



Publié le 02/08/2017

« Intelligence économique et stratégie d'entreprise », revue i2D n°2, juin 2017

Comment participer à l'émergence d'une véritable culture de l'Intelligence économique ?

MOTS-CLÉS :

Le dirigeant d'entreprise, on le savait déjà, doit être multitâches. À la fois DRH, manager, financier, stratège, créatif, il doit épouser tous les aspects de son métier. Il doit aussi assurer la protection de son savoir-faire et celui de ses salariés, se faire veilleur, gestionnaire d'information, influenceur ou encore lobbyiste. La palette est large... mais il peut déléguer.

C'est pourquoi de nouveaux métiers viennent répondre à ces exigences. Pour ne pas disparaître, rester concurrentiel, dominer le marché, faire face à la cybercriminalité, à la contrefaçon, au pillage d'idées et de compétences, de nouveaux comportements, qui relèvent souvent du bon sens - malheureusement souvent oublié - en même temps que de savoirs métiers, doivent être adoptés. Ce qui peut sembler complexe au premier abord à bon nombre d'entreprises françaises est cependant primordial dans un monde en constante mutation où l'anticipation et la capacité d'être à l'écoute de son environnement peuvent s'avérer salutaires.

Ce dossier « Intelligence économique et stratégie d'entreprise » de la revue I2D, dirigé par la CCI Normandie et auquel CCI France a contribué, porte cette ambition : faire en sorte que les professionnels de l'information, premiers acteurs de l'économie de la veille et de la connaissance, puissent s'approprier puis propager au sein de leurs organisations les outils et méthodes qui leur sont liés et ainsi participer à l'émergence d'une véritable culture de l'IE.