

L'intelligence économique

L'intelligence économique, longtemps circonscrite à quelques grands groupes industriels, s'est généralisée avec le développement de la mondialisation. Pour les entreprises, le recours à l'intelligence économique est davantage une nécessité qu'un choix. La complexité croissante des environnements économiques et sociaux, renforcée par la diffusion des nouvelles technologies de l'information, a accru leur vulnérabilité et elles redoutent désormais plus que tout l'obsolescence de leurs pratiques.

Qu'est-ce que l'intelligence économique ?

En 1994, un rapport du Commissariat général au plan intitulé *Intelligence économique et stratégie des entreprises*, dit « rapport Martre », définissait l'intelligence économique comme « l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement, de distribution et de protection de l'information utile aux acteurs économiques, obtenue légalement »¹. Cette définition, qui a fait depuis l'objet de nombreuses variantes, souligne trois aspects fondamentaux : la grande diversité des actions constitutives d'une démarche d'intelligence économique, ses apports en termes de stratégie d'entreprise et son caractère exclusivement légal.

La mise en place d'une démarche d'intelligence économique consiste à mobiliser l'ensemble des potentiels d'actions et d'influence de l'entreprise vis-à-vis de son environnement, en se servant avec rigueur et exhaustivité de ses ressources humaines et technologiques. L'utilisation de l'information en tant qu'arme, offensive ou défensive selon les cas, distingue définitivement l'intelligence économique des simples jeux d'acteurs ou d'influences. Comme le souligne Éric Delbecq, si l'intelligence économique est à la fois une « culture du combat économique et un savoir-faire », elle implique nécessairement une « politique publique de partenariat entre secteur privé et sphère publique ».

Historique de l'intelligence économique

La République de Venise, la Ligue hanséatique, l'Empire britannique à la vocation maritime affirmée furent les premiers à mettre en place une politique d'intelligence économique fondée sur l'idée simple que le partage et la circulation de l'information entre les différents acteurs économiques étaient de nature à favoriser durablement le développement économique dans son ensemble. Ils furent rejoints tardivement en 1950 par le Japon qui devait assurer la reconstruction de sa compétitivité économique et par les États-Unis dans les années 1960, au travers de l'adaptation des pratiques issues du renseignement par les grands groupes industriels et,

a fortiori, depuis l'administration Clinton qui a élevé le soutien des entreprises nationales au rang de priorité gouvernementale.

Il fallut attendre l'effondrement de l'Union soviétique et l'émergence d'un nouveau type de capitalisme hyperconcurrentiel pour que les autres gouvernements prennent conscience de la nécessité de se doter d'une véritable doctrine de préservation de la compétitivité de leurs entreprises et y consacrent de véritables politiques publiques.

En France, une prise de conscience tardive

En 1995, une première tentative de politique publique vit le jour en France. Le Premier ministre Édouard Balladur créa un Comité pour la compétitivité et la sécurité économique dont l'existence fut toutefois éphémère. En dépit de la mobilisation d'une poignée de hauts fonctionnaires et de chefs d'entreprise qui impulsèrent une véritable dynamique par des actions locales, il fallut attendre 2003 et le choc psychologique de la prise de contrôle d'un des fleurons de la technologie française – la société Gemplus – par des fonds d'investissement anglo-saxons, pour qu'un parlementaire soit officiellement chargé par le Premier ministre Jean-Pierre Raffarin de réfléchir spécifiquement au problème de la vulnérabilité des entreprises nationales.

Le rapport du député du Tarn Bernard Carayon² fut à l'origine d'une prise de conscience des faiblesses et vulnérabilités des entreprises françaises. Il contribua, en grande partie, à l'élaboration d'une véritable politique publique nationale d'intelligence économique.

Le dispositif français

La mise en place du Haut Responsable à l'intelligence économique (HRIE), autorité interministérielle placée sous l'autorité du secrétaire général de la défense nationale, constitue la pierre angulaire du dispositif français. Selon ses promoteurs, « la politique publique d'intelligence économique sera à la fois défensive et imaginative, légale et respectueuse des engagements de la France, sans pour autant être naïve »³. Depuis sa création, le HRIE⁴ a mené un ensemble d'actions visant à

¹ Disponible en version intégrale sur le site de La Documentation française : <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/074000410/0000.pdf>

² B. Carayon, *Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale*, coll. « Rapports officiels », La Documentation française, Paris, 2003.

³ www.intelligence-economique.gouv.fr

⁴ Alain Juillet, ancien directeur du renseignement de la DGSE.

promouvoir l'intelligence économique, qu'elles soient de nature opérationnelle – conférences de sensibilisation à destination de l'ensemble des acteurs économiques nationaux (PME, chambres de commerce et d'industrie, chambres des métiers, universités et grandes écoles, organisations patronales) – ou stratégique – définition d'un nouveau périmètre de souveraineté nationale et protection des entreprises françaises victimes de tentatives de déstabilisation.

Le dispositif national d'intelligence économique est relayé, au niveau régional, par la mise en place d'une déclinaison spécifique située à mi-chemin entre la compétitivité économique et l'aménagement du territoire : l'intelligence territoriale. Élaborée par le préfet de région Rémy Pautrat⁵, elle consiste à faire travailler ensemble de multiples acteurs, sur un territoire déterminé et sur des problématiques économiques ciblées. 71 pôles de compétitivité ont ainsi été retenus regroupant chacun, sur un même espace géographique, des entreprises innovantes, des laboratoires de recherche et des organismes de formation, en vue de l'émergence de « champions nationaux ».

Les outils et les moyens

Un consensus s'est globalement dégagé, en termes de structuration du concept d'intelligence économique, autour de trois éléments fondamentaux : la veille, la sécurité économique et l'influence.

● **La veille**, c'est-à-dire la maîtrise de l'information stratégique indispensable à l'entreprise. Dans un monde globalisé où le principal risque est celui de la surinformation, il devient non seulement essentiel de connaître précisément les besoins en information de l'entreprise, mais également de disposer des outils et ressources nécessaires à son recueil et son traitement. La veille informationnelle consiste à mettre à disposition des différents services de l'entreprise les éléments nécessaires à l'anticipation de toute évolution de son environnement susceptible d'avoir un impact sur elle. On distingue plusieurs typologies de veille – concurrentielle, commerciale, technique... – en fonction des destinataires finaux.

● **La sécurité économique**. L'une des conséquences directes du développement sans précédent de la compétition économique mondiale réside dans la mise en place, par certaines entreprises, de véritables politiques de déstabilisation de leurs concurrents par le recours à des campagnes de dénigrement déléguées à certains cabinets spécialisés. Des actions de communication offensives ont ainsi été dirigées contre des entreprises hexagonales de toutes tailles, par exemple l'affaire du benzène dans l'eau Perrier ou la déstabilisation de la filière européenne du saumon d'élevage... Si le but recherché est variable

– élimination d'un concurrent ou tentative de prise de contrôle –, le processus est toujours le même : la fragilisation de la cible par des actions agressives coordonnées. Face à ces menaces bien réelles, les entreprises doivent élaborer des stratégies internes de préservation de leurs informations vitales, notamment par la mise en place d'actions spécifiques au premier rang desquelles figure la sensibilisation de l'ensemble des personnels⁶.

● **L'influence**. Leur environnement étant devenu extrêmement complexe et changeant, les entreprises françaises doivent de plus en plus s'inspirer du savoir-faire anglo-saxon en matière de lobbying pour acquérir une véritable « culture d'influence ». Dictée par la nécessité, cette pratique demeure toutefois très insuffisante, en grande partie du fait d'une incontestable méfiance des entreprises à l'égard de ce qui peut apparaître – à tort – comme une pratique manipulative.



Si, comme le résume le directeur du Centre français de recherche sur le renseignement, Éric Denécé, « l'intelligence économique est un levier qui permet aux entreprises et aux économies de survivre et de se développer », elle peut également être considérée, selon l'expression de Rémy Pautrat, comme un « état d'esprit », dont la diffusion auprès de l'ensemble des acteurs économiques permettra aux entreprises françaises de demeurer des acteurs influents de la compétition économique mondiale.

Rémy Février *

* Responsable de l'enseignement de l'Institut d'études et de recherche pour la sécurité des entreprises (IERSE), il mène également des travaux sur l'intelligence territoriale et enseigne l'intelligence économique en master I et II à l'Université.

Pour en savoir plus

- Éric Delbecq, *Quel patriotisme économique ?*, PUF, Paris, 2008 ; *L'intelligence économique. Une nouvelle culture pour un nouveau monde*, PUF, Paris, 2006
- Christian Marcon et Nicolas Moinet, *L'intelligence économique*, Dunod, Paris, 2006
- Gérard Pardini et Éric Delbecq, *Les politiques d'intelligence économique*, PUF, Paris, 2008

⁵ Pionnier de l'intelligence économique et ancien directeur de la Direction de la surveillance du territoire (DST), président de l'Institut d'études et de recherche pour la sécurité des entreprises.

⁶ La Direction de la surveillance du territoire estime que 78 % des pertes d'informations stratégiques sont d'origine involontaire et dues à l'imprudence des personnels.