

Enquête sur les pratiques de VEILLE & d'INTELLIGENCE ECONOMIQUE des entreprises bretonnes

Synthèse de l'enquête 2009



Novembre 2009



- L'enquête sur les pratiques de veille et d'intelligence économique des entreprises bretonnes a été conduite en mars 2009 par l'arist Bretagne, en partenariat avec les Chambres de Commerce et d'Industrie de Bretagne.
- Elle a pour objet de recueillir et d'analyser les pratiques de veille et d'intelligence économique des entreprises bretonnes, de mesurer leur difficultés, mais également les progrès accomplis dans ces domaines depuis que nous réalisons cette enquête, soit 2001.
- Le questionnaire de l'édition 2009 a été recentré sur les pratiques d'intelligence économique.
- Autres nouveautés de cette campagne :
 - La mise en place d'un panel de répondants.
 - L'offre d'un bilan personnalisé des pratiques de veille et d'intelligence économique de l'entreprise répondante.
- Le questionnaire se compose de quatre parties :
 - A - Votre intérêt pour l'intelligence économique
 - B - L'organisation de votre veille
 - C - Votre maîtrise des outils de veille sur Internet
 - D - La sécurisation de votre information
- Auxquelles s'ajoute le chapitre sur le Panel & les Bilans personnalisés.
- Le questionnaire a été adressé par e-mailing et mailing-fax à 4405 destinataires, collaborateurs identifiés d'établissements bretons selon les critères suivants :
 - Industrie : établissements de 10 salariés et plus
 - Services aux entreprises : établissements de 5 salariés et plus
 - Bâtiment et Travaux Publics : établissements de 5 salariés et plus
 - Filière bois : établissements de 5 salariés et plus
- 226 entreprises ont participé à notre enquête, soit **un taux de réponse de 5,1 %**.



APPROPRIATION DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Connaissance et Niveau de maîtrise

Le concept d'intelligence économique reste **flou** pour près de la moitié des répondants et, parmi les 3 volets, c'est le volet de la **VEILLE** qui se révèle le mieux connu des entreprises, puis la **PROTECTION DE L'INFORMATION** et enfin **L'INFLUENCE**. S'agissant des pratiques liées à l'intelligence économique, de nouveau, le volet **VEILLE** s'illustre par un **niveau de maîtrise supérieur** aux autres volets, le moins bien maîtrisé étant **L'INFLUENCE**.



Finalités

L'intelligence économique est, avant tout, perçue comme **une force d'anticipation offensive** destinée à :



- capter les enjeux à venir et devancer les attentes des clients, mais aussi améliorer les compétences nécessaires pour relever ces défis ;
- aider à mieux définir la stratégie de l'entreprise, à trouver de nouveaux débouchés et développer de nouveaux produits ;
- et de manière plus opérationnelle, à mettre ses produits en conformité et accéder à de nouvelles technologies ;

même si elle conserve un côté **plus défensif** au travers de la surveillance des concurrents.



L'intelligence économique souffre d'une vision trop parcellaire, centrée sur la Veille. Il serait souhaitable de poursuivre les efforts de "démystification" de l'intelligence économique et d'œuvrer pour une meilleure lisibilité des 2 autres volets :

- la **protection de l'information** et
- **l'influence**.

De plus, il subsiste un écart important entre la connaissance de ces 2 volets - Protection et Influence - et leur niveau de maîtrise par les entreprises.



ORGANISATION DE LA VEILLE

Management

Les **dirigeants** confirment leur rôle prépondérant dans l'organisation de la veille, et ce, au détriment d'une transversalité plus efficace. Cependant, de plus en plus d'entreprises semblent avoir recours à des services de veille externes, y compris payants, au 2ème rang desquels figure les CCI (après les services web gratuits).



Typologie d'informations recherchées

L'accès à l'information économique demeure la principale difficulté en matière de veille :

- les données de marché, les informations sur les concurrents et les clients constituent les types d'informations les plus difficiles à se procurer ;
- par contre, pour la 1ère fois, la proportion d'entreprises qui éprouvent des difficultés à accéder à l'information normative & réglementaire régresse.



Sources d'information exploitées

Le palmarès des sources qu'utilisent les entreprises pour trouver de l'information est légèrement remanié par rapport aux années passées :



- c'est la 1ère fois que l'internet gratuit arrive en tête des sources, devant la presse ;
- s'invitent également dans ce peloton de tête, les confrères et autres entreprises, source à rapprocher des communautés d'entreprises ;
- à noter, un tassement des salons et du recours aux organisations professionnelles.

Difficultés de mise en œuvre de la veille

Les entreprises constatent, dans des proportions identiques aux années passées, l'imperfection de leur organisation de veille : environ 40 % estiment leur fonction de veille pas du tout structurée tandis que 30 % la jugent partiellement structurée, et par conséquent grandement perfectible.

Néanmoins, elles manifestent massivement leurs « bonnes intentions » et l'intérêt qu'elles auraient à améliorer leur système de veille.



Voici un état des principales difficultés invoquées dans le "mauvais fonctionnement" de la veille :

- l'incapacité à transformer les informations de veille en leviers d'action, ainsi que le manque de compétences en veille ;
- sont, ensuite, invoquées les difficultés liées au traitement et à l'analyse ;
- puis, pour environ 23 % des répondants, sont mentionnées deux difficultés qui relèvent également de ressources humaines insuffisantes : il s'agit de l'extraction de l'information utile et l'identification des sources d'information pertinentes ;
- de manière également significative (22,3 %), les entreprises reconnaissent un manque de transversalité de l'organisation, et notamment un lien insuffisant entre la veille et les démarches prospectives de l'entreprise.

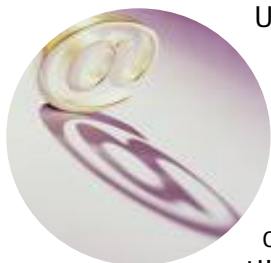


Les entreprises bretonnes font état de 3 grands types de difficultés dans la mise en œuvre de leurs dispositifs de veille :

- Les difficultés opérationnelles
- Les difficultés en lien avec la stratégie de l'entreprise
- Les difficultés en lien avec le management

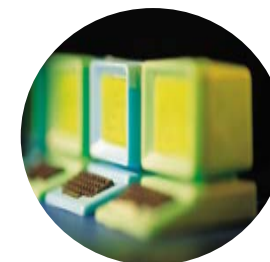


MAITRISE DES OUTILS DE VEILLE SUR INTERNET



Une proportion importante d'entreprises admet que son niveau de maîtrise des outils de veille sur internet ne permet pas d'assurer une veille satisfaisante et efficace. La connaissance très partielle de la palette des outils du web, ainsi qu'un faible recours à des formations spécifiques constituent deux explications tangibles à cet état de fait.

Néanmoins, seulement 1/3 des entreprises estime que des formations permettraient d'améliorer leur vigilance tandis que la moitié d'entre elles reste dubitative sur l'apport de telles formations. Peut-être ces entreprises ne sont-elles pas suffisamment conscientes des risques encourus par une mauvaise politique de communication sur le web ainsi que par l'efficacité réelle des outils de surveillance qu'offre le web.



La proportion d'entreprises qui a déjà eu recours à une formation sur les usages d'internet reste minoritaire (de l'ordre de 22 %) tandis qu'un certain scepticisme demeure quant à franchir le pas pour améliorer son dispositif de veille sur le web, et ce malgré **une insatisfaction partagée par une majorité d'entreprises quant à l'efficacité de leur dispositif, et une utilisation assez "superficielle" de la panoplie des outils de veille sur le web.**

Or, nous observons qu'une bonne maîtrise des pratiques de veille sur le web participe d'une efficacité du dispositif de veille dans sa globalité, même s'il n'y suffit pas. Elle agit en particulier :

- sur une meilleure connaissance des sources d'information et des services de veille externes ;
- comme "catalyseur" de transversalité à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise ;
- et, sur l'ouverture de l'entreprise au monde qui l'entoure, posture indispensable à une organisation de veille efficace.



SECURISATION DE L'INFORMATION



Une sensibilisation à la sécurité pas encore acquise : l'écart entre la proportion d'entreprises qui ont identifié des savoir-faire stratégiques et celles qui les protègent reste important (environ 20 %).

Un point positif, cependant, à l'actif des entreprises : leurs moyens de protection sont assez diversifiés, avec le secret et les contrats de confidentialité en tête.



L'observation des pratiques de sécurisation de l'information des entreprises bretonnes fait état de 3 constats :

- Une amélioration des pratiques sur la protection des process et des informations stratégiques (2 répondants sur 3).
- Une sous-évaluation des risques liés aux nouvelles technologies de l'information :
 - faible recours aux chartes de sécurité pour l'usage d'internet et du matériel informatique ;
 - minorité d'entreprises qui surveille sa propre image sur le web.
- Une appréhension des risques et une formalisation peu ancrée dans les pratiques :
 - faible recours à des organismes spécialisés en sécurité de l'information ;
 - appréhension des risques de crise peu fréquente à l'exception des entreprises agroalimentaires ;
 - sous-estimation des risques inhérents aux personnels en déplacement.



Création d'un panel sur l'intelligence économique & Accès à un bilan personnalisé des pratiques de l'entreprise



- Les répondants à l'enquête ont fait preuve d'un fort engouement tant pour la participation à un panel d'entreprises sur la thématique de l'intelligence économique (65 % des répondants) que sur notre offre d'un bilan personnalisé des pratiques d'intelligence économique (75 % des répondants), soit :
 - 90 panelistes
 - 106 demandes de bilan personnalisé.



- Les demandes de bilan personnalisé ne concernent pas uniquement des entreprises qui se sont déclarées "organisées" en matière de veille, d'où l'intérêt d'une large diffusion pour faire connaître ce dispositif au plus grand nombre.



Voici quelques pistes de réflexion à partir desquelles le comité de pilotage de l'enquête fera des propositions d'actions en faveur d'une meilleure appropriation des démarches d'intelligence économique par les entreprises, et ce, afin d'accroître leur compétitivité :

1. Assurer, à l'intelligence économique, une meilleure couverture dans les supports de communication régionaux.
2. Rendre l'Intelligence économique plus concrète et appropriable : <ul style="list-style-type: none"> • au travers d'une communication adaptée aux préoccupations des entreprises ; • au travers d'actions de sensibilisation.
3. Communiquer sur l'Intelligence économique en utilisant la force de l'exemple : <ul style="list-style-type: none"> • au travers de témoignages d'entreprises représentatives de démarches d'intelligence économique sur les 3 volets ; • en mettant en évidence l'efficacité des organisations collégiales de la veille dans les entreprises ; • en relatant des expériences malheureuses d'entreprises en matière de sécurisation de l'information.
4. Orienter les entreprises vers les professionnels de l'intelligence économique : <ul style="list-style-type: none"> • pour qu'elles puissent se décharger d'une partie de la collecte et de la surveillance des informations au profit de l'analyse et de la transformation de ces informations en leviers d'actions ; • pour qu'elles assurent une meilleure synergie entre la stratégie de l'entreprise et la veille.
5. Améliorer les pratiques de veille sur le web par une approche différenciée selon le niveau de pratique des entreprises : <ul style="list-style-type: none"> • par des accompagnements semi-collectifs pour une prise en main des outils du web ; • par des formations qui font le lien avec le volet « Sécurisation » ; • par des informations / formations pratiques de perfectionnement à l'usage des outils du web.
6. Aider les entreprises à « mettre le pied à l'étrier » en matière de sécurisation : <ul style="list-style-type: none"> • par des actions de sensibilisation à la notion de risque en mettant cette notion au cœur des démarches de conduite de projet ; • par des interventions intra-entreprise pour la mise en place de chartes de sécurité à l'usage d'internet.
7. Améliorer le ciblage et l'évaluation des actions régionales en faveur de l'intelligence économique : <ul style="list-style-type: none"> • par une meilleure connaissance des besoins, globalement et individuellement, des entreprises grâce au panel ; • par des enquêtes de satisfaction, à chaud et à froid, auprès des entreprises qui ont participé à des actions d'intelligence économique.
8. Créer une communauté d'entreprises autour de l'intelligence économique : <ul style="list-style-type: none"> • en proposant, aux panelistes, des services préférentiels en matière d'intelligence économique ; • en suscitant des échanges de bonnes pratiques entre panelistes.



Pour tout complément d'information sur cette enquête, votre contact à l'arist Bretagne :

Laure BRIANTAIS

Tél : 02 99 25 41 25

laure.briantais@bretagne.cci.fr