



- Paris -

4^{ème} année MME « Marketing & Management Européen »

Spécialité : Management de la Performance Commerciale

Mémoire de fin d'études

La veille dans les PME françaises



Victor Marquis

Remerciements

La réalisation de ce mémoire m'a amené à solliciter les connaissances et expertises d'un certain nombre de personnes. Sans eux, ce mémoire n'aurait jamais pu voir le jour. Je tiens à les remercier.

Au sein de l'IDRAC, Sacha Sicard, mon professeur suiveur m'a orienté tout au long du travail de définition du sujet, de la problématique et de l'élaboration du plan. Au départ, les idées sont allées de toutes parts, Mr Sicard m'a bien canalisé et m'a aidé à préciser le domaine dans lequel je voulais évoluer pour réaliser ce mémoire. Il a suivi les deux « coaching » qui permettent aux étudiants de poser leurs questions au suiveur, mais c'est aussi Mr Sicard qui a assuré le cours de veille stratégique au premier semestre, qui m'a conforté dans mon choix de problématique. Toujours au niveau de l'IDRAC, Madame Harmand, Madame Roullier ainsi que Monsieur Blondet ont été là pour toutes les questions relatives à la mise en forme du mémoire et de la soutenance, ils nous ont transmis toutes les informations nécessaires. Je remercie donc tous ces intervenants au sein de l'IDRAC.

Dans le cadre des recherches pour la réalisation du mémoire, Mr Cyril Pattegay expert sur les questions de veille et d'Intelligence Economique, de la CGPME 75¹ m'a transmis un certain nombre d'informations, de contacts, de liens de sites web sans quoi je n'aurais pas pu produire un travail aussi précis. Je le remercie pour sa réactivité et sa participation.

Toujours dans le cadre de mes recherches, Céline Jaffrenou de la CCIP²/ARIST³, m'a également transmis un certain nombre d'informations, de liens et de contacts très intéressants, je l'en remercie.

Enfin, en ce qui concerne la partie pratique de cet ouvrage, j'ai eu la chance de m'entretenir d'une part avec Mr Christophe Bourbier, Directeur Général de Limonetik, qui m'a exposé son point de vue sur la veille dans les PME, et m'a fait part de son expérience personnelle dans le domaine. J'ai retranscrit ses idées dans la dernière partie de ce mémoire. Merci pour le temps qu'il m'a accordé.

En dernier lieu, j'aimerais remercier également Marc Hervouet qui m'a lui aussi fait part de ses idées, de ses points de vue, de sa vision sur la question de la veille dans les PME françaises. Il est Président Directeur Général de Courtin-Hervouet & Associés, entreprise de volaille sur le marché de Rungis.

Je remercie donc toutes ces personnes qui m'ont assisté dans la tâche de réalisation de ce mémoire.



Illustration page d'accueil : Patrick Lestienne

¹ Confédération Générale du Patronat des Petites et Moyennes Entreprises de Paris

² CCIP : Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

³ ARIST : Agence Régionale d'Information Stratégique & Technologique de Paris.

Sommaire

INTRODUCTION	5
PREMIERE PARTIE : LA VEILLE	6
1) QU'EST-CE QUE LA VEILLE ?	7
<i>Définition</i>	7
<i>Les étapes du processus de veille</i>	7
<i>Source de veille formelle / informelle</i>	8
<i>Influence de la taille de l'entreprise ?</i>	8
<i>L'intelligence économique</i>	9
2) QUEL EST L'INTERET DE LA VEILLE ?	9
3) LES DIFFERENTS TYPES DE VEILLE	10
- <i>Veille concurrentielle</i>	10
- <i>Veille technologique</i>	10
- <i>Veille commerciale</i>	10
- <i>Veille sociétale</i>	10
- <i>Veille juridique</i>	10
- <i>Veille marketing</i>	10
- <i>Veille médiatique</i>	10
4) COMMENT SE MATERIALISE LA VEILLE EN ENTREPRISE ?	11
<i>Des hommes de veille</i>	11
<i>Différents degrés de veilles</i>	11
- <i>Guerrier</i>	11
- <i>Offensif</i>	11
- <i>Actif</i>	11
- <i>Réactif</i>	11
- <i>Dormeur</i>	11
<i>Les pratiques légales de la veille</i>	12
<i>Ressources matérielles</i>	13
<i>Les différentes sources d'information</i>	14
<i>L'esprit veille</i>	14
5) VEILLE ET IE EN FRANCE ET DANS LE MONDE	14
<i>Le cas de la France</i>	14
<i>L'Allemagne</i>	15
<i>Asie & USA</i>	15
6) PARTICULARITES DE LA VEILLE EN PME	15
<i>Le budget</i>	15
<i>Effectifs</i>	16
7) CONCLUSION	16
DEUXIEME PARTIE : POURQUOI LA VEILLE ?	16
1) LES OBJECTIFS DE LA VEILLE	17
<i>Être informé</i>	17
<i>Être plus compétitif</i>	17
<i>Accroître sa capacité d'adaptation</i>	17
<i>Être au courant des tendances et nouveautés</i>	18
<i>Limiter dangers & menaces</i>	18
<i>Quelques chiffres</i>	18
2) DES FREINS A LA VEILLE ?	19
<i>Culture/Organisation</i>	19
<i>Multilinguisme</i>	19
<i>Confidentialité</i>	20
<i>La rétention d'information</i>	20
<i>Difficulté d'évaluation</i>	20
3) CONCLUSION	21

TROISIEME PARTIE : MISE EN PLACE D'UNE STRATEGIE DE VEILLE.....	21
1) SE POSER LES BONNES QUESTIONS	21
<i>Quels types de veille adopter ?.....</i>	<i>21</i>
<i>La question du budget ?</i>	<i>22</i>
<i>Quels sont les prés requis ?</i>	<i>23</i>
2) DEFINIR LES DIFFERENTS PROCESSUS.....	24
<i>Définir le projet.....</i>	<i>24</i>
<i>Organisation et animation</i>	<i>24</i>
<i>Veille centralisée ? Veille décentralisée ?</i>	<i>24</i>
<i>Externaliser la veille ?</i>	<i>25</i>
<i>Stratégie de mots-clés</i>	<i>26</i>
<i>Méthode d'indexation.....</i>	<i>26</i>
3) RESSOURCES HUMAINES & MATERIELLES	26
<i>Effectifs veille</i>	<i>26</i>
<i>Les sources informelles</i>	<i>27</i>
<i>Ressources matérielles.....</i>	<i>28</i>
4) VEILLE SUR INTERNET : LES OUTILS LOGICIELS	29
<i>Moteurs, annuaires et méta-moteurs</i>	<i>29</i>
<i>La notion « d'agents intelligents ».....</i>	<i>30</i>
<i>Les logiciels « all-in-one ».....</i>	<i>31</i>
5) VEILLE ET LOGICIELS LIBRES	32
<i>Le « mind-mapping »</i>	<i>33</i>
<i>Les alertes Google.....</i>	<i>34</i>
<i>Comment publier ?.....</i>	<i>34</i>
<i>Le web 2.0.....</i>	<i>35</i>
QUATRIEME PARTIE : L'ENJEU DE LA VEILLE EN FRANCE EN 2009 : 2 CAS D'ENTREPRISES.....	35
1) L'ETUDE D'UN CAS PRATIQUE	35
2) LE CAS DE COURTIN-HERVOUET	36
3) LIMONETIK : LE CAS DE L'ENTREPRISE INNOVANTE	37
CONCLUSION.....	38
BIBLIOGRAPHIE	40
GLOSSAIRE.....	42
ANNEXES	44