

## L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE, ÉTAPE 1 : DÉFINISSEZ VOS BESOINS EN INFORMATION

Le concept d'intelligence économique a émergé au début des années 1990 en raison de plusieurs évolutions majeures du contexte économique :

- la mondialisation des échanges qui a placé les entreprises dans une situation de concurrence internationale accrue, contexte souvent qualifié de « guerre économique » ;
- le développement exponentiel des nouvelles technologies de l'information et de la communication et de l'émergence de l'ère numérique. L'information est devenue plus abondante, plus accessible et aussi une matière première stratégique que les entreprises doivent savoir maîtriser pour en tirer un avantage concurrentiel ;

- l'ouverture généralisée des marchés, le rattrapage engagé par les pays émergents a fait apparaître de nouveaux concurrents y compris au stade de la recherche et de l'innovation technologique.

Face aux nouveaux défis, les entreprises, y compris les PME, doivent s'adapter et intégrer l'intelligence économique à leur stratégie, pour accroître leur compétitivité tout en protégeant leur savoir faire.



### L'information, un élément de compétitivité de l'entreprise

Le chef d'entreprise a besoin d'informations sur son activité pour :

- Connaître son positionnement sur le marché
- Identifier ses forces et ses faiblesses
- Gérer la stratégie de développement de l'entreprise
- Lancer de nouveaux produits ou services
- S'implanter sur de nouveaux marchés
- S'adapter aux évolutions de l'environnement de l'entreprise (normes, législation, concurrence, modes des consommateurs...)
- Nouer des partenariats
- Accroître son influence

### Enjeux stratégiques et besoin en informations

La surabondance d'information est plus un frein qu'une aide à la prise de décision. Il est donc indispensable pour l'entreprise de définir préalablement quels sont ses besoins réels en information.

Cette étape implique que **l'entreprise mène une véritable réflexion sur les principaux aspects de son activité et les objectifs qu'elle souhaite atteindre**. Ce n'est pas de la collecte d'informations que doit découler la définition des axes stratégiques mais bien le contraire. La détermination des besoins en information passe par l'identification des enjeux à long, moyen et court terme.

### Analyse de l'environnement de l'entreprise

Vous devez analyser objectivement l'environnement dans lequel votre entreprise évolue. Vous devez travailler sur 4 points essentiels : vos concurrents, votre technologie, vos clients, les facteurs d'influence sur votre activité. Voici quelques pistes de réflexion :

- Avez-vous une vision précise de vos concurrents sur votre marché ? (identité – taille et rentabilité - positionnement produits – présence à l'international – axes de développement – partenariats existants – nouveaux acteurs ...) ?

- Avez-vous une connaissance suffisante des évolutions technologiques de votre secteur ? (degré d'importance de la maîtrise technologique - probabilité d'apparition de nouvelles technologies...)?
- Avez-vous identifié les principaux facteurs d'influence du comportement de vos clients et du marché dans sa globalité (marché domestique, à l'international) ?
- Connaissez-vous les grandes tendances économiques, sociétales, législatives, réglementaires... susceptibles d'avoir une influence sur la croissance de votre secteur d'activité ?

L'objectif de cette réflexion est de retenir 3 à 4 axes prioritaires pour votre développement. Ces axes prioritaires seront intimement liés à votre vision à long terme pour l'entreprise, et vous permettront d'identifier quelles sont les actions à mettre en œuvre à court terme pour y parvenir.

### Positionnement de l'entreprise dans son environnement avec ses forces et ses faiblesses

Vous devez vous interroger objectivement sur les compétences dont vous disposez pour atteindre les objectifs que vous avez définis : quelles sont vos forces, vos faiblesses par rapport à vos concurrents, technologies, clients, environnement (analyse SWOT et Forces de Porter). En fonction de cette analyse, vous saurez alors quelles sont les connaissances à acquérir ou à renforcer pour réaliser vos projets.

### Vos besoins en information

Deux types de besoins d'informations seront alors identifiés :

- **Besoins en information permanents** pour permettre à l'entreprise de surveiller l'environnement du marché (par exemple, *Quelle va être l'évolution technologique de mon marché en France et sur le marché européen ?*) et qui vont contribuer à la réalisation des objectifs de long terme
- **Besoins en information ponctuels** pour répondre à une question ponctuelle qui se pose pour mettre en œuvre les axes stratégiques (par exemple, *Quels sont les partenaires qui peuvent m'accompagner dans le développement de ma nouvelle technologie ?*)

Ce type de besoin peut survenir également pour la résolution de problèmes nouveaux mis en exergue par la veille sur les enjeux stratégiques de l'entreprise ou a contrario suite à une absence d'anticipation du phénomène.

Pour aller plus loin :

**Service de Coordination à l'Intelligence Economique.**

**Business Plans pour les Nuls, FIRST Editions.**