

COLLECTE DE L'INFORMATION

Enjeu :

Etape préliminaire indispensable, la définition des objectifs stratégiques à moyen-long terme permet à l'entreprise de définir précisément ses besoins en information et de s'engager dans le processus de collecte.

De la qualité et de la fiabilité des informations collectées dépendra la valeur ajoutée apportée au processus de décision de l'entreprise en permettant en outre d'éviter les écueils de la surinformation ou de la désinformation. La collecte de l'information doit être appréhendée sur le long terme comme un processus

structuré, systématique mais également évolutif capable de prendre en compte l'émergence de nouveaux besoins.

Le recueil d'informations doit impliquer les salariés qui devront être sensibilisés aux enjeux stratégiques de l'entreprise et de ses besoins. L'efficacité de la veille passe par le partage des informations. Néanmoins, en interne comme à l'extérieur, le chef d'entreprise devra veiller à conserver le caractère confidentiel de certaines de ses recherches.

Comment ?

1. Formalisation des axes de recherche de l'information

En fonction de l'identification des besoins (cf. fiche « Enjeux stratégiques et besoin en information de l'entreprise », il est maintenant nécessaire de traduire ces demandes d'information en thèmes et en questions clairs et précis, si possible triés et classés en fonction des différentes sources d'informations sollicitées et de définir les terminologies et mots clés.

2. Identification des sources d'information fiables et pertinentes adaptées aux moyens et problématiques de l'entreprise

➤ Quelles sont les sources d'information en interne ?

Les sources internes

- **Les documents internes** : tableaux de bord, documents de gestion, guides de procédure interne, compte rendu de réunion, de visites, études marketing, rapports du service après-vente, rapports d'étonnement, les bilans et pièces comptables ...
- **Les fichiers** : clients, fournisseurs, prospects ...
- **Le traitement des demandes externes** : courriers et courriels reçus, Interrogation du site Web de l'entreprise, CV transmis ...
- **Les personnels** : commerciaux, acheteurs, responsable développement, production, responsable SAV, etc.

➤ Quelles sont les sources d'information externes ?

Les sources externes

- **Les clients** (leurs attentes, leur réclamation...)
- **Internet** : presse généraliste et spécialisée en ligne, sites internet des clients et fournisseurs - forums et blogs (avis d'experts, de consommateurs..), bases de données gratuites ou payantes (technologie, économique et financière...), thèses, réseaux sociaux sur Internet...
- **Les fournisseurs d'information** : presse, centres de documentation, bases de données structurées, courtiers en information...
- **Les partenaires** : fournisseurs, sous-traitants, financiers...
- **Les institutions** : administrations, réseaux consulaires, organisations professionnelles...
- **Les réseaux personnels** : clubs, associations
- **Les manifestations** : colloques, salons (www.salons-online.com / www.expobase.com), voyages...
- **Les experts** : centres techniques, consultants privés...
- **Les documents des concurrents** : plaquettes publicitaires, rapports d'activité, communiqués de presse
- **Les sources fortuites** : lieux publics

Evaluation et Vérification de la fiabilité des sources d'informations notamment sur le net

Exactitude des informations

L'auteur (Qui est-il ? – Est-il indépendant ? Est-il crédible ?)

Ligne éditoriale du site ...

Outils gratuits pour l'identification des sources d'information sur Internet :

- Les Moteurs : Google – Yahoo ! – Exalead ...
- Les Méta-moteurs (recherche simultanée sur plusieurs moteurs) : Polymeta – Clusty – Ixquick ...
- Les bases de données gratuites ou payantes : Espacenet (brevets),...
- Les annuaires (informations regroupées par thèmes) : Yahoo !, Dmoz...
- Les agrégateurs de sites d'actualité (presse, blogs...) : Google Actualités, Yahoo ! News, Wikio,

3. Organiser la collecte d'informations

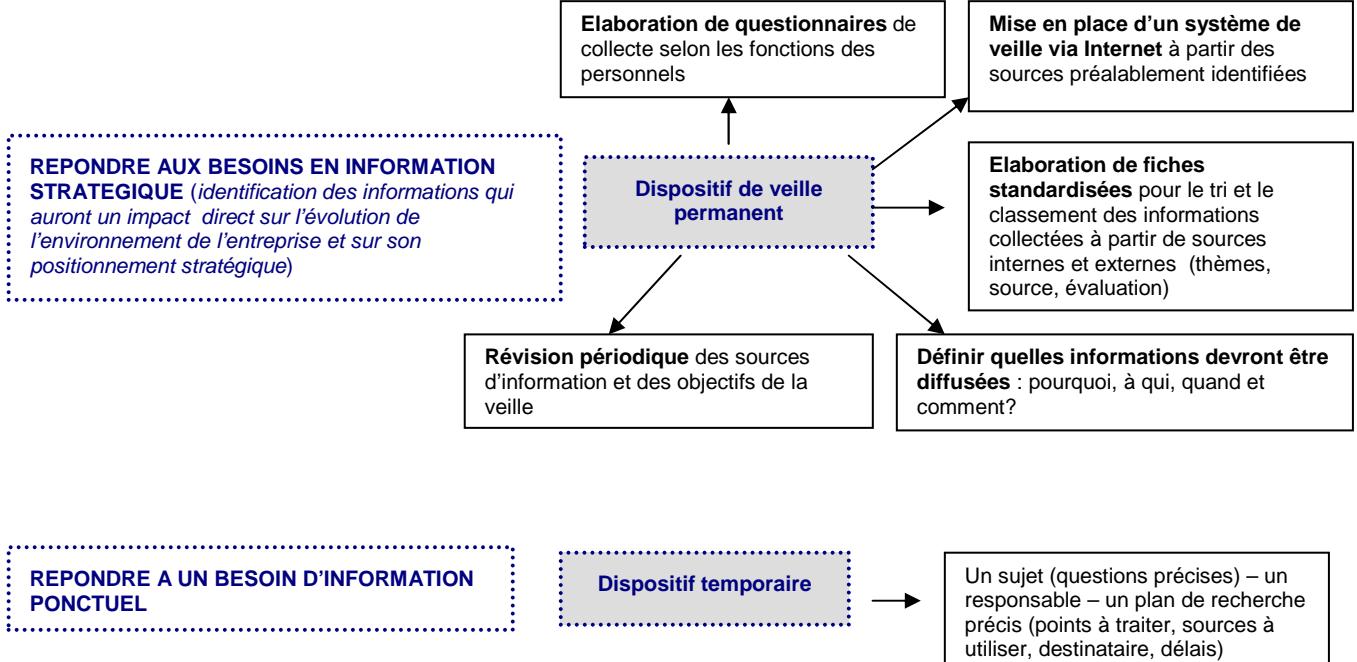
- **Implication forte du chef d'entreprise** qui aura la fonction de coordinateur de la collecte
- Désigner une personne responsable de la collecte – lui **alloquer du temps** pour mener le projet
- **Evaluer le coût** de la recherche et l'adapter aux capacités de l'entreprise
- **Elaboration du plan de veille** : il s'agit d'un document d'organisation du sujet de veille. Il décrit les thèmes qui font l'objet d'une surveillance, identifie les sources d'informations, les moyens d'accès aux sources, les moyens et les conditions de collecte, de traitement et d'organisation des flux d'information et les conditions de sécurité informationnelle
- **Faire ou Faire faire ?** (arbitrage compétences disponibles, coût, confidentialité des informations recherchées)

➤ **Sensibilisation des salariés à la collecte d'information**

- | ➔ Expliciter les enjeux à court moyen et long terme de l'entreprise
- | ➔ Expliciter les objectifs et les résultats attendus de la collecte
- | ➔ Fixer des objectifs précis aux salariés impliqués selon leurs compétences et leur fonction dans l'entreprise
- | ➔ Développer une culture de la collecte d'information (*capacité à s'interroger, valorisation de la participation au recueil et au partage de l'information- favoriser les retours d'expérience*) et expliquer les règles déontologiques (cf. fiche « Cadre juridique de la collecte d'informations »)

➤ **Quel type de dispositif mettre en place ?**

Chaque entreprise doit mettre en place son propre dispositif adapté à sa taille, à sa structure, au nombre de ses salariés impliqués dans la démarche, ses circuits d'information, sa culture. Il n'y a pas d'organisation type mais un minimum d'organisation s'impose.



➤ Quels outils pour la mise en place d'une surveillance permanente ?

- **Les flux Rss** : S'informer de l'actualité sur les sites sélectionnés sans avoir à se connecter en utilisant des lecteurs de flux Rss (Netvibes, iGoogle, AlertInfo...)
- **Les agents d'alerte** : Détection de changements sur une page web ordinaire (outils gratuits : Newzie, extensions de Mozilla Firefox ; outils payants pour des budgets de quelques dizaines à quelques milliers d'euros : Copernic Tracker, Website Watcher, KB Crawl, QWAM... et bien d'autres)
- **Les alertes** : Recherche à partir de mots clés (Google Alertes)
- **Les newsletters ...**

4. Collecte d'informations et confidentialité

- Pour les sujets particulièrement sensibles à diffusion restreinte, limiter le nombre de collaborateurs impliqués dans la collecte.
- Etre particulièrement vigilant dans la collecte d'information auprès de sources humaines externes (Sensibilisation permanente des salariés sur les informations qui ne doivent en aucun cas être divulguées même pour obtenir une information en retour – scinder la recherche d'informations en plusieurs sujets et diversifiés les contacts – préparer son entretien en ayant bien pesé à l'avance les questions à poser ...)
- Concernant la recherche d'informations sur Internet : utiliser une connexion banalisée (abonnement à un fournisseur d'accès internet grand public) – supprimer régulièrement les cookies de votre ordinateur – déconnecter la messagerie ...

➤ **Sites et documents de référence :**

Pour plus d'informations sur les outils de recherche :

http://www.ie.bercy.gouv.fr/directions_services/scie/recherche_veille.htm // <http://www.adbs.fr> // <http://c.asselin.free.fr> // <http://www.crvs.fr/tikiwiki/tiki-index.php?page=Veille> - sur les outils payants : <http://guideie.gfii.asso.fr/index.php> // <http://outils.veille.inist.fr>

Pour plus d'informations sur la collecte d'information : <http://www.arist.ccip.fr> // Guide pratique de la recherche d'informations sur internet, CCI de Lyon, 2010 // Net recherche 2010 : le guide pratique pour mieux trouver l'information utile et surveiller le web, Véronique Mesguich et Armelle Thomas, ADBS, 2010 // Guide pratique d'utilisation des outils de veille et d'intelligence économique, Association des auditeurs en intelligence économique – Institut des hautes études de défense nationale, 2009 // Guide pratique de mise en place d'une démarche d'intelligence économique pour les PME, CCI du Cher, 2008 (www.cher.cci.fr) // www.benchmarkie.com Intelligence économique : guide pratique pour les PME Suisse Normande, HEG Genève, 2008