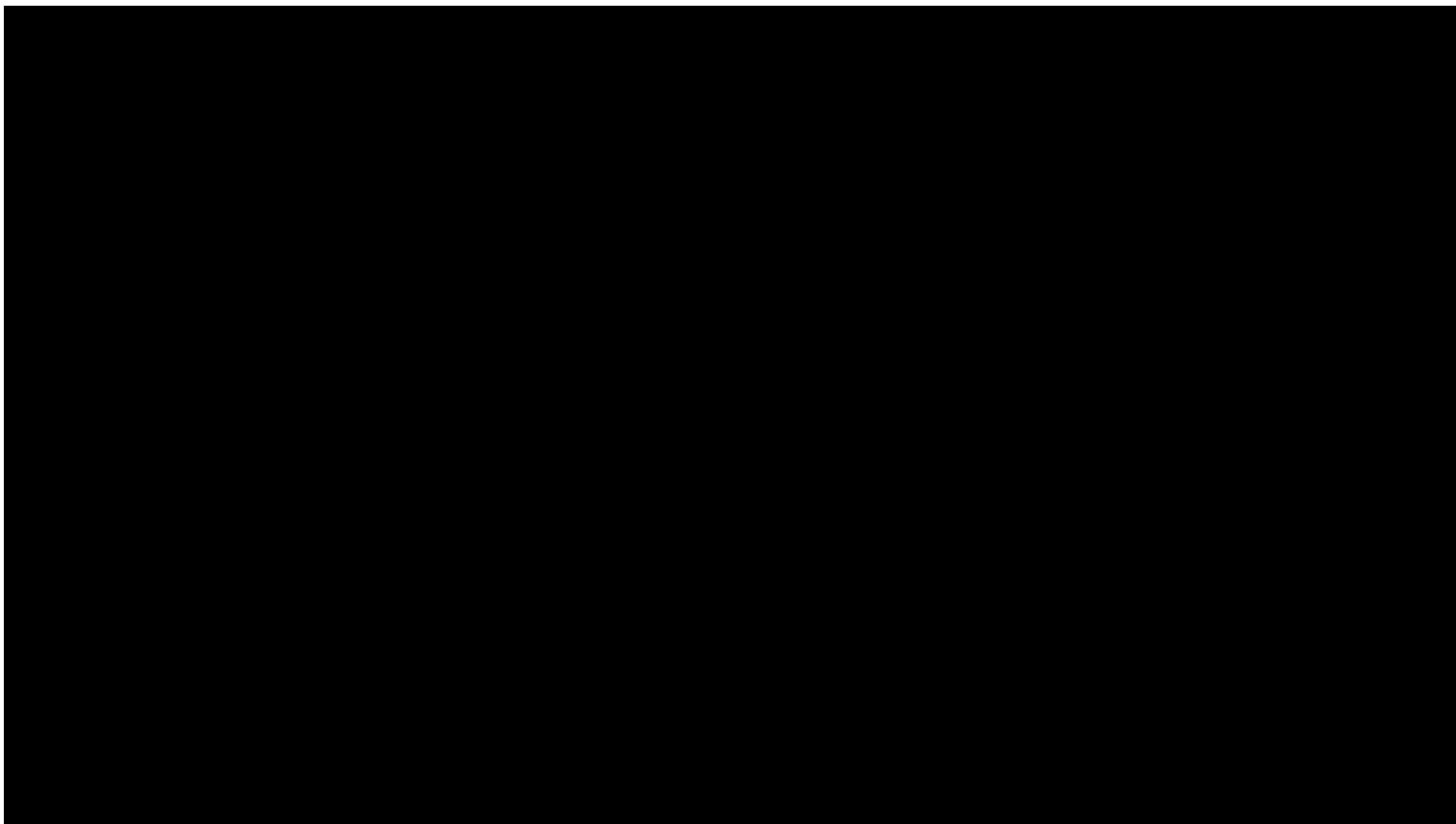
A. Les outils de veille sur Internet



Suivre une technologie existante ou détecter une technologie émergente

1. S'abonner et/ou consulter des services de revue de presse en ligne (flux RSS) et/ou consulter les sites web spécialisés
2. Identifier les forums et les listes de distribution les plus proches de la problématique.
3. Surveiller les forums au moyen d'agents de veille
4. Suivre la création de forums

Veille active sur Espaceenet.com, pour les brevets européens



Veille active sur le site de l'INPI, pour
les brevets français

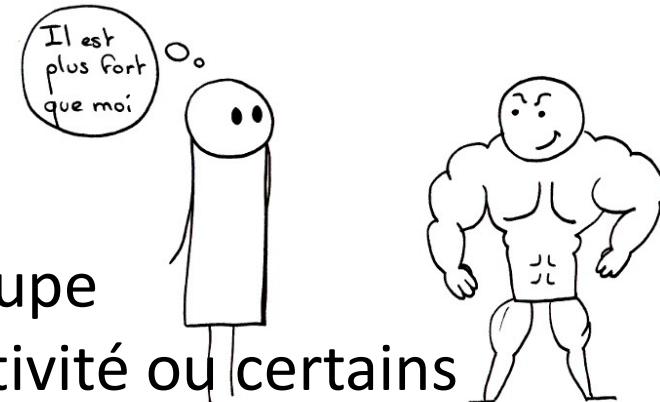


Veille active sur patft.uspto.gov, pour
les brevets américains



ANALYSE COMPARATIVE (BENCHMARKING)

- Démarche d'évaluation de biens, de services ou de pratiques d'une organisation par comparaison avec les modèles qui sont reconnus comme des références dans un objectif d'amélioration.
- Elle peut être réalisée:
 - sur une entreprise du même groupe
 - sur une entreprise ayant une activité ou certains processus similaires

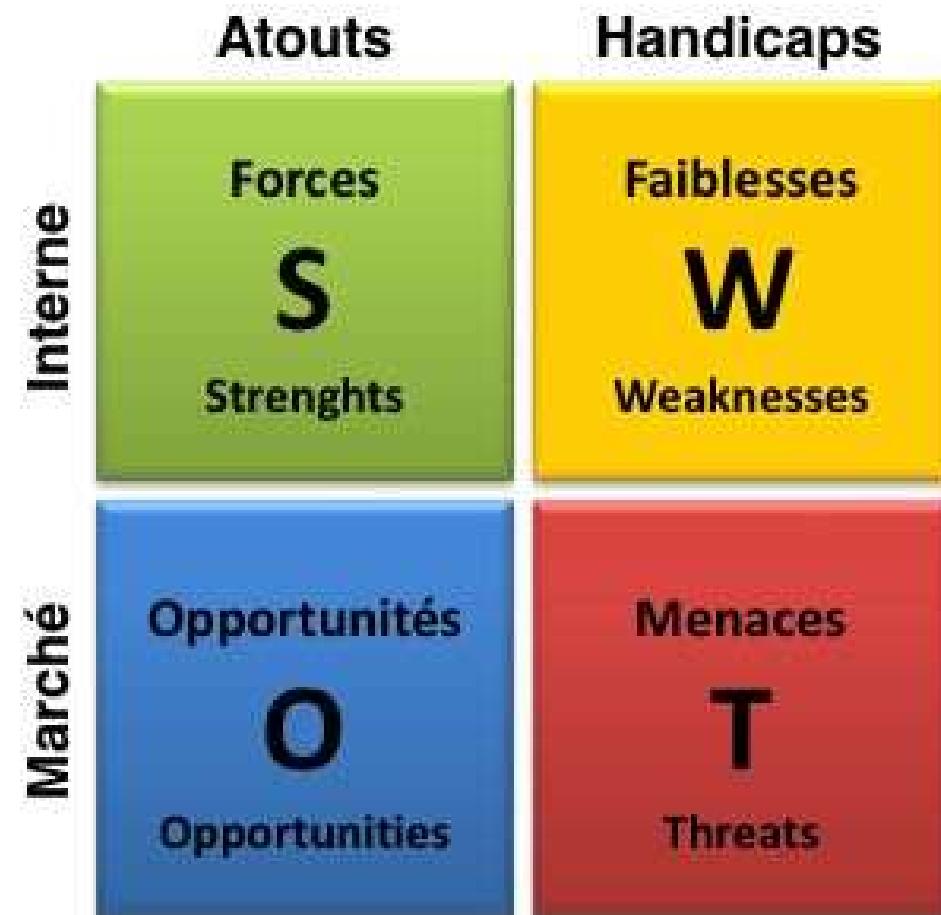


⇒ Se comparer aux meilleurs dans un objectif d'amélioration

MATRICE SWOT

Un outil de diagnostic interne et externe d'une organisation

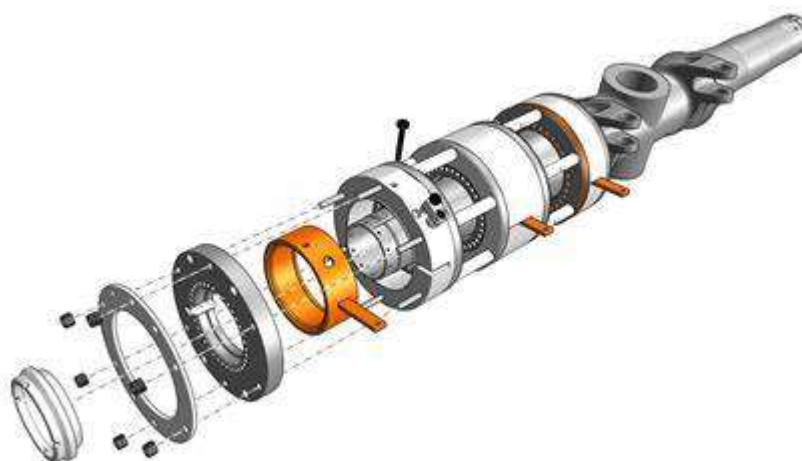
"En quoi sommes-nous plus forts ou plus faibles que nos concurrents ?"



© www.piloter.org

INGÉNIERIE INVERSÉE (REVERSE ENGINEERING)

- Autres dénominations: rétro ingénierie, rétro conception ou encore de façon plus imagée, désossage
- Consiste à analyser un produit fini (concurrent) pour connaître la manière, dont celui-ci a été conçu ou fabriqué



IV. L'espionnage industriel et la protection de l'information stratégique



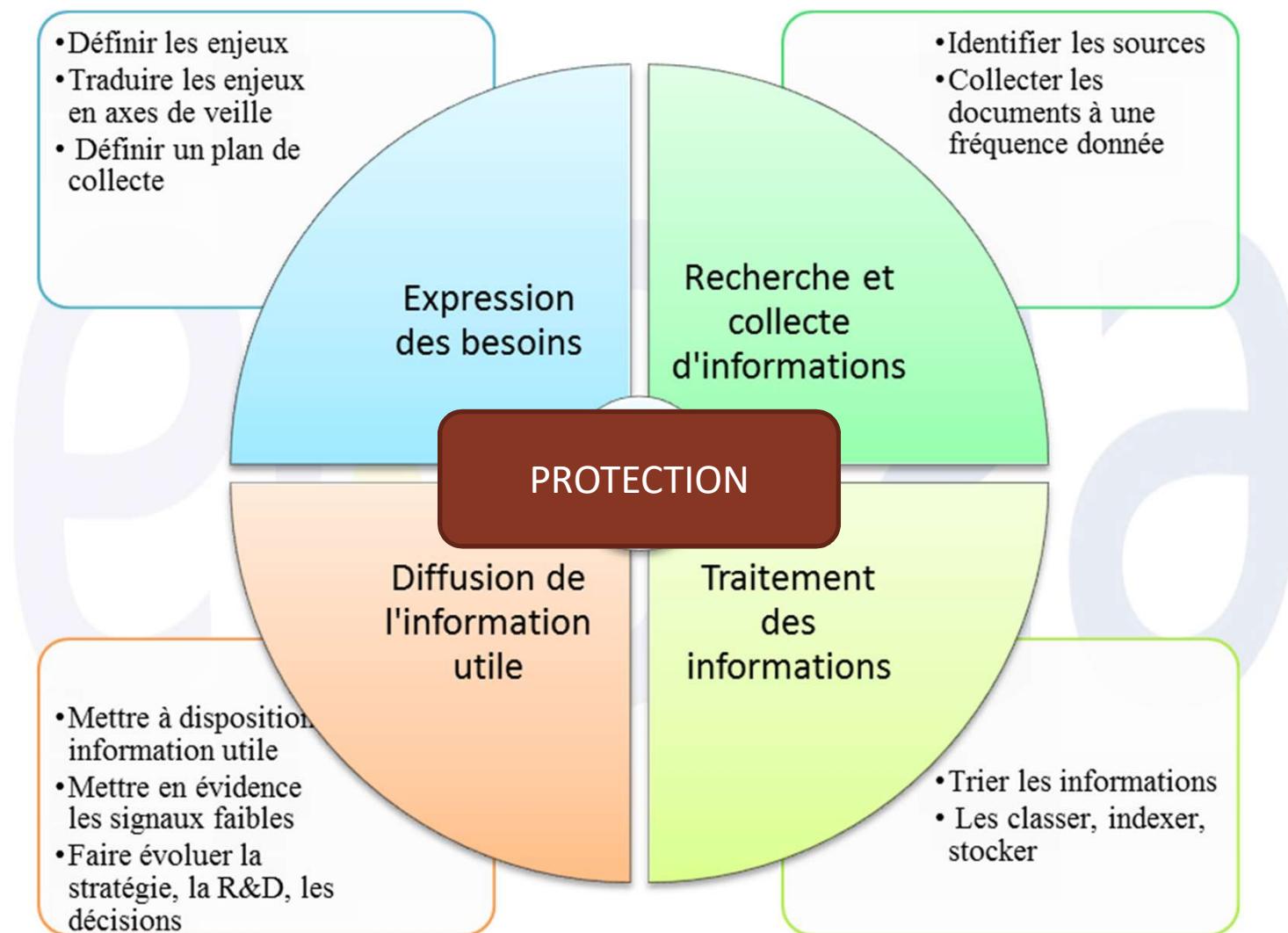
Christian VIGOUROUX

- Pas les seuls à rechercher des informations stratégiques, susceptibles de procurer un avantage concurrentiel et des parts de marché.
- Cible de concurrents, cherchant à exploiter vos faiblesses et failles de protection (intrusions, piratages informatiques, pressions sur le personnel, ...)

⇒ La guerre commerciale existe entre pays, entre entreprises d'un même secteur

IV. L'ESPIONNAGE INDUSTRIEL ET LA PROTECTION DE L'INFORMATION STRATÉGIQUE

A. Les menaces potentielles



IV. L'ESPIONNAGE INDUSTRIEL ET LA PROTECTION DE L'INFORMATION STRATÉGIQUE

Savoir protéger les savoir-faire



LES MENACES INTERNES

- Actives

Volonté délibérée de nuire à l'entreprise (collaborateurs mécontents ou achetés, qui sont prêts à divulguer de l'information confidentielle

- Passives

Comportement involontaire.

Manque de prudence (bavardage, publication d'informations sur les réseaux sociaux, lors d'entretiens,...)

Manque de vigilance (perte ou oubli de matériel informatique, défaut de surveillance lors des interventions de prestataires extérieurs sur site)

Manque de rigueur dans l'application des procédures (lors des déplacements, notamment à l'étranger, ou encore lors de l'utilisation du système informatique).

L'AFFAIRE OREO

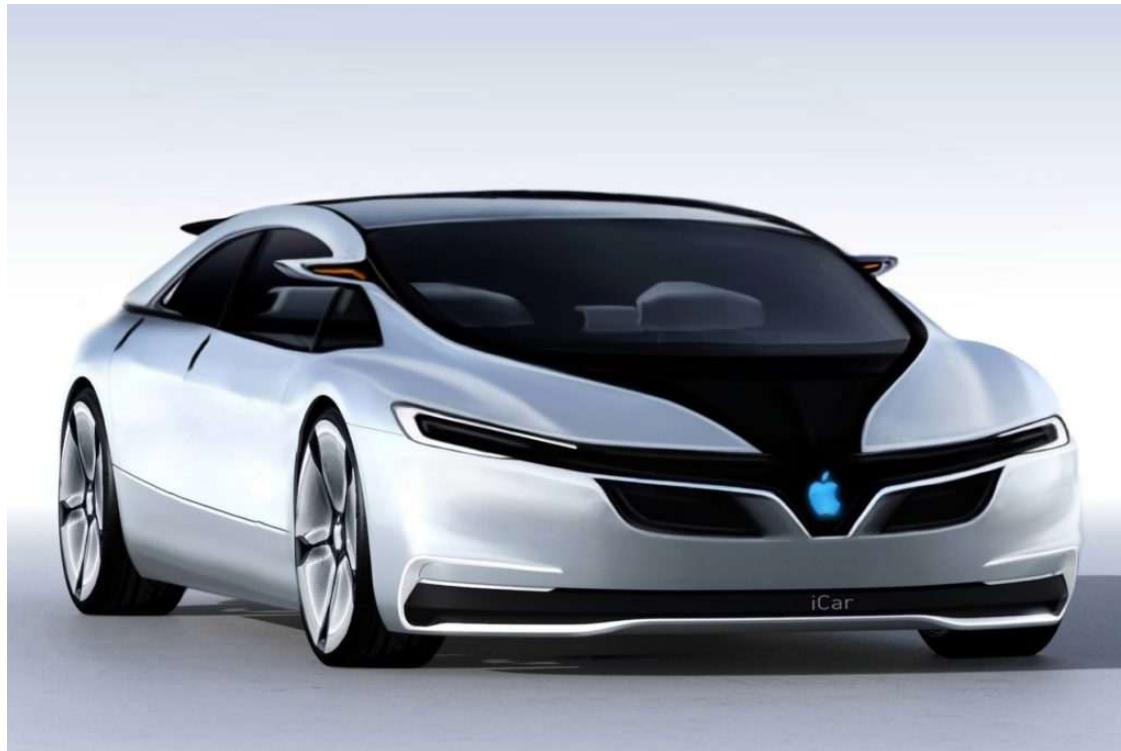


L'AFFAIRE MICHELIN/BRIDGESTONE



Christian VIGOUROUX

L'AFFAIRE APPLE CAR



Précédant: un ingénieur de Tesla engagé par Xpeng avait téléchargé l'intégralité du code de l'Autopilot sur un disque dur personnel

2018

Concerne un ancien ingénieur d'Apple (Xiaolang Zang) et le vol de plans du véhicule autonome Apple Car pour tenter de les revendre à un concurrent chinois, le constructeur automobile Xpeng

Plans des circuits électroniques du véhicule ainsi que les données du laboratoire secret d'Apple (24 go de données confidentielles)

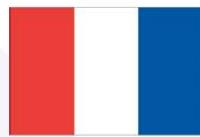
L'AFFAIRE VALEO



LES MENACES EXTERNES

- Proviennent de personnes ou d'organismes extérieurs à l'entreprise:
 - Concurrents directs
 - Services d'Etats étrangers
 - Sociétés spécialisées dans l'intelligence économique
 - Journalistes
 - Pirates informatiques (Hacking, Ransomware, etc.)
- ⇒ Actions licites ou illicites

CONCORDE



TUPOLEV TU-144





Christian VIGOUROUX

RESSOURCES HUMAINES – PROTECTION DES PERSONNES

- Contrôler l'accès à certaines zones sensibles de l'entreprise (laboratoire, bureaux d'études, ateliers), par la mise en place d'un système de badges de couleurs différentes par exemple, et d'un registre des visiteurs.
- Contrôler l'accès à certaines informations sensibles (négociations, propriété intellectuelle, stratégie, etc.)
- Faire signer systématiquement des clauses de confidentialité, pour les salariés mais également pour les prestataires extérieurs et les stagiaires.

RESSOURCES HUMAINES – PROTECTION DES PERSONNES

- Pérenniser les savoir-faire les plus précieux (risques: départs à la retraite, à la concurrence, etc.)
- Identifier les compétences clés
- Fidéliser ce personnel (une secrétaire de direction peut être également un point d'entrée)
- Entretenir la motivation des personnes clés

PROTECTION DES SITES

- Protéger les accès aux sites (sas de contrôle, barreaux aux fenêtres)
- Protéger les zones sensibles au sein même des sites (codes électroniques, mesures biométriques, ...)
- Surveiller (caméras de surveillance, détecteurs de présence, ...)

PROTECTION DES PRODUITS

- Stockage et transport des produits sensibles dans des conditions de sécurité optimale
 - Traçage des expéditions
 - Emballages sécurisés
 - Lieux de stockage fermés et protégés

PROTECTION DU PATRIMOINE IMMATERIEL (brevets, réglages de machines, plans de fabrication)

Etablir une politique de protection de la propriété
intellectuelle adaptée:

- Dépôts de brevets
- Lutte contre la contrefaçon

PROTECTION DE LA DOCUMENTATION

- Identification et suivi des courriers confidentiels
- Traçabilité pour les documents numériques
- Conservation dans des armoires ou coffres fermés à clé
- Destruction spécifique des documents sensibles (poubelle classique non adaptée)
- Limitation du nombre de documents protégés lors de déplacements à l'étranger (attention aux chambres d'hôtels, lieux publics ou locaux d'entreprise)

LES MESURES EXCEPTIONNELLES

(lors de visites de personnes extérieures, portes ouvertes)

- Baliser les circuits de visite
- Ne pas laisser trainer des documents sensibles
- Ne pas laisser de sessions ouvertes d'ordinateurs
- Accueillir, accompagner en permanence et raccompagner les visiteurs. Les munir de badges
- Préparer les salariés, à ce qu'ils peuvent ou ne peuvent pas dire
- Cacher les nouvelles machines et nouveaux produits

LES MESURES EXCEPTIONNELLES

(lors de salons, de déplacements extérieurs)

- N'exposer que des produits dont les caractéristiques devant rester cachées ne sont pas accessibles
- Surveiller les comportements douteux (photos systématiques des vitrines)
- Préparer les collaborateurs sur les règles de confidentialité lors des échanges avec les visiteurs
- Discrétion dans les transports (TGV, avions, salles d'attente), dans les restaurants et hôtels, les salons, séminaires, cocktails, etc.

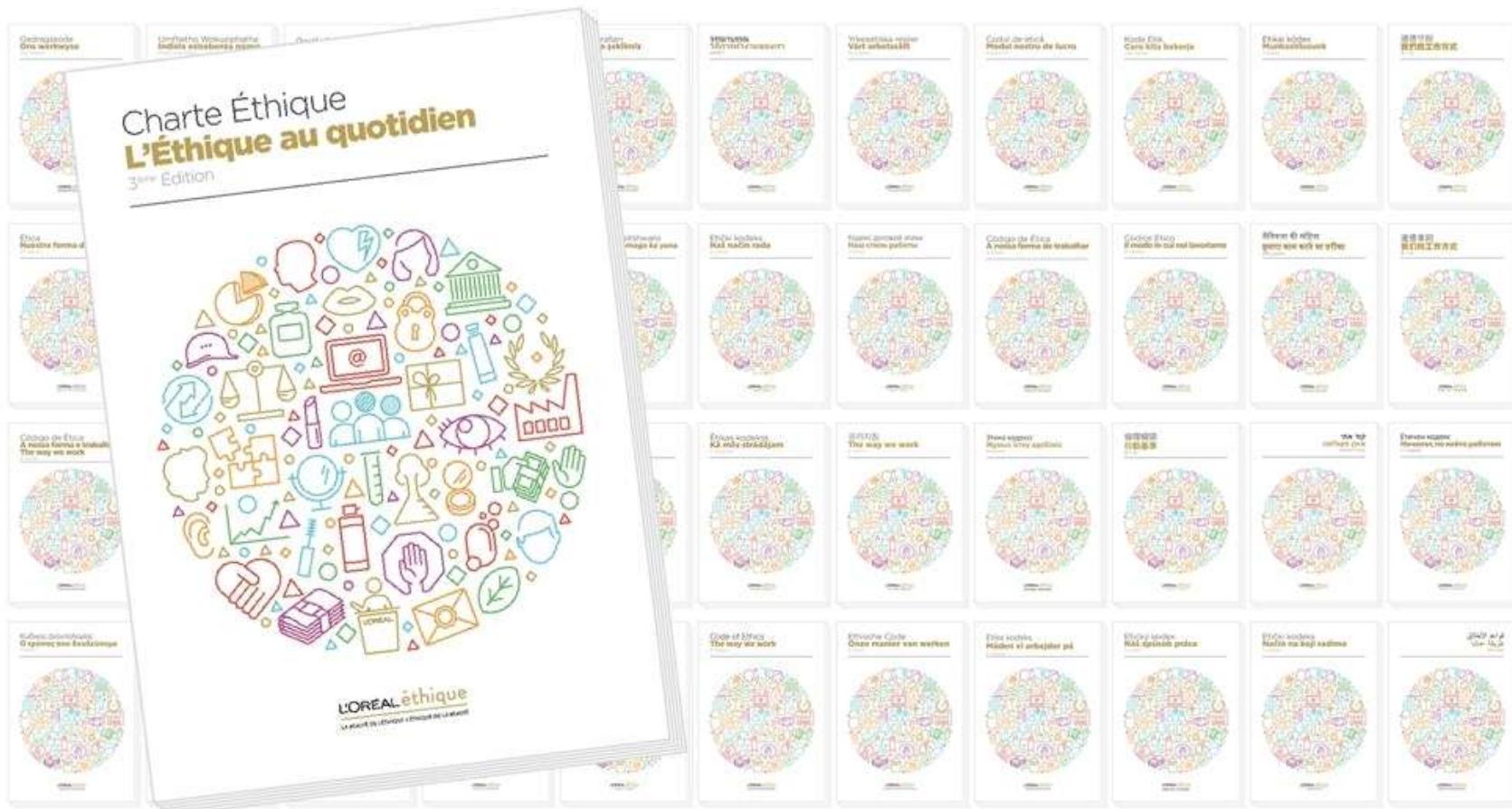
La veille technologique n'est pas de l'espionnage

- Son activité se restreint aux activités qui sont à la fois déontologiques et légales
- 80% des informations qui nous intéressent sont publiques
 - 60% des informations recherchées se trouvent au sein du patrimoine de l'entreprise

La charte éthique

- Cadre les règles qui existent dans l'entreprise en explicitant leur logique et leur finalité.
- Il s'agit d'éviter les dérapages qui peuvent coûter cher à l'entreprise.
 - Extrait charte éthique de L'Oréal
 - « Nous ne devons pas - collecter des informations sur la concurrence en utilisant des moyens illégaux et/ou en omettant de s'identifier toujours clairement comme Collaborateur de L'Oréal »

L'OREAL



Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

«A l'occasion d'un récent salon, j'ai retrouvé un représentant de l'un de nos concurrents. Nous avons bu un verre au bar et il m'a informé que sa société allait bientôt augmenter le prix de certains de ses produits clés. Il me semble que ce sont là de bien précieuses informations. A qui dois-je en parler pour en tirer le meilleur profit?

ETHIQUE OU PAS ETHIQUE?

Réponse: Nous ne partageons pas et n'échangeons pas avec nos concurrents d'informations concernant les prix ou les offres, comme par exemple celles sur les politiques de prix, les remises, les promotions, les redevances, les garanties et les conditions générales de vente. Si un concurrent vous communique spontanément de telles informations, mettez immédiatement, mais avec tact, un terme à cette conversation et alertez votre hiérarchie et la direction juridique. Bien entendu, vous ne devez communiquer ces informations à personne. Même si l'échange n'a pas été délibéré, cela pourrait donner l'apparence d'une entente illicite ou d'une offre truquée, ce qui est contraire à l'éthique et dans la plupart des pays illégal»

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

«J'ai découvert que l'un de nos principaux concurrents va lancer prochainement un nouveau produit et que cela pourrait avoir de sérieuses répercussions sur nos ventes et sur nos stratégies marketing. Nous devons absolument en savoir plus à ce sujet, à tout prix. Comme c'est très important pour nous, pouvons-nous embaucher quelqu'un pour fouiller ses poubelles, afin d'y rechercher des indices sur sa stratégie de lancement?

ETHIQUE OU PAS ETHIQUE?

Réponse: Non, ce type de comportement est totalement contraire aux règles de l'éthique et pourrait gravement nuire à notre réputation d'intégrité. L'OREAL ne doit jamais s'adonner à de telles activités. Nous ne devons collecter d'informations sur la concurrence que par des moyens légitimes. Nous pouvons pas exemple examiner les produits de nos concurrents, utiliser des sources d'informations accessibles au public, tels que leurs prospectus publicitaires, leurs rapports annuels, leurs stands lors de salons commerciaux, ainsi que les données sectorielles agrégées non spécifiques aux sociétés»

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

«L'ORÉAL est membre de l'Association Nationale des Professionnels de la Cosmétique et je suis un des représentants de L'ORÉAL au Comité des Affaires Commerciales. Après une des réunions mensuelles du Comité, un de mes collègues, un représentant d'un concurrent très connu, a suggéré que les membres du Comité se retrouvent dans un restaurant pour renforcer les liens personnels et pour parler « officieusement ». Que dois-je faire ? »

Réponse:

N'acceptez pas l'invitation et informez immédiatement votre Direction Juridique. Nous avons l'obligation de prévenir l'association de telles réunions « officieuses ». Rappelez-vous que les contacts avec les concurrents doivent demeurer exceptionnels et limités à des sujets qui ne sont pas spécifiques, délicats ou stratégiques. Évitez absolument tout contact officieux avec les concurrents, même les évènements mondains. Si au cours d'un contact « officiel », vous vous rendez compte que des sujets sensibles sont abordés, quittez la réunion et vérifiez bien que votre départ soit consigné dans le procès-verbal de la réunion

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

«En passant chez un client, ce dernier me donne des informations sur les prix recommandés fournis par mes concurrents ainsi que sur leurs projets de lancements. Puis-je également lui demander des informations sur le plan de mise en avant en magasin convenu pour ces lancements ? »

Réponse:

Vous ne devez pas recueillir d'informations sensibles non-publiques (prix, lancement de produits, parts de marché, budget publicitaire, etc...) sur nos concurrents que ce soit directement, auprès de nos concurrents ou indirectement notamment par nos clients. Procéder de la sorte fait courir un risque à L'ORÉAL mais également au client

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« Il y a six mois, j'ai embauché une personne qui travaillait auparavant pour un de nos concurrents. Elle y avait acquis une expertise de recherche extrêmement pointue dans un domaine qui nous est essentiel. En réalité, c'est d'ailleurs principalement pour cette raison que je l'ai recrutée.

Bien évidemment, j'ai pris toute précaution pour qu'elle ne nous communique pas d'informations confidentielles mais il doit bien y avoir un délai au-delà duquel elle serait autorisée à le faire librement ? Sinon, ne serait-ce pas pousser la notion de confidentialité jusqu'à l'absurde ? »

Réponse:

Non. Il n'existe pas de délai en ce qui concerne la protection des informations confidentielles. Vous auriez dû embaucher cette personne seulement pour ses compétences et non en raison de ses précédentes réalisations chez notre concurrent. Il pourrait même être pertinent de la transférer dans un autre service, où elle ne se sentirait pas contrainte ou tentée de révéler des informations confidentielles

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« Mon épouse travaille pour l'un des concurrents de L'ORÉAL. À la maison, nous ne parlons pas travail et je ne vois pas en quoi ses activités professionnelles concerneraient notre Société. Pourtant, certains collègues ont émis l'hypothèse que je pourrais être dans une situation délicate. Que dois-je faire ? »

Réponse:

Ceci pourrait créer l'apparence d'un conflit d'intérêts. Pour vous protéger ainsi que la Société, vous devez en parler à votre hiérarchie ou à votre Directeur des Ressources Humaines. De plus, vous-même et votre épouse devez prendre toute disposition pour vous assurer que les informations confidentielles ou appartenant aux deux sociétés restent protégées

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« Mes amis me posent souvent des questions sur mon travail à L'ORÉAL : ils sont curieux de savoir ce que nous mettons dans nos produits et quels nouveaux lancements nous avons en préparation. Bien évidemment, je connais un grand nombre de réponses du fait de mon travail ; mais quelles informations puis-je vraiment leur communiquer ? »

Réponse:

Toute information (écrite, électronique, verbale ou sous toute autre forme) non disponible pour le public et à laquelle vous avez eu accès en votre qualité de Collaborateur de L'ORÉAL, doit être considérée comme interne. Le fait de les révéler, même à des amis de confiance, n'est pas acceptable. Cela peut nuire aux intérêts de L'ORÉAL.

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« L'autre jour, j'accompagnais un client potentiel à une réunion. Alors que nous nous dirigions vers la salle de réunion, nous sommes passés devant le bureau d'un collègue. Sa porte était grand ouverte et il discutait sur haut-parleur avec un client de notre politique de tarification. Il proposait des tarifs spéciaux et mon client a tout entendu ! Il devrait faire plus attention ! »

Réponse:

Nous devons tous prendre les mesures nécessaires pour protéger la confidentialité des informations, même sur le lieu de travail, par exemple en rangeant notre bureau le soir avant de partir, en mettant sous clef nos documents, en changeant régulièrement de mot de passe et en faisant preuve de prudence lorsque nous utilisons des téléphones mains-libres. Vous ne pouvez jamais savoir à l'avance qui pourrait passer par là. Même entre Collaborateurs de L'ORÉAL, les informations commercialement sensibles ne doivent être échangées que lorsqu'il existe un besoin légitime.

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« Un collègue qui a quitté L'ORÉAL m'apprend qu'il vient de réaliser qu'il avait encore des documents internes à L'ORÉAL à la maison. Quel conseil puis-je lui donner ? »

Réponse:

S'il s'agit de copies, il convient de lui demander de les détruire. S'il s'agit d'originaux, il faut qu'il les renvoie à un Collaborateur de L'ORÉAL habilité à recevoir ces informations. Parlez-en à votre hiérarchie pour vous assurer que les mesures appropriées soient prises.

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« J'ai participé à une conférence internationale et lors du cocktail de bienvenue, j'ai parlé avec un autre participant de mes activités au sein de L'ORÉAL. Plus tard dans la soirée, je me suis rendu compte que la jeune femme qui était à côté de nous était une journaliste venue couvrir la conférence. Même si je n'ai rien dit de très confidentiel, je n'aimerais pas que mes propos se retrouvent en première page. »

Réponse:

Lorsque vous êtes à l'extérieur, vous devez toujours garder à l'esprit que vos propos sont susceptibles d'être repris lorsque vous vous trouvez dans une situation professionnelle ou personnelle en présence d'un journaliste. Contactez votre Directeur de la Communication qui saura vous conseiller.

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« Je vais participer pour la première fois à une réunion d'une association professionnelle. Quelles mesures dois-je prendre pour m'assurer que je ne fais courir aucun risque à L'ORÉAL ? »

Réponse:

Vérifiez auprès de votre Directeur Juridique le type d'information qui peut librement être discuté et faites la formation en ligne sur le droit de la concurrence. Lisez également « La Concurrence au Quotidien » et « La Prévention de la Corruption au Quotidien ».

Situation concrète issue de la charte éthique de L'Oréal

« Lors d'un voyage professionnel, on a volé ma valise dans laquelle j'avais une clef USB avec des données personnelles concernant des clients. Malheureusement, elles n'étaient pas cryptées mais je ne vois pas ce que mon « voleur » pourrait en faire. »

Réponse:

La perte de données personnelles peut entraîner des conséquences juridiques, impacter la réputation de L'ORÉAL et peut porter préjudice aux personnes dont les données ont été perdues. En effet, il y a de plus en plus d'usurpation d'identité à partir de données personnelles perdues de cette façon. C'est pour cette raison qu'il est indispensable de respecter les règles et procédures internes en matière de cryptage des données. Lorsque cela est possible, il faut rendre les données personnelles anonymes ou utiliser des noms de code.

Merci de votre attention!

