

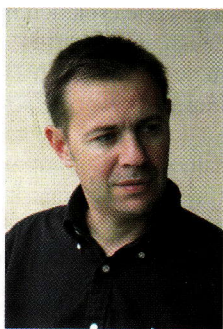
# GUERRE ECO

## COMMENT LES ENTRE

Pour affronter une **concurrence mondiale** toujours plus vive, les Français viennent peu à peu à **l'intelligence économique** qui leur permet d'anticiper les mauvais coups et d'avancer là où des **opportunités** de marchés sont à saisir. Comment font-ils ? Onze spécialistes nous ont confié leurs enrichir secrets. Pour l'heure, seules les sociétés de l'industrie de l'armement sont au diapason de leurs rivales anglo-saxonnes. Les grands groupes montent en puissance. **Mais les PME sont à la traîne.**

### COMMENT L'IE EST ENSEIGNÉE À HEC

Depuis 2001, Ludovic François (M.98) est LE grand spécialiste de l'intelligence économique sur le Campus. Ce professeur affilié dispense des cours aux étudiants en deuxième année et dans quasiment tous les masters spécialisés. Ce sont des modules de 15 à 20 heures, destinés à sensibiliser les étudiants au management de l'information, quel que soit le métier qu'ils exercent. *"L'intelligence économique est une pratique intéressante pour les entreprises. Elle permet de mieux gérer l'information et ainsi de prendre des décisions en maîtrisant mieux l'environnement. Dans mon cours, explique-t-il, il y a quatre parties : l'environnement international (ce que font la France et les autres pays en matière d'IE), le management de l'information (comment effectuer une recherche d'information dans la légalité et le respect de l'éthique), la protection de l'information, et enfin l'influence (le lobbying et surtout la gestion des crises informationnelles)." Ludovic François fait la part belle aux cas pratiques. Lorsqu'il sensibilise les étudiants à la protection de l'information, il évoque notamment l'affaire où Unilever a utilisé un prestataire pour faire les poubelles de Procter & Gamble. L'initiative, provenant de subalternes, avait provoqué un scandale. Autres sujets évoqués : le hacker Kevin Mintnik et sa capacité à dénicher des codes sources les plus difficiles à trouver ; Suez qui, en 2004, mandate une officine pour cambrioler les locaux du belge Electrabel mais qui se fait pincer ; Coca-Cola dont une assistante marketing revendait des informations sensibles à PepsiCo, Canal+ qui "écoute" Bruno Gaccio sur ordre d'un directeur de la sécurité trop zélé, qui l'a payé de sa tête, etc. Ces cas sont destinés à montrer aux étudiants que lorsqu'ils seront en poste, savoir protéger l'information est une nécessité. Mais bien entendu, Ludovic François s'attache davantage à la dimension positive de l'intelligence économique qui consiste à permettre à l'entreprise de gagner en compétitivité grâce à un management efficace de l'information.*



C'est un homme d'une cinquantaine d'années, fondateur d'une belle société cotée au second marché, entrepreneur avisé qui se croyait intouchable. Il avait une confiance absolue en son DG, qu'il prenait pour son fils spirituel. Mais il était en passe de perdre le contrôle de son entreprise, attaquée en Bourse. Sans savoir pourquoi ni comment réagir. Désespéré, il s'est tourné vers Jacques Hogard (E.00), un ami d'ami, spécialiste de l'intelligence économique. Celui-ci a mené l'enquête et découvert le pot aux roses. *"L'entreprise était tout simplement attaquée de l'intérieur, via le directeur général qui, de mèche avec un concurrent, essayait de devenir calife à la place du calife, explique Jacques Hogard. Mon client aurait pu le découvrir tout seul : 90 % des preuves que nous avons trouvées étaient à la portée de n'importe qui. Mais ce qui lui manquait, c'était le recul et la capacité d'analyse. Les indices ne manquaient pas, encore fallait-il savoir les trier. Nous avons établi une cartographie de la situation et creusé quelques pistes qui se sont avérées fructueuses. Aujourd'hui, mon client s'est débarrassé de son DG, et son entreprise est repartie sur les chapeaux de roue."*

