



Réunion du Comité stratégique pour l'avenir de l'industrie automobile, le 8 juin 2009, à Bercy, sous la présidence de Luc Chatel, secrétaire d'État en charge de l'Industrie (table du fond, au centre).

HAMILTON/REA

## à l'IE est-elle utile à l'entreprise ?

L'intelligence économique en entreprise permet de développer la capacité des collaborateurs à s'ouvrir et à partager l'information. Les entreprises de toutes tailles, désormais globalisées, ont besoin de ce partage afin de développer les compétences de leurs collaborateurs. Bernard Lecomte, délégué régional de Veolia et président de notre conseil d'administration, souligne d'ailleurs la nécessité pour tous les cadres de maîtriser les fondamentaux de l'intelligence économique afin de manager au mieux l'information détenue par les collaborateurs de par le monde.

**TOUS LES JOURS**, des informations inédites et des analyses décryptent le monde de l'intelligence économique sur [Latribune.fr](http://Latribune.fr). Les stratégies des services publics, des ministères de l'Intérieur, de la Défense, de l'Économie et des Finances, les pratiques des entreprises, les mouvements dans les cabinets-conseils sont passés au peigne fin.

► **Contact** : [pjunghans@latribune.fr](mailto:pjunghans@latribune.fr)

► **Adresse du blog** : <http://www.latribune.fr/blogs/le-blog-intelligence-economique-de-pascal-junghans/le-blog-intelligence-economique-de-pascal-junghans.html>

## RÉSEAUX

# Comment les managers se procurent de l'information utile

« **POUR OBTENIR DE L'INFORMATION**, il faut construire des réseaux, qu'ils soient humains ou technologiques ! » affirme Ludovic François, professeur affilié à HEC et directeur de la « Revue internationale d'intelligence économique ». Le spécialiste cite les échanges entre cadres britanniques issus de différentes entreprises mais qui se retrouvent dans le même « pub » pour échanger des informations, nouer des contacts, consolider leurs réseaux. Un travail basique d'intelligence économique, qui est « un outil du quotidien du manager pour lui permettre d'être mieux informé afin de mieux décider », insiste Ludovic François.

**ÉCHANGER ET PROTÉGER L'INFO**  
Comment ensuite procéder pour construire ses réseaux ? « Le plus simple est de débuter par une recherche



BLOOMBERG

d'information via Internet. Le manager doit se former pour accéder à des sources d'informations sélectionnées afin de disposer d'une information rapide sans perte de temps. Ensuite, le cadre doit identifier des sources humaines dans et hors l'entreprise. Ces sources formeront son réseau. Il produira des informations lorsque le manager engagera avec les membres de son réseau des entretiens libres et

*Le manager doit se former à la recherche des sources d'informations pertinentes.*

astucieux. C'est alors un réseau de partage

qui se constitue en créant des synergies. L'appropriation de l'information sans partage est un crime ! » explique Ludovic François.

La gestion et le partage d'information exigent cependant quelques précautions : « Le manager, s'il doit échanger, doit aussi protéger les informations sensibles sur son organisation afin qu'aucune fuite ne survienne. » Un équilibre délicat à tenir. P.J.