# VEILLE TECHNOLOGIQUE(VT)

## Plan du cours :

1. **Entreprise et son environnement**

**Entreprise**

1. Définition

* Les partenaires de l’entreprise

1. Finalités et objectifs de l’entreprise
2. Projet d’entreprise
3. Responsabilité sociétale de l’entreprise (RSE)

**Environnement de l’entreprise**

1. Macro environnement
2. Micro environnement
3. **Veille Technologique**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

# PARTIE 1 : Entreprise et son environnement

## Enterprise

### Définition :

L’ère où nous nous trouvons est donc celle d’une immense opportunité. Dans ce monde dynamique, les entreprises ont l’opportunité de concevoir un futur où l’humain sera au centre de l’équation et dont le travail sera grandement facilité par la technologie lui permettant de se focaliser sur des problématiques plus complexes et plus approfondies.

Aujourd’hui, la valeur d’une entreprise réside plus dans sa capacité d’adaptation et dans son agilité pour affronter des marchés à venir que dans l’évaluation de sa capacité à reproduire à l’identique les cash-flows de trésorerie qu’elle a su générer dans le passé.

Le cash-flow est un indicateur qui permet de mesurer le flux de trésorerie dont dispose une entreprise. Pour les analystes et les créanciers, il constitue un bon moyen d’appréhender la solvabilité et la pérennité d’une entreprise.

Une entreprise a besoin de ressources (matières premières, travail, capitaux, services, etc.) qu’elle achète ou qu’elle loue afin de les transformer et de vendre ce qu’elle produit. Cette transformation permet à l’entreprise de créer une richesse (La différence entre ce qu’elle dépense et ce qu’on lui paye) : on appel cette nouvelle la valeur ajoutée.

L’un des premiers buts de l’entreprise, résultant de la raison même de son existence, est le service des clients, la satisfaction de leurs besoins. Son évolution repose donc sur :

* Des facteurs externes (croissance économique, progrès technique, politique monétaire, politique fiscale, etc.).
* Des facteurs internes (organisation de l’entreprise, nature du produit, processus technologique, financement de la croissance, productivité, etc.).

L’entreprise est une organisation juridiquement indépendante qui combine des facteurs de production afin d’obtenir des biens et des services qui sont vendus sur un marché dans le but de réaliser un bénéfice.

#### Les partenaires de l’entreprise

* Fournisseurs : l’entreprise lui achète des biens durables et des services.
* Actionnaires : apporte le capital et reçoit des dividendes.
* Salariés : fournit un travail, crée de la richesse en contrepartie perçoit un salaire.
* Client : l’entreprise lui vends des biens et ou des services.
* Banque : finance les projets de l’entreprise.
* Administration : fournit des services (routes, justice, écoles) en contrepartie, l’entreprise paye des impôts, des taxes et des cotisations sociales.

Les partenaires de l’entreprise sont variés, ils se situent sur les différents marchés :

* Marché des biens et services.
* Marché du travail.
* Marché des capitaux.

Les échanges entre partenaires génèrent des flux : physiques ou réels, monétaires ou financiers et d’informations.

Ex :

Entreprise ----------------------------------------------------------------------------------------------> Concurrents

Informations

Entreprise ----------------------------------------------------------------------------------------------> Salariés

Physique/monétaire

### Finalités et objectifs

La finalité d’une entreprise traduit sa vocation, sa raison d’être, les buts qu’elle s’est fixée dès sa création. C’est un choix conscient qui justifie l’existence d’une entreprise précise alors que les objectifs sont les buts chiffrés (résultats à atteindre dans un but déterminer) que l’entreprise cherche à accomplir pour atteindre ses finalités. La formulation d’un objectif s’accompagne de la définition des moyens à mettre en œuvre.

* Bien définir les finalités (pourquoi).
* En déduire :
  + Les moyens (quoi, qui et combien).
  + Les actions (quand, où et comment).

Les finalités d’une entreprise sont influencées par des facteurs internes et externes :

* Facteurs internes : Les statuts et l’histoire de l’entreprise mais aussi les valeurs personnelles et les aspirations des dirigeants guide en profondeur la définition des finalités.
* Facteurs externes : Les attentes du personnel où les contraintes de l’environnement sont des éléments changeants qui influences également les finalités.

La détermination et la recherche de solutions, la détermination des moyens nécessaires doit être orientés vers la finalité pour supporter les actions.

L’entreprise c’est aussi un centre d’activité professionnel pour ceux qui en font partis. C’est le lieu où ils peuvent exercer un métier qui leur apportent des satisfactions, qui peut les passionnés. C’est une part de leur vie quelques fois très importante.

L’existence même de l’entreprise et sa pérennité sont pour eux des fins pour soit. Qu’il s’agisse des dirigeants ou des autres membres du personnel.

Les finalités s’expriment dans le projet d’entreprise.

### Le projet d’entreprise

Le projet d’entreprise est l’expression d’une volonté de vivre, de travailler et de réussir ensemble. C’est aussi la définition des méthodes pour y parvenir.

Le projet d’entreprise est un plan d’entreprise qui réponds à la quadruple question :

* Qui sommes-nous ?
* Que faisons-nous ?
* Pourquoi travaillons-nous ?
* Où voulons nous aller ?

En d’autres termes, le projet d’entreprise est un véritable défi que l’entreprise se lance à elle-même. Il exprime l’unité cohérente de ces diverses orientations stratégiques dans le respect de la culture d’entreprise et constitue un moyen de rendre la structure hiérarchique plus souple et plus efficace.

### Responsabilité sociale de l’entreprise

La RSE est une source de richesse et de performance de l’entreprise. C’est l’intégrations volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes.

Elle s’inscrit dans une approche qui privilégie un développement durable. Concrètement, le développement durable est une façon d’organiser la société de manière à lui permettre d’exister sur le long terme. Cela implique de prendre en compte à la fois les impératifs présents mais aussi ceux du futur. Comme la préservation de l’environnement, des ressources naturelles ou l’équitée sociale économique. En d’autres termes, la RSE regroupe l’ensemble des pratiques mises en place par les entreprises dans le but de respecter les principes du développement durable (social, environnemental et économique) ; c’est-à-dire économiquement viable, avoir un impact positif sur la société, mais aussi mieux respecter l’environnement.

À partir de là, les entreprises vont être en quelque sorte obligées de s’investir dans la RSE afin de ne pas se laisser distancer par le concurrent. On commence alors à parler de RSE comme outil de management, de communication et de développement pour les entreprises.

La RSE est devenu indispensable pour améliorer l’image des entreprises auprès des consommateurs, mais aussi afin de mieux gérer les ressources de l’entreprise et d’améliorer la productivité interne. Difficile aujourd’hui de trouver une entreprise qui n’ait pas un rapport RSE, une équipe de RSE ou au moins une stratégie de communication dédiée à la RSE.

## L’environnement de l’entreprise

Surveiller l’environnement technologique de l’entreprise est une méthode qui permet d’innover et de favoriser le développement de l’activité de l’entreprise.

L’entreprise inter-faire avec un entourage très actif. Ce dernier va dicter ses choix opérationnels et surtout stratégique que l’entreprise va prendre. Cet entourage est appelé environnement. L’environnement d’une entreprise est formé d’un ensemble d’organisations, d’acteurs et de faits dont l’existence peut influer le comportement et les performances de l’entreprise. Cette dernière comprend tous les éléments susceptibles d’affecter son activité qui apparaissent comme des contraintes à éviter ou des opportunités à saisir.

L’analyse de l’environnement de l’entreprise se limitait souvent à l’étude des relations concurrentielles inter-entreprises. Cet aspect est certes important mais l’environnement s’avère beaucoup plus complexe. Le milieu dans lequel l’entreprise évolue est multidimensionnel. L’entreprise actuelle doit faire face à un environnement en pleine évolution ayant un impact direct sur l’activité de l’entreprise mais qui, inversement cette dernière pourra aussi influencer.

L’entreprise peut être influencée par son environnement de manière positive

(Opportunité environnementale) ou de manière négative (contrainte environnementale).

Par ailleurs, les activités de l’entreprise se développent en indépendance étroite avec l’environnement qui lui impose des contraintes. Les structures internes de l’entreprise, en vue de faire face aux incertitudes, s’adaptent aux types et aux conditions de l’environnement qui n’est ni stratégique ni homogène.

On distingue généralement plusieurs variables qui permettent de définir l’environnement de l’entreprise. Elles ont une incidence plus ou moins forte sur le fonctionnement de l’entreprise. Connaître l’environnement de l’entreprise c’est tout d’abord en faire une analyse. Cette analyse répond à un double objectif :

* L’évaluation des différents éléments susceptibles d’affecter son activité.
* L’identification des opportunités ou des menaces environnementales.

Cet environnement a des incidences sur le comportement de l’entreprise mais cette dernière influence également son environnement. L’environnement es constitué de tous les éléments extérieurs à l’entreprise qui ont une influence sur elle.

L’environnement de l’entreprise est défini par rapport à tout ce qui est situé en dehors : la technologie, la nature, les produits, les concurrents, les clients etc.

L’entreprise est soumise à de nombreuses contraintes provenant de son milieu qu’elle ne maîtrise pas. Son objectif est de réduire cette incertitude ; par conséquent elle se doit d’analyser et de comprendre son environnement.

On distingue :

* + - Le macroenvironnement :

Environnement général de l’entreprise qui intègre les aspects sociologiques, économiques, juridique, technique, etc.

* + - Le microenvironnement :

Environnement spécifique de l’entreprise constitué de ses clients, ses fournisseurs, ses fournisseurs, ses concurrents, etc.

### Le macroenvironnement :

Il est composé de six dimensions :

* La démographie
* L’économie
* Les ressources naturelles
* La technologie
* Le dispositif politico-légal
* Le contexte culturel

Le macroenvironnement s’impose à l’entreprise et détermine le cadre de son activité.

C’est l’environnement général qui influence la fonction de l’ensemble des entreprises. Il est géographique, technologique, politique, culturel et écologique.

Il s’agit pour l’entreprise d’identifier les grandes tendances et les changements qui se produisent afin de prendre en considération leur influence, les réactions, les comportements et les besoins des consommateurs. L’environnement présente les contraintes t menaces qui pèsent sur le choix stratégique mais il offre aussi des opportunités de développement que l’entreprise doit savoir découvrir et saisir.

Par son action, l’entreprise témoigne aussi de la prise de conscience des intérêts de la branche ou du monde des affaires en général.

### Le microenvironnement :

Il est composé des acteurs intervenant dans l’entourage immédiat de l’entreprise :

* Concurrents
* Fournisseurs
* Intermédiaires
* Clientèle
* État et divers types de public

L’objectif final de toute entreprise est de vendre. C’est pourquoi elle doit satisfaire un ensemble de besoins ressentis par le consommateur.

Celle-ci doit développer un réseau de relations avec des fournisseurs et des intermédiaires qui lui donnent accès à la clientèle. Le microenvironnement (environnement spécifique) est constitué de catégories d’acheteurs avec lesquelles l’entreprise entretient des relations directes. Il constitue un moyen d’actions sur lequel l’entreprise doit agir pour sa stratégie.

La notion de l’environnement spécifique fait souvent intervenir la notion de partie intéressée ou prenante. On désigne ainsi les personnes, les groupes et institutions sur qui les résultats obtenus par l’entreprise auront des répercussions directes ou indirectes.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

# PARTIE 2 : Veille technologique

Avec un environnement plus complexe, une volumétrie d’informations et une accélération de la prise e décision, comment donner la bonne information à la bonne personne au bon moment pour prendre la bonne décision ?

S’il est un constat qu’un nombre de secteurs partage, c’est bien la vitesse d’évolution des métiers. Le monde professionnel évolue très vite. Pour rester lucide dans cet environnement mouvant, il est nécessaire de disposer d’informations qualifiées et digérées, ceci afin de prendre la bonne décision.

Cela passe par la mise en place d’une veille ; qu’elle soit technologique ou autre, en évitant certains pièges comme l’infobésité mais aussi des axes de veilles trop flous et donc par une organisation rationalisée. La compréhension et la pratique du processus de veille permettront donc de mieux appréhender la démarche de veille.

Face à l’accélération du changement technologique, de la variabilité des conditions de fonctionnement des marchés, l’information technologique devient vitale pour les entreprises. La veille technologique joue aujourd’hui un rôle essentiel dans la recherche d’avantages concurrentielles en permettant à une entreprise non seulement d’assurer sa survie, mais aussi d’être prospère sur le moyen et le long terme.

Cette veille doit être organisée et répondre à une volonté stratégique de la direction de l’entreprise. La quantité accrue d’informations à disposition des décideurs de l’entreprise par le biais d’internet facilite l’accès à l’information.

Dans le même temps, il ne leur faut retenir que l’information pertinente et utile ; tâche rendue difficile par la quantité quasi illimitée de données qui leur parviennent.

## La VT un état d’esprit avant tout :

La veille c’est d’abord et avant tout un état d’esprit dont il faut se prémunir à tout moment. Il convient également d’être très au fait des canaux possibles d’informations afin de les surveiller ou de savoir les utiliser, les uns par rapport aux autres.

C’est tout cet ensemble qui fonde les conditions objectives pour mettre en place un dispositif de veille. Il faut alors définir l’aire de veille ; soit le sujet ou le thème à surveiller et sous quel angle le surveiller.

Définir l’aire de veille par alors par le célèbre **quoi, qui, quand, comment ?**

## Définitions

### Selon AFNOR

La veille est une activité continue et en grande partie interactive visant à une surveillance active de l’environnement technologique, commerciale pour en anticiper les évolutions.

La VT est l’observation, l’analyse de l’environnement scientifique, technique et technologique, ainsi que les impacts économiques présents et futurs pour en conclure les menaces et les opportunités de développement.

C’est une activité de recherche et de synthèse des informations sur un domaine précis et visant à améliorer la qualité de la production d‘une entreprise sur une connaissance accrue de l’état de l’art, de la recherche et du développement en favorisant l’innovation.

L’état de l’art c’est l’état des connaissances dans tout domaine donné (scientifique, technique, médical, etc.) à un instant donné. Dans une entreprise avoir une bonne connaissance de l’état de l’art, passe principalement par la veille technologique.

Il peut être établi à partir des sources diverses notamment des publications scientifiques et techniques (livres, journaux, articles, actes de conférences, rapports de recherches externes, etc.), des brevets et des bases de données techniques. Elle permet au bureau d’étude d’être informé des baisses possibles de coûts ou d’augmentation de qualité dans le cadre d’analyse de valeurs.

L’entité de production connait mieux grâce à elle ses limites de production et sa concurrence future et peut donc s’organiser en conséquence.

### Selon Charles WheelWight

La veille technologique est constituée par l’ensemble des techniques visant à organiser de façon systématique la collecte, l’analyse, la diffusion et l’exploitation des informations techniques, utiles à la sauvegarde et à la croissance de l’entreprise.

La VT se doit de prévenir et alerter tout responsable d’un changement, d’une nouveauté ou d’une innovation, qu’elle soit technique ou scientifique.

Dès lors qu’elle peut modifier le paysage pour faire perdre/gagner un avantage économique, la veille devient critique et doit intervenir le plus tôt possible. La veille est une activité qui met en œuvre des techniques d’acquisition, de stockage et d’analyse d’informations.

Elle peut s’alimenter de données provenant de tout type de sources :

* L’internet
* Les moteurs de recherche
* Les sites web
* Les forums
* Etc.

### Autres définitions

La VT est une activité qui consiste à s’informer régulièrement des progrès techniques, des inventions et des innovations. Elle permet aux entreprises de s’adapter au marché (aux besoins des utilisateurs), de rester compétitives et de proposer des produits en évolution constante.

Elle consiste également à s’informer en continu sur les nouveautés du secteur. Les inventions des concurrents ainsi que les nouvelles technologies et ce, dans le but d’être le meilleur de son domaine. La VT se pratique dans la légalité et le respect de déontologie.

Elle ne doit pas être confondue avec l’espionnage industrielle.

Avoir une VT, c’est s’informer sur les évolutions techniques les plus récentes et leur mise à disposition commerciale.

La VT permet d’anticiper les mutations du marché. Elle est aussi une source de créativité et d’innovation importante. La déontologie est l’ensemble des règles et des devoir qui régissent une profession ; la conduite de ceux qui l’exercent, les rapports entre ceux-ci, les clients et le public.

Une invention est la découverte d’un produit, d’un matériau ou d’un procédé nouveau.

Une innovation est une nouveauté introduite dans un produit existant.

Contrairement à une invention, une innovation est toujours commerciale ; elle permet d’avoir des produits ou des services plus performants. La technologie est la mise en application des connaissances techniques pour fabriquer de nouveaux outils ou appareils. L’espionnage industriel, l’action de recueillir clandestinement des renseignements sur les secrets de fabrication d’un concurrent.

Il devient primordial de suivre les innovations et avancées, ceci dire, les évolutions technologiques capables d’impacter sur le devenir de l’activité de l’entreprise. La VT, c’est une façon de suivre avec précision une nouvelle technologie. Elle aide l’entreprise dans ses décisions stratégiques. Elle permet de repérer, collecter, traiter et stocker les informations et les signaux pertinents qui orientent le futur de l’entreprise.

La VT est l’observation et l’analyse de l’environnement scientifique, technique et technologique servant à déduire les menaces et opportunités de développement. Elle permet d’éviter de prendre des décisions basées sur des informations périmées. C’est aussi une tâche préparatoire au transfert de compétences.

La VT récupère des informations ouvertes, accessibles à tous et non internes à une entreprise. Ces informations peuvent concerner un produit, un composant, un procédé ou bien l’évolution d’une technique utilisée au sein d’une entreprise. Aujourd’hui, la VT constitue une place majeure dans le travail d’un informaticien.

## Pourquoi faire la VT

Pour comprendre la nécessité d’observer, d’analyser le contexte d’une activité (qu’elle soit politique, économique, scientifique ou même personnelle), il faudra prendre en compte diverses considérations et entre-autre celle de la notion de flux d’informations.

Nous sommes soumis en permanence à un flux d’informations très important. Ce flux d’informations ne cesse de croître et de plus, la diversité des supports rend les choix difficiles. L’accélération de la production d’informations est rendue possible par l’abaissement constant des coûts techniques, ainsi que par une spécialisation de plus en plus poussée par les acteurs. La difficulté va bien être de localiser et de sérier les bonnes informations.

En vingt ans, les développements technologiques (qualité et vitesse des réseaux, apparition des smartphones et des tablettes, etc.) ont encore augmenté la pression des informations sur presque toutes les activités. Les réseaux sociaux (Facebook, tweeter, etc.), les blocs, sont maintenant à la portée de tous. Les bases de données font partie d’une chaine globale de production des informations scientifiques et techniques.

Au départ se trouvent les chercheurs qui doivent diffuser leurs travaux pour permettre à la science de progresser. Ces travaux sont publiés par des éditeurs qui, dans des journaux scientifiques, éditent les recherches en textes intégrales. Mais au fil des années, s’est fait jour la nécessité d’éditer des bibliographies qui analysent un certain nombre de journaux selon leur orientation thématique.

Ensuite, ces producteurs éditent le signalement bibliographique des travaux analysés. La nature même de l’information va changer. La volonté d’anticiper, donc de traiter les travaux en cours, les projets, va impliquer une organisation de collecte et de traitement de l’information de plus en plus éloignée des schémas documentaires classiques. Les décisionnaires se trouvent submergés d’informations et cette situation est jugée néfaste. Un des rôles des SI internes est donc de trier cette information en provenance de l’environnement pour ne garder et ne diffuser que celle qui est vraiment pertinente pour l’entreprise.

La règle d’Or de la VT et de l’intelligence économique est donnée par Michael PORTER à travers cette phrase « Donner la bonne information à la bonne personne au bon moment pour prendre la bonne décision »

* Pour déceler les nouvelles au futur technologique
* Pour anticiper les évolutions
* Pour devancer ses concurrents
* Pour aider la prise de décision
* Pour intégrer ces nouvelles technologies dans la conception de futurs produits
* Pour diminuer les coûts - Améliorer la qualité des produits
* Etc.

### Intérêt de la VT

Surveiller, c’est rester à l’écoute de toutes les innovations et les nouveautés de son secteur. Cela permet d’anticiper la stratégie de ses concurrents et de percevoir des opportunités de développement de ses produits.

La VT également permet d’identifier les menaces de son environnement afin d’en trouver des solutions en amont, au lieu d’en subir les conséquences. La VT est la solution pour rester compétitif dans son domaine d’activité.

Elle permet également de rester en permanence à l’écoute de son marché, des attentes de ses clients et des pratiques des clients. Elle permet en même temps de prendre de l’avance sur ses concurrents.

## Les objectifs de la VT

Les objectifs de la VT sont la détection des signaux faibles, la recherche des informations utiles aux décisions et aux actions. C’est en fait l’accord d’une aide aux décisions à caractère stratégiques pour l’entreprise. Les fondements de la VT s’articulent autour de quatre pôles.

* Premier pôle : Benchmark.

Basé sur l’analyse de la concurrence.

Cette analyse consiste à identifier les concurrents actuels et à analyser les objectifs et stratégies futurs et présents qu’ils conduisent.

* Deuxième pôle : technologie.

Qui évalue les technologies de pointe actuelles en analysant leurs conditions d’accès, leur rythme de croissance et leur potentielle progression dans le futur.

* Troisième pôle : stratégique.

Qui se doit de se renseigner sur les potentiels futurs produits dans leurs valeurs et fonctions. L’articulation particulière des pôles permet la conduite et l’orientation des recherches d’information provenant des résultats d’étude bibliométriques et de groupe de travail d’experts. À chaque niveau de la recherche et du développement technologique, on peut affirmer que des signaux apparaissent et sont lancés volontairement ou involontairement dans l’environnement proche ou lointain.

## Les enjeux de la veille

Dans un environnement économique complexe, et un cadre de plus en plus concurrentiel et en constante évolution, la réactivité par rapport au matché est un enjeu crucial d’une entreprise afin de rester compétitif. La démarche de VT s’inscrit dans cet optique. L’objectif est de déceler les technologies clés de demain pour ne perdre de part de marché à cause d’une innovation technologique repérée trop tard.

La VT a donc pour vocation principale d’apporter des données servant à nourrir la stratégie de l’entreprise en fournissant des informations fraîches, pertinentes et recoupées sur l’environnement technologique (dépôt de brevet, résultat de recherche, nouveaux procédés, etc.).

L’enjeu de la veille n’est pas tellement l’accès à l’information mais l’exploitation pertinente de cette information. Pour une veille efficace, un processus systématique d’acquisition d’informations pertinentes et utiles doit comprendre huit étapes :

* La définition des besoins en informatique
* Recherche des informations
* Collecte continue et rigoureuse
* Tri et analyse
* Diffusion
* Exploitation
* Stockage de l’information
* Évaluation du fonctionnement du système

## Types de VT

Il existe différentes veilles selon le but souhaiter.

### La Veille Technologique

Elle concerne le produit, les prestations de services, le design, les procéder de fabrication, les processus et les systèmes d’information. Le plus souvent elle prend les formes suivantes :

* Analyse de brevets
* Audit technologique d’un secteur d’activité
* Etude de marché technologique

Cette veille permet d’identifier au plus tôt les évolutions technologiques susceptibles d’influer sur le métier d’une entreprise. Elle révèle des opportunités de création de nouveaux marchés grâce à l’analyse de signaux faibles et c’est pour cela qu’elle est souvent au cœur du processus d’innovation. La VT s’intéresse ainsi aux acquis scientifiques et techniques. Elle s’intéresse aussi aux produits et aux services.

### La veille concurrentielle

Elle vise à l’analyse des concurrents concernant leur positionnement (analyse financière, produits nouveaux) et les avantages concurrentiels par rapport aux concurrents.

* + - Comment ?

En surveillant l’actualité, les concurrents, le secteur et ce par tous les canaux qui sont disponibles. En participant à des conférence et salon.

Il est recommandé d’ailleurs de combiner la veille concurrentielle avec toutes les autres formes de veille pour avoir une vision globale

* + - Objectif

Cette veille permet d’identifier à la fois les menaces et opportunités externes et internes. Et offre également un aperçu des solutions pour les prévenir.

### La veille commerciale

La veille commerciale consiste à :

* + - Anticiper les besoins des clients à moyen et long terme.
    - Mieux répondre à leurs attentes.
    - Améliore la qualité du produit pour les fidéliser.

La veille commerciale est pratiquée notamment dans le cadre des produits et marchés.

* + - Comment ?

Cette veille se pratique par le biais d’études de marché, de la surveillance des appels d’offre ainsi que de la presse écrite et sur le Web.

* + - Objectifs

Permet d’identifier de nouveaux partenaires, fournisseurs, clients, etc. Ainsi que d’aider le développement commercial de l’entreprise.

### La veille juridique/réglementaire/normative

La veille juridique traque les textes de loi ainsi que les normes techniques du secteur pouvant avoir un impacte aussi bien sur l’offre que sur les moyens de production de l’entreprise.

Il s’agit d’une veille transversale pouvant toucher à tous les secteurs de l’entreprise. Elle doit être liées à la mise en place d’actions ou à défaut de surveillance de celle des concurrents dans les organismes de normalisation.

Comme le nom l’indique, cette forme de veille consiste à surveiller toutes nouveautés en matière juridique (nouvelles lois, etc.).

* + - Comment ?

Par le biais de la presse spécialisée et en restant informé des projets de loi prévu à la fois au niveau national et international.

* + - Objectifs

La veille juridique à deux objectifs :

* Permettre de rester à jour au niveau règlementaire.
* Donner un degré d’anticipation pour que l’entreprise puisse s’adapter dans les temps.

### La veille sociétale et environnementale

Pratique notamment dans le cadre de la RSE.

* + - Comment ?

En surveillant les tendances et réglementations environnementale. En observant les évolutions et mutations sociétale qui peuvent survenir.

* + - Objectifs

Tout comme la veille juridique, cette veille permet principalement d’anticiper des évolutions ou mutations au sein de l’entreprise.

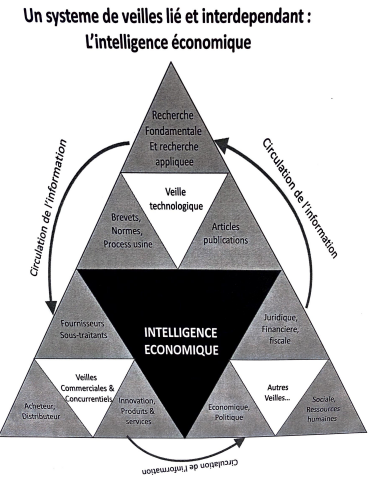
### La veille digitale

Souvent regroupé avec d’autres pratiques de veille (commerciale, médiatique, stratégique, etc.), la veille digitale mérite une place à elle seule dans cette liste car elle se pratique de plus en plus souvent de manière indépendante aux autres. Notamment afin de surveiller la présence digitale d’une entreprise.

* + - Comment ?

En surveillant sa présence sur les moteurs de recherche par le biais d’outils d’analyse.

* + - Objectifs
* Déterminer son positionnement face à la concurrence.
* Palier les lacunes au niveau de mots clé.



La veille technologique et la veille concurrentielle forme la veille stratégique.

La veille stratégique est un type de veille informationnelle qui englobe l’ensemble des autres veilles.

Elle regroupe les techniques de recherche d’informations, traitement de l’information et de visualisation de l’information.

La veille stratégique est une aide de prise à la prise de décision stratégique grâce à une analyse des évolutions tendancielle et de leur environnement.

L’intelligence économique IE est mis en œuvre par les acteurs, transmise par un réseau, s’organise en fonction d’objectifs et est utilisée par des décideurs. L’IE c’est l’informations recoupées, traitée, ciblée pour éclairer les décisions.

Pour prendre des décisions économiques optimales, il faut comprendre la réalité dans laquelle elle s’applique.

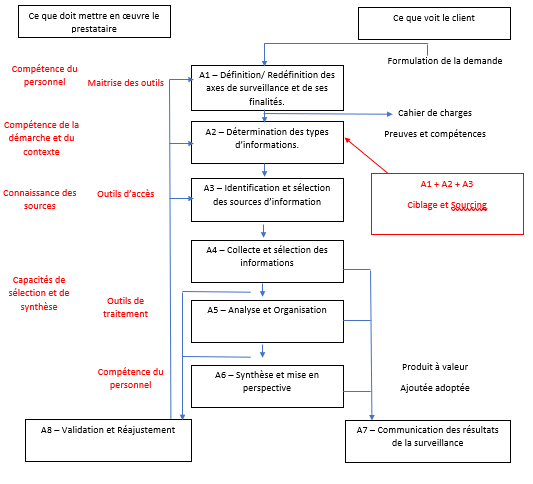
### Les étapes de la veille

La veille est une activité réglementée par la norme XP – X50 – 053 AFNOR.

L’AFNOR défini la veille comme l’art de détecté et d’interprété les signaux faibles pour leur donné du sens, de fournir la bonne information au bon moment, à la bonne personne pour lui permettre de prendre la bonne décision, de bien agir et idéalement de faire évoluer son environnement dans un sens propice.

Autrement dit la veille se définit comme un processus informationnel par lequel l’entreprise se met à l’écoute de son environnement dans le but créatif de découvrir des opportunités, de découvrir des incertitudes voir d’anticiper des menaces.

#### LE PROCESSUS DE VEILLE



La Veille se déroule donc selon un cycle de 5 étapes :

* Le ciblage
* Le sourcing
* La collecte et la sélection des informations
* L’analyse et la synthèse
* La diffusion

#### Le ciblage ou stratégie

Le ciblage doit permettre de définir les besoins de veille de l’entreprise. Cela passe par :

* La définition de la thématique et des acteurs du domaine et des axes de recherche sur lesquels la veille doit être menée (aspect financier, juridique, technique, etc.).
* Le choix des mots clé pertinent (penser aux termes générique et associé) qui en permettrons la surveillance à partir d’entretiens et l’utilisation des outils documentaire.

Au-delà de la définition des mots clés, il s’agit de préparer les stratégies de recherche en représentant les connexions sémantiques entre différentes idées, les liens hiérarchiques entre les différents concepts intellectuels

* L’identification des sources utiles dans l’entreprise auprès des acteurs avec qui l’on travail, chez les fournisseurs d’informations, sur le web, auprès des institutions, etc.
* La compréhension du contexte (pourquoi ?) du besoin de surveillance.
* La définition des objectifs de veille (quoi ?) avec une réflexion sur les attentes afin de les transformés en besoins d’informations.
* L’identification des cibles de la veille (Pour qui ?) et du mode de diffusion (Comment ?).
* La mise en place d’une stratégie de veille s’effectue selon les besoins du client ou de l’utilisateur et les moyens (thèmes, enjeux, ressources).

#### Le sourcing (Identification des sources)

Le sourcing consiste en une réflexion sur les outils et canaux de veille en fonction du ciblage :

* Utilisation des sources identifier lors du ciblage et recherche de sources complémentaires.
* Qualification des sources en fonction de leur nature, rayon de diffusion, finalité, publique visé, auteur, langue, contenus, but, …).
* Identification des pages pertinentes.
* Paramétrage et configuration de l’outils de surveillance choisie.

#### La collecte et la sélection d’informations

La collecte d’informations, démarche traditionnelle et répétitive, vise à rassemblée des faits, opinions, études, etc. sur les thèmes définis préalablement à partir de sources formelles ou informelles. Elle sera menée selon une fréquence à définir en fonction des besoins d’informations, des outils utilisés et de la nature des informations. La sélection des informations effectué seul ou à plusieurs reposes sur leur pertinence par rapport au besoin de veille.

#### L’analyse et la synthèse

L’analyse et la synthèse, activités de haut niveau de valeur ajouté, permettent de valider les informations recueillies, d’en extraire un contenu pertinent, de les intégrer dans un ou plusieurs documents.

#### Diffusion

La diffusion permet la mise à disposition sous forme de livrable aux personnes concernées. L’information doit parvenir aux intéressés par les moyens de communication qu’ils utilisent et ou qui sont les plus adaptés à la démarche de veille :

* Lettre d’information
* Alerte
* Sites dynamiques
* Blog
* Etc.

Il faut également qu’ils puissent interagir.