



L' arme de l'intelligence économique (n.2864)

Problèmes économiques
La Documentation française

4,5 €

Problèmes économiques

N° 2.864

8 décembre 2004

DOSSIER : L'arme de l'intelligence économique

Les leçons de l'étranger

Accomex

Jean- Daniel Gardère

Certes, le mouvement de globalisation à l'œuvre tend à gommer la notion de nations, et partant de frontières. Il reste que « l'effet frontière » subsiste. L'auteur passe en revue la manière dont l'intelligence économique est mise selon les pays au service de l'influence. Deux grandes tendances se dégagent. D'une part, le Policy – mix anglo-saxon avec le modèle dominant et exemplaire américain et d'autre part, les expériences moins dirigistes et beaucoup plus informelles pratiquées par l'Allemagne, le Japon, l'Espagne ou encore d'Italie. Ces dernières attestent que des moyens plus modestes que ceux mis en œuvre par la première économie mondiale sont loin d'être disqualifiants.

Quelques exemples d'affrontements France – États-Unis

Politique internationale

Ali Laidi

Au cours des années 1990, l'offensive des sociétés américaines en direction de la France s'est intensifiée. La CIA (Central intelligence agency) multiplie ses activités dans les affaires économiques. Des agences de sécurité sont réorientées vers le renseignement économique. L'auteur revient sur l'affaire Airbus de 1994 où les Français se sont fait doubler par les services d'espionnage américains ainsi que sur l'affaire Thomson CSF. Avant le 11 septembre 2001, les ressources financières de la CIA consacrées à l'intelligence économique atteignaient 40% de son budget total... Par ailleurs, toutes les directions d'entreprises américaines de dimension technologique internationale disposent d'une cellule solide en intelligence économique ayant fait preuve à de multiples occasions de leur capacité à s'infiltrer dans des sociétés françaises. Dans ce contexte, la France paraît quelque peu à la traîne...

Les enseignements de l'affaire Gemplus

Diplomatie

Nicolas Moinet

En 1988, six ingénieurs de Thomson quittent l'entreprise pour tenter l'aventure de la carte à puce. Le démarrage de Gemplus est foudroyant. Avec la mise sur le marché financier quatre ans plus tard, d'une partie des actions de la société française - aujourd'hui Luxembourgeoise - le capital de cette dernière s'ouvre à de nombreux étrangers. Le fonds d'investissement américain TPG devient ainsi l'actionnaire principal du groupe. En 2002, le leader mondial des cartes à puces nomme à sa tête un Américain, administrateur de In-Q-Tel, le fonds de capital-risque créé par la CIA, chargé de favoriser l'émergence des nouvelles technologies de l'information intéressant la sécurité nationale. Le savoir-faire de Gemplus intéresse grandement les Américains. L'auteur montre comment cette affaire et tant d'autres posent la question de la maîtrise des technologies-clés pour la sécurité nationale, notamment économique. Face à la puissance américaine, la France manque de visibilité, et partant, demeure sur une posture essentiellement défensive.

L'intelligence économique ou l'école de la guerre

Harvard Business Manager

Christian Harbulot

L'auteur montre comment évolue le contenu de l'intelligence économique. La mise en place d'un système de gestion de l'information performant apparaît aujourd'hui au cœur du concept. L'émergence, au cours des dix dernières années, de la société de l'information s'est traduite par une modification de la nature des affrontements économiques et concurrentiels. Les attaques par le biais de l'information ont supplanté celles entreprises à travers le renseignement ou le marketing traditionnel, selon Christian Harbulot. Les campagnes de déstabilisation d'une entreprise au moyen d'attaques portées contre son image ont un pouvoir de nuisance important. L'objectif consiste à identifier les failles et les contradictions d'une entreprise cible, puis à émettre des informations négatives sur cet adversaire, l'amenant ainsi dans une position où il sera contraint de se justifier. Les entreprises doivent absolument se doter de moyens spécifiques pour faire face à cette nouvelle forme de guerre économique. A cet égard, le modèle français souffre d'un trop grand colbertisme et d'une culture d'une culture profondément

marquée par le colbertisme et d'une sensibilisation insuffisante aux nouvelles stratégies développées dans le cadre de la concurrence économique, estime ce spécialiste en Intelligence économique.

Faible mobilisation des réseaux dans les PME - PMI

Humanisme et Entreprise

D. Phanuel

Dans un contexte où la concurrence se fait plus dure, et à l'heure où de nombreuses grandes entreprises françaises se sont lancées dans la pratique de l'intelligence économique, l'auteur s'interroge sur la place de cette activité au sein des PME - PMI. Le concept de réseau interne (dirigeants, salariés, experts...) et externe (acteurs de marché et hors marché...) à l'entreprise apparaît étroitement lié à celui d'intelligence économique. D'après la théorie, de nombreux acteurs internes et externes devraient être mobilisés. Or, les résultats d'une étude de terrain menée dans un département français montrent que les PME- PMI utilisent un réseau externe étendu et un réseau interne restreint et centré sur le dirigeant qui joue le rôle d'acteur pivot.

Année d'édition : 2004 48 pages, 21x27 cm
Réf. : 3303332028641 ISSN : 0032-9304