

L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE AU SERVICE DE L'INNOVATION

*Mettez votre entreprise en posture
d'innovation permanente !*



Christian Coutenceau

François Barbara, Véronique Chapuis-Thouault, William Everett, Caroline Gans-Combe,
Xavier Jacquin, Muriel Penillain, Claude Valle, Edmond de Vigouroux d'Arvieu, Muriel
Mirande, Bruno Racouchot, Alexandre Tissot

L'intelligence économique
au service
de l'innovation

EYROLLES

Préface de Jean-Marc Gaucher,
Président de la société Repetto

SOMMAIRE.

QUI SOMMES-NOUS ?	3
NOTRE APPROCHE ET NOS AXES D'ACTION	4
NOTRE OUVRAGE	5
COMMUNIQUE DE PRESSE	9
LES AUTEURS	10
CONTACT	12

QUI SOMMES NOUS ?

HEC
PARIS
ALUMNI

Groupement
Technologies
avancées

Nous sommes le think tank du groupement Technologies Avancées de HEC Alumni. Créé en 2005 par Christian Coutenceau, président du groupement, il s'est ensuite élargi en dehors du cadre HEC.

Le groupe est composé de créateurs d'entreprises, de dirigeants et cadres dirigeants travaillant dans toutes tailles d'entreprises et secteurs d'activités.

Nous nous sommes fixés comme objectifs de développer de nouvelles approches simples et pragmatiques pour les PME, entreprises innovantes et régions, de promouvoir la réflexion stratégique et le pilotage opérationnel par la détection et l'exploitation des signaux faibles, leur circulation entre la recherche et l'industrie & les services pour produire l'innovation la mieux adaptée.

Il s'agit, au delà de la survie même de leur survie, de mettre nos entreprises en posture d'innovation permanente, d'irriguer la croissance du pays et de créer les emplois qualifiés et pérennes de demain.

Après avoir conçu la méthode MADIE d'aide à la décision par l'intelligence économique qui a reçu une mention spéciale du jury pour le prix de l'Intelligence Economique 2008, nous avons publié en 2009 aux Editions Eyrolles le "Guide Pratique de l'Intelligence Economique" préfacé par Alain Juillet ancien Haut Responsable pour l'Intelligence Economique en France auprès du premier Ministre.

Nous avons également choisi d'accompagner quelques projets afin de sensibiliser les dirigeants des entreprises françaises sur la

nécessité de déployer l'intelligence économique, de dispenser des formations (ENA, EM Lyon ...), de donner des conférences en France et à l'étranger (Dubai, Algérie)

Notre but est inscrit dans les principes fondateurs de notre groupe :

- Aider à créer les emplois qualifiés et pérennes de demain
- Sensibiliser sur l'apport de l'intelligence économique dans la prise de décisions stratégiques et l'innovation
- Partager notre expérience

NOTRE VISION PERMET AUX DIRIGEANTS

- D'adapter en permanence leur stratégie par une capture et une exploitation des informations décisives,
- De créer les conditions d'un management coopératif
- De déployer une politique de protection,
- De construire un plan de veille adapté aux enjeux stratégiques et impliquant tous les collaborateurs,
- De mettre l'entreprise en posture de guet permanente et favoriser l'innovation au sein de l'entreprise, orienter plus finement sa R&D.

NOTRE APPROCHE & NOS AXES D'ACTION.

Notre approche se veut pragmatique et issue de nos expériences en développement d'entreprises. Elle s'inscrit dans le temps long de la stratégie : où serai-je dans 10, 20 ou 30 ans ?

Elle s'appuie sur les apports d'une entreprise ouverte sur son écosystème et participative, ce qui ne veut pas dire naïve.

Autour de la méthode MADIE (méthode d'aide à la décision par l'intelligence économique), pivot de notre démarche et qui vient en complément du plan stratégique, nous apportons dans cet ouvrage des réponses concrètes à l'innovation et la co-innovation illustrées par de très nombreux cas réels. Nous proposons également de nouvelles approches pour le financement de l'innovation, la transformation des organisations, le développement économique territorial, la stratégie d'influence en nous appuyant sur la maîtrise des informations stratégiques.



NOTRE OUVRAGE

L'intelligence économique au service de l'innovation - Mettez votre entreprise en posture d'innovation permanente !

Ouvrage collectif, « *L'Intelligence Economique au Service de l'Innovation* » regroupe des visions multi-métiers et apporte des conseils applicables à tout type de structure pour mettre l'entreprise en posture d'innovation permanente. Cet ouvrage constitué de 50 fiches propose des méthodes et des outils directement opérationnels pour :

- innover en collaboration avec votre écosystème ;
- construire des alliances pérennes tout en pilotant le patrimoine immatériel de l'entreprise ;
- veiller pour détecter les informations décisives avant les autres ;
- protéger vos actifs et ressources clés ;
- accroître vos capacités de financement des innovations ;
- transformer vos organisations pour les rendre promptes à intégrer les changements ;
- être un acteur d'influence en vous appuyant sur les valeurs intrinsèques et l'identité de l'entreprise ;
- développer l'attractivité de nos territoires, terreau de nos entreprises.



INNOVATION ET CO-INNOVATION

Sur des marchés en recomposition permanente où la concurrence est impitoyable, les entreprises, voire les collectivités territoriales doivent concevoir des offres adaptées aux attentes des marchés en procurant des avantages concurrentiels.

A cela s'ajoute le fait qu'il est devenu très difficile, voire impossible d'innover seul. La co-innovation est de mise et ses pré-requis sont la collecte d'informations décisives et la culture de son écosystème. De nombreuses réussites d'entreprises démontrent que savoir gérer les échanges d'informations avec son écosystème est la voie de l'adaptabilité et du succès.



CONSTRUIRE SON PATRIMOINE IMMATÉRIEL

La capacité de l'entreprise à créer de la valeur et à bâtir une assise stable dépend de la qualité de son patrimoine immatériel (droits de propriété industrielle et intellectuelle). Une approche nouvelle de ce patrimoine est proposée pour en avoir une vision pratique et synthétique présentant les technologies avec les droits qui y sont attachés et non pas les droits seuls. Sous cet angle, le patrimoine devient un outil de mobilisation interne et un véhicule de communication avec les partenaires.



S'ALLIER ET COLLABORER

Collaborer est devenu vital. Or, quelque soit le type d'alliance établi, l'enjeu pour l'entreprise est partager des informations et des savoir-faire sans se faire piller. Pour y parvenir, elle doit avoir une vision pratique des clés de montage d'une collaboration en connaissant les moyens qui permettent d'établir un équilibre raisonnable entre les partenaires, de créer la confiance, de développer le patrimoine immatériel de chacun et, si besoin est, de rayonner pour attirer de nouveaux partenaires.



VEILLE

Anticiper implique une volonté, une vision et quelques moyens de la part du dirigeant. La bonne perception des enjeux permettra de ne chercher que de l'information décisive à l'aide d'une démarche et des outils professionnels. Nos expériences montrent que repérer les opportunités et les marchés de demain exige une veille structurée et évolutive sachant traiter les informations numériques ou non et impliquant l'ensemble des collaborateurs.



PROTECTION

Dans un contexte économique très tendu et de compétition mondiale acharnée, les entreprises sont soumises à un espionnage industriel de plus en plus systématique de la part de leurs concurrents voire d'acteurs étatiques. Les technologies numériques, la multiplication des partenariats et la mondialisation accroissent considérablement les risques de fuite d'informations et les vulnérabilités. Pour tenter de répondre à ces menaces, nous proposons une approche pragmatique issue de nos expériences du terrain qui passe par une protection de toute la chaîne des éléments de l'écosystème de l'entreprise et plus particulièrement de tous ses actifs à haute valeur stratégique.



MADIE

MÉTHODE MADIE : s'adapter aux aléas et minimiser la prise de risque

Dans des environnements concurrentiels exacerbés, les entreprises n'ont d'autres choix que s'adapter en permanence. La méthode MADIE est un exercice continu et aligné sur la stratégie, dont l'objet est de faire de l'agilité une composante de l'ADN de l'entreprise. Elle permet de décider et d'agir sur deux cycles de temps en impliquant les partenaires :

- Le temps de l'urgence lorsque se présentent des opportunités ou des menaces. Ce temps est celui de l'agilité ;
- Le temps long, celui de la stratégie, et qui décrit où l'entreprise sera dans dix, vingt ou trente ans. Il guide la prise de décision et l'action dans l'urgence.



DÉCIDER ET INNOVER DANS UN ENVIRONNEMENT INCERTAIN

Décider et innover dans un environnement incertain soumis aux pressions concurrentielles multiples et en perpétuel mouvement est un exercice difficile. Savoir où l'on veut être dans 10, 20 ou 30 ans est nécessaire mais pas suffisant. Il faut être en mesure d'exploiter les informations collectées et de capitaliser sur les opportunités (ou les menaces) en s'appuyant sur une méthode impliquant l'ensemble des parties prenantes, la méthode MADIE. Cette posture offensive et ouverte sur son écosystème transforme l'entreprise en hub, la rend plus agile et apte à fédérer ses partenaires.



INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCEMENT DE L'INNOVATION

Le financement des PME est aujourd'hui encore majoritairement fondé sur la dette et autres moyens demandant des contreparties. Or les prises de garanties réelles sont étroitement corrélées à la valeur que leur donne le pourvoyeur de fonds, et de cette valeur dépend le financement accordé. Pourtant, ces actifs souvent fondamentaux pour l'exploitation de la structure sont pour l'essentiel mal valorisés. Nous proposons une approche différenciée de la valorisation des actifs pour accroître les capacités de financement des innovations, non pas en proposant une nouvelle norme ou un nouveau principe qui viendraient renforcer l'hétérogénéité actuelle, mais en essayant de revenir plus fondamentalement sur la notion de valeur, et sur sa mesure et son traitement par les sciences de gestion.



RÉINVENTER UN MANAGEMENT DURABLE

Les changements qui impactent actuellement les entreprises (globalisation, générations, digitalisation, recherche de repères...) et interagissent sans cesse dans une accélération permanente, nous imposent de revisiter le management afin de trouver un nouvel équilibre. Loin d'une nouvelle approche théorique, nous vous invitons simplement à repenser ce que vous attendez du management afin de mettre votre entreprise en posture d'innovation durable. Comment les dirigeants doivent-ils incarner leur leadership ? Comment peut-on mobiliser les collaborateurs autour d'une vision partagée ? Quels sont les chemins pour rétablir confiance et bien-être, au service d'une nouvelle forme d'efficacité et d'une approche qui concilie hommes et systèmes ? Grâce à notre expérience, nous vous proposons pistes de réflexion et idées de solutions au carrefour de la mise en œuvre de MADIE.



PILOTAGE DU DÉVELOPPEMENT ECONOMIQUE TERRITORIAL

Les régions sont soumises, comme les entreprises, aux pressions de la concurrence mondiale. Le développement économique d'une région dépend en grande partie de sa capacité à attirer et conserver sur son territoire des entreprises performantes et productrices de valeur ajoutée, autour desquelles pourront se développer des activités génératrices des emplois qualifiés de demain. Pour atteindre cet objectif, les régions doivent être capables, dans le cadre d'une stratégie à long terme, et en adoptant une démarche globale et cohérente, de fédérer toutes les ressources et les compétences disponibles sur leur territoire. Elles créeront ainsi le terreau et les offres en relation avec les attentes des acteurs économiques permettant l'implantation et le développement des entreprises.



INFLUENCE

Sur un mode indirect et transverse, l'influence accompagne la stratégie de l'entreprise pour voir loin et rayonner en direction de ses partenaires, des décideurs publics ou privés et des relais d'opinion, grâce à une identité puissante. Via des messages réguliers, structurés, délivrant du sens et des repères et s'appuyant sur les valeurs intrinsèques de l'entreprise, la communication d'influence est un élément clé dans la création d'avantages concurrentiels et l'optimisation du capital immatériel et financier. Elle est à la portée de tous sans investissements démesurés et s'appuie sur une vision objective de l'environnement une approche structurée et fédératrice.



CONCLUSION

Une stratégie inscrite dans le long terme et non subordonnée aux gestionnaires et aux financiers, une vision claire et objective de son environnement, l'aptitude à construire des passerelles entre les métiers et entre les mondes, et la faculté de savoir faire le pas de côté qui permet de penser « autrement » sont les ferments de l'innovation. L'innovation est un état d'esprit, elle n'est pas que technologique et l'entreprise la passerelle entre la recherche et les marchés.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Un livre-méthode pour une entreprise innovante

Quatre ans après la publication du "Guide pratique de l'intelligence économique", les créateurs de la méthode MADIE ont enrichi leur approche en l'étendant à la culture des écosystèmes

L'innovation continue est le meilleur moyen pour les entreprises de devenir et de rester compétitives. Dans un monde où l'information est à la portée de tous, le savoir et sa transmission sont devenus des éléments clés pour développer son agilité. «*L'Intelligence Economique au Service de l'Innovation*» fournit aux dirigeants d'entreprise des méthodes pour se positionner sur les marchés de demain.

Cet ouvrage collectif aborde les différents thèmes relatifs à l'innovation et la co-innovation, la construction du patrimoine immatériel, les collaborations, la veille et la protection de son entreprise. Il actualise la Méthode d'Aide à la Décision par l'Intelligence Economique (MADIE), mention spéciale du jury pour le prix de l'Intelligence Economique 2008, développée dans le «*Guide Pratique de l'Intelligence Economique*».

La méthode MADIE s'adresse à toute entreprise souhaitant mettre l'intelligence économique au service de sa réflexion stratégique et de son

pilotage opérationnel. Elle dote les entreprises d'une meilleure capacité d'anticipation ainsi que d'une vision objective de leur environnement. Son contenu méthodologique est adapté à la réalité des organisations actuelles et s'adresse aussi bien aux entreprises petites ou grandes qu'aux régions et autres communautés territoriales.

Les douze co-auteurs de cet ouvrage ont développé des expertises dans des domaines très variés où ils ont pu expérimenter le bénéfice stratégique apporté, grâce au développement de l'intelligence économique, à la capacité d'innovation de l'entreprise dans tous ses domaines d'activités. Tous ont à cœur de partager leurs pratiques et savoir-faire dans une démarche désintéressée afin de convaincre les dirigeants d'entreprises et de régions que le succès et la croissance sont à leur portée.

POUR NOUS CONTACTER

Christian Coutenceau, *Président du groupement Technologies Avancées de HEC Alumni*
christian.coutenceau@mailhec.com
+33(0)6 09 82 69 01

INFORMATIONS !

***L'Intelligence
Économique au Service
de l'Innovation – Mettez
votre entreprise en posture
d'innovation permanente !***

paru aux éditions Eyrolles

404 pages

Ouvrage préfacé par Jean-Marc Gaucher, PDG de la société Repetto

En vente le 16 Janvier 2014

34 €

Au rayon Stratégie dans les points de vente habituels.

Retrouvez toutes les informations
autour de l'ouvrage sur :
<http://www.madie.fr/>

LES AUTEURS



CHRISTIAN COUTENCEAU – Président du groupe « Technologies avancées » de l'association des diplômés HEC, fondateur et animateur du groupe de réflexion sur l'innovation et l'intelligence économique auteur de cet ouvrage et membre permanent de l'Académie d'intelligence économique. Partner au sein du groupe Grandir.



FRANÇOIS BARBARA – Dirigeant du Public Système Ressources, société spécialisée dans l'organisation d'événements et filiale du groupe Public Système Hopscotch.



VÉRONIQUE CHAPUIS-THUALT – Directrice Juridique et Propriété Intellectuelle d'Armines et administrateur de l'Association Française des Juristes d'Entreprise et Secrétaire du CCIAG (Corporate Counsel International Arbitration Group).



WILLIAM EVERETT – Président (et fondateur) de Dewdrops, société qui applique des biotechnologies au traitement de certains déchets nucléaires.



CAROLINE GANS-COMBE – Présidente fondatrice de Reihoo, société dont l'objet est l'audit/valorisation de projet, et le transfert de compétences sur les méthodes de gestion de projet et financement de l'innovation. Expert et auditeur pour la Commission européenne sur l'éthique, la gouvernance, les technologies de l'information et plus spécifiquement sur les questions de sécurité des données et les sciences de la vie.



XAVIER JACQUIN – Directeur de département commercial chez Mediatransports, filiale média du groupe Publicis, co-fondateur d'une société de services de veille externalisés en mode SaaS (solution as a service)



MURIEL MIRANDE – Consultante en ressources humaines, stratégie sociale et transformation d'entreprise



MURIEL POUILLAIN – Présidente du directoire du groupe GSEF (BTP, énergies renouvelables)



BRUNO RACOUCHOT – Dirigeant fondateur de Comes Communication, installée à Paris, Toronto (Canada) et São Paulo (Brésil)



ALEXANDRE TISSOT – Dirigeant du cabinet conseil Subria, spécialisé en solutions innovantes pour les RH et le Management.



CLAUDE VALLE – Consultant dans les domaines Aéronautique, Défense et Sécurité, basé à Dubaï pour le Moyen-Orient (société ADS Consulting). Président de la Chambre de Commerce Française à Dubaï.



EDMOND DE VIGOUROUX D'ARVIEU – Dirigeant sûreté du groupe SANOFI

CONTACT



Christian Coutenceau

Président du groupement Technologies Avancées de HEC Alumni

christian.coutenceau@mailhec.com

+33(0)6 09 82 69 01

