

CYCLE MANAGEMENT & STRATEGIES



INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET INDUSTRIELLE

Les 11 et 12 juin 2025
LISI Group, Paris Central Seine

FRAMATECH S.A. au capital de 38112 Euros
Etudes & mises en œuvre de stratégies industrielles internationales - Hautes Technologies
4 Boulevard d'Arras - 13004 Marseille - France
Tél. +33 491 95 55 70 | Mail : contact@framatech.fr | Web : www.framatech.fr
Organisme de formation n° 93060115506 – Siret 344 351 879 00046 – NAF : 7112B

CYCLE MANAGEMENT & STRATEGIES



FRAMATECH

INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET INDUSTRIELLE

NOTE POUR LE LECTEUR QUI N'AURAIT PAS ASSISTE AU SEMINAIRE

La documentation ci-jointe est celle qui a servi de support pour illustrer les exposés faits pendant le séminaire « **INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET INDUSTRIELLE** », et ne représente donc qu'une partie des informations données à cette occasion.

FRAMATECH S.A. au capital de 38112 Euros
Etudes & mises en œuvre de stratégies industrielles internationales - Hautes Technologies
4 Boulevard d'Arras - 13004 Marseille - France
Tél. +33 491 95 55 70 | Mail : contact@framatech.fr | Web : www.framatech.fr
Organisme de formation n° 93060115506 – Siret 344 351 879 00046 – NAF : 7112B



FRAMATECH

Intelligence économique et industrielle

LISI GROUP

Les 11 et 12 juin 2025

Paris Central Seine



4 Boulevard d'Arras 13004 Marseille, France

Siret 344 351 879 000 46 | Organisme de formation N° 93 13 13363 13 | NAF 7112B

Web : www.framatech.fr | E-mail : contact@framatech.fr | Tél. +33 491 955 570c



Votre formateur

- Alain BARONI, né en 1969
 - Depuis 2011, CEO de FRAMATECH
 - Depuis 2007, Professeur associé à l'Université Aix-Marseille, Master VTI « veille technologique & innovation »
 - Depuis 2009, Certifié « Consultant en Intelligence Economique et Stratégique », CERTIDOC
 - Depuis 2010, Membre fondateur & délégué régional SYNFIE (syndicat français de l'intelligence économique)
- Triple compétence
 - Electronique (DUT Génie Electrique & informatique industrielle, spécialisation Electronique, 1990)
 - Marketing industriel international (KEDGE Business School Toulon, 1993)
 - Intelligence économique (CRRM Henri Dou, 1996)



- Membre de :



AKTANTIS



Capenergies



- Vice-Président de :



- Auditeur IHEDN de la 239e session en Région (PACA)



Sommaire

1. L'intelligence économique ... Des Etats aux Entreprises

2. Définitions & vocabulaires

3. Management de l'information stratégique (méthodes & outils)

4. Organisation interne de l'IE

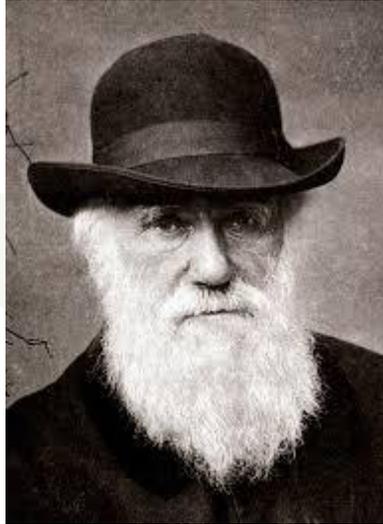
5. Valorisation de l'IE à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise

Annexe 1. Illustration de l'IE en milieu industriel

Annexe 2. Synthèse générale d'une démarche d'intelligence commerciale



Pourquoi être bien informé ?



- *Ce n'est pas la plus forte ni la plus intelligente des espèces qui survit, mais la plus capable d'adaptation pour changer !*
- Charles Darwin



FRAMATECH

1. L'intelligence économique ...

... Des Etats aux Entreprises



4 Boulevard d'Arras 13004 Marseille, France

Siret 344 351 879 000 46 | Organisme de formation N° 93 13 13363 13 | NAF 7112B

Web : www.framatech.fr | E-mail : contact@framatech.fr | Tél. +33 491 955 570c



L'intelligence économique au niveau des Etats

- L'intelligence économique a toujours connu une imbrication entre *Etats, Armées, Recherche, Entreprises*
- *Avec une relation spécifique à l'information !*
 - Etats Unis (Relations étroites, Arpanet, innovation)
 - Japon (Constitution japonaise, MITI, ordinateurs, veille technologique, expo)
 - Allemagne (usines, équipements)
 - En France ?

Objectifs : Souveraineté, leadership, défense militaire, influences régionales,...





Impact des décisions politiques sur les entreprises

- Les accords commerciaux comme l'entrée de la Chine dans l'OMC
 - Importation de produits chinois
 - Contre façon
 - Réduction des coûts

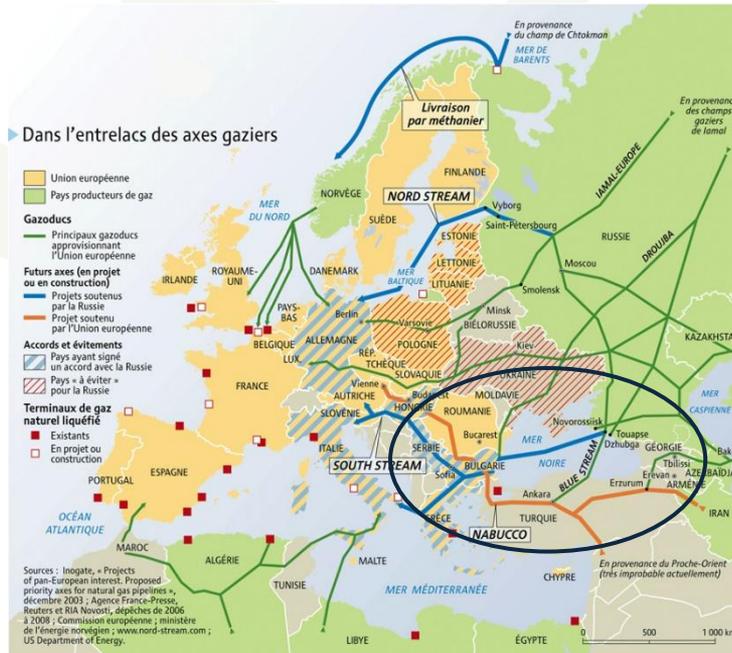
- Les accords de libres échanges comme l'Europe ... en novembre 2020, l'Asie :
 - *Quinze pays d'Asie signent le plus important accord de libre-échange de la planète qui concernera plus de 2,2 milliards d'habitants.*
 - *La Chine renforce ainsi potentiellement son poids dans le commerce mondial.*





Conflits armés

- Depuis l'embargo du gaz par la Russie, on achète le gaz à l'Azerbaïdjan et via le gazoduc turc !



- Quid de l'Arménie ?
- Quid des relations avec la Turquie ?
- Quid des relations avec l'Algérie ?



- Le prix de l'énergie a fortement augmenté en France ...
- Impact sur le tissu économique et industriel !



Influence française

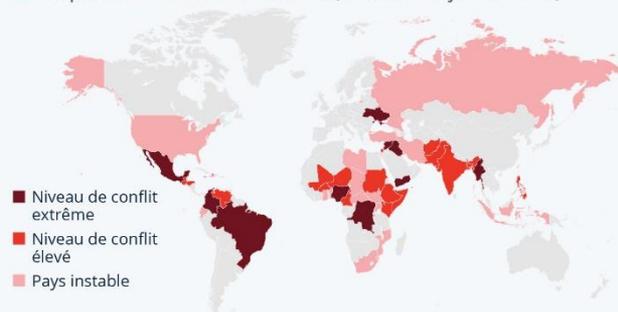
Je suis en entreprise française,

La France perd son influence (Burkina, Mali, Niger)
au profit de la Chine, de la Russie et des Etats Unis)

Je rencontre des difficultés dans mes exportations
(frenchbashing, dédouanement,...)

Les pays les plus exposés aux conflits armés

Pays connaissant les niveaux de violences armées
les plus élevés dans le monde (en date de juillet 2023) *



* Indice basé sur la mortalité, le danger pour les civils, la diffusion géographique et le nombre de groupes armés non-étatiques. Les pays présentés comptent pour 97 % des événements violents recensés sur l'année.

Source : ACLED





Guerre économique



Chine

*Les semiconducteurs (Trump), les terres rares (Xi Jinping)
Taxes sur l'acier et l'aluminium (Trump, 2019)*

Europe : Liste des nouveaux droits de douane américains contre les produits européens qui touchent essentiellement les pays du consortium Airbus... *Champagne français, whisky écossais, cachemire britannique, café allemand, l'huile d'olive espagnole*

Décisions unilatérales sur les échanges commerciaux (réglementation, taxes,...)
Réponses appropriées sur fond de menaces ...

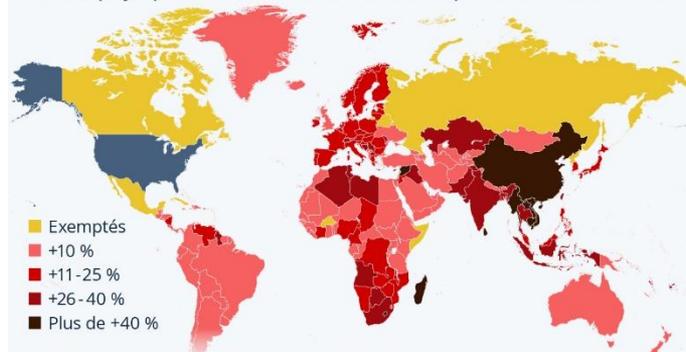


Comment interpréter des décisions unilatérales soudaines ?



Guerre commerciale : les tarifs record imposés par Trump

Droits de douane supplémentaires "réciproques" imposés aux pays par les États-Unis, effectifs à partir du 9 avril 2025



En date du 9 avril 2025. Exemptés : certains produits industriels, dont acier, cuivre, aluminium, automobiles, semi-conducteurs, etc. (soumis à des tarifs distincts). Tarifs douaniers contre la Chine portés à 104%. Mexique/Canada : (10-)25% (actuellement suspendus).

Source : La Maison-Blanche





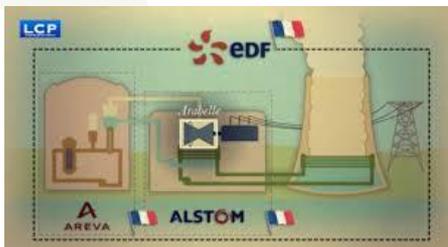
L'affaire Alstom

- « *L'extraterritorialité du droit américain est une arme de guerre économique* », *Stéphane Lauer, Editorialiste au Monde, 2019*

Alors que la Commission Européenne a donné le 8 septembre son feu vert au rachat d'Alstom (70 % de l'entreprise) par la compagnie américaine General Electric, retour sur les dessous de cette opération. Dans le cadre de cette acquisition, un élément capital a été occulté : les poursuites judiciaires américaines qui ont visé Alstom. Pendant quatre ans, de 2010 à 2014, dans un secret quasi absolu, des dizaines d'enquêteurs du FBI, ont poursuivi Alstom, pour des affaires de corruption (en Indonésie, en Arabie Saoudite, aux Bahamas, ou encore en Egypte).



Frédéric Pierucci : le piège américain | Conférence à l'ILERI, 2019
<https://www.youtube.com/watch?v=LWDDDMoJNs>



SIEMENS



12,35 milliards d'euros sur la table

En pleine bataille pour le rachat du pôle énergie d'Alstom, que convoitait également le tandem Siemens-Mitsubishi Heavy Industries, le gouvernement s'était doté le 14 mai d'un décret élargissant notamment à l'énergie et aux transports son droit de veto en cas de visées étrangères sur des entreprises stratégiques françaises.



Des Etats aux entreprises

- Les décisions d'un Etat (gouvernement) impactent un pays, une société durablement !
- Celle des grands patrons aussi !
 - Fabless (Alcatel, Serge Tchuruk, 1998)

Le classement mondial des industriels télécoms

		Chiffre d'affaires 1993 (en millions de dollars)	Progression 1992-1993 (en %)
1	Alcatel Alsthom (France)	13.783	0,1
2	ATT (Etats-Unis)	12.957	6,2
3	Siemens (Allemagne)	11.976	6,5
4	Motorola (Etats-Unis)	10.680	27,5
5	NEC (Japon)	8.962	0,6
6	Northern Telecom (Canada)	7.861	-2,1
7	Ericsson (Suède)	7.349	36,1
8	IBM (Etats-Unis)	5.200	-1,9
28	Matra-Hachette (France)	1.117	-1,7
29	Sagem (France)	1.049	2,5



Instabilité & Recommandations

COVID

- Souveraineté
- Approvisionnements
- Réindustrialisation
- ...

Crise énergétique

- Renouvelable
- Lithium-ion
- Nucléaire
- Bilan Carbone

Conflits armés

- Ukraine | Russie
- Israël | Palestine
- ... Chine | Taïwan ???

Et demain ?



En intelligence ...

- *Développer sans cesse, de nouveaux clients, de nouveaux marchés, de nouveaux produits, de nouveaux fournisseurs pour répartir le risque !*



IE Offensive / Défensive, supporte la compétitivité et la survie de l'organisation

- IE Offensive vers l'extérieur, pour son développement :

- Offre Produits/Services,
- Portefeuille client,
- Diversification marchés,
- International (export, implantations,...)
- ...

- IE Offensive à l'intérieur, pour sa performance interne :

- Performance technologique (innovation)
- Performance industrielle (baisse des coûts de revient, des taux de rebus, arrêts de production,...)
- Performance commerciale (Prospection, CRM, relation client,...)
- ...

- IE Défensive de l'extérieur, pour la protection de son patrimoine :

- Matériel (secrets de fabrication, process, plans, schémas,...)
- Immatériel (talents, base de données clients, dessins & marques,...)

Les nouvelles performances digitales (industrie du futur)

Contrôle d'accès bâtiments

Cryptage de données, firewall,...

Sensibilisation du personnel

Avantage concurrentiel (qualité, prix, délais)

- Fabrication additive,
- Maintenance préventive
- Jumeaux numériques
- Blockchain
- Big data
- Intelligence artificielle
- ...

Protection Cyber-attaques



Atelier à mes étudiants



1. Choisissez un pays dans le monde

2. Présenter les faits marquants de ce pays

Histoire	Politique	Economie	Industrie	Sociale
<ul style="list-style-type: none"> [Texte] [Texte] 	<ul style="list-style-type: none"> [Texte] [Texte] 	<ul style="list-style-type: none"> [Texte] [Texte] 		

3. Quelle a été l'influence de la France avec ce pays et ses relations aujourd'hui ?

	Positifs	Négatifs
Passé	[Texte]	[Texte]
XXIème siècle	[Texte]	[Texte]

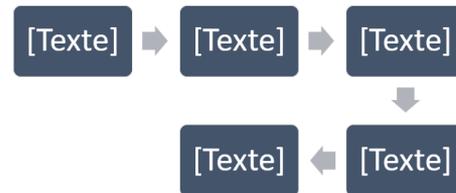
4. Quelle posture devrait adopter la France pour améliorer, renforcer son influence ?

Economie	Industrie	Innovation	Social	Autre
<ul style="list-style-type: none"> [Texte] [Texte] 	<ul style="list-style-type: none"> [Texte] [Texte] 	<ul style="list-style-type: none"> [Texte] [Texte] 		

5. Qui est le ministre de l'Economie et industrie de ce pays ?

Nom, Prénom	Situation de famille	Formation
Expérience professionnelle	Rôle dans le gouvernement	Réputation

6. Décrire (en argumentant) le processus que vous pourriez proposer pour accéder à ce Ministre





Storytelling (processus en annexe 1)

Indus.

Volonté du chef d'entreprise :

Délivrer une licence non exclusive, avec un des acteurs de l'appareillage électrique (grands volumes) jusqu'à la vente par leur réseau de distribution

Production

Actions en intelligence économique :



Collecter de données
Blanche (Techno-produits existants, panel de partenaires +/- concurrents directs & Perspective marché)



Rendre intelligible les informations
Cartographies de positionnement marché,
Matrice des atouts de la technologie & valeur perçue,



Comprendre et analyser
Shortlist
Scénarisation
Anticipation des problèmes

Intégration

Grille : Interviews, préqualification d'intérêt

Grille d'analyse (avantages & inconvénients)

Vente

Décision : Trop risqué !

- Peu/pas de connaissance des circuits de distribution
- Forte possibilité de perte de la maîtrise technologique (sinon de céder l'innovation)

Valorisation d'une information captée durant la collecte des données :

Cette technologie est utilisée par un industriel dans un secteur complètement différent (forte valeur ajoutée, petits volumes)

Prise de contact avec l'entreprise par le biais d'une relation privilégiée dans la « place » (notion de réseau humain en IE)

Accord :

- Il maîtrise la technologie HORS secteur électrique
- Il dispose d'une ligne de production en sous charge actuellement
- Il apportera le service Industrialisation (méthodes & process)

Reprise de contact auprès la shortlist des acteurs de l'appareillage électrique pour :

- L'intégration du module
- La certification du dispositif
- La mise sur le marché



2. Définitions & vocabulaires

- Exercice de construction de la chaîne de valeur de l'intelligence
- Définitions autour de l'intelligence économique
- Exercice « remontée & partage » d'informations



4 Boulevard d'Arras 13004 Marseille, France

Siret 344 351 879 000 46 | Organisme de formation N° 93 13 13363 13 | NAF 7112B

Web : www.framatech.fr | E-mail : contact@framatech.fr | Tél. +33 491 955 570c



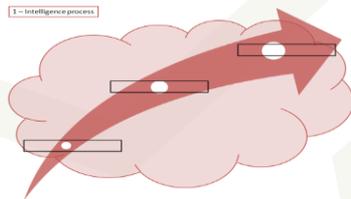
Chaîne de valeur de l'intelligence



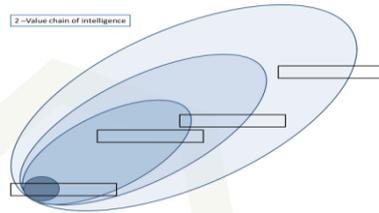
Chaîne de valeur de l'intelligence

- Vous disposez de 3 planches

1 - Intelligence process



2 - Value chain of intelligence



3 - Outputs

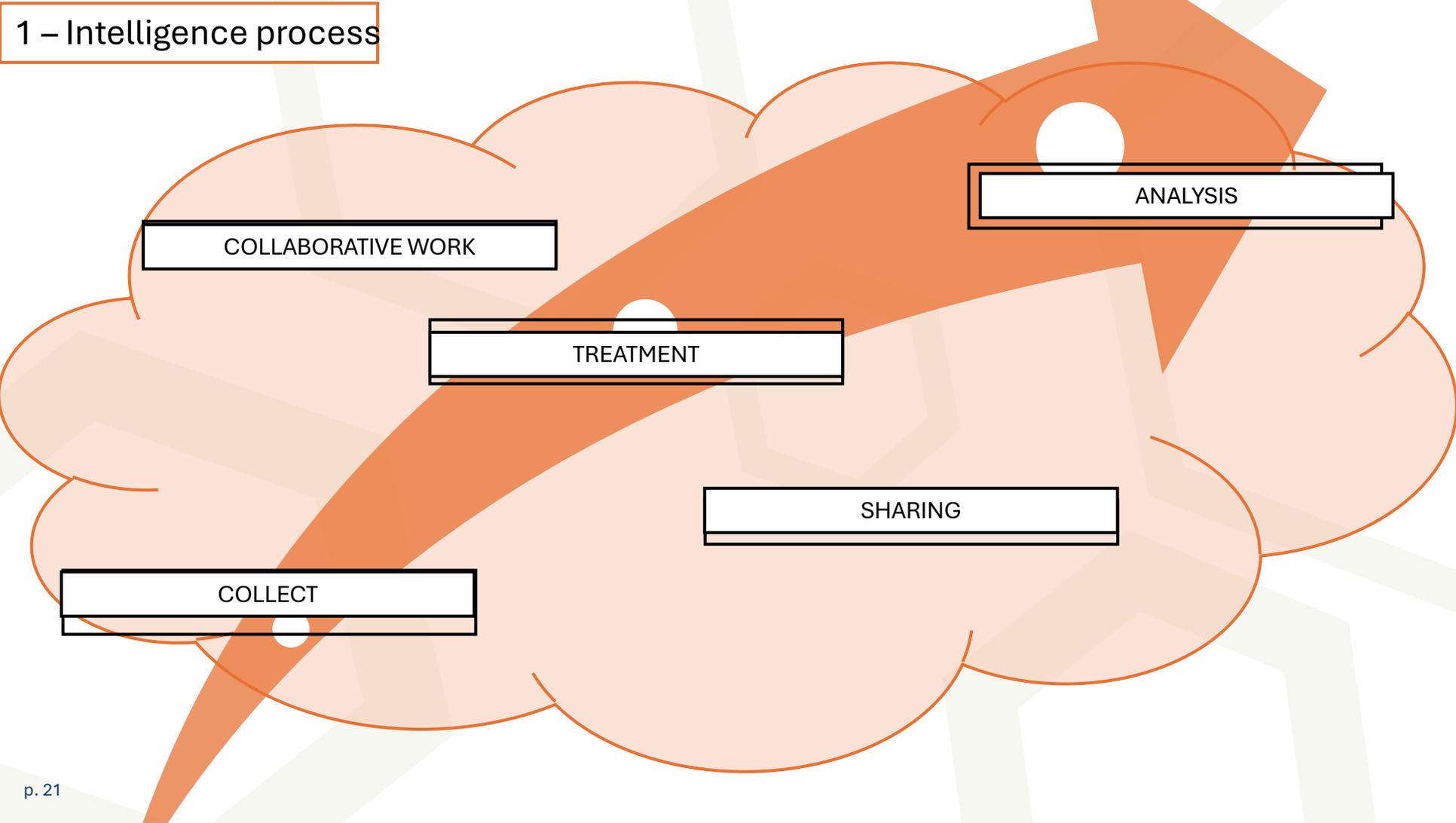


- Vous disposez de 16 mots-clés relatifs aux activités en marketing intelligence

EXECUTIVE SUMMARY	COLLECT	DASHBOARD
SCENARI	STRATEGIC REPORT	INTELLIGENCE
MEMORY	TREATMENT	WEEKLY
ANALYSIS	AMAZEMENT REPORT	ALERT
WATCH	INFORMATION	COLLABORATIVE WORK
SHARING		

- Positionner les mots-clés sur les planches

1 – Intelligence process



COLLABORATIVE WORK

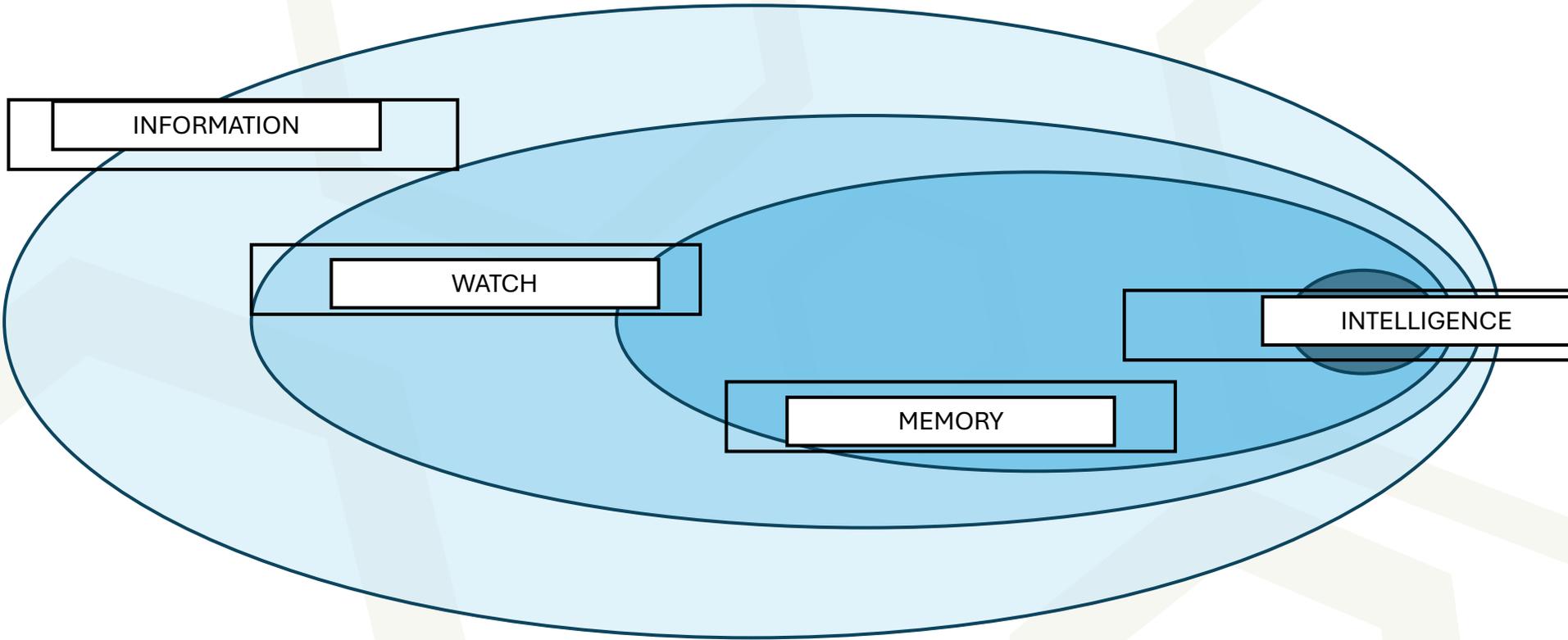
ANALYSIS

TREATMENT

SHARING

COLLECT

2-Value chain of intelligence



3-Outputs

ALERT

AMAZEMENT REPORT

[Empty box]

WEEKLY

DASHBOARD

[Empty box]

[Empty box]

STRATEGIC REPORT

[Empty box]

SCENARII

EXECUTIVE SUMM





Définitions & vocabulaires



Rappels historiques



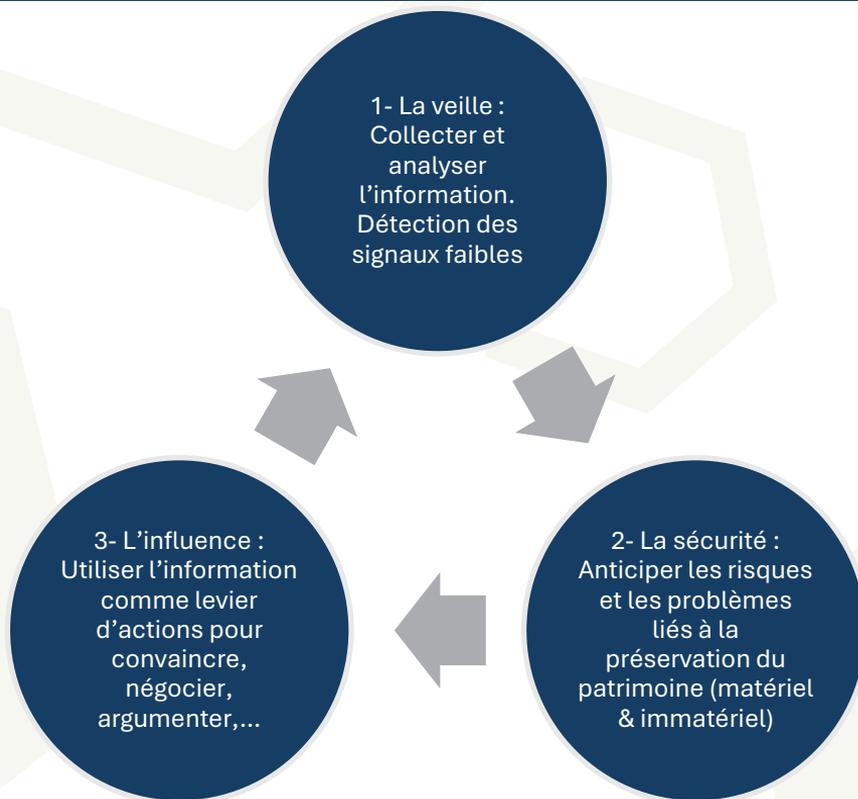
- En 1994 : Rapport Martre
 - L'IE peut être définie comme l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution en vue de son exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques. Ces diverses actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaires à la préservation du patrimoine de l'entreprise, dans les meilleures conditions de qualité, de délais et de coût (MARTRE Henri, 1994).



- En 2003 : Rapport Carayon
 - Nouvelle définition apportant une notion défensive et offensive visant à protéger les intérêts de l'entreprise et à favoriser son développement :
 - Maîtrise de l'information
 - Protection de l'information et du patrimoine de l'entreprise



Aujourd'hui, les 3 piliers de l'intelligence économique





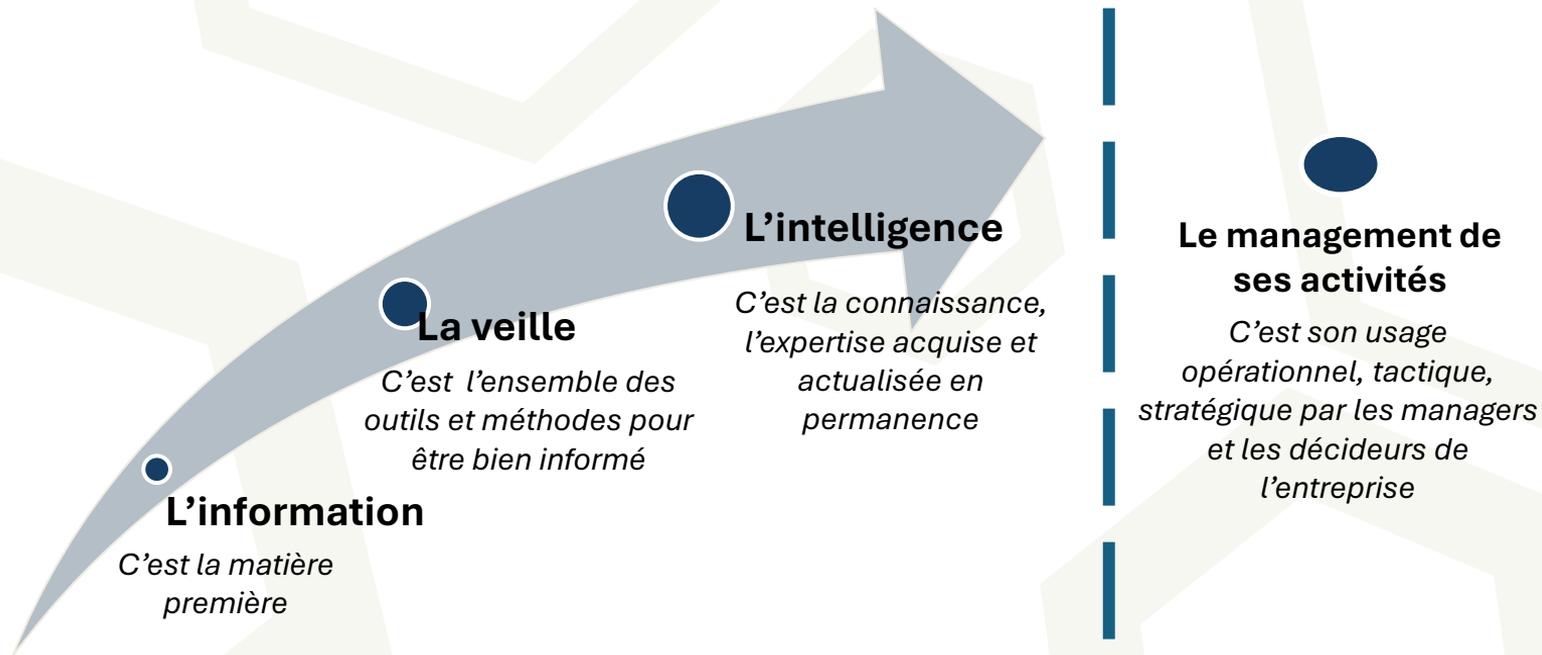
Michael PORTER



- *Give right information to the right guy, at the right time, to make the right decision”*



Rappel de la chaîne de valeur de l'intelligence





Typologie de l'information

*Avec nos compétences, nos marchés, nos réseaux, notre volonté,
que peut-on faire de nouveau ?*



*Henri Dou
(1995)*



Information opérationnelle

*Pour souder des tôles minces d'une certaine composition, quel bâton
de soudure utiliser ?*



Information tactique

*Quels seront les types d'assemblage de demain ?
Quels seront les nouveaux matériaux ?*

Information stratégique





Définitions données à l'information

- Selon la **source** :
 - information texte : information structurée dans une documentation
 - Firme : acquise par des contacts humains
 - experte : acquise en interne ou en externe auprès des consultants
 - foire : acquise dans des contextes de rassemblement
- Selon le **degré de protection de la source**
 - information blanche : tout le monde peut y accéder librement
 - information grise : non commercialisée mais accessible si on sait la rechercher ;
 - information noire : secrète ou classée défense, non accessible sauf par le moyen de l'espionnage industriel.
- Selon le **degré de précision** (ANSOFF H.I., 1975)
 - Signaux forts : Informations suffisamment précises, claires et validées pour être exploitées : Mesure de l'impact et choix d'une réponse.
 - Signaux faibles : Informations fragmentaires, non encore confirmées ou validées, qui peuvent avoir une incidence réelle et sérieuse sur l'entreprise

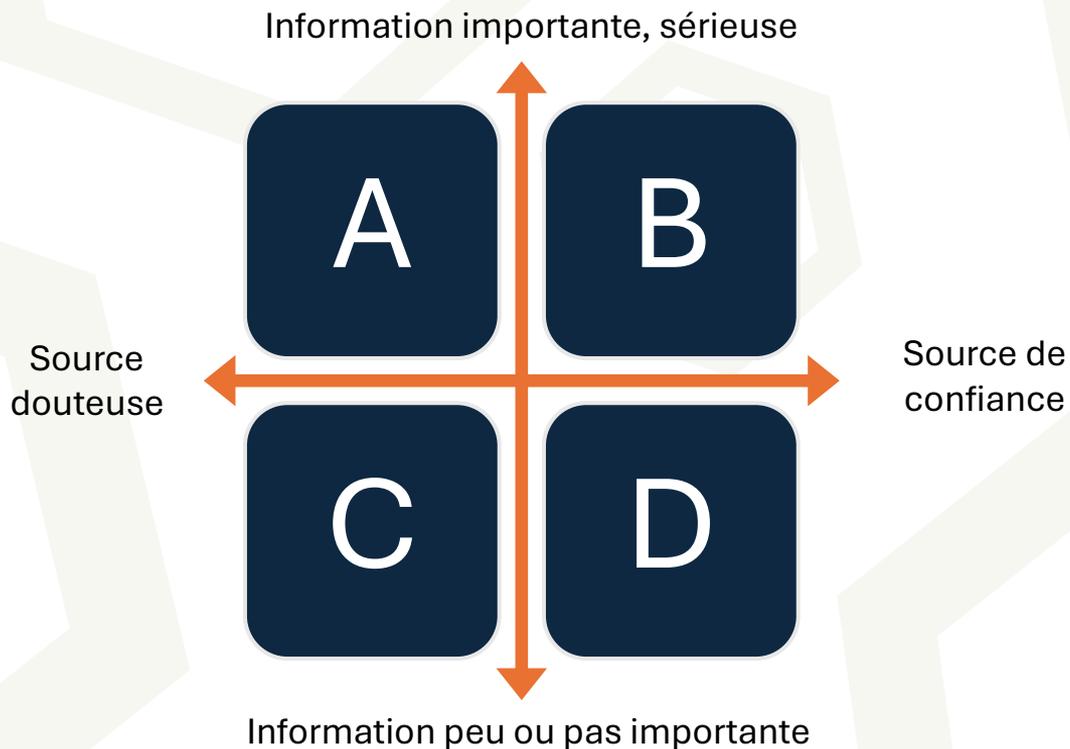


Notion de sources (évaluation)

- FIABILITE
 - Véracité de l'information fournie par la source. Se mesure avec le temps et l'expérience
- RICHESSE
 - Volume d'informations utiles fournies par la source
- FRAICHEUR
 - Delta entre l'évènement et la prise de connaissance
- PERMANENCE
 - Actualisation des informations fournies par la source
- EXCLUSIVITE
 - Diffusion restreinte de l'information fournie par la source
- DISCRETION
 - Capacité d'une source à fournir de l'information sans se faire remarquer (voir sans être vu)
- VULNERABILITE
 - Risque encouru que la source ne puisse plus fournir des informations



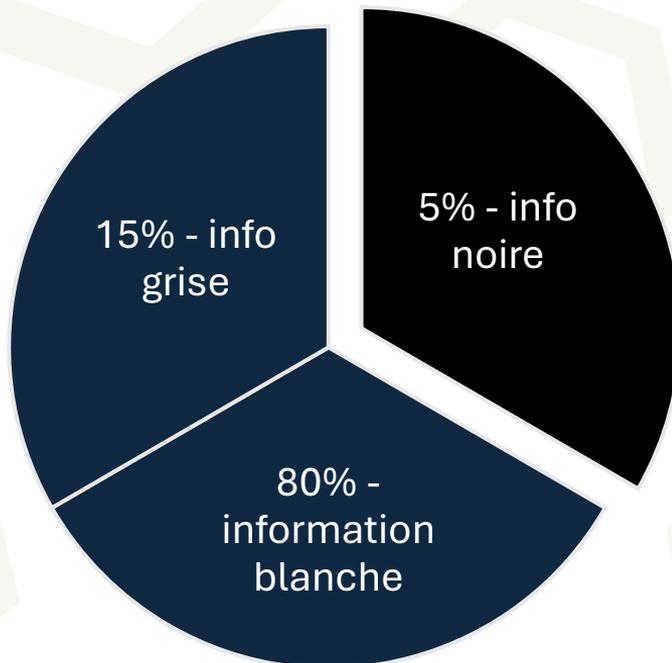
Matrice de fiabilité de l'information





Disponibilité de l'information

- 95% des informations sont accessibles légalement





Je retiens ...

Formelle

Non formelle

I
n
t
e
r
n
e

Supports papier ou électronique :

Newsletters, tableaux de bord, rapports,
company profiles,...

Discussions :

Meeting, pauses-café, “go and ask” avec les collègues
(développeurs, manufacturing, buyers, marketing,...)

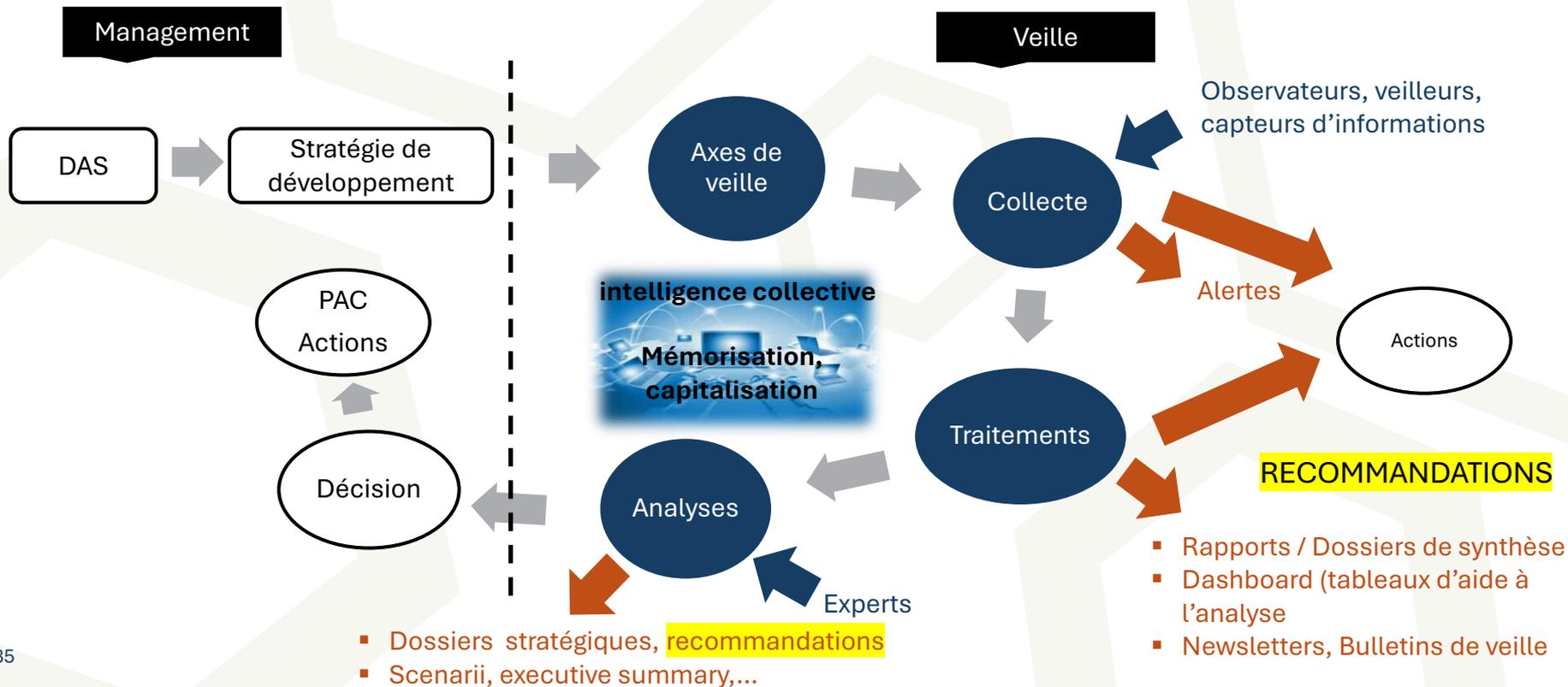
E
x
t
e
r
n
e

Actualités : Presse, magazines spécialisés,
lettres confidentielles, rapports stratégiques,...
Brevets (databases)
Rapports techniques (databases, symposiums
papers,...)
Infos financières (databases, rapports
d'activité,...)

Firms : Fournisseurs, partenaires, concurrents, clients,...)
Experts : Individus disposant d'une connaissance
actualisée (sectorielle, technique, pays,...)
Evènementiel : Salons professionnels, conférences,
colloques, séminaires,...
Réseau: Associations, fédérations, clubs, maison-mère,
filiales, ...

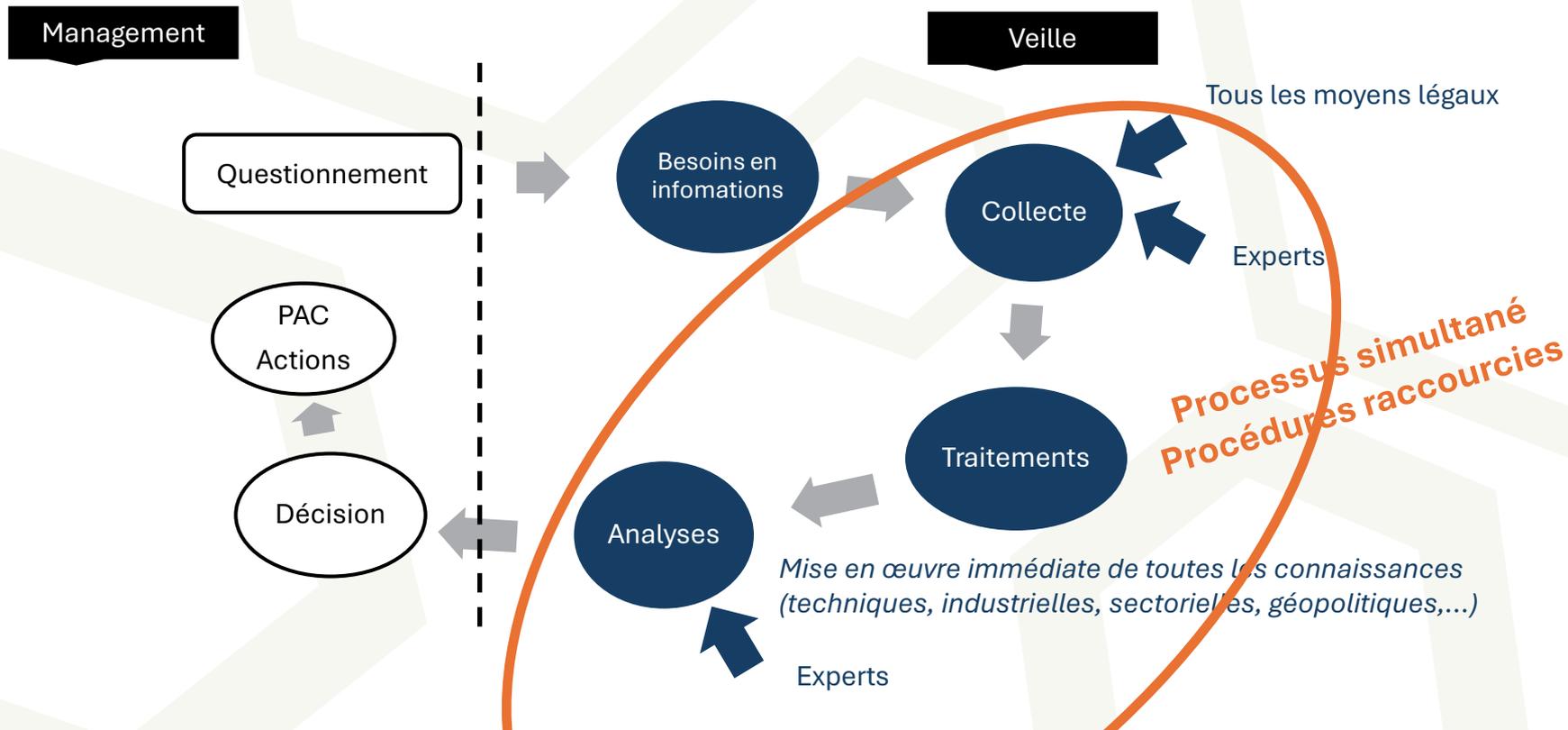


Cycle de la veille stratégique (processus moyen/long terme)





Cycle d'actions ponctuelles en intelligence économique





Les 7 types de veille

- Veille technologique
- Veille commerciale
- Veille concurrentielle
- Veille économique (sectorielle)
- Veille politique (géopolitique)
- Veille réglementaire (normative)
- Veille sociétale

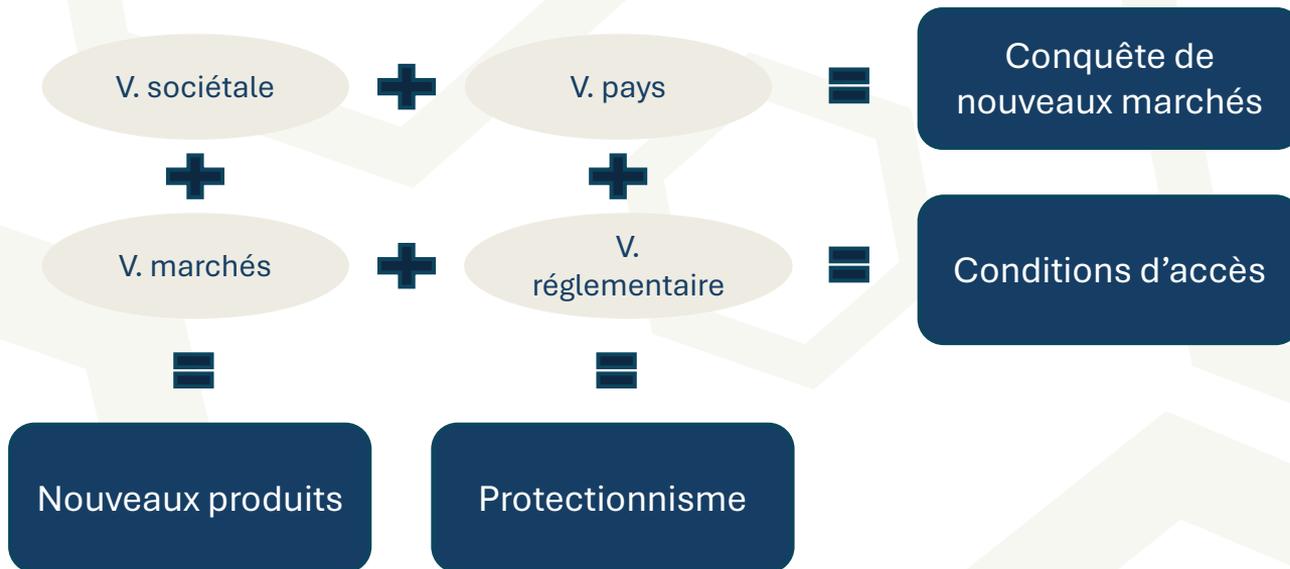
Intelligence technologique

Market intelligence

- Si vous appliquez toutes ces veilles, cela devient la veille stratégique



Interactions des types de veille



Ne travaillez pas en silo !



IE vs ESPIONNAGE

L'intelligence économique s'arrête là où commence l'espionnage !

- Informations publiées
- Information "de terrain" (ouvrir les yeux, les oreilles,...)
- Discuter, rencontrer,...
- ...

Légal



- Vols (plans, rapports, produits, mails,...)
- Extorsions, menaces, pressions,
- Hacking
- Enregistrements téléphoniques
- Corruption
- Filmer sans autorisation
- ...

Illégal





Intelligence économique défensive

Ce que les autres voudraient savoir sur moi

Quel est mon degré de vulnérabilité ?

Ce que je suis prêt à divulguer

Au niveau matériel

Nécessite une
sensibilisation régulière

Au niveau immatériel

Sécurité des
bâtiments,
contrôle d'accès,

cryptage des
données,

déchets (papiers,
disques durs,...)

Divulgarion par le
personnel
(involontaire, de
fait),

Brevets, thèses,
publications,..



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Diagseco se présente sous la forme d'un questionnaire en ligne, composé de neuf rubriques liées à la sécurité économique :

- les capitaux et les financements de l'entreprise ;
- la perte, le vol ou la captation d'informations stratégiques ;
- la propriété intellectuelle et la compétence des salariés ;
- les systèmes d'information et la protection contre les cyberattaques ;
- les procédures de conformité ;
- la veille économique ;
- les ruptures d'approvisionnement ;
- la réputation et l'image de l'entreprise ;
- la protection des locaux et des biens.

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/securite-economique/diagseco-outil-diagnostic-securite-economique-entreprise>



Contre Intelligence économique

Ce que les autres voudraient savoir sur moi

Défendre son territoire

Communiquer vers l'extérieur
(via la presse, Internet, ...)

Se renseigner sur les
personnes (stagiaires,
visiteurs,
accompagnateurs,...)

Sécuriser (interdictions,
restrictions,...)

**Des leurrez
Des rumeurs**

**Se laisser subtiliser
des faux-documents**



En résumé ...

« AUCUNE DECISION NE PEUT ETRE PRISE SANS ACTIVITE EN INTELLIGENCE ECONOMIQUE »

- La démarche en Intelligence Economique constitue un **outil de management** au service des décideurs !
- La démarche de veille est un **outil de travail** au service de celle en intelligence économique !



Exercice sur la remontée et le partage des informations



Consigne

- Les bons réflexes en remontée & partage des informations en interne
- Se mettre en 2 équipes et répondre chronologiquement à Q1, Q2 et Q3 !



Question 1
Vous avez 1 besoin
en informations

1.

Question 2
Vous avez remonté
3 informations clés
*(préciser source &
nature de l'info)*

1.	2.	3.
----	----	----

Question 3
Citez 5 personnes
dans votre
organigramme qui
pourrait être
concerné(e)s ?

1.	2.	3.	4.	5.
----	----	----	----	----



4. Management de l'information stratégique (méthodes & outils)

- Collecte & veille de l'information formelle
- Portée de l'information Brevets
- L'information informelle
- Les réseaux humains en intelligence économique
- La théorie des jeux non coopératifs (hiérarchisation des préoccupations)
- Synthèse d'une démarche en intelligence économique
- Les modes de traitement de l'information



4 Boulevard d'Arras 13004 Marseille, France

Siret 344 351 879 000 46 | Organisme de formation N° 93 13 13363 13 | NAF 7112B

Web : www.framatech.fr | E-mail : contact@framatech.fr | Tél. +33 491 955 570c



Objectif

*Rendre les collaborateurs de LISI AEROSPACE « **autonomes** » et **plus performants dans leurs recherches d'informations au quotidien**, par la maîtrise et l'amélioration de leurs techniques de collecte, de traitement et d'analyse des informations.*



Collecte & veille de l'information formelle



Définition de l'information formelle

- C'est une information structurée, publiée donc disponible auprès de sources spécialisées ou généralistes.
- Elle se présente sous forme papier ou électronique.
- Son accès est gratuit ou payant.



Typologie de l'information formelle

- **Articles de presse, d'actualité :**
 - Presse quotidienne et/ou hebdomadaire, généraliste et/ou économique,
 - Revues spécialisées, magazines, ...
- **Lettres spécialisées :** Confidentielles, Market reviews, Digest
- **Références bibliographiques techniques** (structurée, contrôlée) :
 - Brevets
 - Travaux de recherche (scientifique & technique)
- **Documents réglementaires**
 - Normes, Directives, ...
- **Dossiers, Etudes, Rapports,...** :
 - Syndicats professionnels, fédérations industrielles
 - Instituts d'études Stratégiques
 - Ambassades, Chambres de Commerces et d'Industries
 - ...



Accès à l'information

Les serveurs professionnels

- Organisés par secteur :
 - Chimie,
 - Physique, Electronique,
 - Aéronautique,
 - Agroalimentaire,
 - Environnement,
 - ...
- Organisés par typologie d'information :
 - Financière
 - Brevet
 - Scientifique & technique
 - Articles de presse
 - Etudes de marchés
 - ...

- Ils hébergent des centaines de bases de données , elles-mêmes alimentées par des producteurs d'informations
- ACCES PAYANT
- Réservés aux professionnels de la documentation (langages d'interrogation)

Avantages :

Ciblage précis de l'information utile

Réception des nouvelles informations
(périodicité des alertes)

Compilation des données dans un même
fichier, facilitant l'exploitation



Accès à l'information

- Exemples de serveurs

- Dun & bradstreet
- Derwent
- Pascal, Ei Compendex, NTIS, Francis,...
- Foodline®(MARKET, PRODUCT, SCIENCE)

- Les serveurs uniques de base de données

- Questel /Orbit (brevets)
- Factiva (informations économiques)
- Lexis Nexis (informations juridiques)
- Reuters (actualité financière, cours des matières premières)



Engineering Village



Orbit Intelligence
by Questel

DOW JONES
FACTIVA



LexisNexis®



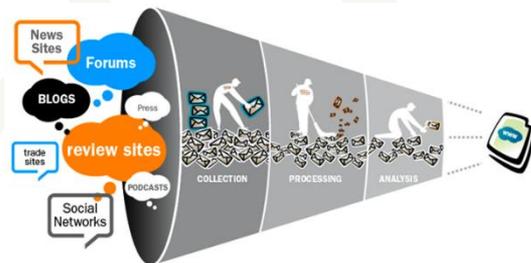
Reuters



Cas de l'OSINT

- Open Source **INT**elligence
 - Collecte automatisée de données ouvertes numériques
 - à grande échelle plus rapidement
 - à partir de sources publiques accessibles à tous (sites web, réseaux sociaux, documents publics, forums, blogs, ...)

- Applications dans l'analyse de vulnérabilité
 - Veille concurrentielle
 - Panorama capitalistique
 - Réseaux de relations (individus, organisations)
 - Réputation
 - ...





Accès à l'information | Le web invisible

- L'information est stockée dans la base de données internes (archives) du producteur
 - Les bases de données professionnelles ... payantes
 - Certaines archives de journaux / magazines (Usine Nouvelle, Les Echos,...)
 - Les bases de données des producteurs de normes (Afnor, IEEE, UTE,...)
 - Les bases de données professionnelle ... gratuites
 - Scientifiques & techniques ([science direct](#), [HAL](#), [Pubmed](#),...)
 - La recherche française
 - Brevets (WIPO, Espacenet)
 - Import/Export : [Douanes](#), [Eurostat](#), [Statistica](#), [UN Cometrade](#), [OCDE Stats](#), ...





Les accès hors la loi

- <https://sci-hub.tw/>

Le site Sci-Hub condamné à payer 15 millions \$ pour atteinte au droit d'auteur

Laurène Bertelle - 23.06.2017 | Edition - Justice - elsevier sci-hub procès - infraction copyright internet - accès articles scientifiques



La justice américaine vient de donner raison à l'éditeur scientifique RELX (Elsevier) dans le procès qui l'opposait au site Internet Sci-Hub. Depuis plusieurs années, ce dernier est accusé de mettre à disposition gratuitement des articles scientifiques sous copyright, une infraction au droit d'auteur pour laquelle RELX recevra 15 millions de dollars de dédommagement.



Décision juridique de bloquer l'accès à Sci-hub et Libgen en France

 Martin Clavey  Édition scientifique

 30 mars 2019  libgen, sci-hub  15 Comments

 Like

 Tweet

 +1

La décision du tribunal de grande instance de Paris est tombée le 7 mars 2019, les principaux fournisseurs d'accès internet français ont l'obligation de bloquer l'accès de leurs utilisateurs aux bibliothèques scientifiques pirates sci-hub.tw (à [propos de Sci-hub](#)) et libgen.io et leurs miroirs à la demande d'Elsevier et de Springer-Nature. Le site [NextInpact](#) s'est procuré le texte de cette décision et l'a publié ce matin. Le blocage devra durer un an.



Accès à l'information sur le Web | Visible !

- Il existe de nombreux moteurs de recherche avec leurs spécificités :
 - Moteurs de recherche « discrets » (ne conserve pas les adresses IP, ne dépose pas de cookies,...)



Qwant

Startpage.com



DuckDuckGo

- Moteurs de recherche pour forums électroniques



- Moteurs de recherche « cartographiques » :





Exemples de cartes interactives potentiellement utiles à vos décisions

- <https://www.datacentermap.com/>



- <https://www.submarinecablemap.com/>



- <https://www.marinetraffic.com/en/ais/home/centerx:19.9/centery:23.1/zoom:2>





Que faire de ces bases de données ?





Accès à l'information | Le web visible

- Toute l'information accessible comme « résultat de recherche » de votre moteur de recherche
 - Des pages web (html)
 - Des documents : pdf, ppt, doc, xls,...
 - Des images
 - ...



POSTULAT : Savoir exprimer son besoin en information !

- Penser TOUJOURS en 3 étapes :

1. Poser le problème

- Orientation de la recherche : Sur les organisations, les technologies, des travaux de recherche, des équipements, des produits, des marchés,...
- Dimensionner le besoin : Un éclairage, une exhaustivité, une donnée,...

2. Formuler son besoin

- Les concepts & mots clés à utiliser
- Les synonymes acronymes utilisés dans le domaine

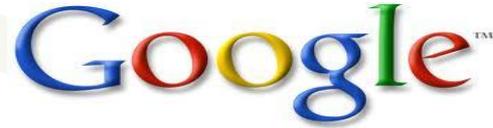
3. Évaluer ce qu'il faut trouver ?

- Les sources
- Un tableau de synthèse (de comparaison), des fiches techniques, des documents complets,
- ...



Principe fondamental

- Savoir exploiter les fonctionnalités de :



- Et chercher à gagner du temps !
 - Réduire considérablement le nombre de résultats de la recherche
 - Avant d'ouvrir un lien, décoder l'url vous fera gagner un temps précieux



Clé n°1 | Filtrer par un type de document

- Imaginer le format « final » de l'information utile autre qu'une page HTML



Présentations
(conférences,
activité),
rapports,...
contient des
chiffres clés



Tableaux de
bord,
annuaires,...



Documents,
fiches
techniques ,
annuaires,...



Pour un travail
approfondi (trop
de documents)

Use filetype:



Clé n°2 | Domain Name server (DNS)

- Filtrer par une extension

.org

• Non governmental association

.gov

• Government (.gouv.fr in France)

.mil

• US military authorities

.edu

• Education, universities

.cn, .de, ...

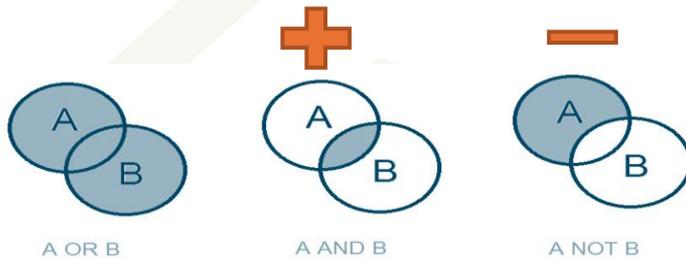
• Extension by country

site:.



Clés n°3 | Langages d'interrogation

- Opérateurs booléens



- L'expression exacte

”

”

.....

- « Recherche avancée » sur google

- Date
- Pays
- ...





Autres langages d'interrogation

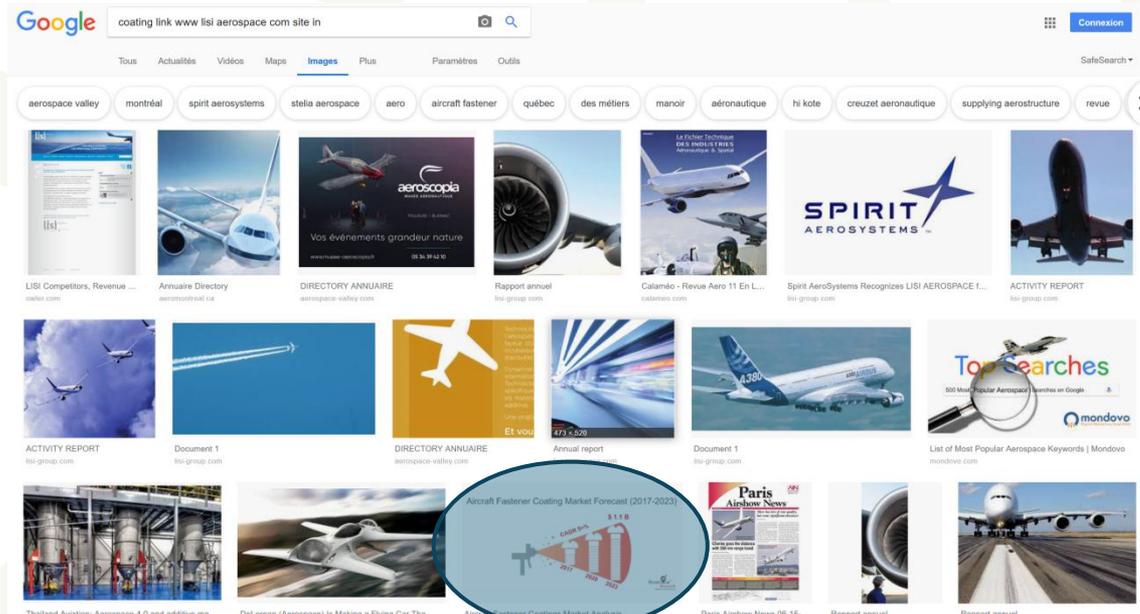
- les recherches avancées
 - Dans le titre (allintitle:), l'url (allinurl:)
 - D'une adresse web (link:)
 - ...
- Et mixer l'équation de recherche :
 - **+coating link:www.lisi-aerospace.com site:.in**





Clé n°4 | Les images

- Trouver des “images”
 - Peut-être, une source pertinente et des informations utiles sur le site !
 - **+coating link: www.lisi-aerospace.com site:.in**





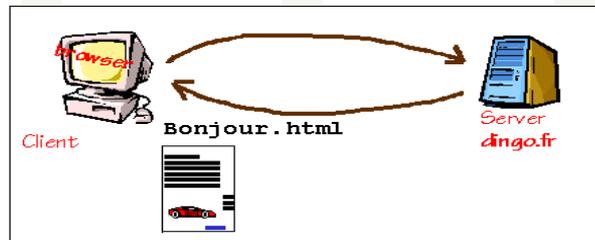
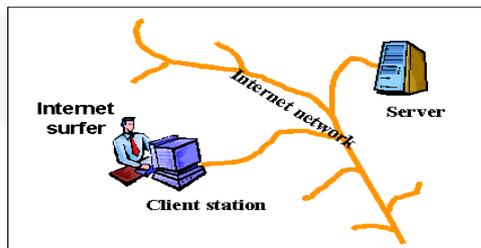
Je vais plus loin ...

- Je réinjecte sur Google :
 - **Aircraft Fastener Coatings Market 2017-2023 filetype:pdf**
 - <https://www.echa.europa.eu/documents/10162/509fcfbf-496c-a3de-d4f8-f4b88ef9c5c0>



Clé n°5 | Décoder une adresse URL

- Le dialogue entre machines s'appuie sur le protocole TCP/IP : HTTP pour le web, FTP pour les fichiers, NNTP pour les newsgroups, SMTP pour les mails,...
- Pas de connexion permanente. Une fois la page chargée, le flux d'informations est suspendu



http://www.dingo.fr/vacances/destinations/plage_de_sable.html



Par exemple

- **"aircraft fixations" "breakdown costs"**

- https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=1231&bih=698&tbs=qdr%3Ay&ei=LNYPXLa2CsPGabuXqcgJ&q=%22aircraft+fixations%22+%22breakdown+costs%22&oq=%22aircraft+fixations%22+%22breakdown+costs%22&gs_l=psy-ab.3...5991.9445..9619...0.0..0.170.694.3j3.....0....1..gws-wiz.....33i160.gPeZ5KCoryg



Clé n°6 | Cas des mails

- "@lisi-aerospace.com" directeur fixations

[PDF] e des nts et rs du cteur tique - Dev'up

<https://www.devup-centrevaldeloire.fr/.../repertoire-soustraitants-aeronautiques-loire.p...> ▼

12 déc. 2017 - M. Stéphane THEPOT, **Directeur** d'usine. 02 18 75 80 30 yvette.prot@lisi-aerospace.com www.lisi-aerospace.com ... Fabrication d'outillage de **fixation** pour.

- **Recommandation** : Dans le cadre de la protection des informations et de son organisation, **NE PAS UTILISER LE NOM DE DOMAINE DE SON ORGANISATION** à des fins personnelles (association de parents d'élèves, ventes de matériel d'occasion, syndicats,..).

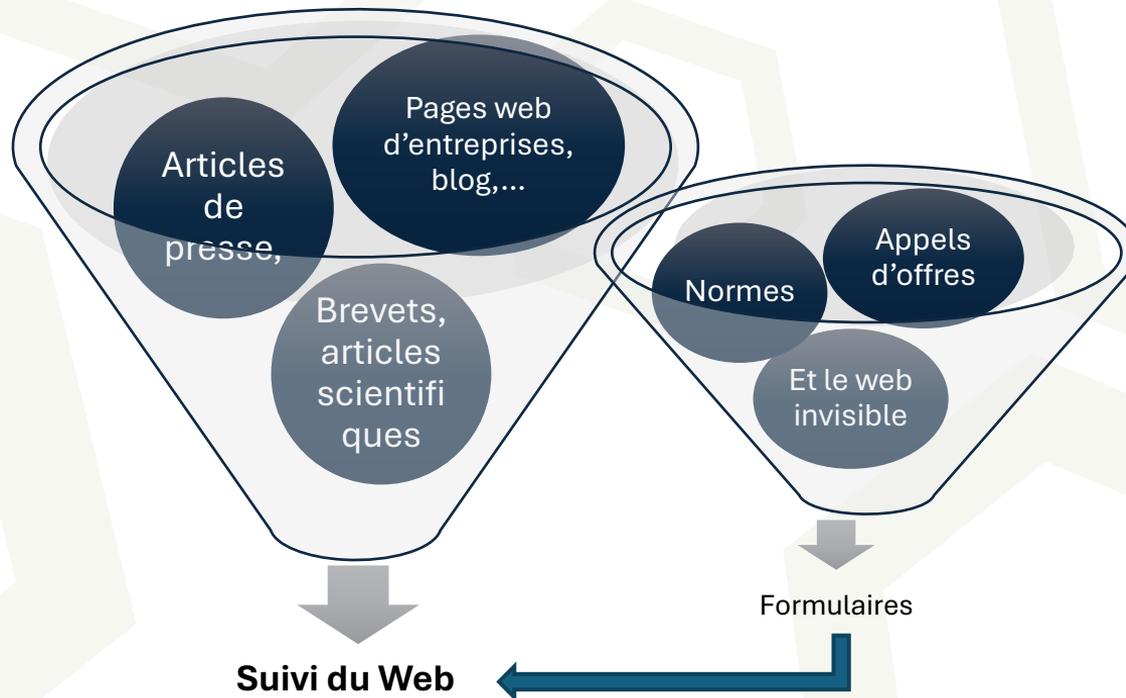


Mise en veille sur Internet



La mise en veille sur internet

- Recueillir l'information automatiquement sur Internet





Outils | Aspirateurs de sites web (ou page)

- Aspirateurs de sites à installer sur le poste de travail
 - Téléchargement d'un site ou d'une page en respectant l'arborescence du site
 - Stockage de la capture sur le disque dur de l'utilisateur
 - Mise à jour des pages du site web (selon critère de périodicité), avec signalement des pages modifiées

- Distill Web Monitor (module Google Chrome)

Gratuit	Entrée	Professionnel	Flexi
0 \$	15 \$ /mois	35 \$ /mois	80 \$ + /mois
Idéal pour les tests et les utilisations non essentielles	Idéal pour un usage individuel	Idéal pour une utilisation individuelle avancée	Idéal pour l'évolutivité et les mises à jour rapides



- Updatescanner (plugin firefox)





Outils | RSS

- Fils (flux) d'actualité « RSS » (feeds en anglais)
 - *Ils sont reconnaissables par le logo*
 - *RSS “really simply syndication”*
 - Rapatriement de l'actualité en temps réel, des sources pointées
 - Stockage des articles
 - Tri par date & requête simple
-
- Installés sur le PC comme QUITERSS
-
- « Online » en mode SaaS avec apps sur tablettes & smartphones



QuiteRSS
free news reader



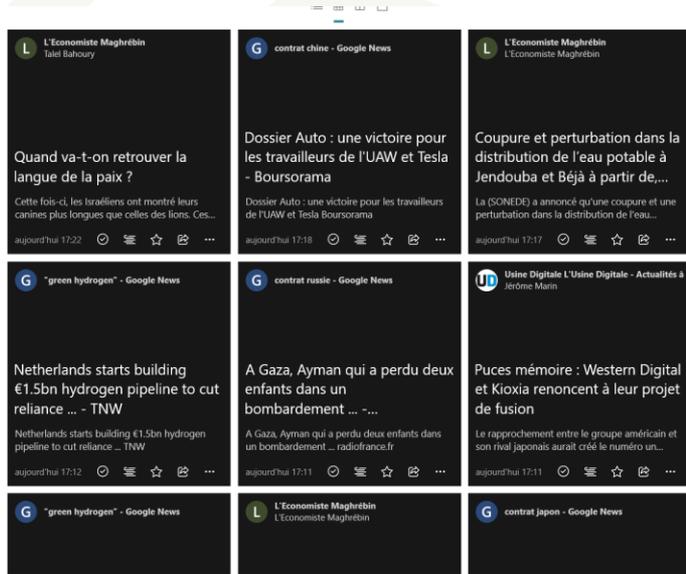
INOREADER
READ SMART & SHARE





Outils | RSS Newsflow sur windows

- Utiliser la fonction « google news »





Ou transformer en flux RSS

- Une pages Web
 - [PolitePol](#) (gratuit jusqu'à 70 pages web surveillées)
- Un compte twitter, instagram, une chaine youtube
 - [RSS Box](https://rssbox.us-west-2.elasticbeanstalk.com/) (<https://rssbox.us-west-2.elasticbeanstalk.com/>)
- Prenez un magazine en ligne
 - <https://aeromorning.com/>
 - Et rajouter « feed » : <https://aeromorning.com/feed>
 - Vous importez le flux dans votre agrégateur et le tour est joué



RSS Box





Outils | Payants

- Les « tout en un » :
 - Alimentation de l'outil par l'utilisateur (pages web, fils d'actualité, réseaux sociaux,...)
 - Mise en veille paramétrable
 - Alertes des nouvelles pages (ou articles)
 - Fonction « recherche » par mots clés
 - ...



Accessible
mais ...

- WebSiteWatcher (150€)

Onéreux

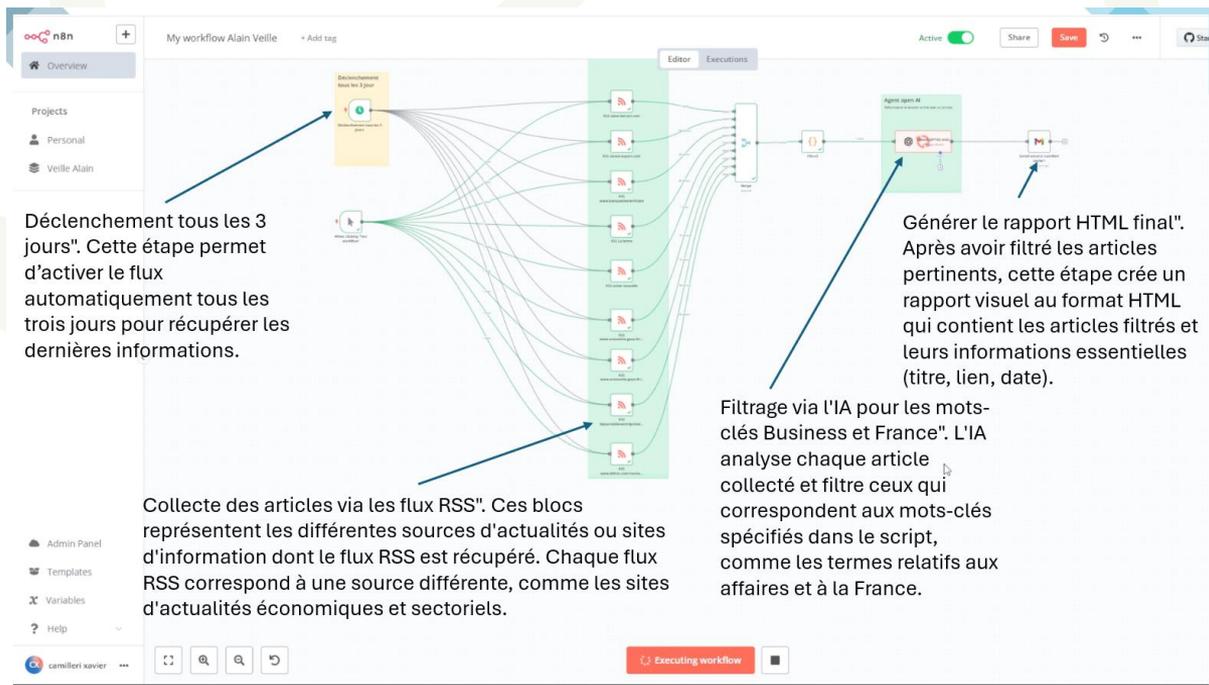
- Viedoc (5K€)
- Sindup (10k€)
- Kbcrawl (15k€)

Très
onéreux

- Digimind (>50k€)



Ex. d'un agent IA en veille commerciale avec n8n



Déclenchement tous les 3 jours". Cette étape permet d'activer le flux automatiquement tous les trois jours pour récupérer les dernières informations.

Collecte des articles via les flux RSS". Ces blocs représentent les différentes sources d'actualités ou sites d'information dont le flux RSS est récupéré. Chaque flux RSS correspond à une source différente, comme les sites d'actualités économiques et sectoriels.

Filtrage via l'IA pour les mots-clés Business et France". L'IA analyse chaque article collecté et filtre ceux qui correspondent aux mots-clés spécifiés dans le script, comme les termes relatifs aux affaires et à la France.

Générer le rapport HTML final". Après avoir filtré les articles pertinents, cette étape crée un rapport visuel au format HTML qui contient les articles filtrés et leurs informations essentielles (titre, lien, date).



Ex. d'output

France: Dernières Actualités Économiques

Ces derniers jours, plusieurs événements économiques majeurs ont été rapportés en **France**. Ces développements montrent une dynamique robuste, avec des efforts de relocalisation et des tensions face à la concurrence internationale.

Contexte & Acteurs

Les entreprises impliquées incluent **Cristal Union** dans le secteur agroalimentaire, **RATP** pour les transports, et **Equinix** dans la technologie des datacenters. Des figures clés comme **Sébastien Quadrao** de Still France mettent en lumière les stratégies face à la concurrence chinoise.

Impact Stratégique

Les conséquences économiques s'étendent à des investissements significatifs et des changements stratégiques, tels que la transition énergétique de la RATP et les avancées technologiques de Mantle8. Ces actions renforcent la position industrielle française et sa compétitivité sur le marché mondial.

Tableau Récapitulatif des Articles

Titre 	Investissement/Action 	Pays 	Sociétés/Acteurs 	Date 	Montant/Chiffres 	Lien 
Cristal Union rachète la sucrerie Lesaffre frères en Seine-et-Marne	Rachat	France	Cristal Union	07 Feb 2025		Lien
«Nous adaptons nos offres à la concurrence chinoise», assure Sébastien Quadrao, directeur général de Still France	Stratégie	France	Still France, Sébastien Quadrao	07 Feb 2025		Lien
Le réseau de bus francilien de la RATP poursuit sa transition vers l'électrique	Transition	France	RATP	07 Feb 2025		Lien
Equinix inaugure son 10ème datacenter francilien à Meudon-la-Forêt	Inauguration	France	Equinix	06 Feb 2025		Lien



Nouvelles potentialités offertes par l'IA générative



OpenAI



Gamma

<https://gamma.app/fr>



Napkin
beta

<https://www.napkin.ai/>



Copilot



deepseek



Mode opératoire de recensement des flux



Voir le tuto



Quelques pistes « publications scientifiques »



Articles & Issues ^ Ab

Latest issue

All issues

Articles in press

Article collections

Linked datasets

Set up journal alerts

RSS

- Mise en veille de publications de recherche sur science direct !
 - Metal powder Reports
 - Reinforced Plastics
 - Composite Structures



Comment approfondir ?

- Automotive Valeo | Science Direct



Vehicular Communications

Volume 31, October 2021, 100371



Multi V2X channels resource allocation algorithms for D2D 5G network performance enhancement

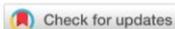
Hanan H. Hussein ^{a, b}, Mohamed Hanafy Radwan ^c, Hussein A. Elsayed ^a, Sherine M. Abd El-Kader ^b

^a Electronics and Communication Department Engineering, University of Ain Shams, Cairo, Egypt

^b Computers and Systems Department, Electronics Research Institute, Giza, Egypt

^c Valeo Inter-branch and Automotive Software Corporate, Cairo, Egypt

Received 4 November 2020, Revised 29 March 2021, Accepted 3 May 2021, Available online 11 May 2021.



Show less ^

+ Add to Mendeley Share Cite

<https://doi.org/10.1016/j.vehcom.2021.100371>

[Get rights and content](#)

Mohamed Hanafy Radwan

[View in Scopus](#)

[View the author's ORCID record](#)

Valeo Inter-branch and Automotive Software Corporate, Cairo, Egypt

More documents by Mohamed Hanafy Radwan

Provided by Scopus

[Multi V2X channels resource allocation ...](#)

Hussein, H.H., Radwan, M.H., Elsayed,...

[View details](#)

[Proposed Localization Scenario for Aut...](#)

Hussein, H.H., Radwan, M.H., El-Kade...

[View details](#)

[Depth-first-search-tree based D2D pow...](#)

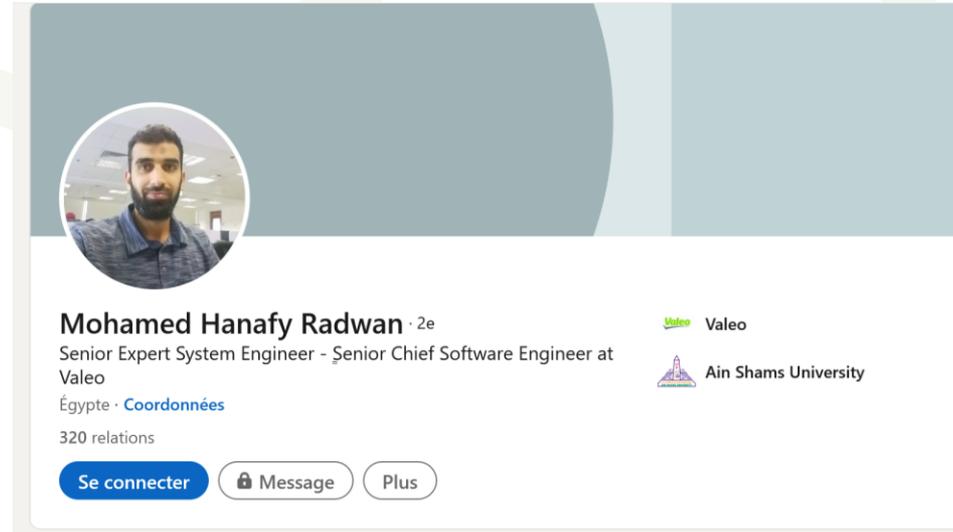
Hussein, H., Radwan, M.H., Elsayed, H...

[View details](#)



Comment approfondir ?

- LinkedIn



- Vous avez publié un article ... j'aimerais en discuter avec vous ...



Quelques pistes « brevets »

- [Espacenet](#) (Demandeur = valeo et Numéro de demande = FR)

LISTE DE RESULTATS

Tout sélectionner (0/25) Compact Exporter (CSV | XLS) Télécharger Imprimer

Plus de **10 000** résultats ont été trouvés dans la base de données Worldwide pour :
fr comme numéro de demande AND valeo comme demandeur
Seuls les **500** premiers résultats sont affichés

Les résultats sont triés par date de chargement dans la base de données

1. Dispositif de régulation de température d'un élément électrique à l'aide d'un fluide diélectrique

Inventeur:	Demandeur:	CPC:	CIB:	Informations sur la publication:	Date de priorité:
★ MAMMERI AMRID [FR] AZZOUZ KAMEL [FR] (+1)	VALEO SYSTEMES THERMIQUES [FR]	F28D2021/0028 H01M10/613 H01M10/625 (+4)	H01M10/04 H01M10/60 H01M10/64	FR3100660 (A1) 2021-03-12	2019-09-10

2. Echangeur de chaleur notamment pour véhicule automobile et procédé de fabrication d'un tel échangeur de chaleur

Inventeur:	Demandeur:	CPC:	CIB:	Informations sur la publication:	Date de priorité:
★ AZZOUZ KAMEL [FR] CAPARROS MATHIEU [FR] (+2)	VALEO SYSTEMES THERMIQUES [FR]	F28D1/0391 F28D1/05383 F28F13/12 (+5)	F28D1/053 F28F1/10	FR3100058 (A1) 2021-02-26	2019-08-23

3. Dispositif d'amortissement d'oscillations de torsion

Inventeur:	Demandeur:	CPC:	CIB:	Informations sur la publication:	Date de priorité:
★ MALLEY MATTHIEU [FR] KLEIN VINCENT [FR]	VALEO EMBRAYAGES [FR]	F16D2300/22 F16D3/12 F16D3/14 (+6)	F16D7/02 F16F15/131 F16F15/14	FR3099532 (A1) 2021-02-05	2019-07-31

4. Dispositif d'éclairage automobile et procédé de fabrication

Inventeur:	Demandeur:	CPC:	CIB:	Informations sur la publication:	Date de priorité:
★ RUBIA JUAN-ANTONIO [ES] ROJAS JESUS-ALBERTO [ES] (+2)	VALEO ILUMINACION SA [ES]	F21S45/00 F21S45/50	F21S45/50 F21V23/06	FR3102831 (A1) 2021-05-07	2019-10-30



Comment approfondir ?

- LinkedIn

The screenshot shows a LinkedIn profile for Amrid MAMMERI. The profile picture is a circular portrait of a man with short dark hair, wearing a white shirt and a red tie. Below the picture, the name "Amrid MAMMERI" is displayed with a "2e" (2nd degree) connection indicator. His current position is "Research & Innovation Programs Leader chez Valeo" in "Paris et périphérie", with a link to "Coordonnées". He has "373 relations". To the right, two company logos are shown: Valeo and CEDEP - Executive Development - Fontainebleau. At the bottom, there are three buttons: "Se connecter" (highlighted in blue), "Message" (with a lock icon), and "Plus".



Portée de l'information Brevets



Analyse d'un brevet

CONTENU FORMEL	CONTENU INDUIT
nom du déposant	entreprise à surveiller
nom du ou des inventeurs	cerveau « drainable »
date de dépôt	date de fin de protection
lieu de dépôt	zone de recherche, <i>sauf si procédure de dépôt centralisée</i>
sujet traité	domaine de recherche, <i>sauf si brevet « leurre »</i>
détails	techniques connues par le déposant
applications	applications connues par le déposant



Analyse d'un ensemble de brevets d'une organisation

CONTENU FORMEL	CONTENU INDUIT
axes de recherche	axes non exploités
liste des chercheurs	niveau de compétence de l'organisme
date de dépôt	évolution de l'activité innovatrice dans le temps
lieu de dépôt	procédure de dépôt de l'entreprise
technologies utilisées	technologies non utilisées
détails	techniques connues par le déposant
maintien de la protection	importance pour l'organisme

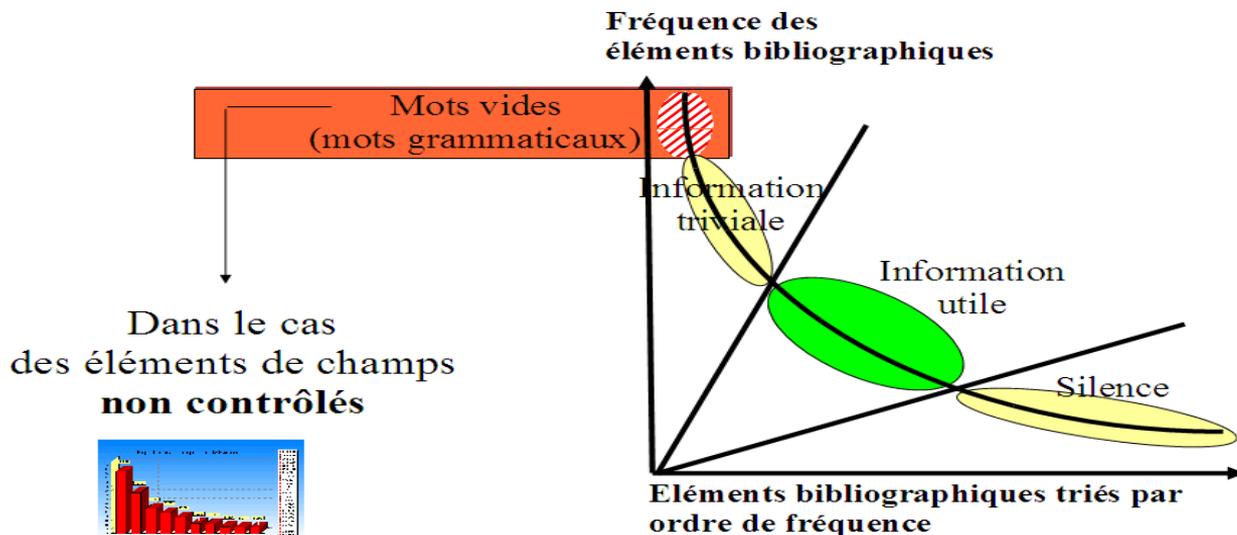


Analyse d'un ensemble de brevets d'un secteur

CONTENU FORMEL	CONTENU INDUIT
axes de recherche	axes non exploités
lieu de dépôt	pôles de compétence
date de dépôt	évolution de l'actualité innovatrice par zone géographique
technologies utilisées par zone	technologies non utilisées par zone



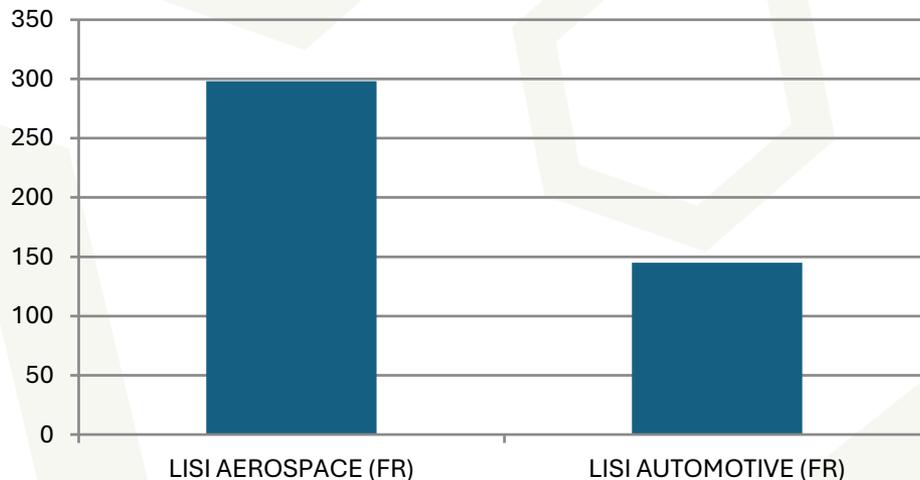
Mise en œuvre de la bibliométrie





Exemple du portefeuille brevets de LISI

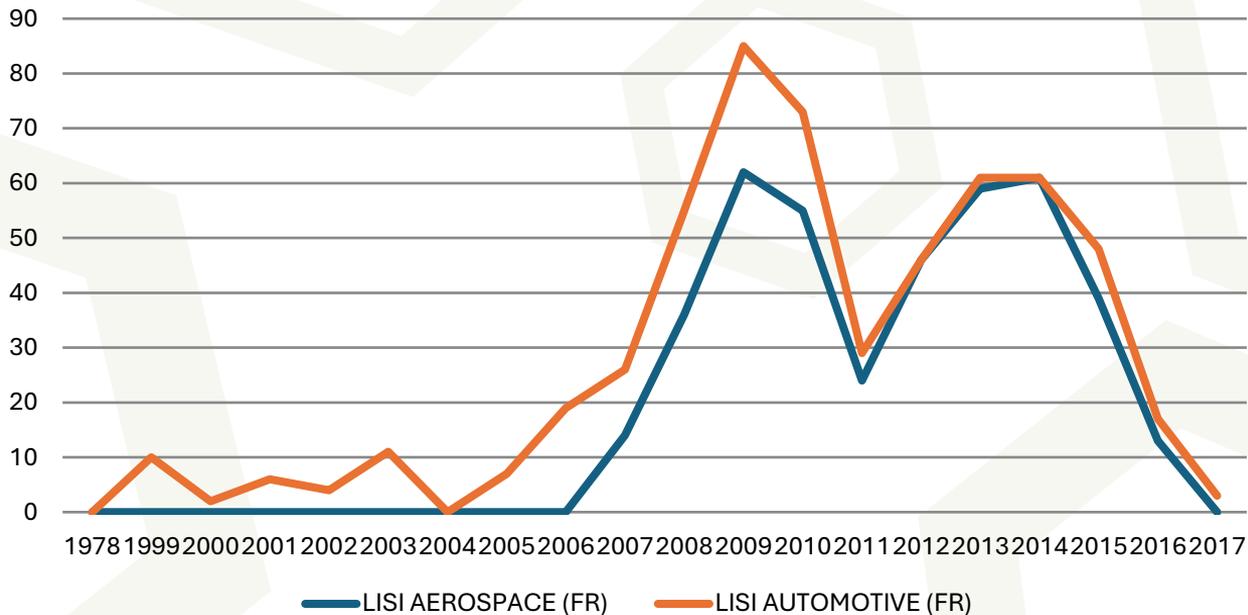
Nombre de brevets au 1er janvier 2019





Exemple du portefeuille brevets de LISI

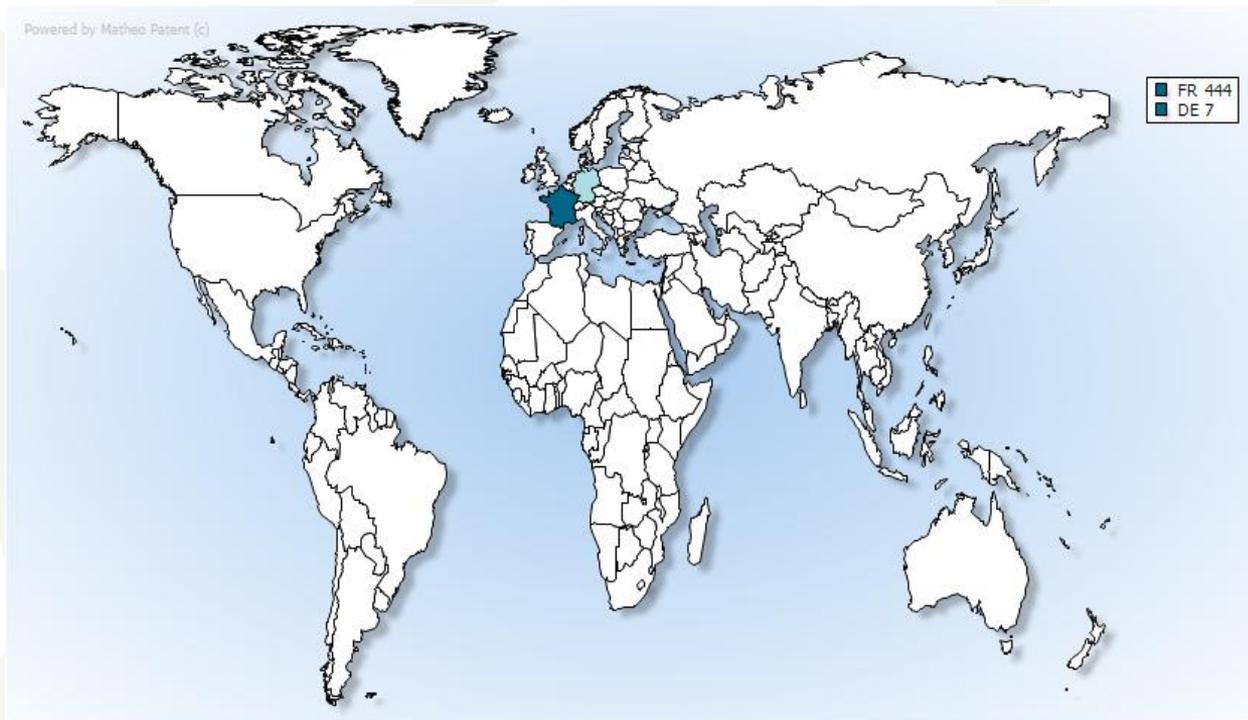
Evolution des dépôts de brevets





Exemple du portefeuille brevets de LISI

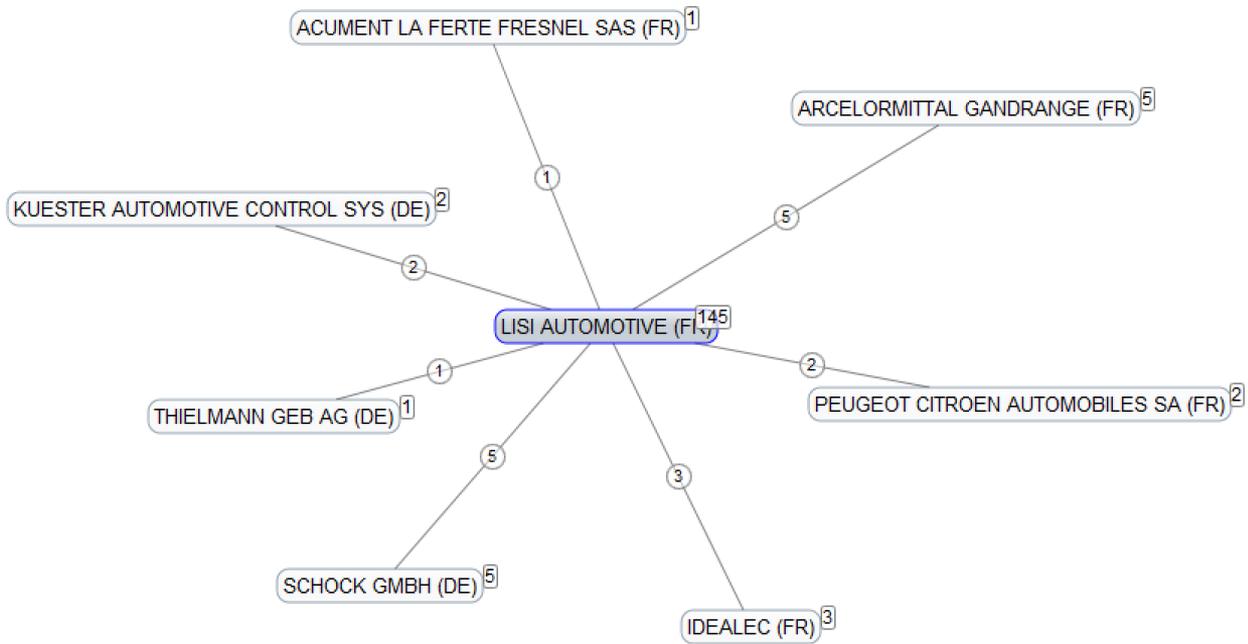
- Zones de dépôt





Exemple du portefeuille brevets de LISI

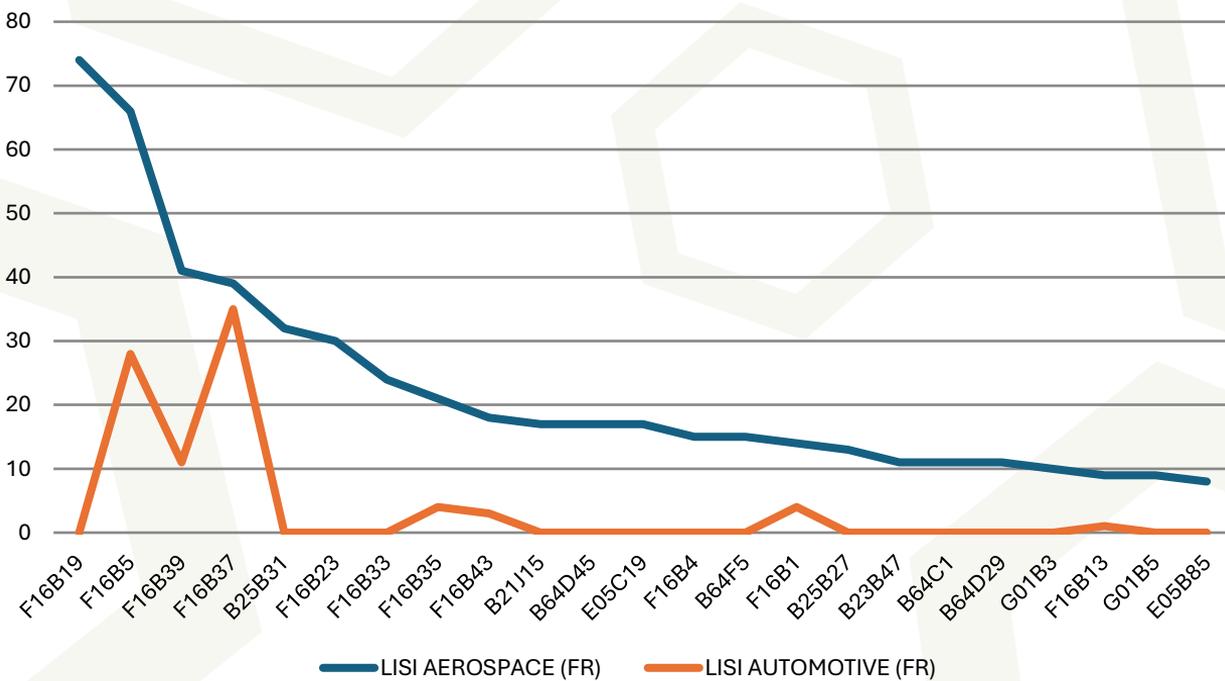
- Réseau des collaborations





Exemple du portefeuille brevets de LISI

Répartition des codes CIB

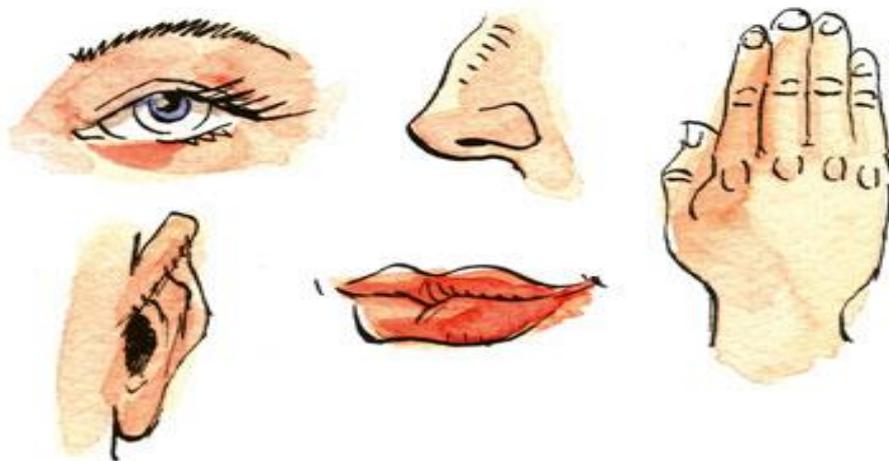




L'information informelle



Définition de l'information « non-texte »



C'EST UNE INFORMATION COLLECTÉE SUR LE « TERRAIN » ...



Dépend de la culture du veilleur



Etre curieux !



S'étonner !

DÉPEND DE SON ÉDUCATION, SA FORMATION,...



Lieux de collecte

Sur le « terrain »

Firm

Experte

Manifestations

FRS

Sous-
traitants

Clients

Concurre
nts

Interne

Externe

Foires &
salons

Conférences
, colloques,
...

Visites
d'entreprises,
portes
ouvertes



Les fournisseurs

- Les grandes sociétés multinationales des grands secteurs industriels (chimie, composants électroniques, céramiques, plastiques). Elles peuvent :
 - vous faire accéder à la connaissance mondiale,
 - vous donner des informations prospectives,
 - vous apprendre à utiliser leurs produits (connaissances acquises avec les autres sociétés de la profession).
- Les sociétés de taille moyenne, nationales ou locales avec lesquelles vous pouvez établir des relations de coopération étroites qui peuvent donner naissance à de nouvelles technologies.



Les clients

- Connaissent vos produits,
- Connaissent les produits de vos concurrents
- Ont des demandes explicites que vous connaissez,
- Ont des demandes non formulées, mais dont la prise en compte pourrait donner un plus à vos produits,
- Ont peut-être la capacité de fabriquer tout ou partie de vos produits (une coopération de partenariat pourrait vous permettre d'acquérir leur technologie).



Les sous-traitants

- Ils travaillent pour les autres sociétés de la profession, les utiliser vous met à niveau instantanément avec vos concurrents si vous les utilisez correctement.
- Les sous-traitants de compétence se trouvent surtout dans les pays industrialisés.
- La connaissance de ces sous-traitants est une information à protéger.
- Il convient de développer des relations de partenariat si l'importance stratégie est grande.



Les concurrents

- Salons, colloques,
- Réunions organisées par les fédérations professionnelles
- Journées portes ouvertes, visites,
- Produits
- Les pôles de compétitivité !!!



L'expertise

- Dans l'entreprise :
 - Mémoire (faits passés, commentaires d'époque,...)
 - Tout le personnel
- A l'extérieur de l'entreprise :
 - Candidats et nouveaux embauchés
 - Organismes publics ou privés en charge du sujet
 - Organismes de recherches publics ou privés, université, écoles d'ingénieurs,...
 - Centres techniques, laboratoires
 - Organismes de formation continue publics ou privés
 - Sociétés privées (spécialistes IE)



L'expertise

- Individus, praticiens dans leur domaine d'excellence ...
 - Technique, technologique,
 - Economique,
 - Géographique
- ... apportant leur connaissance et leur expérience terrain
 - Avis
 - Signaux faibles
 - Réflexion stratégique



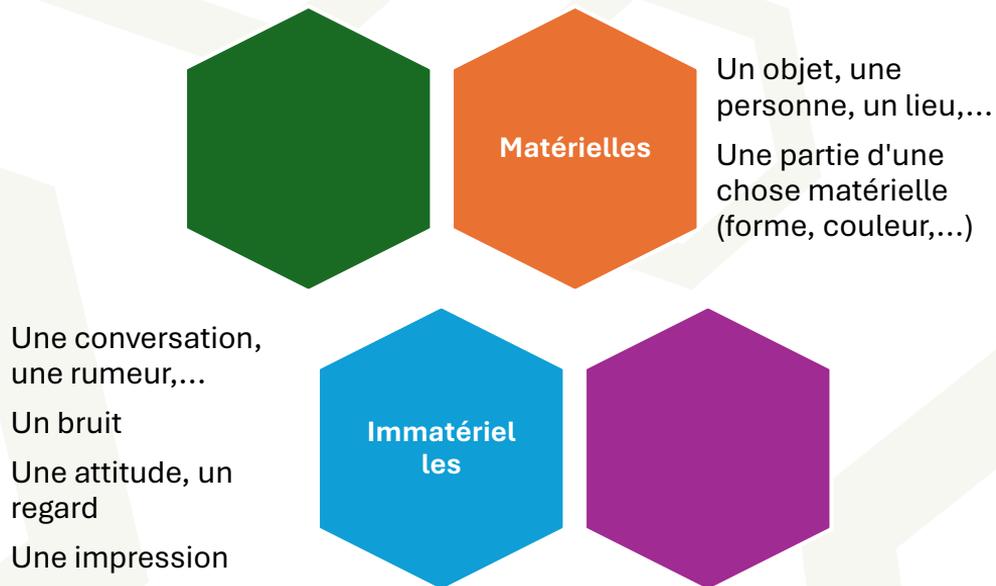
Foires & salons

- Foires et salons spécialisés sur un thème principal
- Séminaires, colloques sur des sujets transversaux
- Voyages d'étude
 - Multi-participants
 - Sur mesure
- Visite d'établissements
 - Visites d'autres établissements
 - Journées portes ouvertes
 - Inaugurations
 - Organisations de visites de son propre établissement



Les aspects universels de l'information

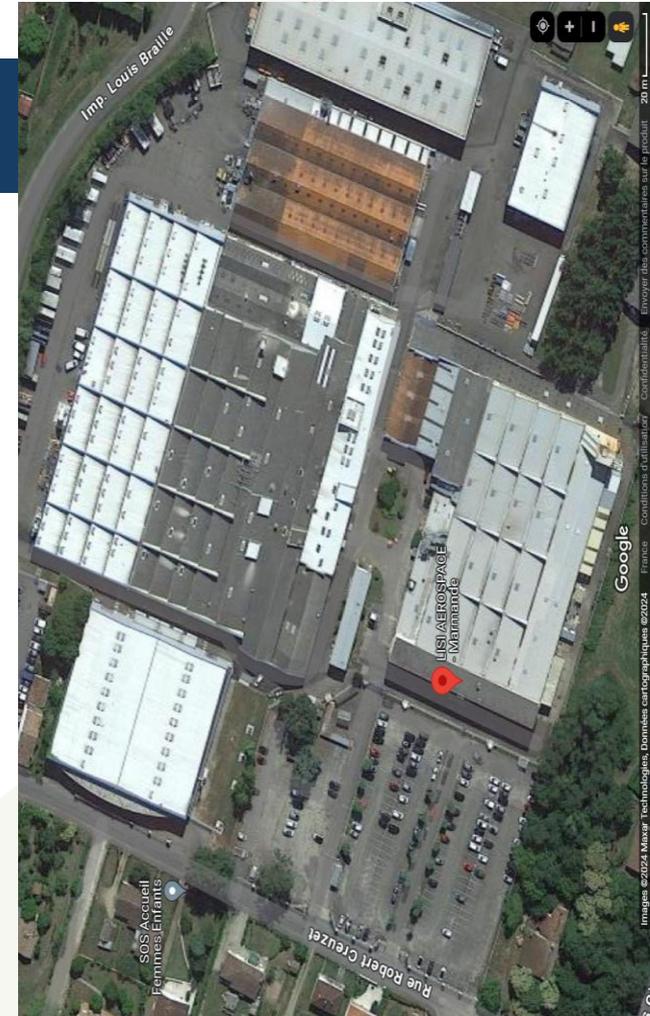
- Ce sont des informations non formalisées sous forme de texte mais peuvent être :





Les aspects universels de l'information

- Sur les lieux
- Dimensions et quantification
 - Il est possible d'obtenir des informations sur les lieux et locaux par l'observation.
 - Par exemple, l'observation d'un bâtiment permettra d'en déduire sa surface, il suffira d'estimer la longueur, la largeur, de compter le nombre d'étages. Il est possible d'analyser les flux de personnes, de véhicules.
- L'information sur les occupants
 - La nature des lieux ou des locaux peut donner des informations sur leurs occupants et connaître leur nombre, leur présence, leur culture,... leur manière d'agir, le comportement induisant une apparence, l'apparence induisant un comportement





Les aspects universels de l'information

- Sur les objets

Un SAV (Submersible autonomous Vehicle)



L = 1022mm
W = 997mm
H = 229mm



Dimensionnement d'un objet



<http://www.novaray.com/>



<http://www.dwv.se/>

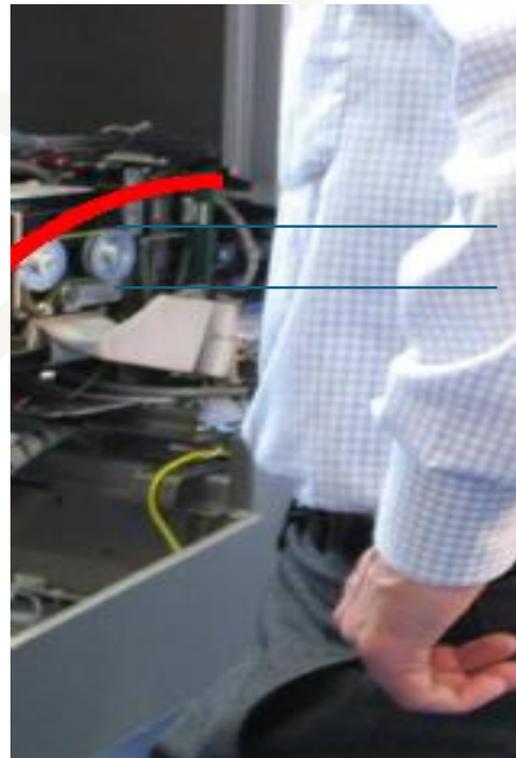


Que voyez-vous ?

- Sur les objets



Un référentiel





Aspects universels de l'information

- Sur les personnes :
- Les informations sur une personne, fournies par la personne elle-même, indépendamment d'une demande formelle peut provenir de beaucoup de sources si l'on sait les analyser.
- Ces sources peuvent être de type classique :
 - La morphologie de la personne
 - L'écriture (graphologie)
 - L'attitude elle-même mais aussi le comportement induit chez les autres ou par les autres (PNL)



Sur les personnes

- Les informations sur une personne, fournies par la personne elle-même, indépendamment d'une demande formelle peut provenir de beaucoup de sources si l'on sait les analyser. Ces sources peuvent être de type classique :
- La morphologique de la personne : Silhouette ou partie de la silhouette (visage, main,...)





Sur les personnes

- L'écriture (graphologie), par exemple :

Inclinée vers l'avant :

Optimiste, sensibilité, affectivité

En espérant que vous voudrez
m'intégrer parmi votre personne
kaduehon, je vous prie d'après

Inclinée vers l'arrière :

Introverti, difficulté à communiquer, manque de spontanéité

est difficile sur les
ité, il a été classé
ion des ventes, faut-il
a depuis sept ans en



Sur les personnes

- L'attitude elle-même mais aussi le comportement induit chez les autres ou par les autres (PNL)





En tenant compte de la culture locale

Un Japonais ...

CONTENT



PAS CONTENT





En tenant compte de la culture locale

Un Chinois ...

QUI EST D'ACCORD AVEC VOUS



QUI N'EST D'ACCORD AVEC VOUS





L'information potentiellement accessible sur le terrain





Exercice sur l'information potentiellement accessible sur le terrain



Les indices potentiellement accessibles chez le fournisseur

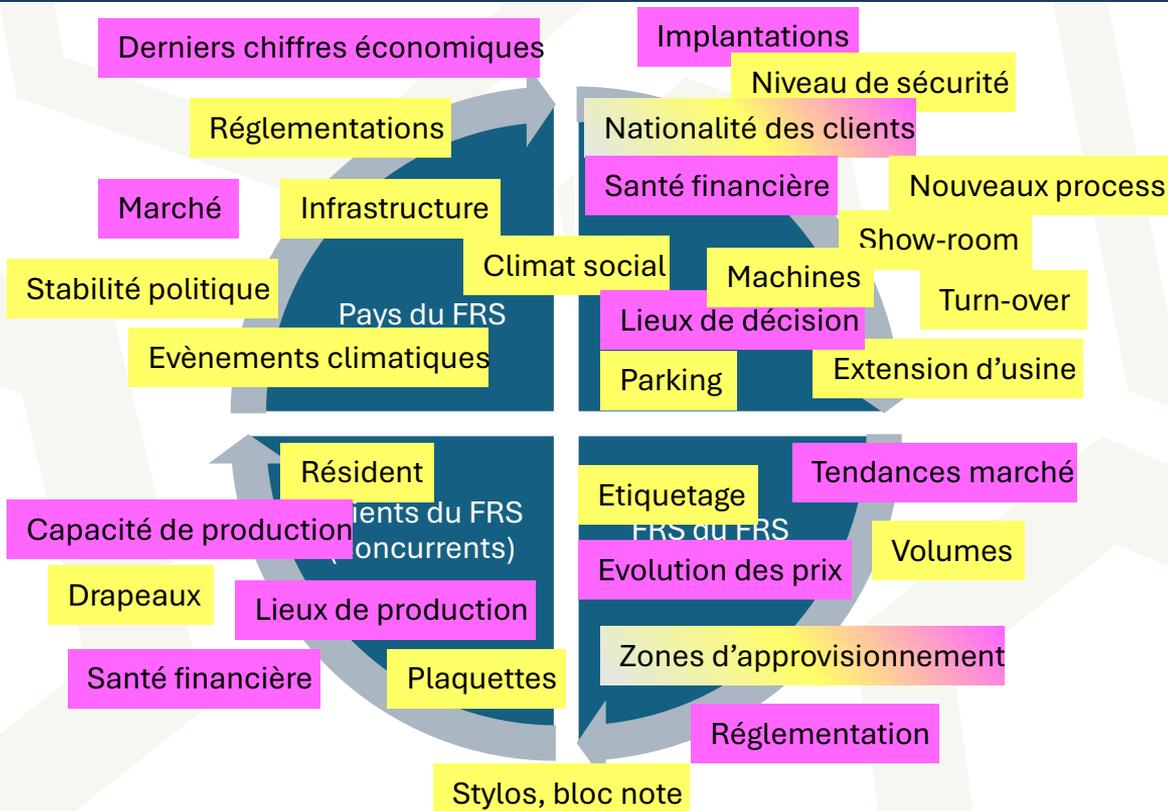
Ce que
j'entends,
échange



Ce que
je vois



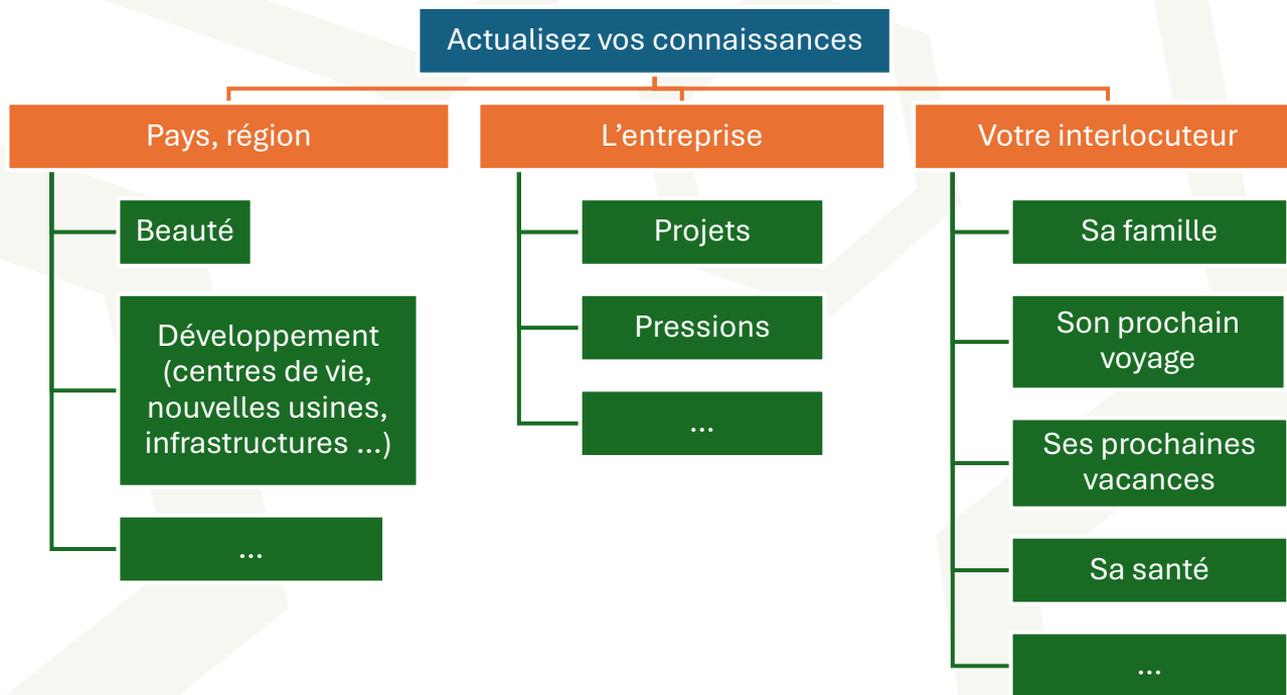
Correction





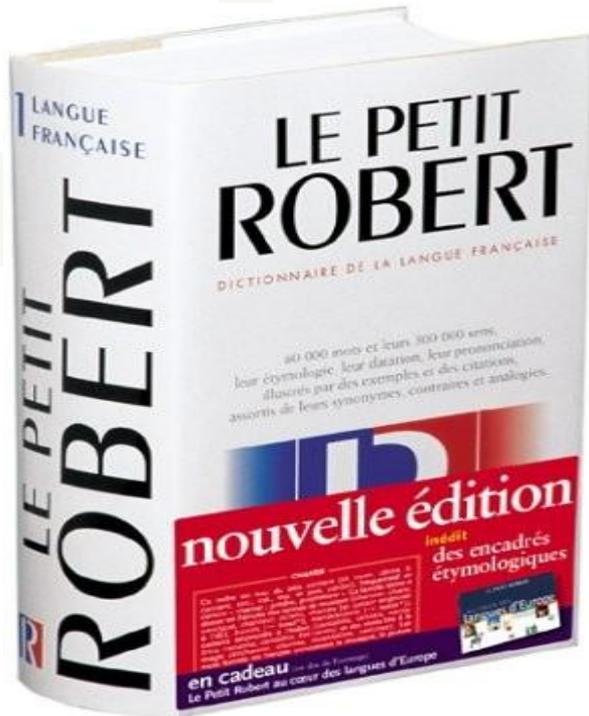
Recommandations

- Avoir toujours un comportement favorable auprès de ses interlocuteurs !





Mais ça dépend de la personne



L'empathie :

C'est la capacité à ressentir les émotions, les sentiments, les expériences d'une autre personne ou de se mettre à sa place. Cette attitude nécessite un effort de compréhension intellectuelle d'autrui.



Les réseaux humains en intelligence économique



Postulat

- Comme je ne peux pas être partout pour :
 - Savoir, apprendre et comprendre
 - Communiquer, diffuser, partager
 - Influencer, manipuler, désinformer, leurrer,...
- Le réseau humain est « mes yeux, mes oreilles et ma bouche »



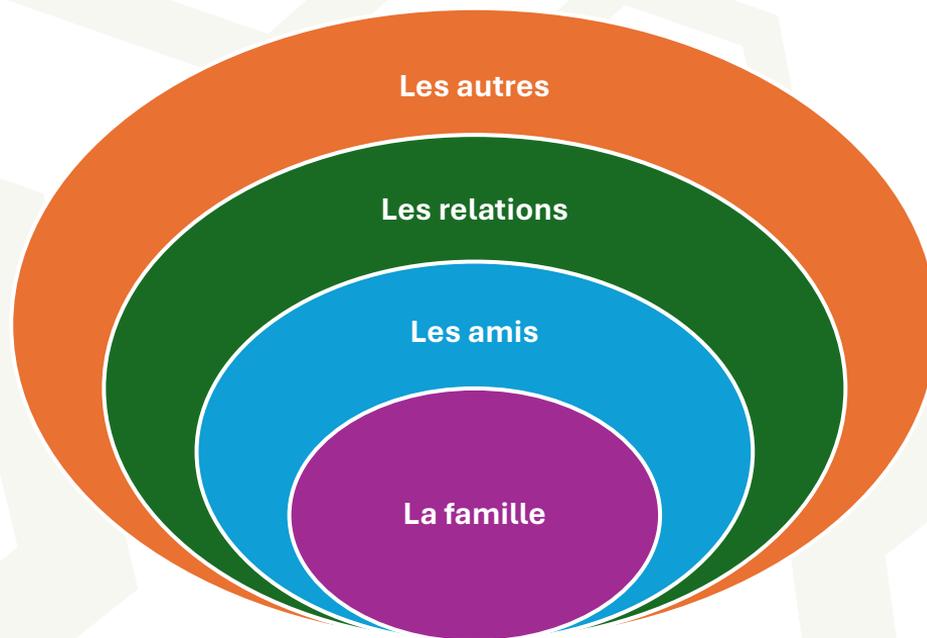
Définition

- En français, « réseau » vient du latin « retis » signifiant « filet »
- En anglais, le « network » marque la notion du « filet qui travaille »
- En chinois, le « guanxi » (réseau des relations)



Notion de « guanxi »

- Les sphères relationnelles



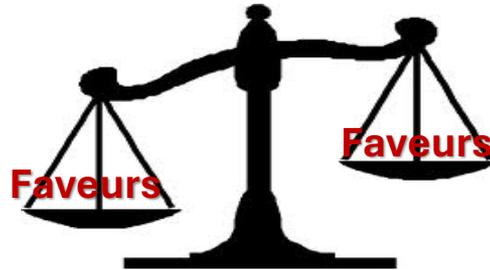


Notion de « guanxi »

- Les mots-clés autour du « guanxi »

关系

- L'affection, l'émotion, les notions de sacrifice et de don (famille), la confiance, le devoir, la loyauté, l'éthique morale (les amis), le respect de l'étiquette, l'attitude sociale et morale (les relations) et ...
- ... la réciprocité des faveurs





Notion de « guanxi »

- Les expressions associées
 - « rendre service à quelqu'un »
 - « se soucier de »
 - « montrer de la sollicitude envers quelqu'un »
 - « prendre soin de »
 - « informer »
- Le maintien des relations à long-terme
- En conclusion :
 - « Les amis de mes amis sont mes amis »

关系



Recommandations

- Accepter de donner pour recevoir :
 - Du temps
 - Des informations
 - Des conseils, recommandations
- Savoir se rendre disponible :
 - Comprendre le profil caractériel (psychologique) des personnes
 - Savoir jusqu'où ne pas aller, dans les sollicitations, les discussions,...
 - Adapter son mode de communication



Recommandations

- Pour développer un réseau, il faut savoir raisonner en « logique floue » :
 - Opportunités :
 - Réunions, salons,
 - Train, avion
 - Internet
 - ...
 - Patience :
 - Savoir que la personne existe
 - Mais, entretenir le lien pour :
 - Gagner du temps le moment venu
 - Apprendre à se connaître



Exemple d'application

- Une société française souhaite mieux connaître une entreprise chinoise avec qui elle devrait initier un partenariat de fourniture d'équipements électriques
- Elle se pose les questions suivantes :
 - Expériences passées et/ou actuelles avec des entreprises françaises, européennes (durée, nature, bien/mal passé)
 - Ramifications éventuelles avec le gouvernement
 - Au final, est-ce que l'entreprise chinoise est « fiable » ?



Exemple d'application



Chinois



De formation ingénieur



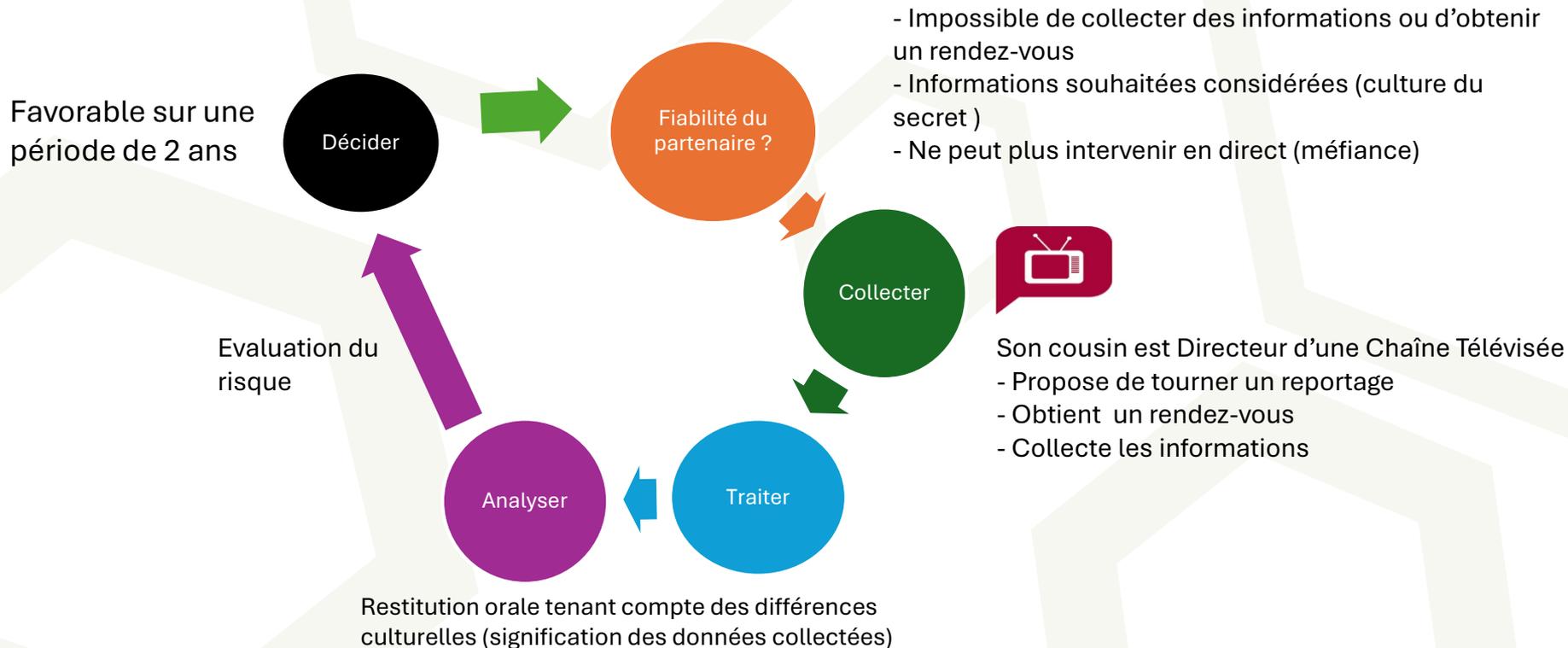
Activité professionnelle indépendante



Enfance douloureuse.
A subi les méfaits de la politique communiste



Mise en œuvre





Théorie des jeux non coopératifs & hiérarchie des préoccupations



Définition « jeux non coopératifs »

- La théorie des jeux est un domaine de la recherche mathématique et économique qui examine les stratégies que les individus ou les organisations adoptent dans des situations où **les décisions des uns affectent les décisions des autres**.
- Lorsque nous parlons de jeux "non coopératifs", nous faisons référence à des situations où chaque participant (ou "joueur") cherche à **maximiser son propre bénéfice sans coopération explicite** avec les autres joueurs.



FRAMATECH

Mise en application entre John & Linda

- Deux amoureux Linda et John ont rendez-vous à 19 heures mais le lieu n'est pas fixé et John a oublié son téléphone portable. Linda n'en a pas et ils ne peuvent se parler.
 - John se demande ce que va faire Linda
 - Ce que va faire Linda, dépend de ce qu'elle pense que John fera
 - Ce que John fera, dépend de ce qu'il croit que Linda pense qu'il fera
 - ... ou réciproquement !





FRAMATECH

Dans un contexte professionnel ou industriel

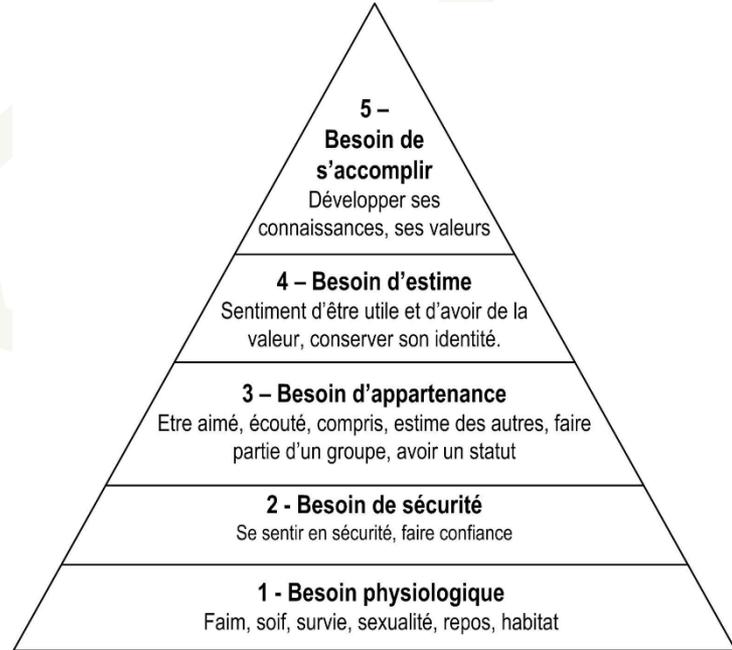
- Deux agents ou plus, peuvent prendre des décisions dont le résultat va dépendre de leurs interactions réciproques
- Chaque agent agit en prenant en compte ce qu'il pense que l'autre va faire





Définition « hiérarchie des préoccupations »

- La hiérarchie des préoccupations est un concept en psychologie et en économie comportementale qui peut enrichir notre compréhension des décisions stratégiques dans les jeux non coopératifs.
- La hiérarchie des préoccupations fait référence à l'idée que les individus ou les organisations ont des **priorités différentes en fonction de leurs besoins et de leurs objectifs**. Cela peut influencer de manière significative leurs choix stratégiques et leurs interactions avec les autres.



La hiérarchie des besoins selon la pyramide de Maslow



Exemples

Dans le cadre d'une mission en Tunisie, un interlocuteur entrave la bonne marche de l'étude

Dans le cadre d'une mission en France, un interlocuteur maintient l'inertie de l'entreprise

Dans le cadre d'un projet de développement industriel en Chine, le chef de zone recommandait toujours plus de projets

Il recherchait un CDI

Il cherchait à conserver ses prérogatives de « Ministre de l'information »

Il voulait aussi un projet pour sa propre image : un jumelage



Conclusion

- Pourquoi évoquer ces concepts dans un cours sur la collecte d'informations informelles ?

Collecter des informations
sur les gens qui peuvent aider
ou bloquer

Détecter les motivations, les
intérêts de votre
interlocuteurs (image sociale,
réputation, argent,...)

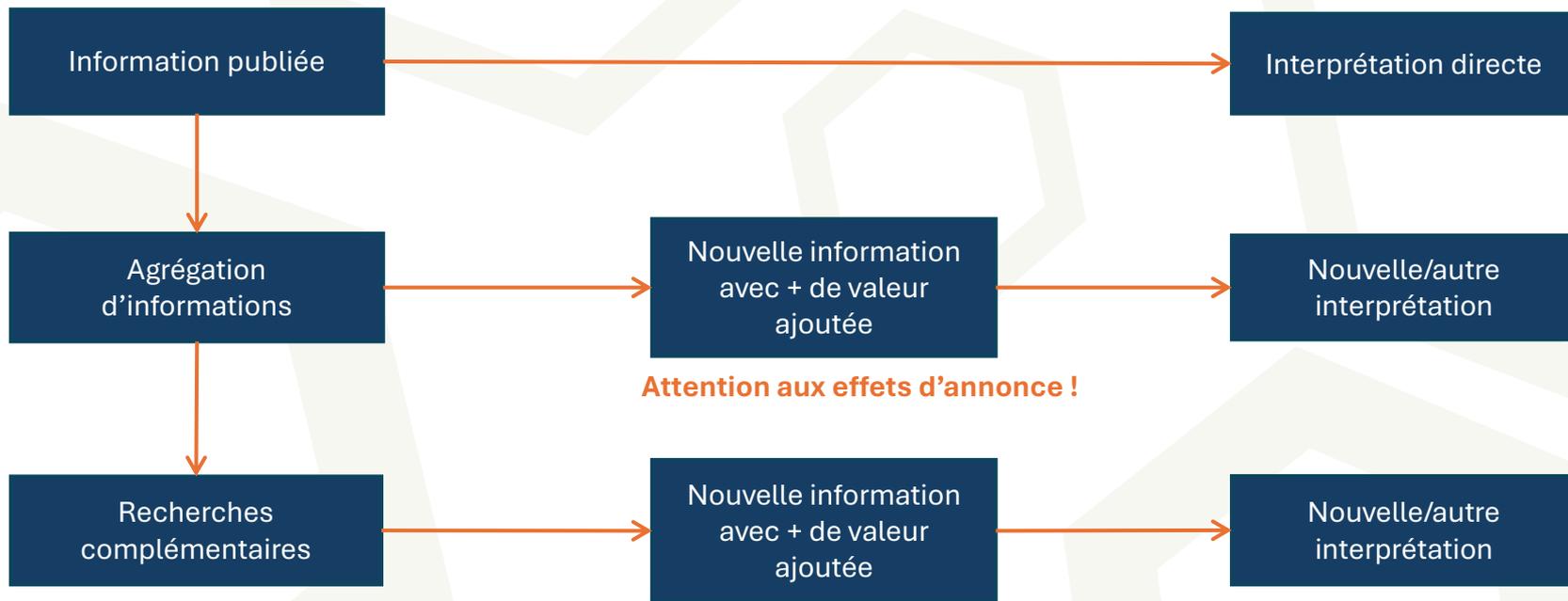
A l'international, ajouter les
différences culturelles qui
influencent sur les mentalités, les
logiques de réflexions)



Les modes de traitement de l'information



Les 3 niveaux d'interprétation

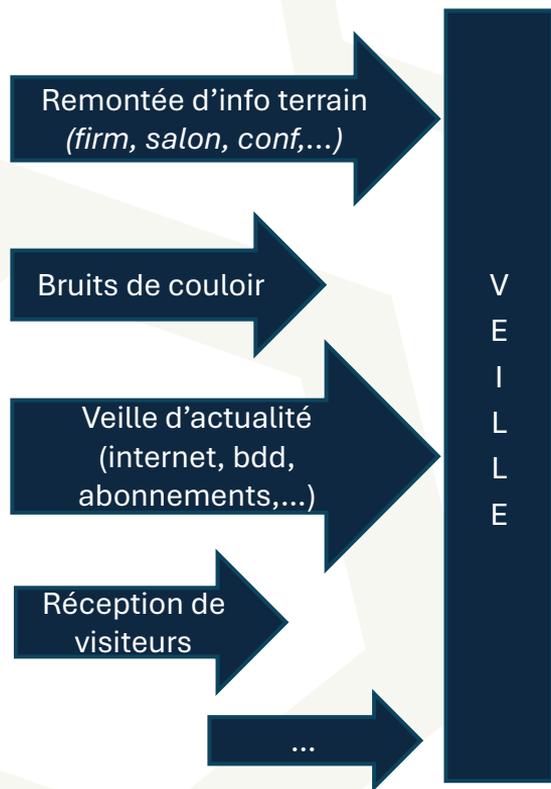


Attention aux effets d'annonce !

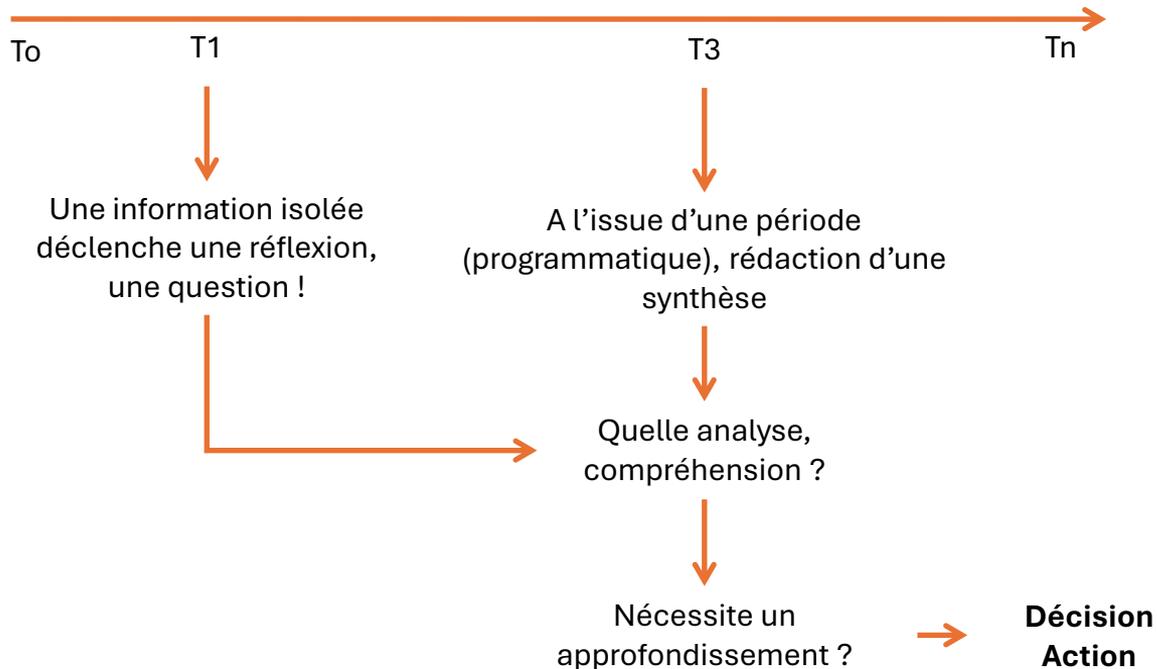
Attention aux non-dits, aux informations parasites !



Processus continu de connaissance, de compréhension

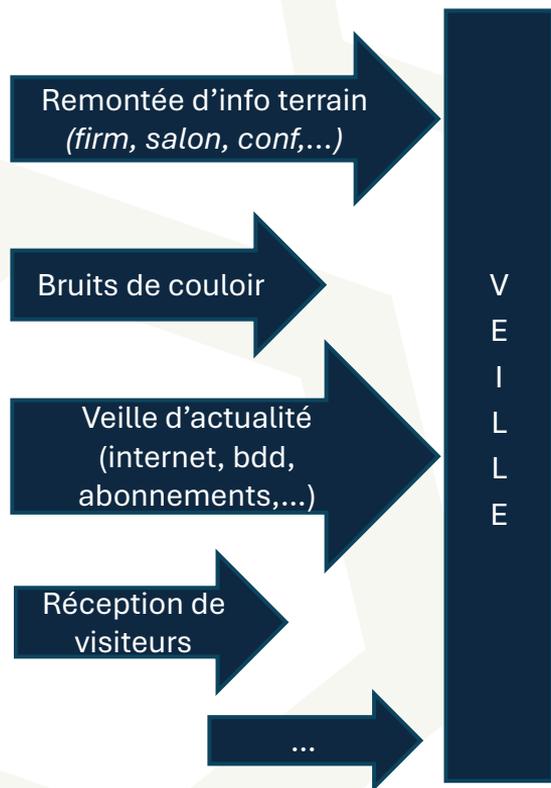


Processus de connaissance, de compréhension

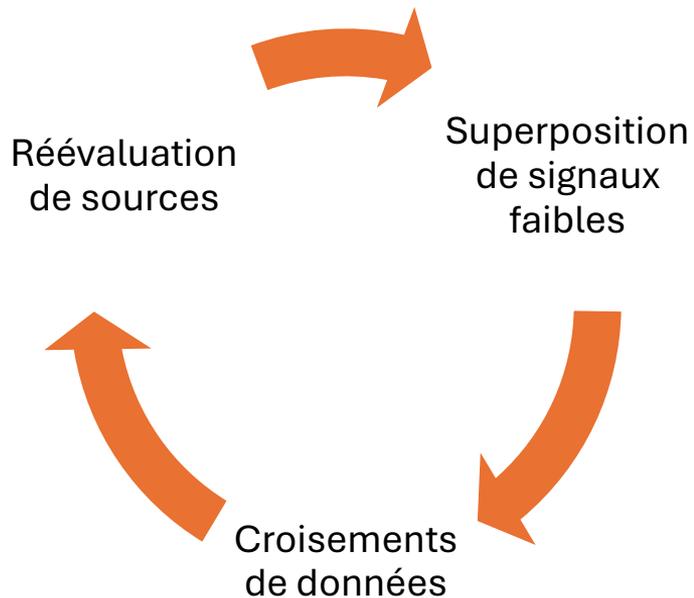




Processus continu de fiabilisation (données & sources)

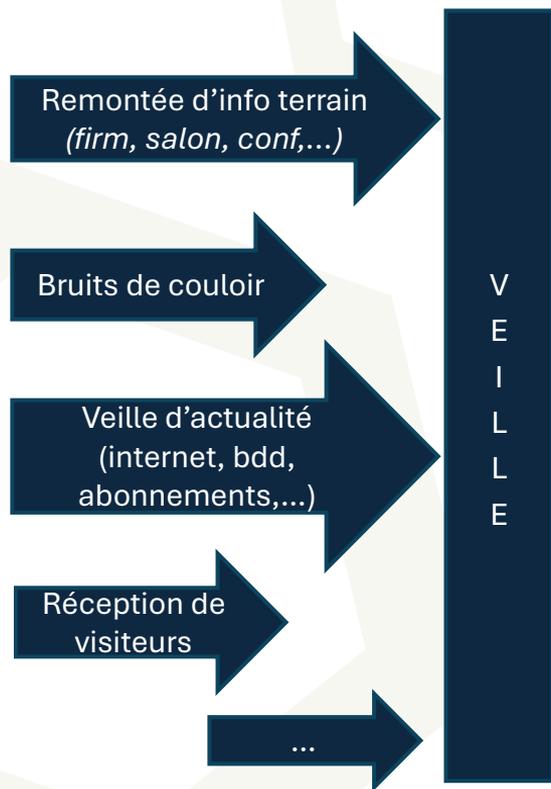


Processus de fiabilisation (données & sources)

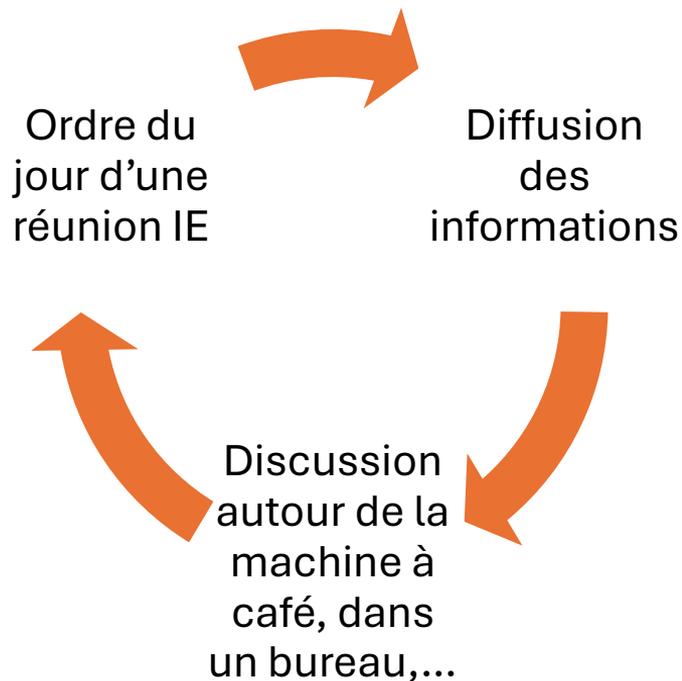




Processus continu de partage => Intelligence collaborative

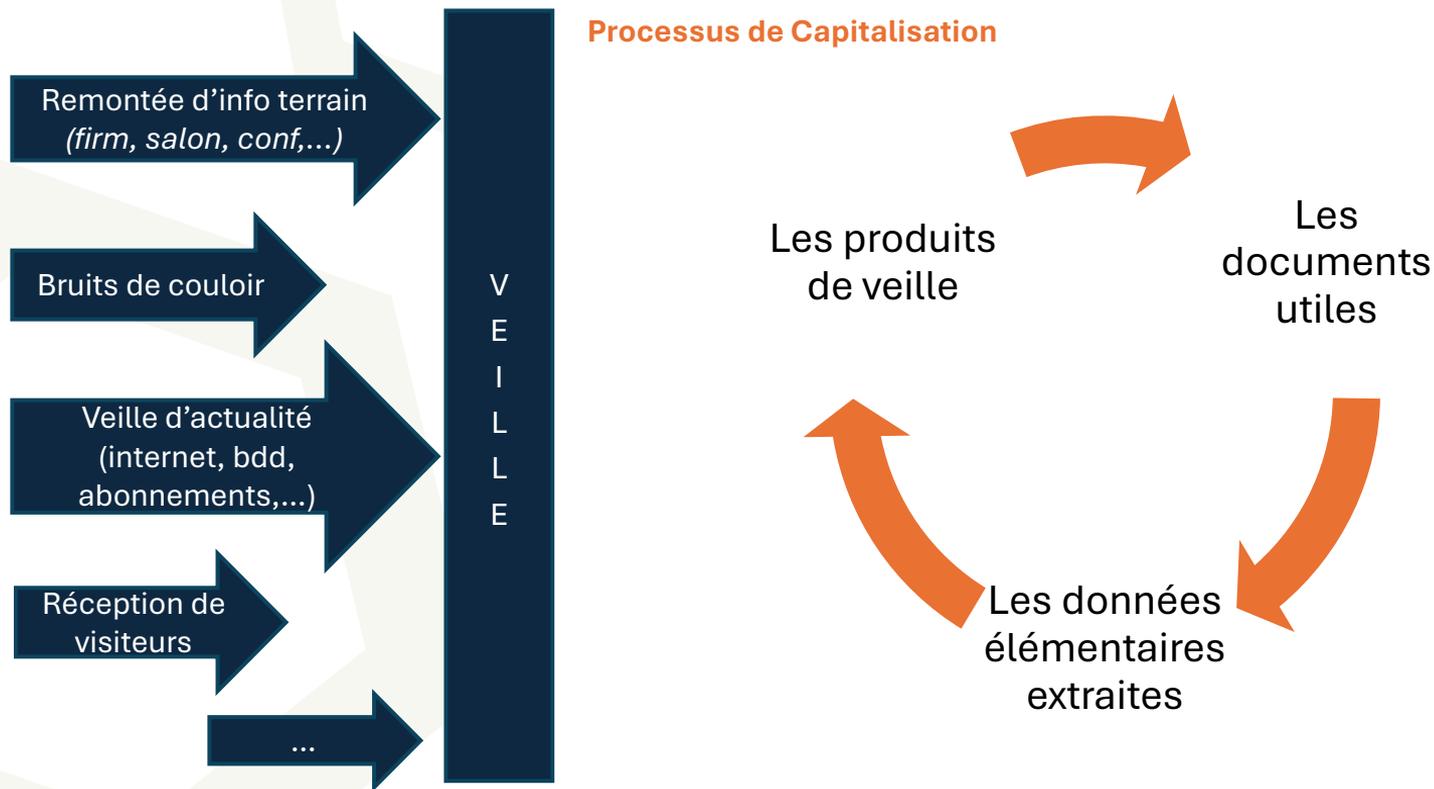


Processus de partage => Intelligence collaborative





Processus continu de Capitalisation





Rappel des outputs de la veille

Valeur ajoutée

Hierarchie décisionnelle





Différents supports de veille

- Objectif : Informer, maintenir sa culture générale, provoquer des réflexions

Newsletter

Bulletin de veille

1. Copier/coller d'articles

3. Résumés d'articles sur les faits marquants (cf Droits d'auteur)

2. Copier/coller d'articles organisés par rubrique

Copier/coller d'articles accompagnés de commentaires (avis, usage potentiel de l'information pour chaque article sélectionné)

Stockage & appel à discussions (plateforme collaborative)

Collecte & filtrage des informations utiles

Aide à la lecture, à la compréhension, à l'analyse



Différents « tableaux de bord »

- Objectif : Suivre et actualiser des données clés (quantitatives & qualitatives) dans son périmètre, faciliter l'anticipation, l'interprétation
 - **Technique, Technologique** : portefeuille brevets, fonctionnalités, procédés,...
 - **Industrielle** : coût de revient, productivité, taux de rebus, délais,...
 - **Achat** : capacité de production, grade qualité, fiabilité, santé financière, potentialité (co-innovation), pouvoir de négociation,...
 - **Marketing, vente** : commandes end-users, dimensionnement des marchés, capacités de production,...
 - **RH** : législation, formation, droit du travail, sécurité, recrutements,...
 - **Concurrence** : prix, innovation (brevets), CA, recrutements, marchés (sectoriel, géographiques), alliances,...
 - **Qualité** : Normes, réglementations, ... & degré d'impact



Créer vos méthodologies de calcul | Exemple

- Je fabrique des paillasses en matériaux composites. Comme évaluer mon marché ?
 - Ma cible : hôpitaux/cliniques, Collèges/Lycée
 - L'accès au marché : Construction/rénovation (par AO)

- Quel volume de vente potentiel ?
 - Bien souvent les articles de presse annoncent un nombre de lits (hôpitaux/cliniques) et un nombre d'élèves (collège/Lycée). Donc, on peut en déduire un nombre de paillasse



Créer des méthodologies de calcul | Exemple

Portail de l'Agriculture Tunisienne

République Tunisienne
Ministère de l'Agriculture,
des Ressources Hydrauliques
et de la Pêche

Produits phares

- Huile d'olive
- Maltaise de Tunisie
- Deglet Nour
- Poulpe
- Pomme de terre

Secteurs de production

- Arboriculture
- Légumes
- Elevage
- La pêche
- Autres secteurs

Accueil Contact Rechercher... عربي English

Les palmiers dattiers

Avec environ 4.7 millions de pieds, les palmiers dattiers couvrent dans les 40 mille hectares entièrement localisés au Sud du pays et dont la majorité de l'effectif se trouve dans les gouvernorats de Kébili (52 %) et de Tozeur (35 %).



La Tunisie compte plus de 150 variétés de dattes, reste que les variétés les plus cultivées sont la Deglet Nour et le Allig qui couvrent respectivement 67 % et 11 % des superficies plantées.

La production moyenne de dattes est de l'ordre de 130 mille tonnes dont 80 mille tonnes de Deglet Nour (62 % de la production totale). En valeur cette production représente 3% de la production agricole totale, 3.4% de la valeur ajoutée et 9% de la production arboricole.

Plus de la moitié de la production nationale est exportée vers 57 pays ; les marchés les plus importants étant ceux de l'Union Européenne.

Les exportations de dattes représentent 11.3 % des exportations agroalimentaires (209.2 MD et 69.5 mille tonnes en 2008).

Retour

- Actualités
- Prochains événements
- Annonces commerciales
- Partenariat

L'Agriculture en Tunisie

- Agrégats
- Incitations
- Opportunités d'investissement
- Accords, normes & législation
- Exportations
- Publications
- Sources
- Foire aux questions
- Services en ligne
- Recherche avancée
- Recherche multi-sites
- Liens utiles
- Plan du site

Quel est le volume
potentiel de vente
de gaines de
protection ?



Calcul de référence

	Année 2008					
Calcul de référence		Nombre de gaines	Mètre linéaire	Poids (kg)	CA	REFERENTIEL
Hypothèse		12 gaines /ped	1 gaine = 1m	1kg = 10m	1kg = 3,04 DT	
Nbre de dattiers productif	4 700 000	56 400 000	56 400 000	5 640 000	17 145 600	4 DT/pied
EQ en Hectares	40 000					429 DT/ha
Eq en tonnes de dattes	130 000					132 DT/t



Formuler des hyp basses, moy, hautes





Calcul de référence

	Année 2008					
Calcul de référence		Nombre de gaines	Mètre linéaire	Poids (kg)	CA	REFERENTIEL
Hypothèse		12 gaines /ped	1 gaine = 1m	1kg = 10m	1kg = 3,04 DT	
Nbre de dattiers productif	4 700 000	56 400 000	56 400 000	5 640 000	17 145 600	4 DT/pied
Chiffres de l'entreprise				390 120	1 185 965	
Part de marché					7%	

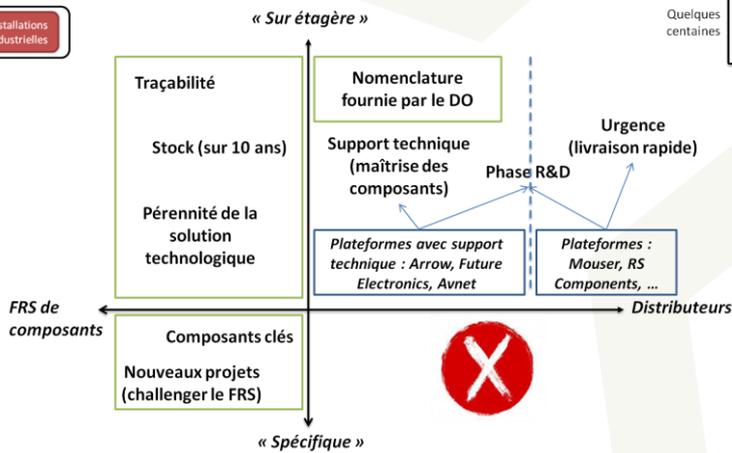
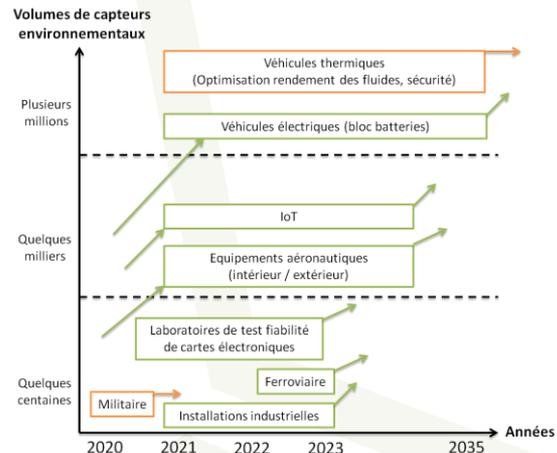
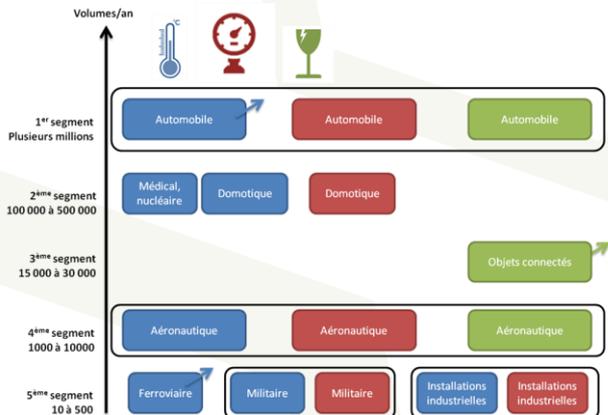


Bilan

- Commentaires de terrain
 - Tous les dattiers ne sont pas recouverts
 - Les agriculteurs utilisent aussi des moustiquaires
 - Enfin, les agriculteurs utilisent les gaines achetées l'année précédente (stock)
- Questions / perspectives
 - Quel marché accessible réellement pour l'entreprise ?
 - Quelle stratégie de développement sur ce marché ?



Rendre l'information intelligente

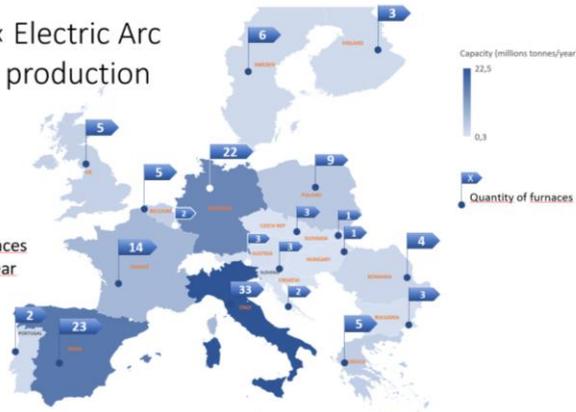




Différentes cartographies

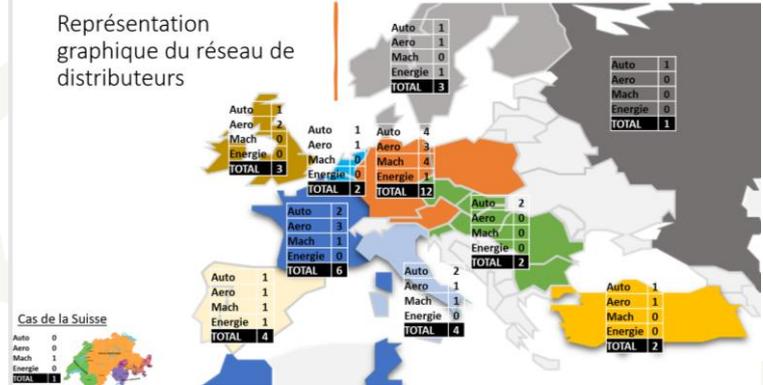
European « Electric Arc Furnaces » production plants

Total :
148 furnaces
90 MT/year



Capacity (millions tonnes / year)																			
ITALY	SPAIN	GERMANY	FRANCE	POLAND	GREECE	BELGIUM	UK	ROMANIA	LUXEMBOURG	SWEDEN	PORTUGAL	FINLAND	BULGARIA	AUSTRIA	SLOVENIA	CROATIA	HUNGARY	SLOVAKIA	CZECH REP
22.5	17	14.7	7	4.5	3.5	3.4	3.1	2.4	2.3	1.9	1.7	1.7	1	0.9	0.8	0.5	0.4	0.4	0.3

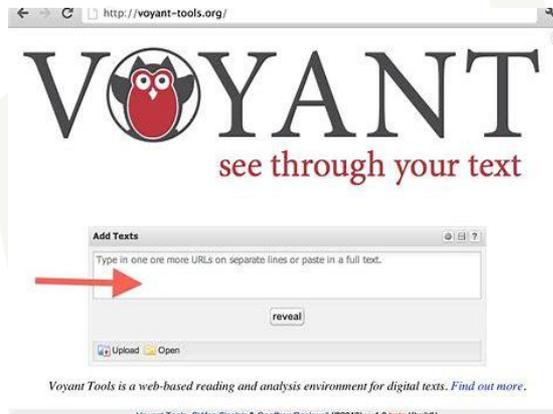
Représentation graphique du réseau de distributeurs





Cas des outils de traitement textuels

- Voyant Tools
- <https://voyant-tools.org/>



- Traite un site web
- Traite un document PDF
- Un tuto : <https://www.outilsfroids.net/2016/02/voyant-tools-un-puissant-service-de-text-mining-en-open-source/>



Et toute la force de l'IA générative

- Avec Copilot

tu es journaliste et tu as une excellent maîtrise de la synthèse. Tu proposes 10 lignes résumant la page web : <https://framatech.fr/formations-framatech/>

Framatech propose des formations spécialisées dans les domaines du management, de la stratégie industrielle et commerciale, ainsi que de la performance technologique et électronique ¹. Depuis 1991, l'organisme accompagne dirigeants, cadres et ingénieurs dans l'acquisition et l'actualisation de leurs compétences ¹. Les formations sont animées par des experts praticiens, offrant un retour d'expérience concret et adapté aux besoins des entreprises ¹. Le catalogue couvre des thématiques variées : intelligence économique, innovation, benchmarking, achats industriels et relocalisation ¹. Framatech met également l'accent sur la dimension interculturelle, avec des modules dédiés aux spécificités des marchés internationaux ¹. La performance industrielle est abordée à travers des référentiels qualité, des méthodes statistiques et des stratégies d'amélioration continue ¹. Les formations sont dispensées en petits groupes pour favoriser les échanges et l'interaction directe avec les formateurs ¹. L'organisme affiche des taux de satisfaction élevés, témoignant de l'efficacité de son approche pédagogique ¹. Des sessions sont régulièrement organisées en présentiel et en distanciel, adaptées aux besoins des professionnels ¹. Framatech se distingue par une approche pragmatique et une expertise reconnue dans le secteur des hautes technologies. ¹



FRAMATECH

Workshop

Savoir valoriser l'information proposée



LISI NEWSLETTER



Exemple de newsletter

LISI AEROSPACE Newsletter n°172

Press review from 1/7/2019 to 1/11/2019

SUMMARY

- I. COMMERCIAL PLANE..... 2
 - 1. LEGACY PROGRAMS..... 2
- II. MILITARY PLANE 2
- III. NEW PROGRAM 2
- III. HELICOPTERS 3
 - 1. NEW PROGRAM 3
- IV. ENGINE..... 4
 - 1. NEW ENGINE 4
 - 2. LEGACY ENGINE 4
- V. OEM 5
 - 1. PRODUCTION SITE EXTENSION 5
 - 2. JOINT VENTURE..... 5
 - 3. BACKLOG 2018 5
- VI. STRUCTURAL COMPETITION 6
- VI. FINANCIAL SITUATION 6
- VII. TIERS 6
- VI. ROBOTIZATION INVESTMENTS 6
- VIII. SUPPLIERS 7
 - 1. RAW MATERIAL 7
- IX. BONUS: AIR TRANSPORT, AVIATION SAFETY, AND AEROSPACE'S CHALLENGES OF THE FUTURE..... 7

BUILD RATES

✦ ATR, jan. 2019 via Stella

ATR, jan 2019				
Fam. Program	2019	2020	2021	2022
ATR 42	10	10	10	10
ATR 72	58	60	60	60
	68	70	70	70

✦ Boeing rates, jan 2019

Nota: Skyline does not exist anymore
Update from Maurice Pöll, with Boeing

Boeing monthly rates - jan 2019			
Program	October 2018	Nov 2018	Rate % (N) 2018
737 family			
MAX-8	25	48	92%
MAX-9	6	7	17%
MAX-10	1	1	0%
787-9	14	0	-100%
787-10	4	0	-100%
MAX-7	2	2	0%
MAX8-GEM	7	14	100%
MAX8-PAL	21	43	105%
787	2	2	0%
787	12	14	17%
787	2.5	2.5	0%
787	0.5	0.5	0%
777X	1	1	1.5
	(B Wing 5/2) (new)	(L2) (new)	(L2) (new)

✦ AH Supply Plan III/2018, nov 2018, #76

AH Supply Plan # 76 - & prod July 2018 - nov 2018					
Product	2018	2019	2020	2021	2022
Super Puma	-1	4	3	2	4
H220	0	4	2	-1	4
H220-Small	-1	-1	2	2	-1
H220 (A3302 A3302)	-7	3	-1	3	1
H220	-1	2	-1	4	1
H220	0	3	-1	-1	3
EC145	14	3	-1	-1	1
H220-70	14	3	-1	-1	1
EC145	14	3	-1	-1	1
H220-Small	3	-1	-1	3	-1
H220	-1	3	-1	4	1
H220 (EC135)	-4	-1	-1	-1	-1
H220	-1	1	1	-1	4
H220-Small	-1	3	-1	1	1
A330-BJ H220 F H220M (Euroscopter)	21	-4	-1	-1	4
H220-BJ	12	1	-1	-1	1
H220-BJ	0	-4	-1	-1	4
H220	5	-1	-1	-1	1
H220	3	0	1	1	0
TOTAL	28	3	-1	-1	0

AH Supply Plan # 2018 - & prod July 2018 - nov 2018 - DOORS					
Family program	Program	2018	2019	2020	2021
H220 (H220)		3	0	0	0
	Mitsubishi Regional Jet	3	0	0	0
Single Aisle	A320	-1	-1	-1	-1
	A320	-4	-1	-1	-1
	A320	2	4	-1	-1
	A320	-1	0	0	0
Wide Body	A330	0	1	0	0
	A330-300	0	1	0	0
787 Body	A330	-1	-1	-1	-1
	A330	-1	-1	-1	-1
TOTAL		-4	-4	-4	-4



Exploiter toutes les potentialités d'un article de presse

- Etape n°1 : démarche personnelle !
- *Que puis-je retirer de cet article ?*

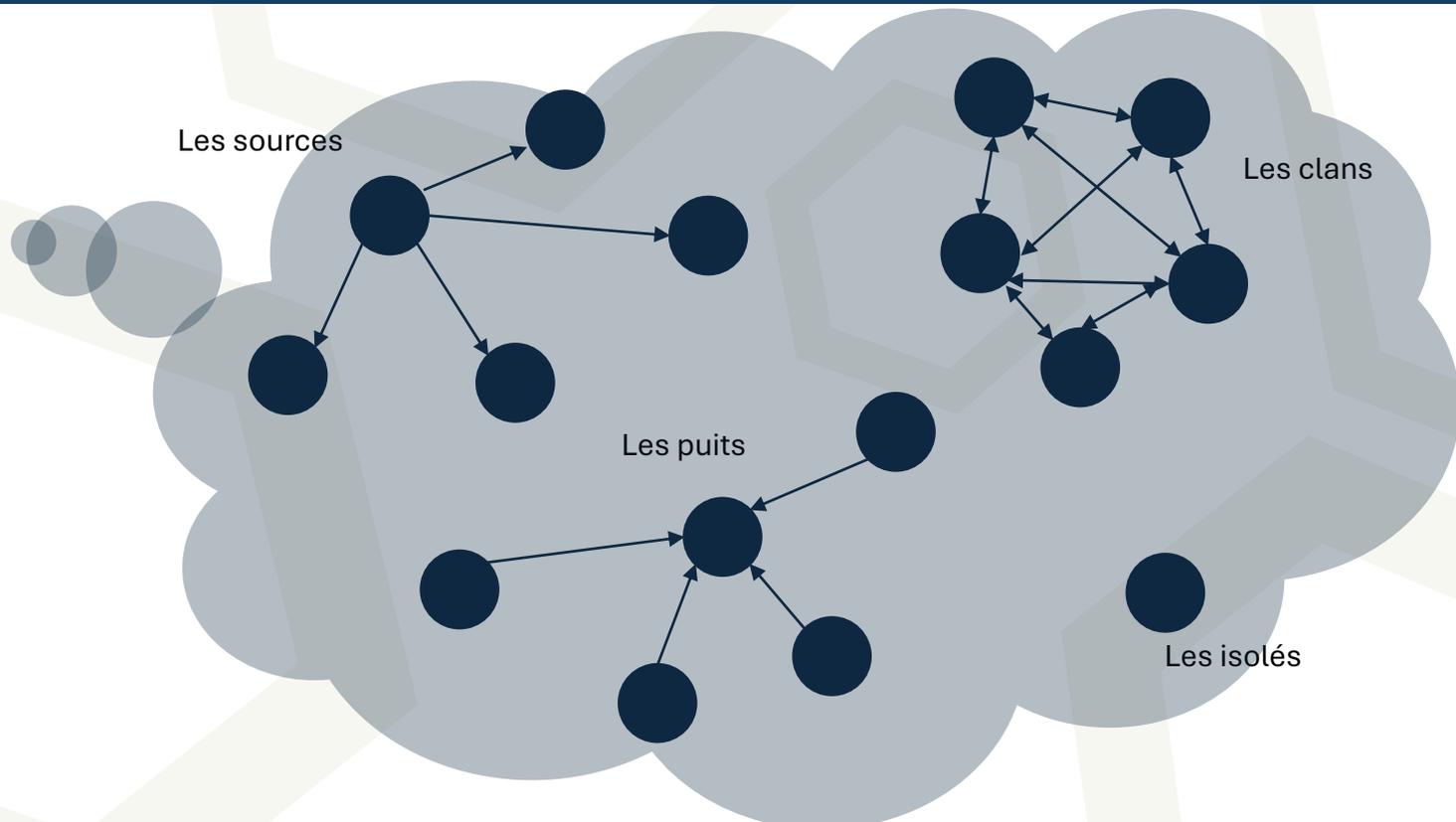
Réflexion	Besoins en info	Actions

- Etape n°2 : démarche collective
- *Qui pourrait être concerné par cet article ?*

Quelle data ?	Quel destinataire ?	Quel feed-back attendu ?



Connaissez-vous les réseaux internes de communication ?





FRAMATECH

4. Organisation interne de l'IE



4 Boulevard d'Arras 13004 Marseille, France

Siret 344 351 879 000 46 | Organisme de formation N° 93 13 13363 13 | NAF 7112B

Web : www.framatech.fr | E-mail : contact@framatech.fr | Tél. +33 491 955 570c



Objectif

- Cette partie vise à fournir les bonnes pratiques de la circulation de l'information et son impact sur l'intelligence collective



Workshop

Construire le tableau des succès & échecs rencontrés



Consigne

- Définir les raisons sous forme de présence / absence sur :
 - L'accès à l'information
 - Traitement & analyse
 - Actualisation
 - Partage
 - Mémorisation
- Objectif : Améliorer les réflexes (best practises) de tout ou partie des activités en intelligence économique et industrielle
 - a) Citez 1 succès et 1 échec rencontré au regard de vos activités en intelligence économique et industrielle.
 - b) Expliquer à quelle(s) partie(s) du cycle de veille stratégique (fait ou non fait), est du l'impact positif ou négatif.
 - c) Dans la même situation aujourd'hui, que pourrai-je faire ? (pistes d'amélioration)



	Accès / collecte	Traitement / Analyse	Actualisation / Veille	Partage / Feed-back	Capitalisation / Mémorisation	Pistes d'amélioration
Succès						
Echec						

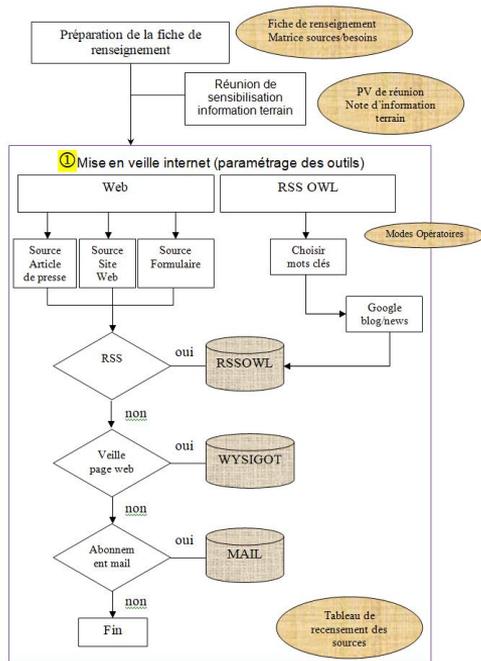


Notion de processus

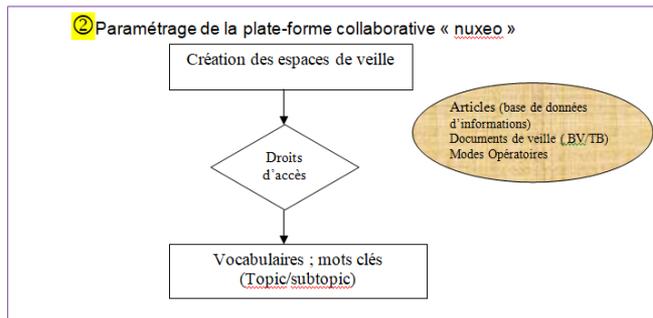
Processus Fournisseur	Élément d'entrée	Activités du processus	Élément de sortie	Processus Client	Procédures associées	
Processus stratégie, planification et pilotage.	Plan stratégique de l'entreprise	<pre> graph TD A[Définition d'un besoin de veille] --> B[Mise en veille] B --> C[Collecte et sélection] C --> D[Traitement] D --> E[Analyse et décision] E --> F[PAC] F --> G[Révision de l'axe] G --> C G --> E H[Capitalisation Diffusion Collaboration] --> D H --> E </pre>	Fiche de renseignement	Tous les processus		
Processus Vente	Exigences clients (CSR et autres...)			La matrice source / besoin en information	Tous les processus	
Processus stratégie, planification et pilotage.	Décisions des revues précédentes			Tableau de recensement des sources	Tous les processus	
Processus de mise en veille	Sources formelles (électroniques et/ou papier)			Note d'information terrain	Tous les processus	
Processus de mise en veille	Sources informelles (humains, lieux, objets...)			Etiquetage des articles RSS		
Processus de collecte et de sélection	Notification automatique de nouvelles informations (logiciels de veille)			Informations triées et archivées sur la plate forme collaborative	Les destinataires prédéfinis des processus	
Tous les processus	Notification systématique de nouvelles informations (remontée terrain).			Informations notifiées à des destinataires prédéfinis, avec ou sans commentaire..	Les destinataires prédéfinis des processus	
Tous les processus	Informations RSS étiquetées et rangées par rubrique			Edition, diffusion bulletin de veille, et stockage sur la plate forme.	Tous les processus	
Tous les processus	Données élémentaires (chiffres, noms entreprises, pays,...) contenues les informations stockées dans plate			Alimentation des TDB et stockage du TBD actualisé sur la plate forme.	Tous les processus	
Tous les processus	Grille de lecture actualisée de l'axe de veille (TDB,..)			Dossiers stratégiques, PV réunion aboutissant à un décision.	Tous les processus	
Tous les processus	Méthodes d'analyse stratégique					
Tous les processus	Travail collaboratif (forum de discussion)					
Tous les processus	Préparation du PAC					
Tous les processus	Révision besoin en information (Fiche de renseignement, ..)			Objectifs du PS atteints		



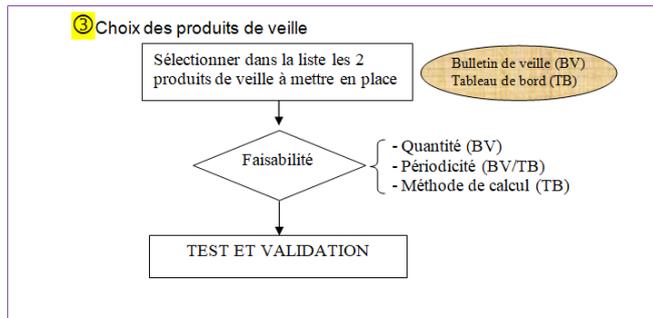
Exemple de procédure de mise en veille



2 Paramétrage de la plate-forme collaborative « nuxeo »



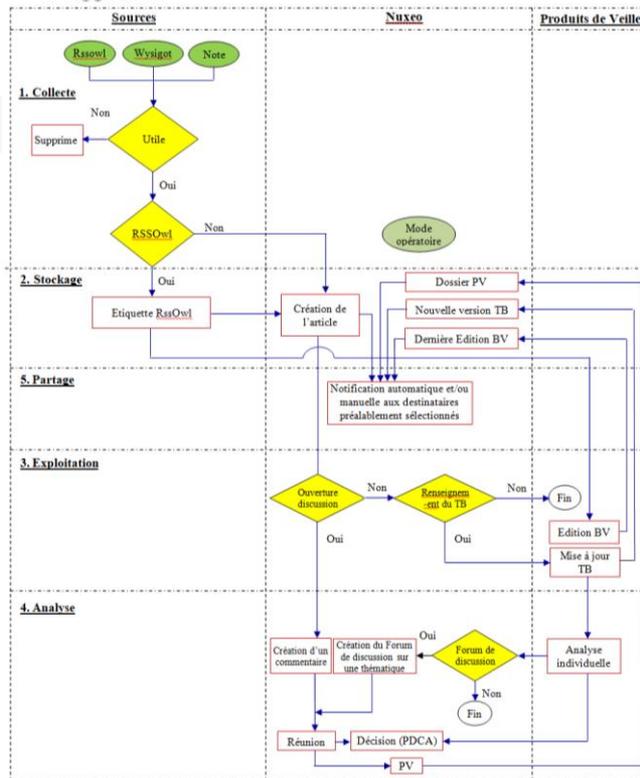
3 Choix des produits de veille





Exemple de procédure d'exécution de veille

6. Logigramme :





Exemples d'indicateurs de performance

- Performance du dispositif
 - Collecte

$$\text{Taux de remontée d'informations informelles} = \frac{\text{Nombre de fiche d'information prévues}}{\text{Nombre de fiches d'information remontées}} \times 100$$

$$\text{Indice d'ouverture sur l'extérieur} = \frac{\text{Nbre de jr réalisé à l'extérieur par trimestre}}{\text{Nombre de jrs prévus}} \times 100$$

- Intelligence collaborative

$$\text{Taux de pénétration interne} = \frac{\text{Nombre de discussions ouvertes}}{\text{Nombre d'articles saisis par mois}} \times 100$$

(réf. 8 : [0-4 = Nul/Alerte])



Exemples d'indicateurs de performance

- Impact sur l'entreprise

- Veille technologique / Innovation

$$\text{Taux de concrétisation de l'innovation} = \frac{\text{Nb de produits nouveaux validés en laboratoire}}{\text{Nb total de projets lancés}}$$

(Innovant = l'intégration d'une nouvelle techno dans le projet)

Fréquence : Annuelle | Référence : 80-100% | Seuil critique : 50%

- Investissement en Intelligence économique et industrielle

$$\text{Investissement} = \frac{\text{coût matériel} + \text{coût de déplacements} + \text{cout salaire brut chargé dédié à la veille}}{\text{CA}}$$

Fréquence : Annuelle | Référence : 2,5% | Seuil critique : 0,02%



Exemple d'un rajout « veille » dans une fiche « rapport de visite »

Résumé :						
N°	Points de discussion, Actions	Responsable			Délais	

Données de veille :						
<input type="checkbox"/> Le contact lui-même	<input type="checkbox"/> Les projets	<input type="checkbox"/> Les produits	<input type="checkbox"/> Les prix	<input type="checkbox"/> La concurrence	<input type="checkbox"/> Autre observation	Fiabilité (A/B/C)
<p>Pièce jointe : (photo, <u>video</u>, ...) :</p>						

Rédacteur (Nom / Signature) :
/

Commentaire (avis, question,...)	Destinataire(s)



Exemple d'une fiche de fonction « animation de la veille marketing »

Mission ou fonction principale du poste :

- Animation des réunions de la cellule de veille marketing & commercial, en lien permanent avec le comité de pilotage
- Rédaction des PV de réunion de veille,
- Actions internes sensibilisation des équipes afin d'assurer l'application de la procédure (respect de la qualité, des délais, des coûts)
- Développer des moyens de valorisation interne de la veille (piste de progrès, pilotage des actions d'amélioration, leviers de motivation)
- Exprimer des besoins en formation en « compétences personnelles », en interne, comme (travail d'équipe, travail collaboratif, adaptation au changement, gestion de projet,...)
- Etre force de proposition sur des sujets de recherche ponctuels amenant à la réalisation de dossiers stratégiques pour l'entreprise

Compétences, connaissances et aptitudes nécessaires :

1/ Compétences techniques :

- Bac +4 (ou ingénieur) ayant une formation en Management marketing,
- Expérience minimum de 2 ans en entreprise
- Maîtrise de Word, Excel, Powerpoint
- Maîtrise des outils de veille

2/ Compétences générales :

- Capacité d'animation et de management d'équipe
- Capacité d'analyse et de synthèse
- Capacité à détecter, anticiper, orienter & proposer des actions de veille
- Disposer d'une vision élargie des enjeux technico-économique de l'entreprise
- Sens de la communication
- Sens du développement commercial
- Maîtrise de la langue (Français/ Anglais)



Accès au CRM de LISI

Home Customers Contacts Actions Visit Reports Follow-up ONLINE Raphaëlle LE VERDIER ▾

Search X Reports Blocks List Calendar Me All

2099 results ▾ Filters

All next meetings

No reports found

All latest meetings

# ^	Report Name ^	Visit reason ^	Customer ^	BG ^	Visit Date ^	Author ^	Status ^	Status Created/Changed On ^
2470	Regular visit SADRI 14/01/19	Following the test of STL bolts and Opti...	SHANGHAI AIRCRAFT DESIGN & RESEARCH		Jan 14, 2019	Vincent ZHANG	In preparation	Jan 17, 2019
2468	Monthly Operational Review	Regular operational review with supplier...	AIRBUS SPARES	Fasteners	Jan 15, 2019	Aurelien QUERARD	Validated	Jan 17, 2019
2402	visite GKN Norway	Point général -	GKN AEROSPACE NORWAY AS	FC	Nov 26, 2018	Veronique BLUMBERGER	Validated	Jan 16, 2019
2469	Closure of 2018 & opportunities for 2019	Regular meeting with purchasing manager	ALIGN AEROSPACE FRANCE	Fasteners	Jan 11, 2019	Loic TARNIQUET	Validated	Jan 16, 2019
2461	Summary of 2018 actions		FORIND AVIO ELETTRONICA SRL	Fasteners	Jan 9, 2019	Christine TAVARES	Validated	Jan 14, 2019
2467	12/21/18 Bi-weekly notes	Bi-weekly notes 12/21/18	SPIRIT AEROSYSTEMS INC	Fasteners	Dec 21, 2018	Russell Heavener	Validated	Jan 14, 2019
2466	1-11-2019 Bi-Weekly reports	Bi-Weekly Report	SPIRIT AEROSYSTEMS INC	Fasteners	Jan 11, 2019	Russell Heavener	Validated	Jan 14, 2019
2465	Weeklv Report	Weeklv Report	INTERNE		Jan 11, 2019	David BECKETT	Validated	Jan 14, 2019



Bloc « Visit Report » du CRM de LISI

The screenshot displays the CRM interface for a 'Visit Report' block. At the top, a navigation bar includes icons for Home, Customers, Contacts, Actions, Visit Reports, and Follow-up. The user is logged in as 'Raphaelle LE VERDIER' and is currently 'ONLINE'. The main header shows 'AIRBUS GROUP' and 'Test raphaelle' with a status of 'In preparation'. The central area is a rich text editor with a 'Block title' field and a toolbar containing undo, redo, bold, italic, underline, bulleted list, numbered list, and link icons. Below the editor, there are three orange buttons: 'To be followed' (checked), 'Add plant.', and 'Add program.'. A 'Add theme' button is also present, which has opened a dropdown menu with the following options: Customer Voice, Logistic, Market intelligence, Miscellaneous, Quality, Quotations / Contracts, Technical, Demand Management, and Opportunity.



Exemple d'une fiche de fonction « animation de la veille marketing »

Mission ou fonction principale du poste :

- Animation des réunions de la cellule de veille marketing & commercial, en lien permanent avec le comité de pilotage
- Rédaction des PV de réunion de veille,
- Actions internes sensibilisation des équipes afin d'assurer l'application de la procédure (respect de la qualité, des délais, des coûts)
- Développer des moyens de valorisation interne de la veille (piste de progrès, pilotage des actions d'amélioration, leviers de motivation)
- Exprimer des besoins en formation en « compétences personnelles », en interne, comme (travail d'équipe, travail collaboratif, adaptation au changement, gestion de projet,...)
- Etre force de proposition sur des sujets de recherche ponctuels amenant à la réalisation de dossiers stratégiques pour l'entreprise

Compétences, connaissances et aptitudes nécessaires :

1/ Compétences techniques :

- Bac +4 (ou ingénieur) ayant une formation en Management marketing,
- Expérience minimum de 2 ans en entreprise
- Maîtrise de Word, Excel, Powerpoint
- Maîtrise des outils de veille

2/ Compétences générales :

- Capacité d'animation et de management d'équipe
- Capacité d'analyse et de synthèse
- Capacité à détecter, anticiper, orienter & proposer des actions de veille
- Disposer d'une vision élargie des enjeux technico-économique de l'entreprise
- Sens de la communication
- Sens du développement commercial
- Maîtrise de la langue (Français/Anglais)

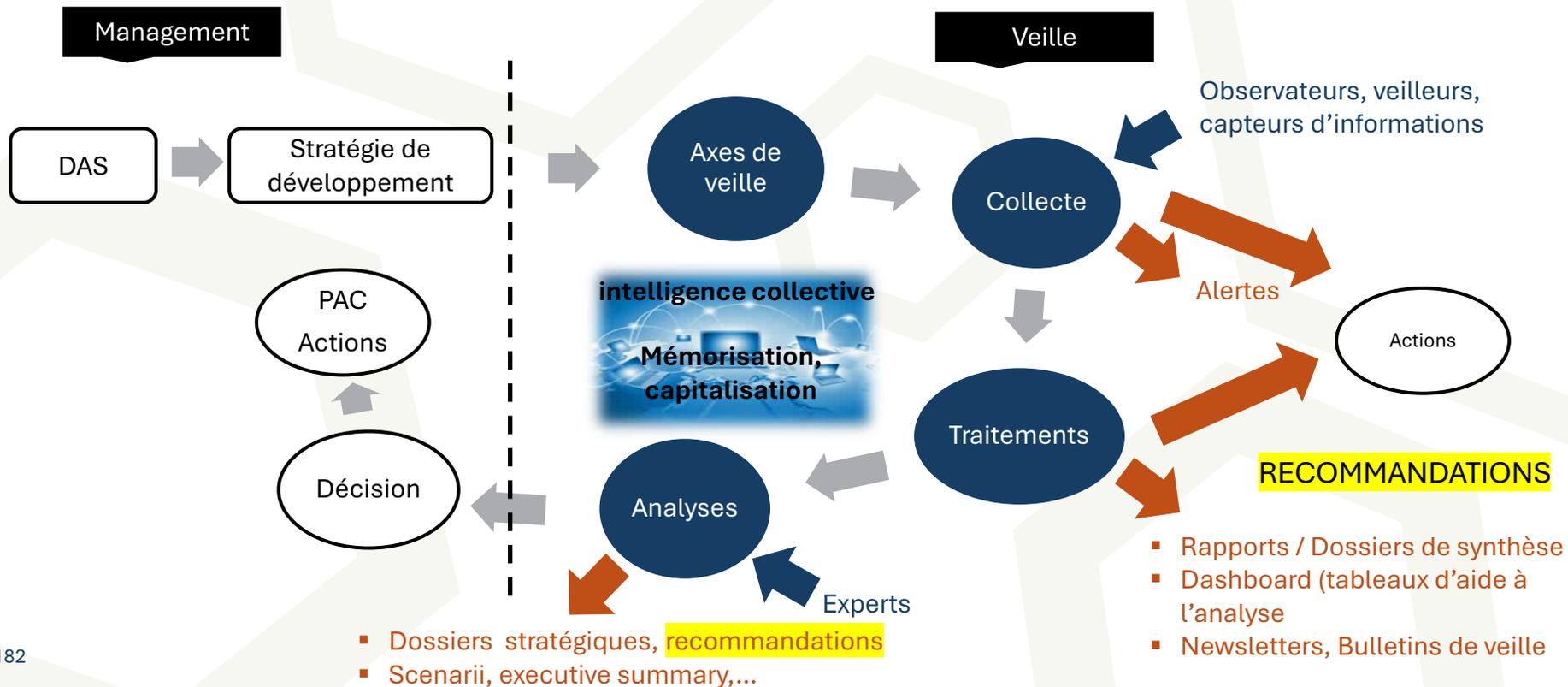


Quelques constats

- On ne peut pas tout surveiller. Par contre, il faut **être bien informé et en permanence sur mon axe de veille !**
- Quelle que soit l'axe de veille, **la démarche de veille suit un processus similaire**. On peut commencer par une veille technologique et étendre par la suite, à une veille commerciale
- On ne part pas de ZERO ! On optimise et élargit les pratiques informationnelles existante. Mais surtout, on structure l'organisation. **On passe d'une veille opportuniste à une veille systématique !**



Cycle de la veille stratégique (processus moyen/long terme)





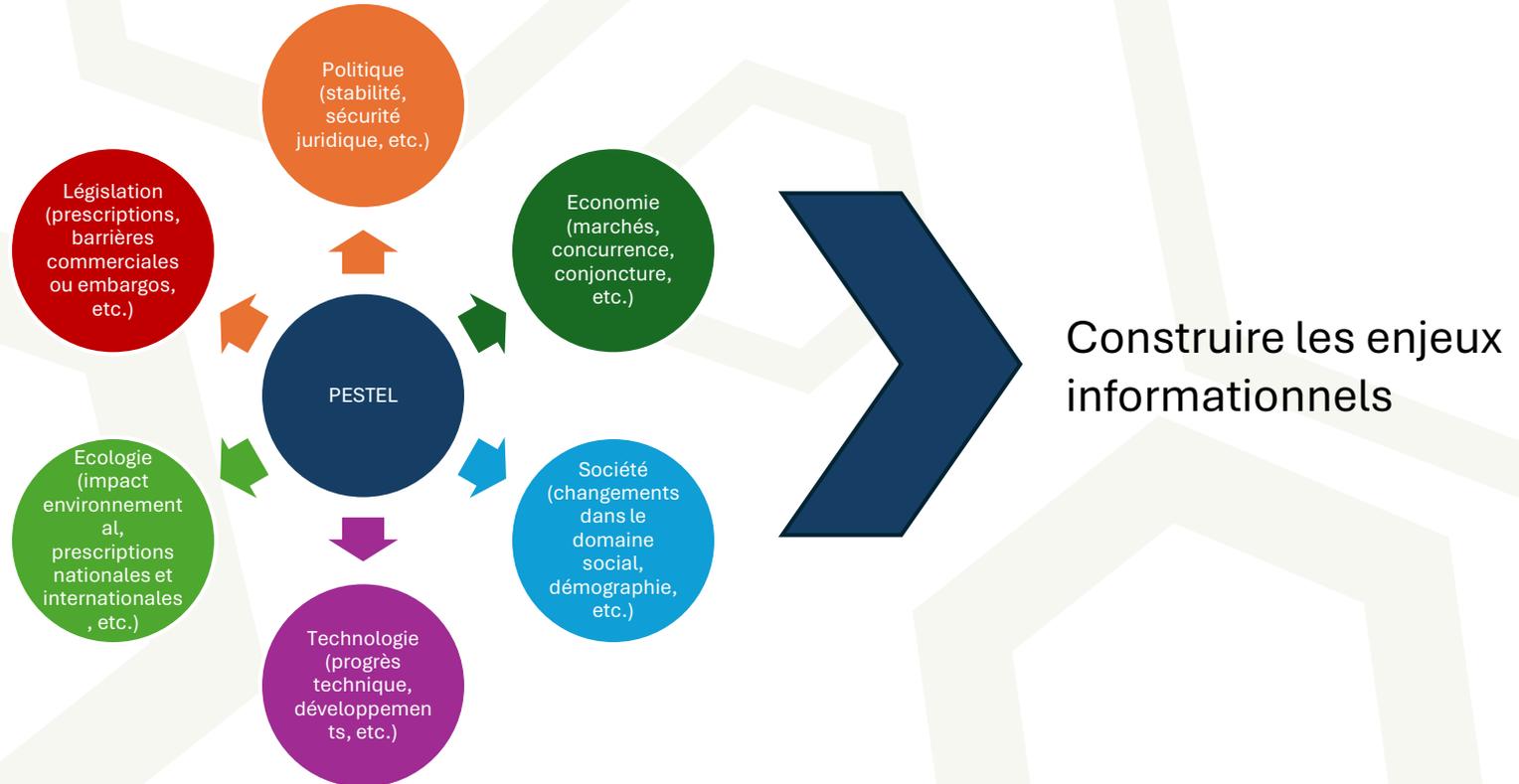
Diagnostic informationnel

- Quelles sont les pratiques de l'organisation en termes de collecte, de traitement/analyse, capitalisation & partage de l'information ?

	Collecte	Traitement / Analyse	Stockage	Partage
R&D				
HA				
PROD				
MARK				
COM				
QUALITE				
DSI (en support)				



Analyse PESTEL





Réflexion au niveau d'un département, d'un service, d'un individu

- Hiérarchiser les priorités !

	Opportunités	Menaces	Enjeux informationnels	Priorité
R&D			- - -	 
HA			-	
PROD				
MARK			- - -	
COM				
QUALITE				



Choix des axes de veille

- Définir des axes de veille revient à exprimer les **facteurs critiques de surveillance**
 - Zones où il est vital d'être en permanence bien renseigné. Ils varient avec le temps et doivent être réactualisés (évoluent au rythme de la stratégie de l'entreprise).
- Principes fondamentaux
 - Il ne s'agit pas de surveiller indifféremment tout l'environnement de l'entreprise. L'objectif est d'identifier des thèmes majeurs.

MAIS, ...

**JE NE DOIS RATER AUCUNE INFORMATION UTILE
DANS LE PERIMETRE DE MES AXES DE VEILLE**



Durée de vie des axes de veille

Axe de veille **permanent**

(vision à 5 ans)

relatif au maintien et développement des positions existantes

concurrence, technologies, marchés, clients,...

- *Doit être révisé en fonction de la stratégie de l'entreprise*

Axe de veille **ponctuel**

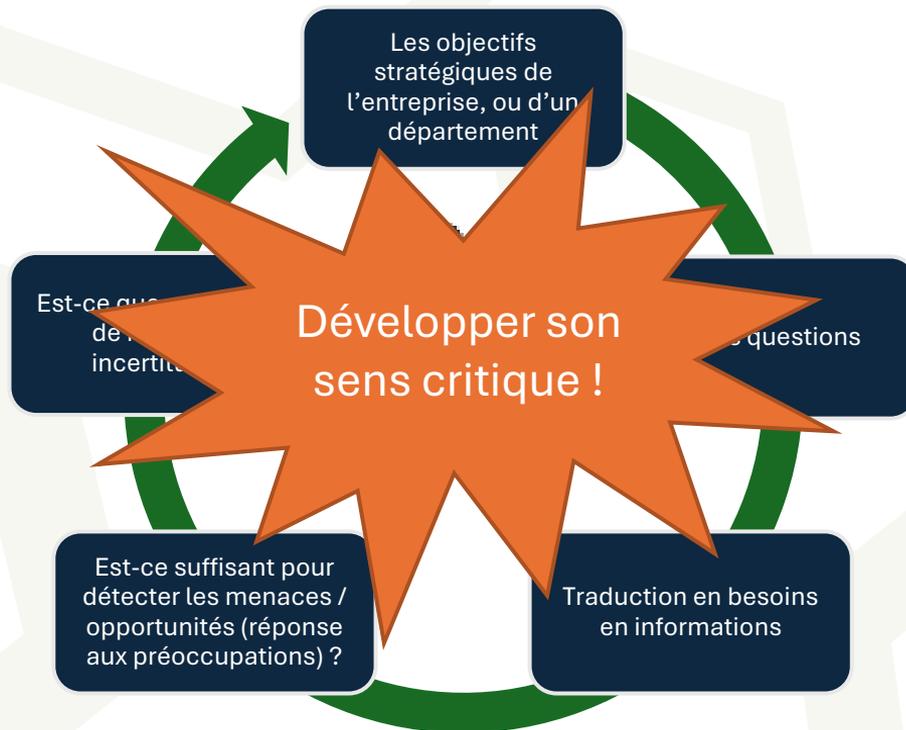
(6 à 24 mois)

relatif à un projet de développement d'une innovation, positionnement sur un nouveau marché, partenariat avec un tiers,...

- *Doit être révisé à la fin de vie du projet pour devenir permanent, ou arrêté*

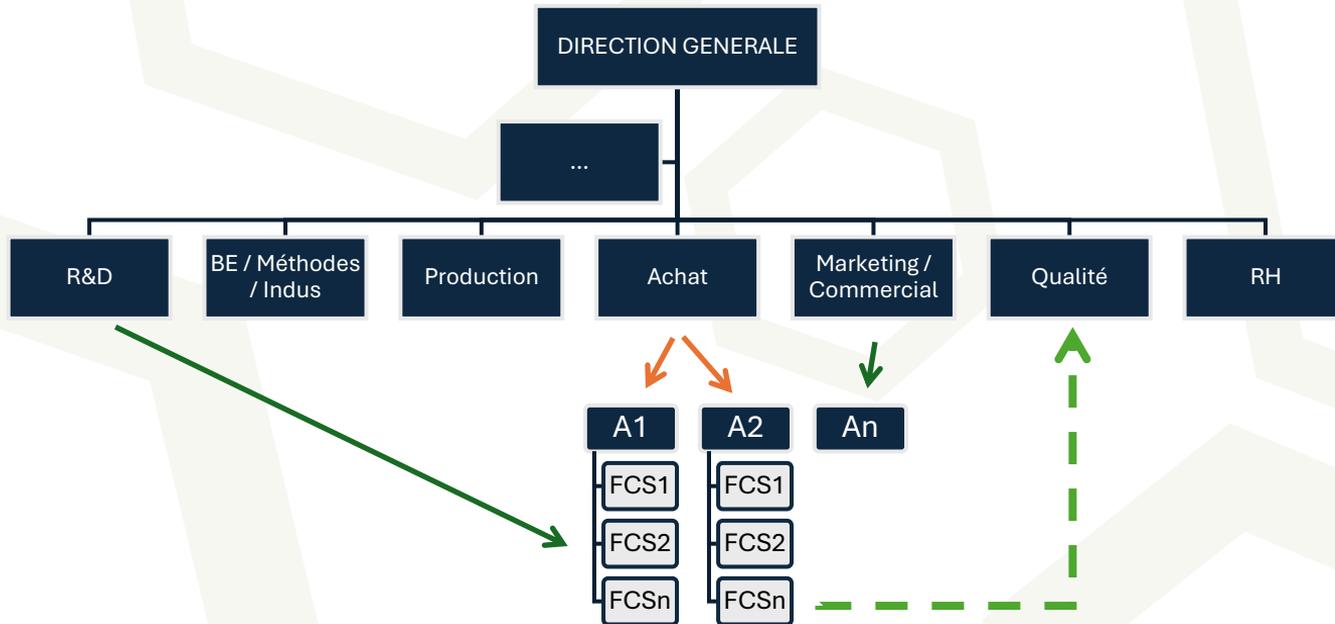


Choix des axes de veille





Interaction dans l'organigramme

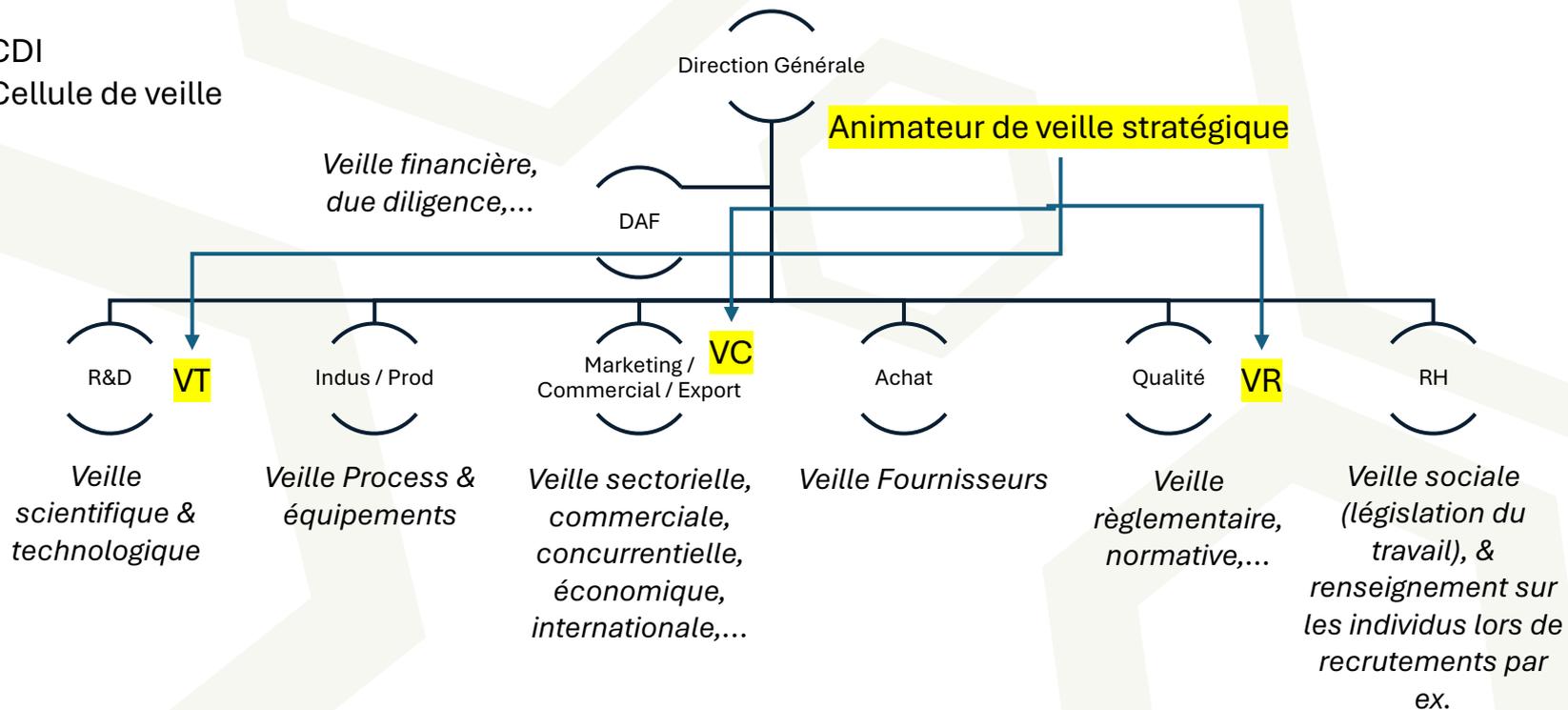


Organiser des réunions multi-métiers
Communiquer
S'assurer du soutien de la Direction



Organisation centralisée ou décentralisée ?

CDI
Cellule de veille





Formalisation d'un axe de veille

Les cibles de diffusion

FICHE DE RENSEIGNEMENT

Veille ACHATS

Date : 04 février 2014

Code :

Révision : 0

Page : 1

Intitulé	Management des fournisseurs
Fondement	Augmenter notre degré de liberté vis à vis de nos fournisseurs
Finalité (objectif)	Elargissement du panel de fournisseurs et amélioration des coûts

Importance / Urgence¹

A/1

Date de démarrage

Fév. 2014

Date de révision

Déc. 2015

Confidentialité²

H

Animateur de la veille	Mr XXX
Equipe	Service HA (Mr XY, Z...)
Compétences à mobiliser ³	R&D, Production, Marketing

	Connaissance des FRS sur les tiges & tubes, caoutchouc, pièces frittées (Matières premières)	La vie des FRS (Actualité)	La R&D des FRS
Questions posées	Quelles sont les tendances prix/techno (indice matières) des FRS actuels ? Quels sont les nouveaux FRS à qualifier en UE ?	Quelles sont les opportunités/menaces, les risques FRS ?	Quels sont les FRS qui apportent une Valeur Ajoutée technologique et leur capacité à développer ?
Traductions en informations à trouver	FRS par pièce, références clients, sites de production, capacité de production, capabilité / qualité produit	CA, santé financière, accords, contrats, partenariats, ouverture/fermeture d'usine, droit de douane, litiges	Présence de labo R&D et effectif, par du CA, surface dédiée, parc machine, brevets, partenariats (univ, centres, labo, recherche)

¹ Importance : A (fort) à D (faible) / Urgence : 1 (fort) à 4 (faible)

² Confidentialité : B, M, H

³ Indiquer les « métiers » concernés par l'axe



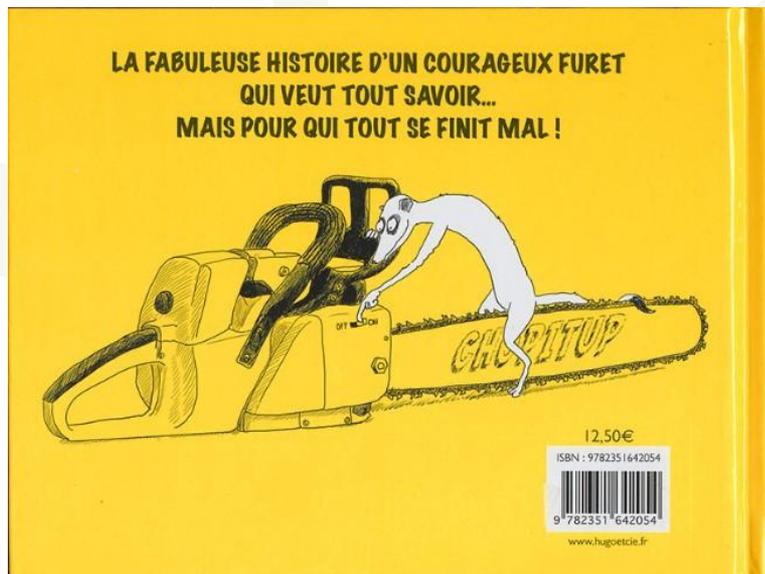
Matrice Sources / Besoins

- Où se trouvent, potentiellement, les informations recherchées ? Est-ce qu'il y a des « cases vides » ?

		formel				Non formel			
		Page web	Mag	Brevet	IST	Entreprise	Asso, ...	Réseau perso	Events
Info financière	...	x	x		x	x	x		
	...								
Industrie	...	x				x		x	x
	...								
Transport	...				x	x	x	x	
	...								
Matière première	...	x	x	x	x	x			
	...								
...									



Les freins culturels



En France, la curiosité est un vilain défaut !

- Elle vient de notre éducation :
 - Ne pas regarder les autres, ne pas copier... cela ne se fait pas !
 - Ne pas s'occuper des autres... Occupe-toi de ce qui te regarde !



Les freins culturels

- Au niveau du recueil de l'information, le manque de curiosité est exprimé par :
 - *Ce n'est pas digne de ma fonction !*
 - *Je n'ai pas le temps !*
 - *Je ne fais pas d'espionnage, MOI !*
- Au niveau du partage de l'information, le comportement se caractérise par :
 - *Cela n'intéressera personne et je risque d'être ridicule !*
 - *Il doit sûrement connaître déjà l'information !*
 - *Je ne vais pas tout lui donner, il n'a qu'à chercher un peu !*
 - *Ca ne le concerne pas, c'est trop technique !*



Cas du stockage

- Un espace de capitalisation de l'information formelle & informelle (formalisation)
- Un lieu de mémorisation de l'entreprise sur les sources d'information et de connaissance (individus)
- Un lieu de partage, de collaboration
 - Commenter des articles déposés
 - Créer & animer des forums de discussion



Caractérisation d'une plateforme collaborative

- La plateforme va permettre une **agilité informationnelle** répondant aux enjeux de l'intelligence économique :
 - Dépôt des informations en temps réel (articles, fichiers, photos, ou **informations remontées du terrain**)
 - Partage immédiat avec les membres de l'axe de veille (répond à la notion de **diffusion**)
 - **Mémorisation** +/- classification des informations déposées, des produits de veille
 - Zones de « forum » réservées de à l'**analyse**
 - Interactivité par le dépôt de commentaires (répond à la notion de **feed-back**)
 - Suivi / **Animation** des groupes de travail



Caractérisation d'une plateforme collaborative

- Accès sécurisé
- Administration & gestion des membres
- Accès sur tablettes & smartphones (mobilité)
- Travail en mode asynchrone
- Synchronisation
- Notification par mail d'un message, d'un dépôt de document, d'un lien,...



Chez Framatech



⋮	Notion de LL...	INVITE	alt+shift+1
⋮	Framatech	Accès gratuit · 4 membres	✓
⋮	Linky Friendly	Accès gratuit · 4 membres	alt+shift+3
⋮	Certif AERO LeadFree	Accès gratuit · 2 membres	alt+shift+4
⋮	¹ Enquête SCS 2024	Accès gratuit · 2 membres	alt+shift+5

Veille Qualiopi

- [Veille Qualiopi](#)
- [Veille Innovation pédagogique](#)

[Veille Handicap](#)

Veille & innovation FRAMATECH

- [Veille Commerciale](#)
- [Idées Team FRAMATECH](#)
- [Idées de stages Pôle S2E2](#)

- [Veille IA GPT](#)
- [Animation DRs SYNFIGE](#)
- [Projet formation IA](#)
- [Projet Hotline FRAMATECH](#)

Organisation du travail

- [Tâches](#)
- [Annuaire des employés](#)
- [Calendrier de contenu](#)

Outils pour FRAMATECH

- [Organiser une visioconf](#)

Bibliothèque CYBER

Kit de sensibilisation

Le kit de sensibilisation vise à sensibiliser aux questions de sécurité du numérique, en partageant les bonnes

<https://www.cybermalveillance.gouv.fr/tous-nos-co...>

Bibliothèque d'outils IA

- [Liste d'outils IA générative](#)



Cadre de la « Promotion » interne

Promotion des supports de veille

Informer au lancement de supports

Réception des demandes d'abonnement

Diffusion des supports

Validation périodique de l'intérêt / nouveaux besoins (enquête)

Pérennisation, création de nouveaux supports

Promotion de l'intelligence économique

Organisation d'ateliers thématiques

Mini-sensibilisations régulières sur l'intelligence éco

Communications dans le journal interne

Communication sur les « success stories »



Animation de groupes de travail

COPIL de veille (permanents)

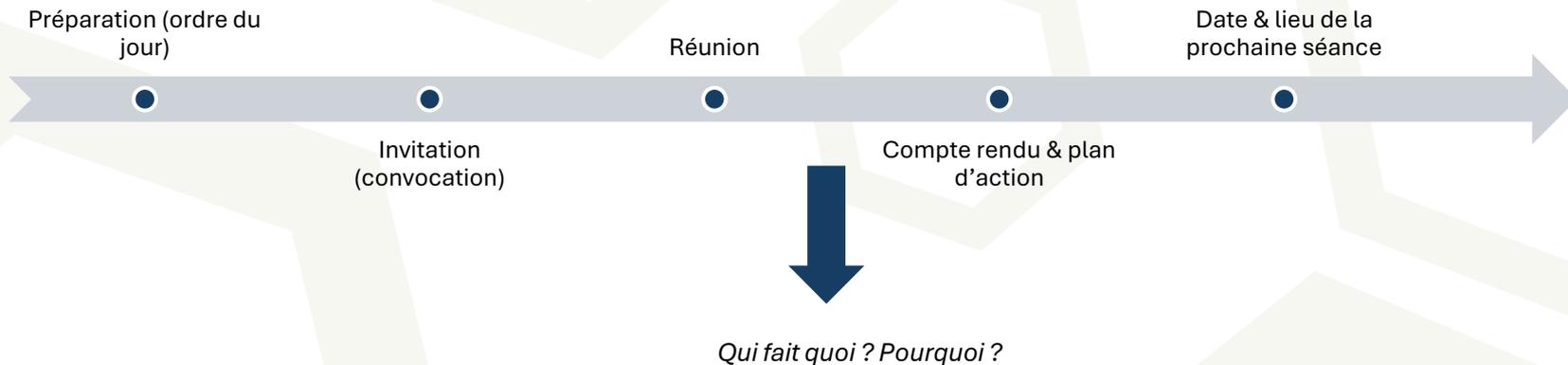
- Evaluation des informations collectées sur la période, et concernant un (ou plusieurs) axe(s) de veille et les problématiques de veille (traitement, diffusion,...)
- Partage des informations et la discussion sur le sujet, pouvant amener le groupe à des **recherches complémentaires** (formelles & informelles), la réalisation de dossiers d'informations, des orientations de l'axe de veille
- Analyse & discussions organisées sur la base d'un dossier préalablement rédigé
- Suivi des KPIs

Groupes d'analyses (ponctuels)

- **Avis d'experts internes** (et externes) pour analyser, interpréter les informations traitées sur l'axe de veille concerné.
 - Sont associées des personnes du groupe de veilleurs pour commenter des informations collectées.
- Partage des connaissances pour aboutir à des décisions, des propositions d'actions validées par la Direction.
- Analyse de scénarii stratégiques (moyen – long terme)



Process des réunions



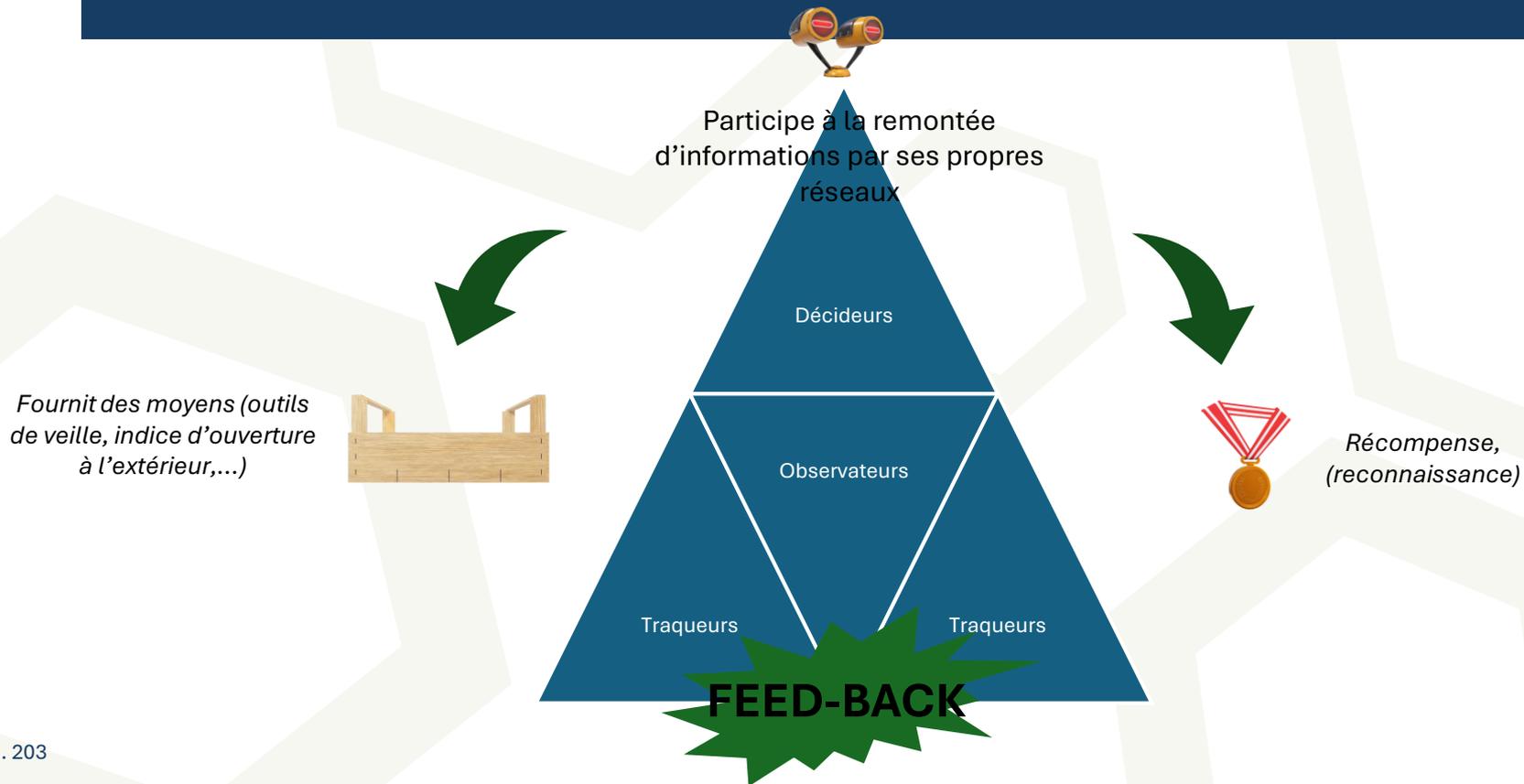


Animation des groupes de veille

- Organisation des réunions de travail :
 - L'impact des activités en intelligence économique sur les missions
 - L'amélioration continue de ces pratiques
- Comment ?
 - 1 réunion trimestrielle dédiée
 - Préparer la réunion :
 - Un thème (variable, dépend de l'actualité)
 - Le retour d'expérience (collecte, analyse & interprétation, diffusion)
 - Un dossier (à consulter préalablement)
 - Durant la réunion : Brainstorming, identification de recherches d'information à faire
 - En fin de réunion : Une date, un calendrier, des communications intermédiaires
 - Après la réunion : Compte rendu, actions à mener, rappel du calendrier



Rôle de la Direction





Courbe d'apprentissage d'un dispositif de veille

Démontrer
l'efficacité

Partager les
bonnes
pratiques

Théoriser les
méthodes
(procédures)

Répandre
en interne



Les apports d'un management de l'information

- Directs
 - Comportement des personnes (remontée d'information, partage, communication interne, modes de raisonnement)
 - Crédibilité & influence auprès des individus extérieures (clients, prospects, fournisseurs,...)
 - Méthodologies (préparation de réunion, organisation du travail)
- Indirects
 - Image de l'entreprise dans ses relations (fournisseurs, clients,...)
 - Nouvelles possibilités de négociation
 - Lobbying, influence,...



Conclusion

- La veille est un investissement « temps » au quotidien
 - Chaque matin : Consulter les informations collectées
 - 30 minutes
 - Avant une réunion : Faire un bilan des informations sur le sujet
 - 45 minutes
 - Pour chaque dossier : Ne pas hésiter à traduire un raisonnement, une réflexion, en logigramme, procédure,...
 - +/- 3 heures



Se poser toujours des questions ?

- « Quel est MON usage des informations dont je dispose ? »
 - Un usage opérationnel :
 - Un appel téléphonique, un mail, un courrier,...
 - Une discussion avec un collaborateur
 - Lancer une rumeur !
 - Se protéger !
 - Une analyse stratégique, alimentation d'une réflexion :
 - Confirmer, adapter ou infirmer une position stratégique
 - Lancer une recherche complémentaire (recouper, valider,...)
 - Lancer une recherche plus fine, plus détaillée
 - Faire appel à un spécialiste

Un réflexe !



5. Valorisation de l'IE à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise

1. Savoir-faire & Savoir-être
2. Influences



4 Boulevard d'Arras 13004 Marseille, France

Siret 344 351 879 000 46 | Organisme de formation N° 93 13 13363 13 | NAF 7112B

Web : www.framatech.fr | E-mail : contact@framatech.fr | Tél. +33 491 955 570c



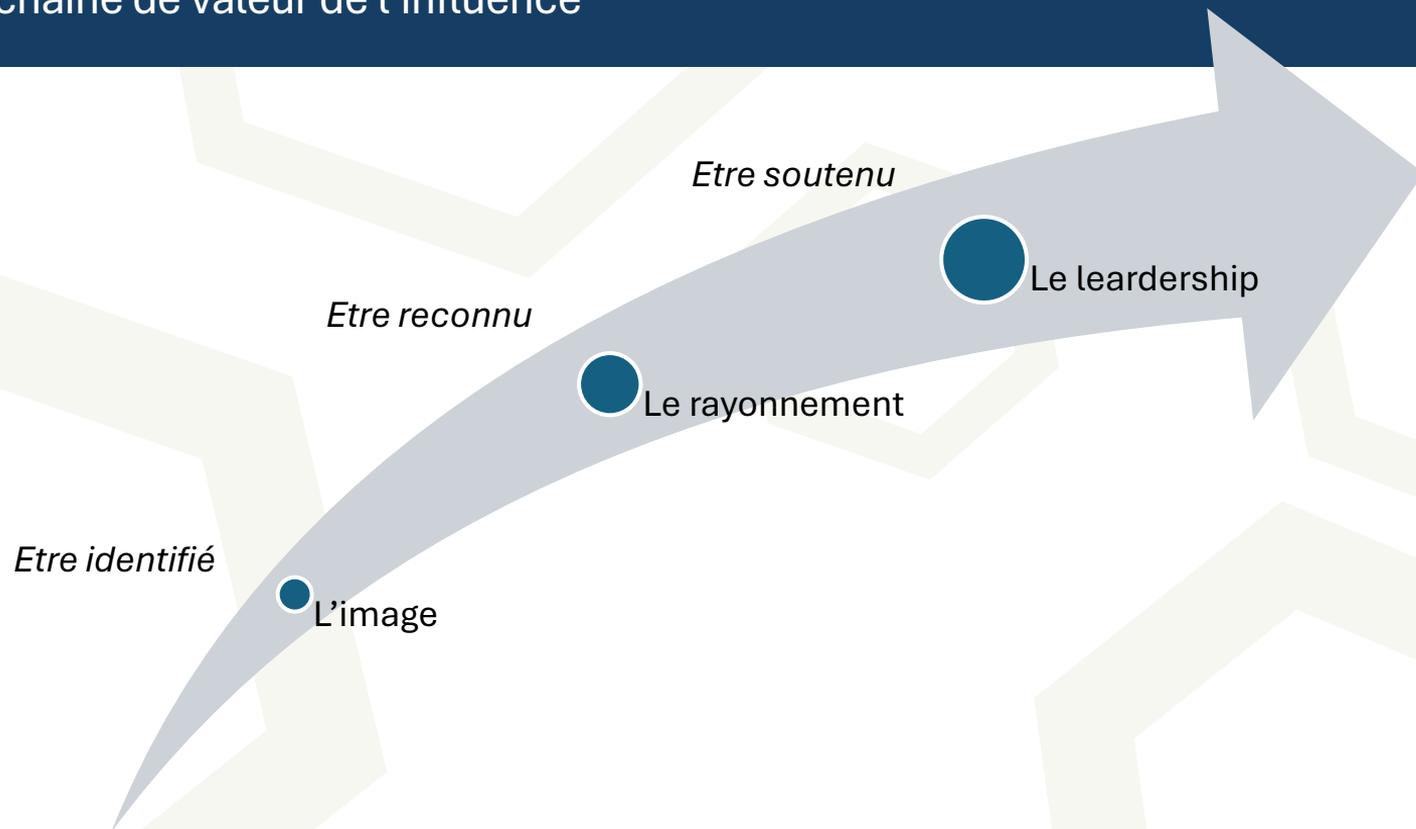
FRAMATECH

Workshop

Savoir-faire & Savoir-être



La chaîne de valeur de l'influence





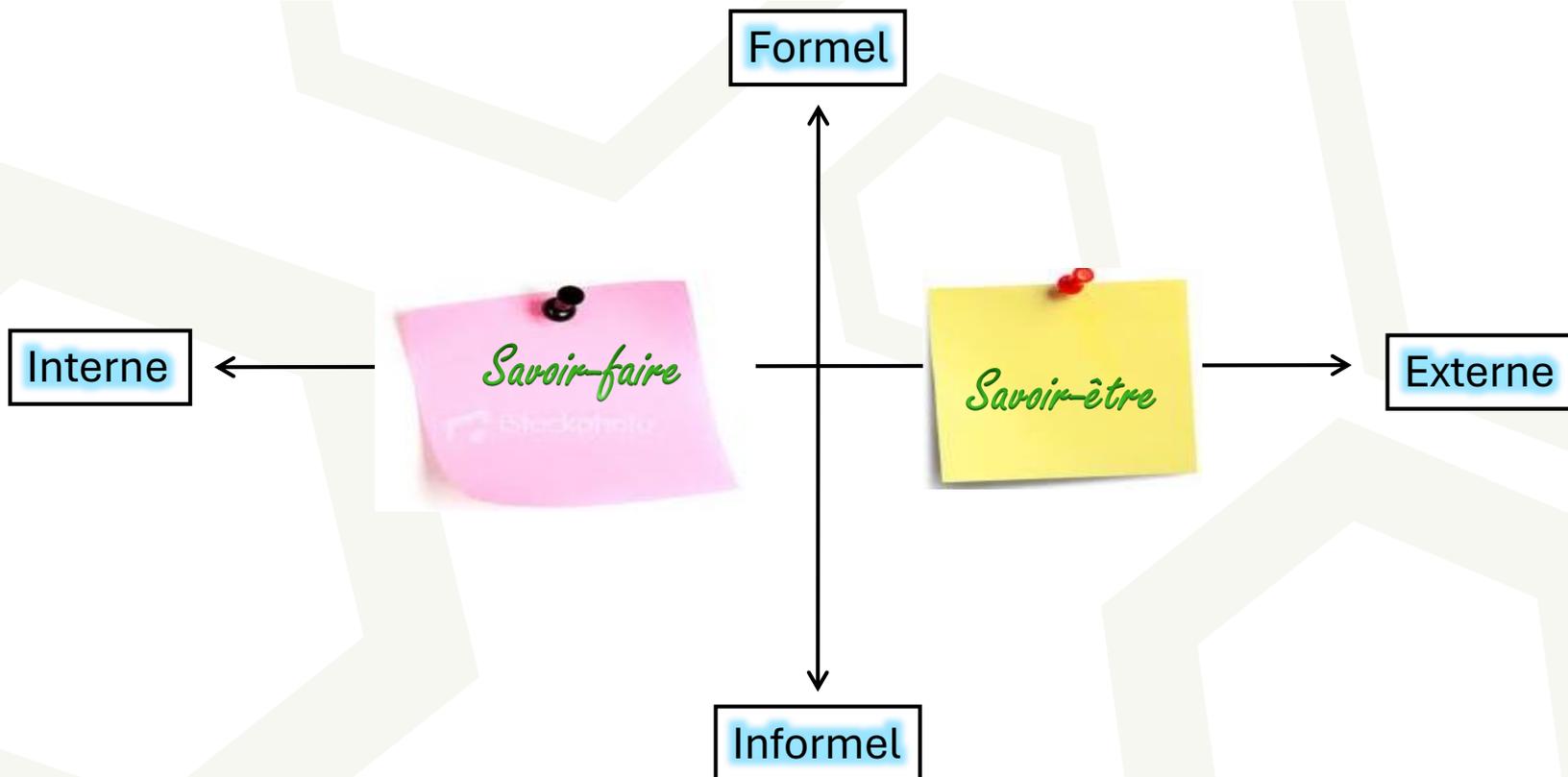
Enoncé

- Sur le graphe ci-après, indiquez tous les impacts positifs du leadership en pratiquant l'intelligence économique.



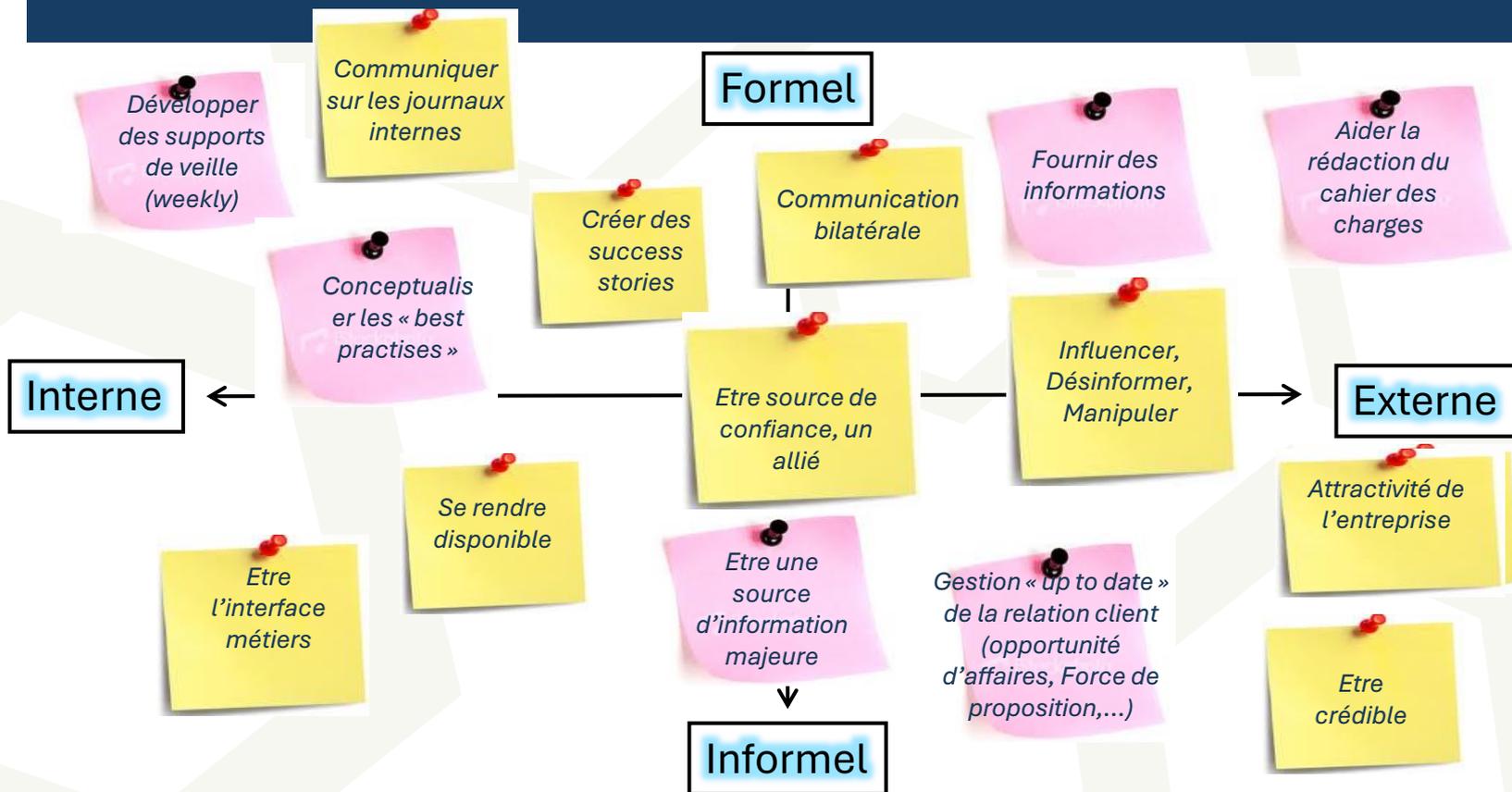


Rayonnement - Leadership





Correction



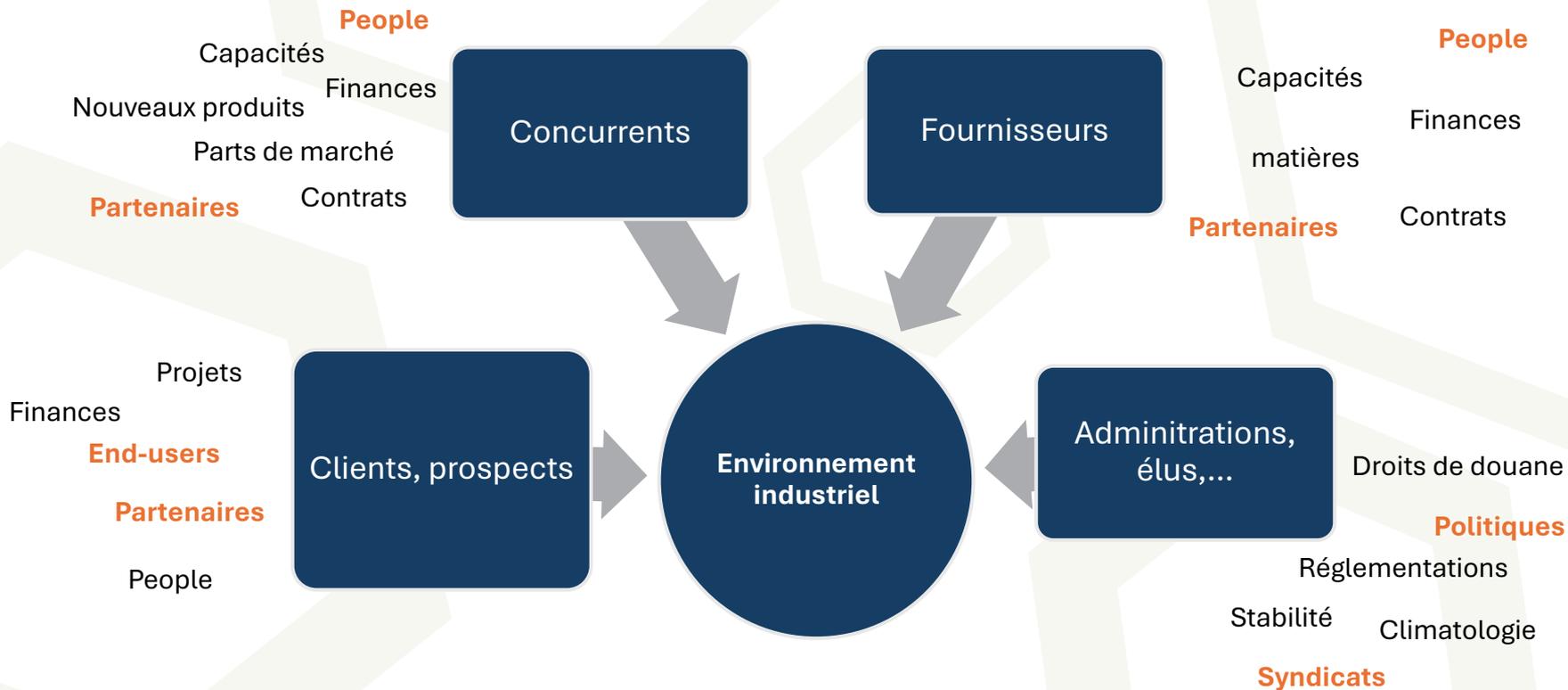


FRAMATECH

Influence



Les individus & les organisations (non exhaustif)





Les réseaux d'influence

Qui connaît qui ?
Qui sont vos alliés ?
Qui doit être informé, sans être sollicité ? ...

Partenaires directs

- Clients
- Fournisseurs
- Partenaires
- ... Concurrents

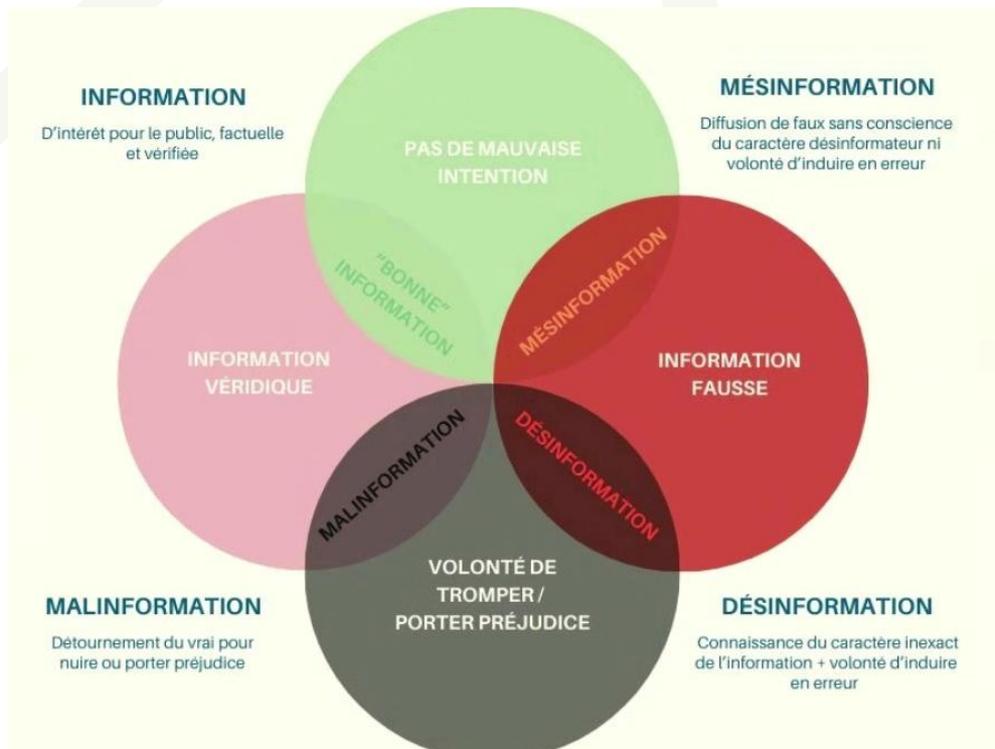
Prescripteurs

- Fédérations professionnelles
- Syndicats
- Commissions réglementaires
- Comités d'entreprises
- ...

Médias

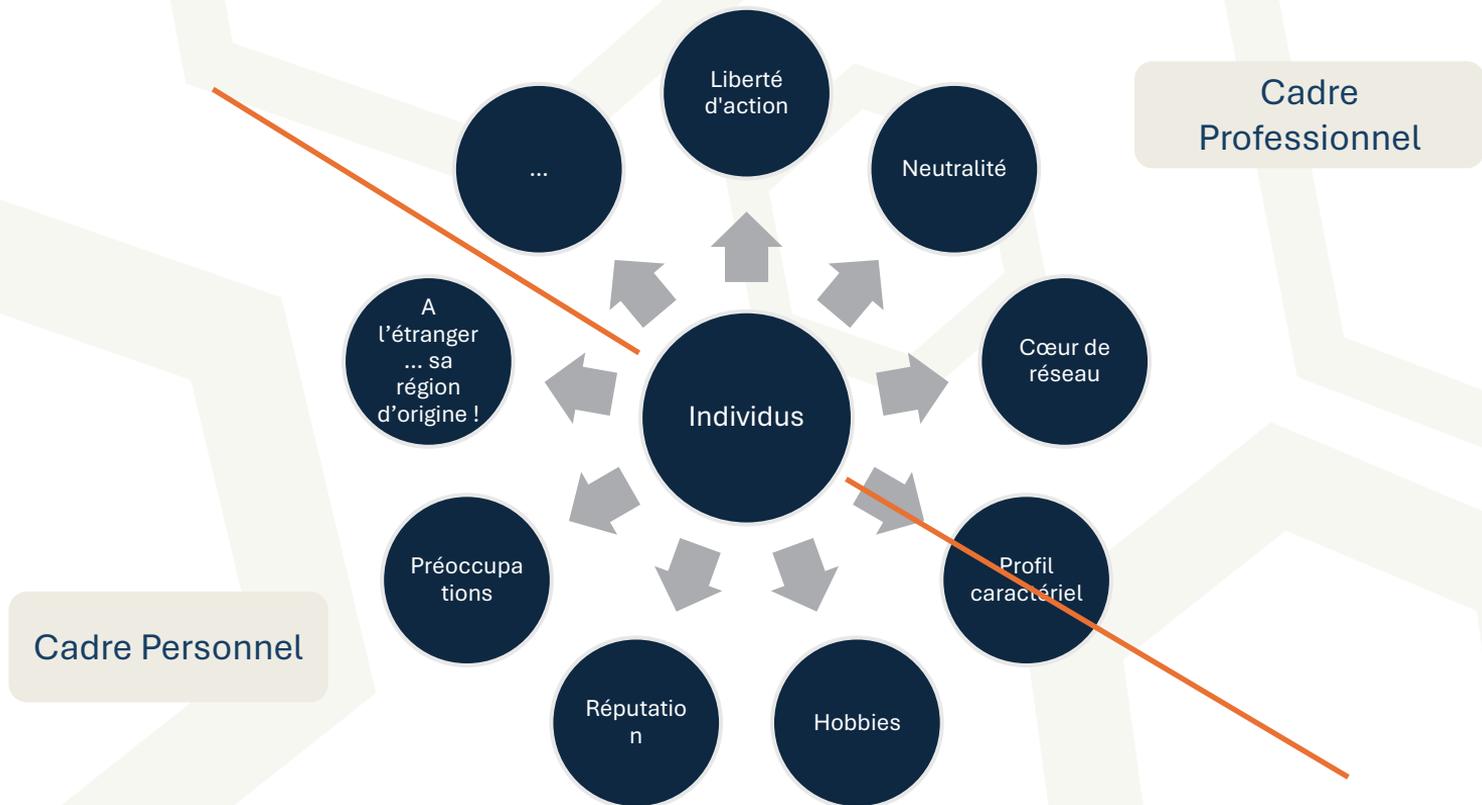
- Journaux
- Journaux internes
- Magazines spécialisés
- Blogs
- Réseaux sociaux

Etalonner les individus dans ces organisations
Mais attention, on ne peut pas être partout !



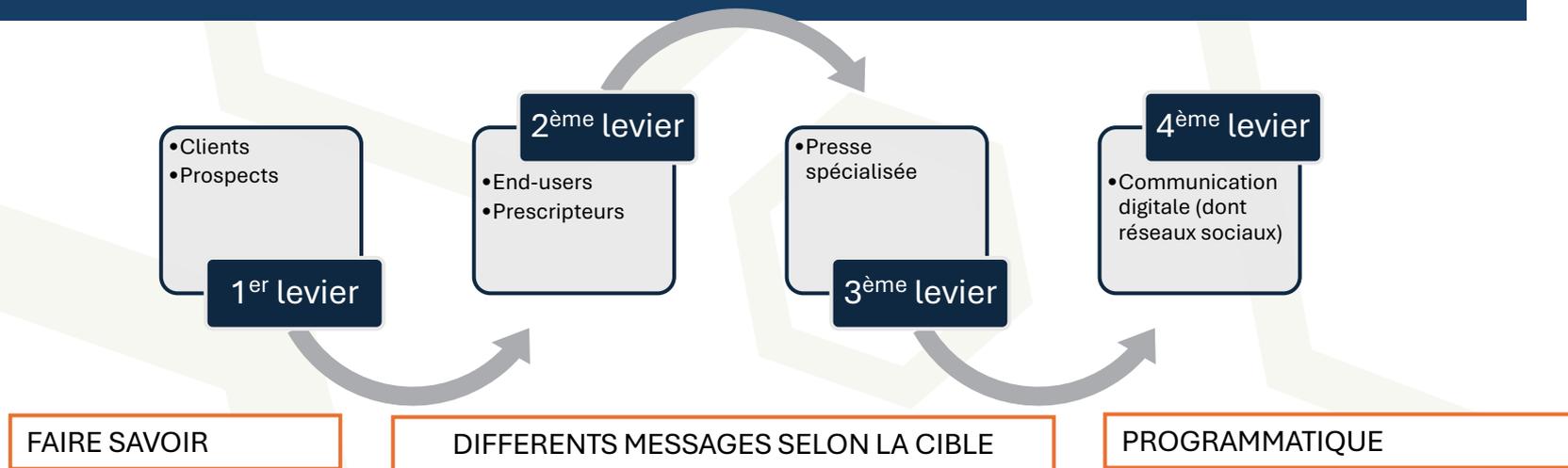


Etalonner les individus





Les canaux de communications



Différents contenus

Newsletters (corporate)
Communiqués de presse
Actualité (au jour le jour)

...



Les formes d'influence

Influence

Communication

Offensive

Lobbying

Rumeur

Manipulation

Désinformation

Leurre

Déstabilisation

Défensive

← Dépend de chaque situation (opportunités / menaces) →



Exemple 1

Mr DURAND saisit l'occasion, avant un salon à l'étranger, d'annoncer sa visite et organiser des réunions avec ses partenaires.

Ils savent que Mr DURAND sera présent et, également informés par des communiqués de presse dans les médias spécialisés et par mailing ciblé.

Si Mr DURAND voit certains d'entre eux, ils ne sont pas à leur bureau (lieu neutre), ce sera plus facile de discuter avec eux.

Même si Mr DURAND ne rencontre pas certains d'entre eux, où bien même s'il ne se déplace pas au salon, ses partenaires seront désireux de savoir qui il a bien pu rencontrer et pourquoi Mr DURAND n'a pas pris le temps de les voir!

(planification surchargé, hiérarchisation des priorités, ...)

Déstabilisation



Exemple 2

Après la lecture d'un communiqué de presse annonçant qu'un concurrent lance un nouveau matériau pour une application aéronautique, Mr DUPONT souhaite découvrir les spécifications techniques.

Il téléphone à son expert technique (réseau humain). Il lui explique qu'il n'y a que 5 experts dans le monde et lui propose d'appeler l'un d'entre eux basé en France. Mais, il ne veut pas que son nom soit mentionné (*respecter la discrétion de la source*)

Après une rapide recherche sur Google, Mr DUPONT repère que la cible a présenté un document technique lors d'une conférence, ... il ya 10 ans.

Mr DUPONT a donc trouvé l'excuse pour l'appeler et engager une conversation.

L'expert ne se souvient pas immédiatement, mais quelques secondes après, il est flatté que Mr DUPONT se soit intéressé à ses travaux !

La relation de confiance est créée et il répond à toutes les questions.

Manipulation



Exemple 3

Un fabricant de matériel électrique possède une usine dans chaque pays européen. Sa stratégie industrielle est basée sur le fait que chaque usine produise selon les réglementations nationales.

Le risque est grand que, dans le cadre d'une harmonisation de la réglementation européenne, ce matériel électrique devienne commun à tous les pays. Cette décision rendrait inutile la présence industrielle dans chaque pays !

Depuis 2 ans, un manager de haut niveau, «électron libre» du fabricant, parcourt l'Europe, entre la Commission Européenne et les organisations professionnelles nationales, pour expliquer l'impact négatif de ce choix.

Il développe un sentiment de peur auprès des associations, des distributeurs, des installateurs, et renforcé par le risque de surcoût d'une telle mesure. De plus, un sentiment d'identité nationale grandit autour de cet équipement.

Le projet de directive européenne ne verra pas le jour. Son entreprise continue à produire dans chaque pays.

Lobbying



Exemple 4

Un client demande à la société industrielle GECO de visiter à sa ligne de production pour vérifier le process. Une date est fixée et il vient avec quatre de ses collaborateurs.

Dans le doute, GECO confie à un collaborateur, le soin d'installer une machine en plus, recouverte d'une bâche, tout en simulant une continuité (branchements fictifs).

Le jour J, la visite commence, et le directeur industriel décrit la première machine, puis, la deuxième machine. En arrivant à la troisième, cachée sous une bâche, il explique très furtivement, quelques ajustements en cours de réalisation.

Il poursuit la description du processus et des équipements.

Après trois mois, le client appelle le Directeur industriel et dit: ". Cela fait 3 mois que mes ingénieurs travaillent sur votre troisième machine, mais ils ne comprennent pas sa fonction dans le processus".

Et de lui répondre : "Pour votre entreprise, en quoi cette machine était-elle si importante ?"

Leurre



Exemple 5

En quelques mois, le fournisseur GECO a augmenté le coût de ses produits et le Directeur Achat lui envoie un mail pour organiser une réunion dans son bureau.

Il prépare sa réunion... Il veut qu'il sache que qu'il y a une solution alternative pour réduire les coûts. Simplement, il a trouvé un nouveau fournisseur.

Il prépare alors un devis factice de ce nouveau fournisseur (avec son logo).

Lors de la réunion, il laisse traîner le faux document sur le bureau, puis il le range immédiatement. Il s'assure qu'il a vu le logo et le type de document.

A la fin de la réunion, il accepte de faire un effort pour la prochaine commande.

Désinformation



Conclusion



Conclusion

« La chance n'existe pas, ce que vous appelez chance, c'est l'attention aux détails », *Winston Churchill*



Le hasard n'existe pas !

Savoir raisonner en
LOGIQUE FLOUE



FRAMATECH

Annexe



4 Boulevard d'Arras 13004 Marseille, France

Siret 344 351 879 000 46 | Organisme de formation N° 93 13 13363 13 | NAF 7112B

Web : www.framatech.fr | E-mail : contact@framatech.fr | Tél. +33 491 955 570c



Annexe 1

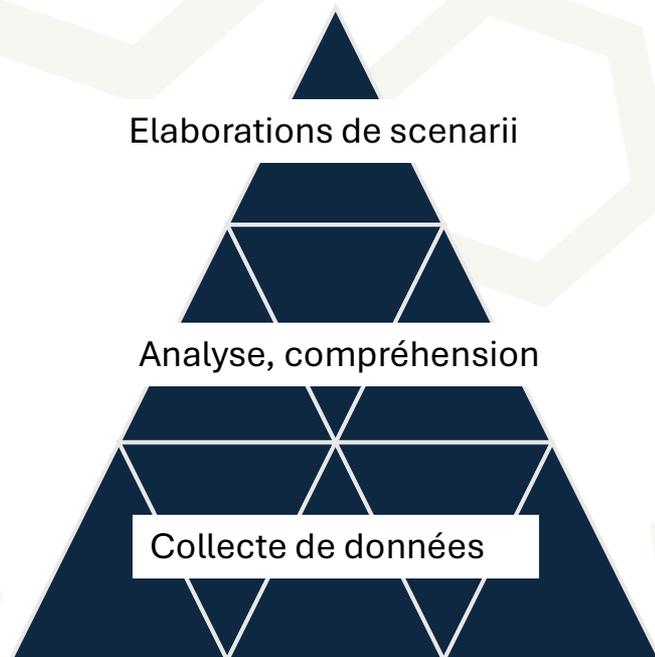
Illustration de l'IE en milieu industriel

Cas d'une coopération industrielle



Principe fondamental

*Chaque décision, très opérationnelle ou plus stratégique, est associée à **une chaîne de questions** qui nécessitent des informations pour y répondre, et avancer dans la réflexion, les choix et l'exécution des actions.*



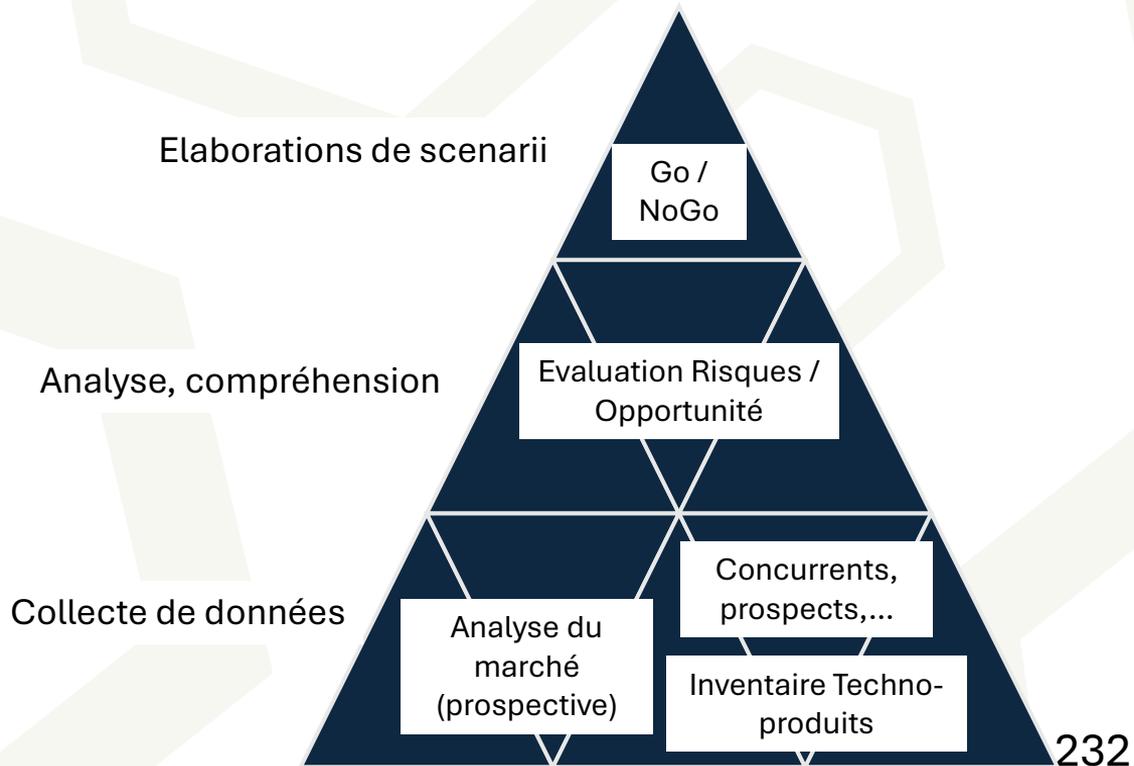


Enoncé

- Une start-up a conçu un module technologique à intégrer dans un dispositif de coupe-circuit pour le marché de l'appareillage électrique.
- Vision du chef d'entreprise
 - Mettre en place une alliance industrielle avec un des acteurs de ce marché
- Volonté du chef d'entreprise :
 - Délivrer une licence non exclusive, avec un des acteurs de l'appareillage électrique (grands volumes) jusqu'à la vente par leur réseau de distribution



Traduction dans la démarche d'intelligence économique et industrielle



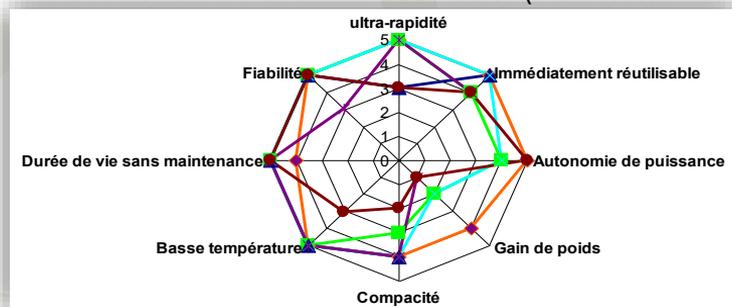


Collecter et rendre d'information « intelligible »

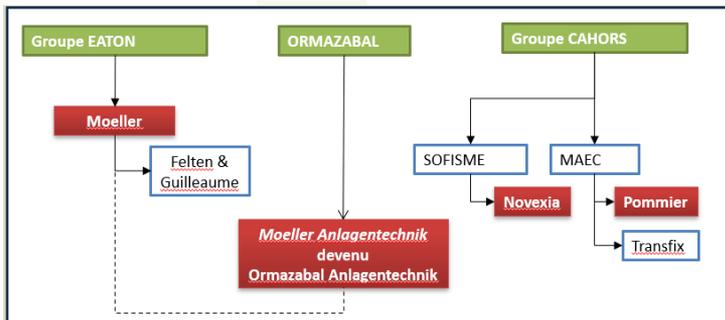
1. Tableau Techno / Produits (collecte des informations formelles)

Sociétés	Observation	Huile	air comprimé	Vide	SF ₆	Techno Start-up	live tank	dead tank	HTA	HTB
ABB					x		x	x	x	x
Areva T&D	HTB : (live, dead) = SF ₆ / HTB : vide, SF ₆	x	x	x	x		x	x	x	x
Siemens	HTA : vide (live) / HTB : SF ₆ (live, dead)			x	x		x	x	x	x
Schneider Electric	vide (40 %) / SF ₆ (60 %) / < 36 kV, électro- amant.			x	x		x	x	x	
CEL France	<24 kV	x	x	x	x				x	
Daba									x	
Driescher			x	x	x				x	
Duriez Industrie		x	x	x	x				x	
Guerin	Intégrateur fusibles		x		x				x	
Moeller	BT ?								0	0
Novexia	Inter & fusibles HTA		x		x				x	
Ormazabal	unité "ekor RPG" & cellules								x	
Pommier	Intégrateur								x	

2. Radar des atouts de la techno/Produits (interviews « terrain »)



3. Organigramme des appartenances (degré de liberté, rapport de force,...)



Concurrence : la Commission sanctionne Alstom, Areva, Siemens, Schneider et consorts

(Boursier.com) – La Commission Européenne a infligé une amende de plus de 750,7 Millions d'Euros aux membres de l'entente sur les appareillages de commutation à isolation gazeuse. 11 groupes d'entreprises sont concernés **ABB, Alstom, Areva, Fuji, Hitachi Japan, AE Power Systems, Mitsubishi Electric Corporation, Schneider, Siemens, Toshiba** et VA Tech.

« Essentiel de la durée de l'infraction, une ancienne filiale d'Alstom, rachetée par Areva quatre ans avant la fin de l'entente, est également responsable, avec Alstom, de l'infraction. Le groupe Areva est responsable de l'infraction pour la période à compter du rachat de cette filiale jusqu'à la fin de l'entente, quatre mois plus tard », explique la Commission.



« Entre 1988 et 2004, les sociétés ont truqué des appels d'offres, fixé des prix, se sont attribués des projets, se sont répartis les marchés et ont échangé des informations commercialement importantes et confidentielles. ABB a obtenu une immunité totale de l'amende en application du programme de clémence de la Commission, car c'est la première entreprise qui ait fourni des renseignements sur l'entente. Vu le montant total des amendes infligées en l'espèce, il s'agit de l'ensemble d'amendes le plus important, en terme de chiffres, infligées pour une seule entente, et l'amende de 396.562.500 d'euros infligée à Siemens constitue l'amende la plus élevée que la Commission ait jamais infligée à une seule entreprise pour une seule entente illégale », indique l'autorité européenne.

Siemens échappe donc de 396,56 ME d'amende, tandis qu'ABB, grâce à sa collaboration, évite un montant de 21,15 ME. Côté français, Alstom paiera 65,02 ME, Areva 53,55 ME et Schneider 9,1 ME. Notons que Siemens, qui a racheté VA Tech dans l'intervalle, s'acquittera également des 22,05 ME d'amende infligés à ce titre, si bien que la sanction totale du géant allemand se monte à plus de 418 ME.



Construire son SWOT « accès aux marchés »

- **Réduction des coûts de maintenance**
- **Continuité du service**
- **Performances intrinsèques**

Avantages



- **Méconnaissance** de la techno
- **Coût** à l'investissement ?
- Nécessité de **normaliser** ? (5 ans !)

Inconvénients



- Demande des **pays émergents**
- Dominance des parts de marchés en Europe (pour les acteurs européens)
- Développement des installations utilisant les **énergies renouvelables**.
- Interconnexion des réseaux de distribution

Opportunités



- Réglementation intra-pays.
- Autres procédés +/- connus à ce jour (à analyser)
- **Prix**

Menaces





Construire son SWOT « GG vs PME »

Avantage

Grand groupe

Puissance industrielle & commerciale

Positionnement **international**

Recherche d'avantage concurrentiel sans (ou peu) de R&D interne

Poids des **procédures internes** de conformité à leurs métiers

Poids des **processus de décision**

PME

Partenariat à **taille humaine**

Capacité de la start-up à **contrôler le partenaire**

Economie de R&D

Rapidité de **décision**

Limite du CA à l'international, donc plutôt **centré sur l'Europe**

Inconvénient



Construire son SWOT « GG vs PME »

Opportunités

Grand groupe

Potentiel rapide de croissance

Forte capacité de **défense du brevet**

Absorption à moyen terme.

Négociations : durée / difficulté...

PME

Positionnement concurrentiel vis à vis des « gros »

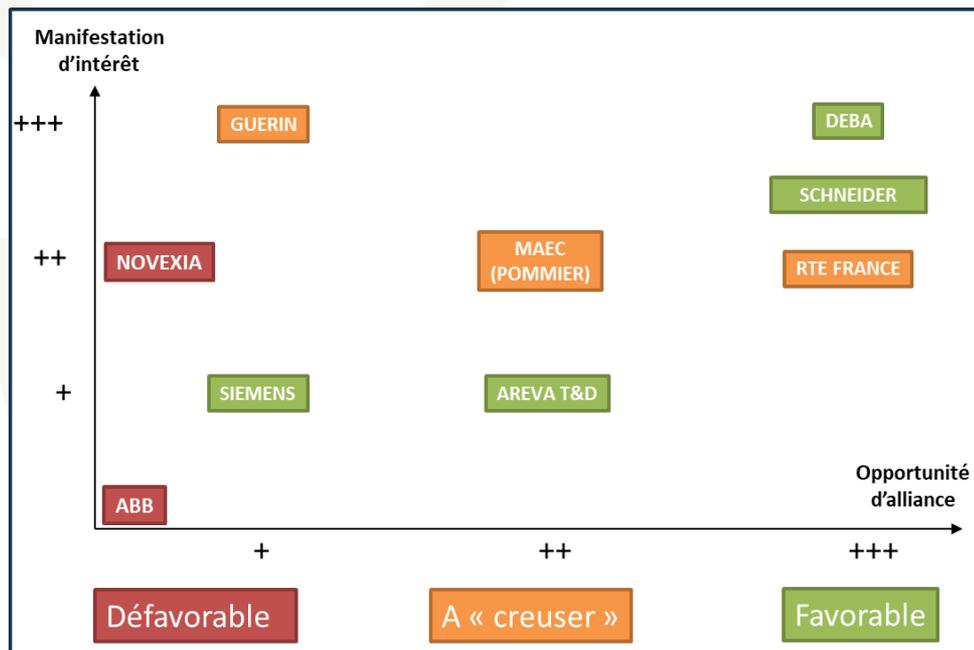
Accès à la HT (et / ou à la production)

Jeux des fusions / acquisitions
(exemple de Moeller et de Novexia) qui peuvent modifier les « règles de jeu » avec la politique des actionnaires.

Menaces



Illustrer pour mieux décider





Annexe 2

Synthèse d'une démarche en intelligence économique



Profil





Questions posées ?





Choix du pays en exploitant des sources formelles

Hiérarchisation des pays cibles avec des données d'entrées comme :

- km d'autoroute/pays
- Taux d'équipements pour la sécurité
- Réglementation et politique nationale de sécurité autoroutière (les grands projets)
- Saturation du marché (concurrence)
- ...

Choix d'un pays prioritaire

- Opportunités d'accès au marché « public »
- Ecosystème des acteurs :
 - Décideurs publics et les interlocuteurs techniques (de terrain)
 - Sociétés d'équipements et d'installation de matériels





Stratégie de pénétration

Identifier les décideurs

- Se faire connaître par les services techniques des autoroutes du Maroc
- Comprendre les modes de décisions
- Connaître les projets sur les 18 prochains mois

Choisir le mode de présence local

- Analyse des opportunités & menaces
- Profil d'un partenaire local à court terme

Planification d'un 1er déplacement



Qualification et sélection du partenaire

- Le profil du partenaire est validé

Collecte de données

- Information financière, capitalistique (collecte « formelle »)
- Informations complémentaires « informelles » grâce au réseau humain local pour valider la pertinence du partenaire
 - *image, réputation de l'entreprise, de son dirigeant, ses propres réseaux, son degré d'influence (d'accès aux marchés), ses préoccupations sociales,...*
 - *Affaires réalisées, en cours, est-ce ça s'est bien passé ?*

Evaluer son intérêt et plus ...

- Présenter l'idée de s'appuyer sur lui !
- Le faire parler (permettant de recouper les informations déjà connues)
- Lui montrer qu'on a des relations localement (équilibre des forces)
- Trouver des connaissances communes
- Lui faire comprendre l'intérêt pour lui (pour son entreprise, pour lui-même)



1ères actions commerciales

- Démarrage de la prospection

Planification & rencontre des décideurs

- Rencontrer les décideurs,
- Connaître les prochains AO

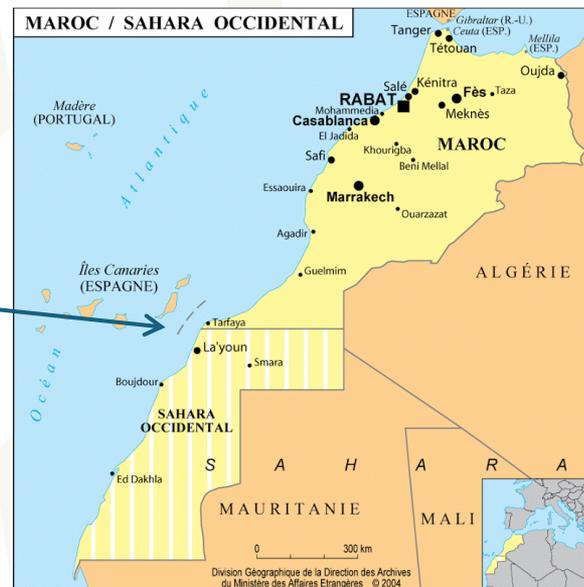
« Mise sous tension » du partenaire marocain

- Fournir de l'information régulièrement au partenaire pour le maintenir « en éveil »
- Lui faire suggérer des actions commerciales
- Se déplacer régulièrement pour montrer notre présence locale et actualiser notre connaissance sur ses projets, ses motivations,...



Anecdote

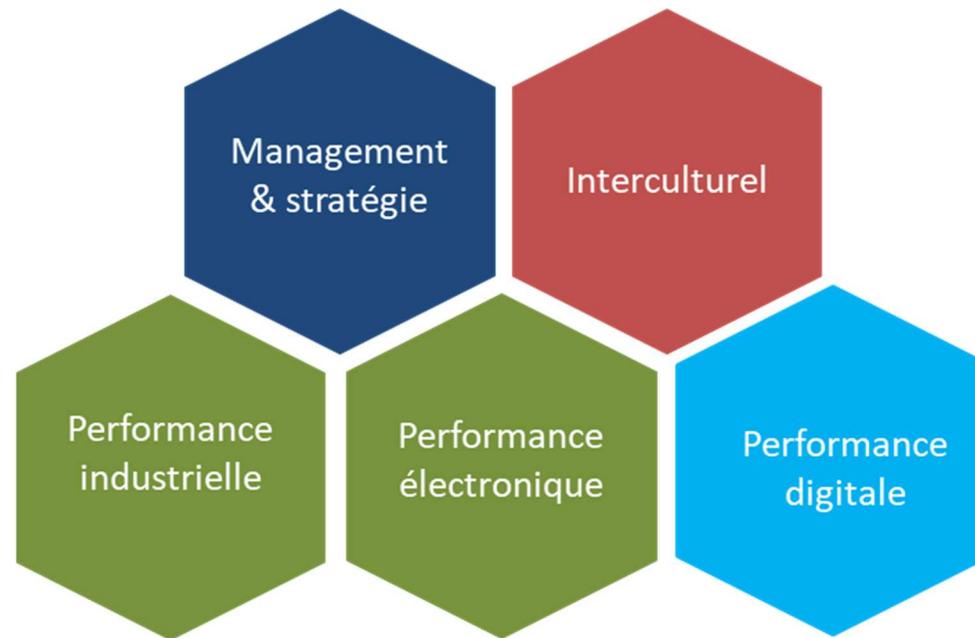
- *Lors de l'envoi de la plaquette de présentation de la PME à la société d'autoroute, Administration donc, le Directeur Central nous fait remarquer (avec un certain étonnement) que le Sahara occidental appartient au Royaume du Maroc !*
- *Et demande à ce que ce soit rectifié !*
- *Nous mettrons la frontière en traits pointillés*





FRAMATECH

Une offre de formations adaptée à vos situations professionnelles



FRAMATECH S.A. au capital de 38112 Euros

Etudes & mises en œuvre de stratégies industrielles internationales - Hautes Technologies

4 Boulevard d'Arras - 13004 Marseille - France

Tél. +33 491 95 55 70 | Mail : contact@framatech.fr | Web : www.framatech.fr

Organisme de formation n° 93060115506 – Siret 344 351 879 00046 – NAF : 7112B