

# LE VEILLEUR DANS LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

**2èmes Assises de l'Intelligence Économique  
Alger – 10 novembre 2008**



V. DARMON et C. SARFATI -  
Université Paris 12



# Le veilleur dans la stratégie de l'entreprise

## • **Plan**

- Introduction par l'intelligence économique
- Pourquoi faire de la veille ?
- Comment la rendre opérationnelle ?
- Quelle place stratégique pour le veilleur ?
- Conclusion

# Introduction par l'IE(1/4)

## — Constats :

- Société de l'information vers société de la connaissance
- Mondialisation
- Développement d'outils de diffusion et de partage d'informations

# Introduction par l'IE(2/4)



V. DARMON et C. SARFATI -  
Université Paris 12

# Introduction par l'IE(3/4)



V. DARMON et C. SARFATI -  
Université Paris 12

# Introduction par l'IE(4/4)

- IE : enjeu pour les PME et pour l'État
- Veilleur : entrée choisie pour appuyer la stratégie de l'entreprise ou des services de l'État
- Veille : au cœur des métiers de l'IE

# Pourquoi faire de la veille ? (1/5)

- **Différents types de veilles :**
  - - Veille concurrentielle
  - - Veille technologique
  - - Veille produit
  - - Veille juridique et réglementaire
  - - Veille sociétale
  - - Veille environnementale, ...

# Pourquoi faire de la veille ? (2/5)

- **En interne à l'entreprise :**
  - Faciliter le partage des informations
  - Développer la diffusion des informations
  - Communiquer sur des éléments de stratégie de l'entreprise
  - Faire émerger une culture d'entreprise



# Pourquoi faire de la veille ? (3/5)

- **En interne à l'entreprise :**
  - - Permettre une meilleure réactivité
  - - Protéger son patrimoine immatériel
  - - Faciliter la conduite du changement
  - - Mieux anticiper des risques

# Pourquoi faire de la veille ? (4/5)

- **En externe à l'entreprise :**
  - Connaître son environnement (produits, technologies, concurrents, clients, fournisseurs,...)
  - Donner une image opérationnelle et dynamique de l'entreprise
  - Comprendre les évolutions et changements en cours ou à venir

# Pourquoi faire de la veille ? (5/5)

- Ne pas faire de veille a un coût
- Organiser la veille conduit à retour sur investissement
- Faire de la veille aide à la prise de décisions
- Faire de la veille améliore la réactivité
- Faire de la veille favorise l'innovation
- Faire de la veille limite l'incertitude.

# Comment rendre la veille opérationnelle ? (1/6)

- Promotion de sa veille
- Recrutement et choix du veilleur :  
développement sur ce métier
- Choix des outils à utiliser et à faire partager :  
cf conférence ultérieure le 11/11

# Comment rendre la veille opérationnelle ? (2/6)

- **Promotion de la veille :**
  - Donner une image valorisante du métier et de la structure de veille
  - Analyser l’image de cette structure au sein de l’entreprise
  - Limiter les freins internes au développement de la veille.

# Comment rendre la veille opérationnelle ? (3/6)

## Recrutement et choix :

- Les missions du veilleur

- Les activités du veilleur

  - LA DÉFINITION DES BESOINS D'INFORMATION

  - LA RECHERCHE D'INFORMATION

  - L'EXPLOITATION DE D'INFORMATION

  - LA DIFFUSION DE L'INFORMATION

# Comment rendre la veille opérationnelle ? (4/6)

## Recrutement et choix :

- Les compétences du veilleur
  - LES COMPÉTENCES TECHNOLOGIQUES
  - LES COMPÉTENCES GÉNÉRALES
- Les qualités / aptitudes du veilleur

# Comment rendre la veille opérationnelle ? (5/6)

## Recrutement et choix :

- **La certification**
  - La voie universitaire évalue :
    - Les connaissances
    - Les savoirs faire
  - La Validation des Acquis de l'Expérience reconnaît:
    - L'acquisition des compétences par la voie expérientielle



# Comment rendre la veille opérationnelle ? (6/6)

## Recrutement et choix :

- Les enjeux de la VAE
- Le changement d'image et de symbolique du diplôme

# Quelle place stratégique pour la veille ? (1/4)

- **Questionnement préalable :**
  - - Créer ou pas un poste ou un service ?
  - - Développer ou pas la veille ?
  - - Internaliser ou externaliser la fonction ?

# Quelle place stratégique pour la veille ? (2/4)

- Choix du périmètre attribué à la veille
- Choix des outils (gratuits ou payants)
- Alliance de la confiance et de la discrétion avec la nécessaire promotion de la veille, au moins en interne

# Quelle place stratégique pour la veille ? (3/4)

Critères de positionnement de la structure de veille : **en interne**

- Lisibilité et légitimité
- Organisation de la veille et, éventuellement, nouvelle répartition des tâches
- Proximité des instances décisionnelles
- Gestion et circulation des informations

# Quelle place stratégique pour la veille ? (4/4)

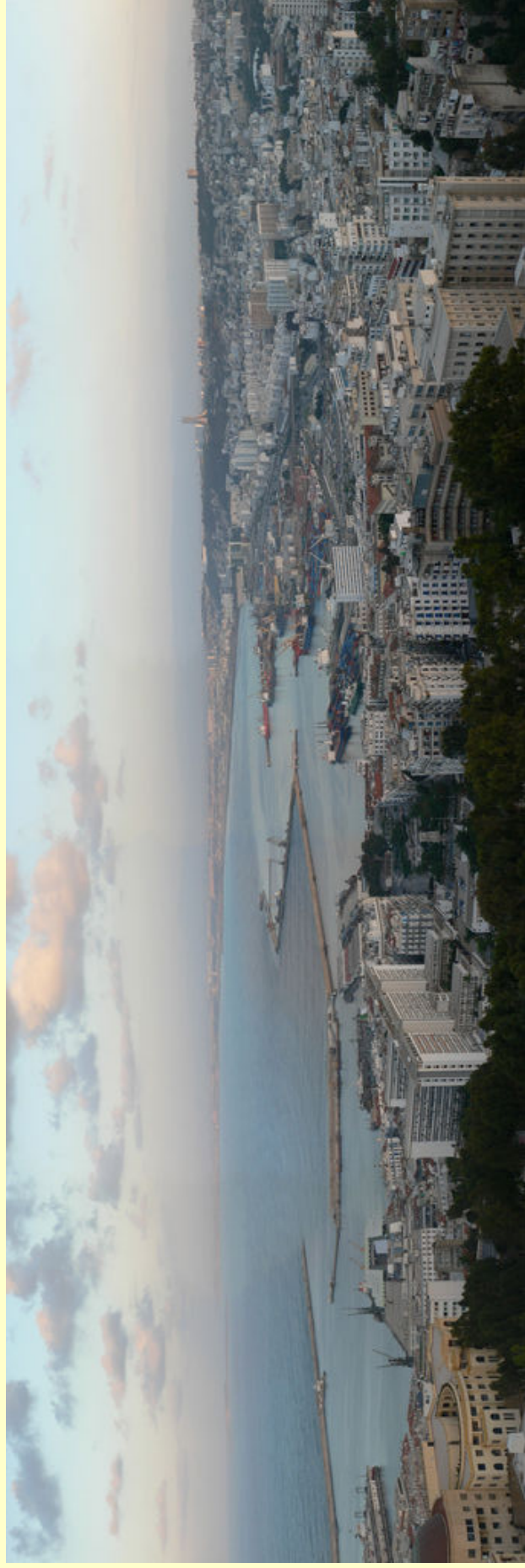
Critères de positionnement de la structure de veille : **en externe**

- Visibilité ou pas ?
- Retour de satisfaction ou pas de clients ?
- Regroupement d'entreprises ou pas ?
- Autres critères

# Conclusion (1/4)

- Moyen indispensable de rester dans la compétition mondiale
- Enjeu majeur de toute entreprise
- « La veille est un ménage à trois : le veilleur, l’outil et le problème posé »  
(Marie-Madeleine SALMON)

# Conclusion (2/4)



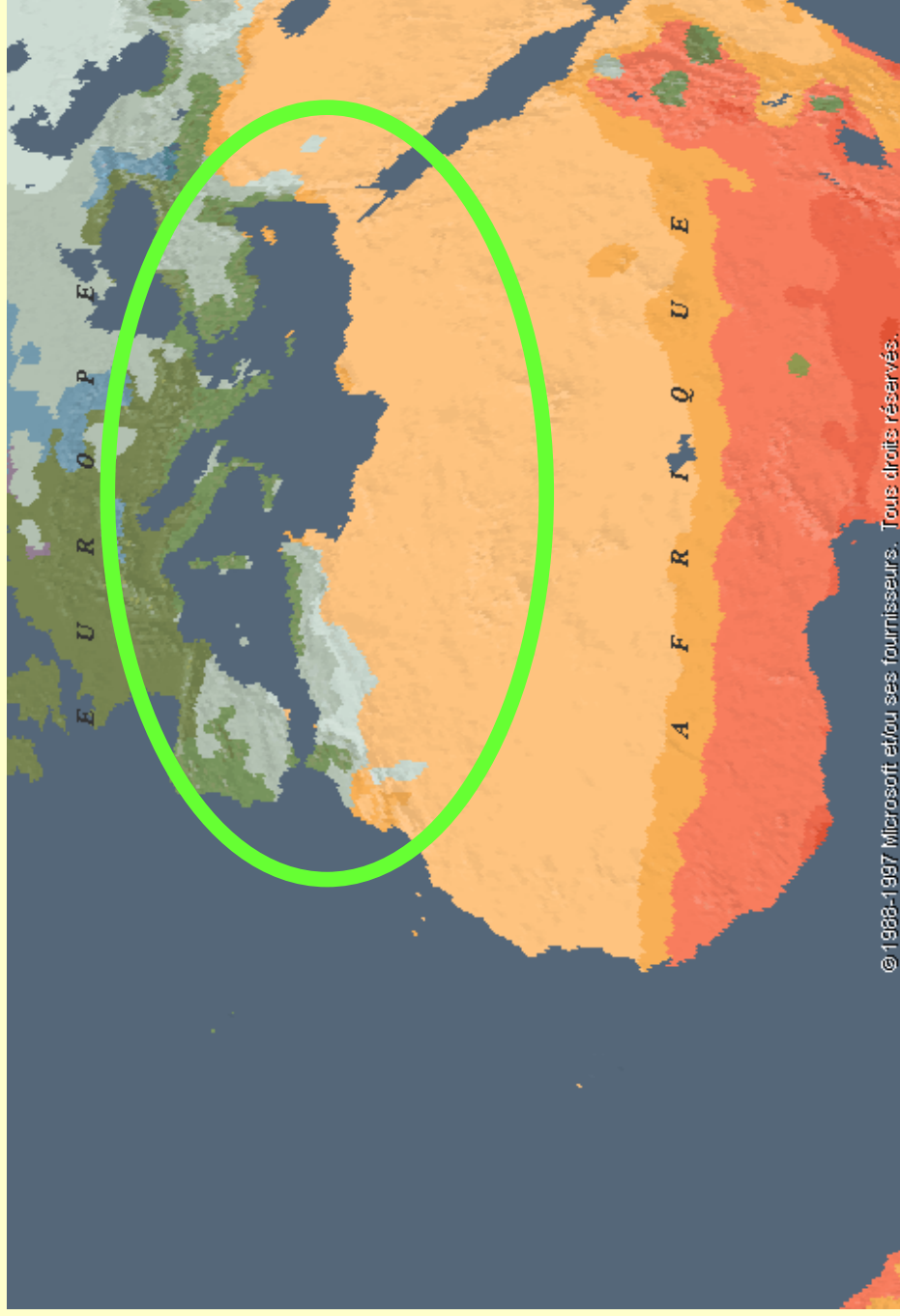
# Conclusion (3/4)



V. DARMON et C. SARFATI -  
Université Paris 12



# Conclusion (4/4)



Véronique DARMON : [darmon@univ-paris12.fr](mailto:darmon@univ-paris12.fr)

Claire SARFATI : [sarfati@univ-paris12.fr](mailto:sarfati@univ-paris12.fr)

V. DARMON et C. SARFATI -  
Université Paris 12