

Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprises

- FEMMES D'INFLUENCE -

Table ronde 19 novembre 2013 à 19 h 30



SOMMAIRE

1. Intelligence Economique et Influence

✓ Trois volets de l'Intelligence économique :

1/ Veille

2/ **Influence et compétitivité** : *Le terme « influence est souvent galvaudé. Il faut donc revenir aux fondamentaux et rappeler que la notion de légitimité est à la base de toute stratégie d'influence.*

3/ Sécurité

2. Guides des Expertes (2013) : Inscrivez-vous
Soyez visibles !

Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprises

- FEMMES D'INFLUENCE -

Table ronde 19 novembre 2013 à 19 h 30



1. Intelligence Economique et Influence

✓ Trois volets de l'Intelligence économique :

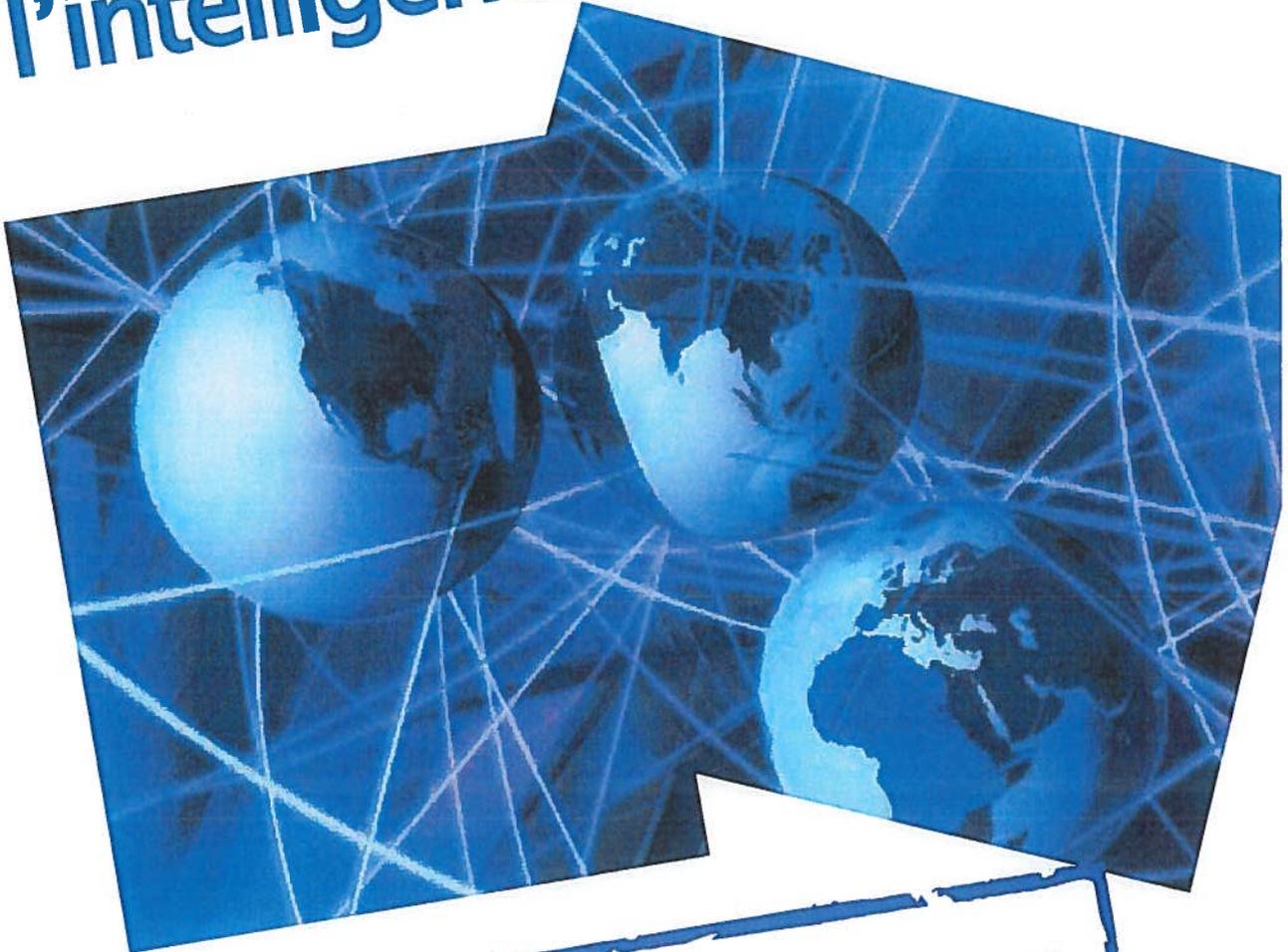
1/ Veille

2/ **Influence et compétitivité** : *Le terme « influence est souvent galvaudé. Il faut donc revenir aux fondamentaux et rappeler que la notion de légitimité est à la base de toute stratégie d'influence.*

3/ Sécurité



Le guide de l'intelligence économique



Le guide du **routard**



hachette

FAITES VOTRE AUTODIAGNOSTIC I.E.

Le Conseil supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables (CSOEC) et le Service de Coordination à l'Intelligence Économique des ministères économiques et financiers à Bercy (SCIE) ont mis en place un autodiagnostic qui permet aux dirigeants de TPE-PME de situer leur entreprise dans la démarche d'intelligence économique.

FAITES VOTRE AUTODIAGNOSTIC

autodiagnostic d'intelligence économique.

La veille

Faites votre autodiagnostic en ligne sur experts-comptables.fr espace « Développement économique », rubrique « Intelligence économique ».

Suivez-vous régulièrement :

1 L'environnement économique du secteur d'activité de votre entreprise ?	Oui	Non
2 La législation et la réglementation s'appliquant à l'entreprise ?	Oui	Non
3 Les tendances et les évolutions prévisibles du marché ?	Oui	Non
4 L'évolution prévisible du coût de vos matières premières ?	Oui	Non
5 L'évolution des besoins et des attentes de vos clients ?	Oui	Non
6 Vos concurrents (nouveaux produits, projet de délocalisation, croissance externe) ?	Oui	Non
7 Vos fournisseurs (santé financière, principaux clients) ?	Oui	Non
8 L'image de votre entreprise (dans la presse –y compris à l'international –, sur Internet: réseaux sociaux, forums, blogs...)?	Oui	Non
9 L'action des associations, des « think tanks », des ONG s'intéressant à votre secteur d'activité ou à votre entreprise ?	Oui	Non
10 Avez-vous recensé les sources d'informations internes et savez-vous les valoriser et les exploiter (savoir-faire du personnel, rapports du service après vente, rapport d'étonnement concurrentiel) ?	Oui	Non
11 Avez-vous mis en place un dispositif de collecte de l'information (Internet, abonnement à des bases de données, réseaux humains) ou vous appuyez-vous sur des prestataires extérieurs (recherche de données, réalisation d'études...)?	Oui	Non
12 Développez-vous des partenariats avec des entreprises proches géographiquement et/ou en termes de secteur d'activité (échange d'informations, participation collective à des salons) ?	Oui	Non
13 Avez-vous identifié les opportunités de développement à l'international pour votre entreprise ?	Oui	Non
14 Bénéficiez-vous d'un accompagnement à l'international (réseau des CCI, Ubi-france, conseillers du commerce extérieur de la France, agences de développement régional) ?	Oui	Non
15 Avez-vous une politique active dans les domaines technologiques et de la propriété industrielle (veille et recherche sur les bases de données de brevets, évaluation des risques de contrefaçons) ?	Oui	Non

Résultats sur 15

Moins de 7 : une action de veille vous donnerait un avantage concurrentiel.

De 7 à 12 : les efforts que vous effectuerez dans ce domaine permettront une meilleure réactivité de votre entreprise.

Plus de 12 : la veille que vous avez mise en place dans l'entreprise, bien que perfectible, est de bonne qualité.

Quel que soit votre résultat, n'hésitez pas à contacter votre expert-comptable. Grâce à l'outil « Indicateur de Croissance et de Vulnérabilité » développé par le Conseil supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables, il pourra vous aider à identifier les points faibles de votre entreprise ainsi que les opportunités de développement, et vous accompagner dans la mise en œuvre d'un plan d'actions (voir plus loin « Un travail en réseau »). Vous pouvez également prendre contact avec le Chargé de mission Régional à l'Intelligence Économique (CRIE) de votre région (voir « Le carnet d'adresses » page 128).

L'influence et la compétitivité

1	Disposez-vous d'indicateurs précis pour évaluer la compétitivité de votre entreprise ?	Oui	Non
2	Cherchez-vous à créer, entretenir ou participer à des réseaux hors de votre entreprise afin de disposer de sources et de moyens de diffusion d'informations utiles et diversifiés (amicales de dirigeants, associations d'anciens élèves, clubs de réflexion, chambres consulaires, administrations, pôles de compétitivité, centres techniques industriels) ?	Oui	Non
3	L'entreprise adhère-t-elle à des associations professionnelles permettant de faire entendre sa voix ?	Oui	Non
4	L'entreprise conduit-elle ou participe-t-elle à des actions à caractère sociétal (adhésion à des associations sportives, culturelles, humanitaires) ?	Oui	Non
5	Menez-vous des actions d'influence pour préserver et renforcer les intérêts de votre entreprise (organismes de normalisation, décideurs publics locaux, ministères, ONG) ?	Oui	Non
6	Avez-vous une politique de communication pour promouvoir votre entreprise et faire valoir les performances de ses produits, particulièrement les produits innovants ?	Oui	Non
7	Avez-vous une stratégie de communication via le Web2.0 (participation de votre entreprise à des blogs, forums, réseaux sociaux) ?	Oui	Non
8	Votre entreprise a-t-elle les moyens de rétablir sa réputation sur Internet en cas d'attaque ?	Oui	Non
9	Êtes-vous prêt à faire appel à un cabinet de lobbying pour défendre et promouvoir votre entreprise ?	Oui	Non

Résultats sur 9

Moins de 4 : la mise en œuvre d'actions d'influence permettrait d'améliorer la performance et la compétitivité de votre entreprise.

De 4 à 7 : même si vos produits sont de qualité, vous risquez à terme de rencontrer des difficultés pour les vendre comme vous le souhaitez.

Plus de 7 : vous avez un bon positionnement pour mener des actions d'influence.

Quel que soit votre résultat, n'hésitez pas à contacter votre expert-comptable si vous souhaitez qu'il vous oriente vers un spécialiste du lobbying et de la communication d'influence qui pourra vous accompagner dans la

mise en place d'un plan d'actions. Vous pouvez également prendre contact avec le Chargé de mission Régional à l'Intelligence Économique (CRIE) de votre région (voir « Le carnet d'adresses » page 128).

La capitalisation et la préservation du patrimoine immatériel

FAITES VOTRE AUTODIAGNOSTIC

1	Les éléments sensibles de votre entreprise sont-ils bien identifiés (savoir-faire, innovations, mémoire de l'entreprise, annuaire des compétences)?	Oui	Non
2	Veillez-vous à les protéger?	Oui	Non
3	Avant de lancer un projet important, traitez-vous les aspects relatifs à la sécurité des informations? Qui sera informé? Comment circuleront et seront conservées les informations? Quelle politique de communication sera associée au projet? Rédigez-vous systématiquement des manuels de procédures?	Oui	Non
4	Certaines de vos informations sensibles sont-elles protégées par des contrats d'assurances et/ou des moyens juridiques liés à la propriété intellectuelle (brevets, dépôts de marques, de modèles...)?	Oui	Non
5	Vos inventions sont-elles protégées?	Oui	Non
6	Avez-vous formalisé une procédure d'habilitation pour l'accès aux données sensibles de l'entreprise?	Oui	Non
7	Existe-t-il des consignes claires de rangement et d'archivage des documents sensibles?	Oui	Non
8	Existe-t-il des consignes claires de destruction des documents sensibles?	Oui	Non
9	Disposez-vous de locaux ou de mobilier sécurisés pour ranger vos documents sensibles?	Oui	Non
10	Le système d'information de votre entreprise est-il sécurisé?	Oui	Non
11	Insérez-vous des clauses de confidentialité dans les contrats de travail du personnel?	Oui	Non
12	Les informations diffusées lors des congrès, salons et foires expositions sont-elles maîtrisées?	Oui	Non
13	Contrôlez-vous la sensibilité des informations contenues dans vos supports de communication (documents de promotion, site web, lettre d'information)?	Oui	Non
14	La somme des informations qui peuvent être recueillies légalement (information ouverte) peut-elle mettre en péril la compétitivité de l'entreprise?	Oui	Non

Résultats sur 14

Moins de 7: votre entreprise est confrontée à un risque bien réel de divulgation de son savoir ou de son savoir-faire.

De 7 à 11: la protection du patrimoine de votre entreprise peut être accrue par la mise en place de solutions simples.

Plus de 11: vous avez le souci de protéger le patrimoine immatériel de votre entreprise.

Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprises

- FEMMES D'INFLUENCE -

Table ronde 19 novembre 2013 à 19 h 30



**2. Guides des Expertes (2013) : Inscrivez-vous
Soyez-visibles !**

EpOke

GUIDE DES EXPERTES

2013

Plus de 300 femmes
pour enrichir le débat

CRISE ÉCONOMIQUE, ZONE EURO,
ÉNERGIES RENOUVELABLES,
DÉVELOPPEMENT DURABLE, ISLAMISME,
HOMOPARENTALITÉ, SYRIE, NUCLÉAIRE,
CRIMINALITÉ, RÉSEAUX SOCIAUX,
FISCALITÉ, COMPÉTITIVITÉ...



Anne Carrière

Exemple

BRICARD Agnès

Mots-clés :

EXPERTISE COMPTABLE ET FINANCIERE
FINANCEMENT DES TPE-PME
INTELLIGENCE ECONOMIQUE
PREVENTION ET RESTRUCTURATION FINANCIERE
ASSURANCE SANTE ECONOMIQUE ENTREPRISES

Domaines de compétences : expertise comptable et financière, intelligence économique adaptée aux entreprises, évaluation des sociétés, identification des actifs immatériels des entreprises, financement TPE, PME et ETI, prévention et traitement des entreprises en difficultés, transmissions d'entreprises, export, marchés publics

abcec@wanadoo.fr
01 44 69 06 06 - 06 61 64 57 00

11 bis, rue d'Edimbourg - 75008 Paris

Page web/blog/site : www.bricard-lacroix.com – www.agnes.bricard.com

Fonctions :

Expert-Comptable Commissaire aux comptes
Présidente d'Honneur du Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-comptables
Présidente de la Fédération Femmes Administrateurs (FFA)
Personnalité qualifiée au Conseil de Normalisation des Comptes Publics (CNOCP)
Membre de l'Observatoire Economique de l'Achat Public (OEAP)
Administrateur à l'Académie de l'Intelligence Economique (présidée par Alain Juillet)

Parcours professionnel :

Présidente du Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-comptables (2011-2012)
Lauréate du Prix «La Tribune Women's Awards 2011» catégorie Finances et Grand Prix
Administrateur de l'APCE -Agence pour la Création d'Entreprise (2009-2013)
Présidente de l'OEC de Paris Ile-de-France (2001-2002)
Présidente fondatrice du CJEC-Club des jeunes Experts-Comptables diplômés (1983-1985)
Présidente nationale de l'ANECS-Association Nationale des Experts-Comptables Stagiaires (1981-1983)

Ouvrages/publications :

Les nouveaux territoires de l'intelligence économique, IFIE Editions, 2009 et 2012
Guide du Routard de l'Intelligence Economique, Editions Hachette, 2012-2013
Les Guides de la commande publique, Editions Club Secteur Public du CSOEC, 2009/2012
Reprenre une entreprise, Editions Express Roularta, 2009
Accompagner le chef d'entreprise en difficulté, Editions Litec/Lexis Nexis, 2006

Intervention Agnès Bricard

Fédération Femmes Administrateurs

11 bis, rue d'Edimbourg ● 75008 PARIS ● Tél 01 44 69 06 06 ● Fax 01 44 69 06 90
www.federation-femmes-administrateurs.com