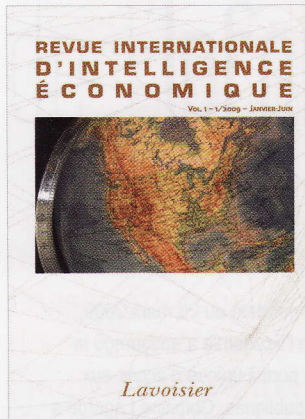


une revue



Revue internationale d'intelligence économique

Volume 1, janvier-juin 2006.- Cachan, Lavoisier 2009.- 143 p.- ISBN : 978-2-7430-1166-6.- 50 euros

Faut-il y voir l'avènement de l'intelligence économique comme discipline académique ? Ce premier numéro de la *Revue internationale d'intelligence économique* vise l'ambition de poser les jalons d'une pensée originale à travers des contributions d'auteurs venant des sciences de l'information et des sciences politiques [voir l'entretien de Ludovic François ci-contre]. Cette livraison propose deux dossiers consacrés à l'intelligence territoriale et aux stratégies d'influence sur Internet. Le premier dossier passe en revue les nombreuses initiatives lancées au sein des régions françaises en particulier le dispositif d'intelligence territoriale mis en place en Poitou-Charente. On y lira le plaidoyer de Nicolas Moinet pour l'intelligence collective « seule en mesure de répondre aux enjeux de la mondialisation et du développement des territoires ». Second dossier, le rôle de l'influence sur internet à travers des retours d'expérience empruntés au monde de l'entreprise, de la guerre et des communautés virtuelles. ■

3 questions à Ludovic François

Fondateur de la *Revue internationale d'intelligence économique*

« L'intelligence économique est un concept complexe, parfois confus, qui se prête aux amalgames »



Archimag : Le lancement d'une revue francophone consacrée à l'intelligence économique signifie-t-elle que l'IE est désormais prise au sérieux en France ?

« L' » intelligence économique s'est imposée depuis son lancement au début des années 1990. Néanmoins, en matière de recherche, l'intelligence économique n'avait pas de revue. J'ai décidé de proposer une publication à comité de lecture dont l'objet est d'accueillir des articles académiques en intelligence économique, en collaboration avec les éditions Lavoisier. J'ai ensuite été rejoint par Damien Bruté de Rémur et Nicolas Menguy. Je pense que l'intelligence économique est prise au sérieux, mais que la discipline souffre de deux handicaps. D'abord le concept est complexe, parfois confus et on peut y mettre beaucoup de choses dedans. Ensuite, l'histoire de l'IE ainsi que son volet protection du patrimoine informationnel nous ramène au renseignement au sens d'espionnage et à son côté romanesque, ce qui peut rendre le sujet attractif mais anecdotique.

Ce premier numéro propose un dossier sur les stratégies d'influence. Quels sont les enjeux de l'influence dans le domaine de l'IE ?

Ils sont considérables car l'entreprise ne se développe que par des attitudes favorables des *stakeholders*. Une mauvaise perception peut conduire à une attitude hostile : un client qui n'achète pas, un investisseur qui n'investit pas, etc. L'IE intègre la réponse aux crises informationnelles et les actions d'influence au sens plus large. Les entreprises doivent se prémunir contre les actions pouvant ternir leur réputation, détecter les signaux faibles, connaître les auteurs des critiques, agir par l'influence pour déclencher des attitudes favorables.

Vous lancez une revue papier plutôt qu'internet, est-ce un choix économique pertinent ?

La revue existe en formats papier et numérique. Par ailleurs, le site sera amené à se développer pour devenir un espace d'échange et de débat. Nous publions déjà en ligne des contributions moins académiques sur les thématiques liées à l'IE. ■

→ r2ie.fr/nf