

# Dompter l'information

On dit souvent que les entreprises belges se vident peu à peu de leur substance; elles sont effectivement nombreuses à quitter la Belgique ou à être rachetées. Ce phénomène inquiète les autorités. Face à cette situation, il existe pourtant un outil efficace et indispensable pour la définition des stratégies à court et à long terme: l'intelligence économique. Que se cache-t-il derrière ce terme et en quoi devrait-il devenir un outil incontournable dans notre monde surinformé et, de surcroît, en crise? Usine Entreprise a rencontré Christian Vanden Berghen, cofondateur de BrainsFeed.



**Christian Vanden Berghen**,  
cofondateur de BrainsFeed.



**Pierre-yves Debliquy**,  
cofondateur de BrainsFeed.

## **Usine Entreprise**

*Dans quel domaine se situe-t-on lorsque l'on parle d'«intelligence économique»?*

## **Christian Vanden Berghen**

La définition d'«intelligence économique» varie d'un pays à l'autre. En France, l'intelligence économique est souvent confondue avec le renseignement.

Il existe, dans ce pays (comme dans d'autres pays européens), une culture du renseignement que nous n'avons pas en Belgique. En France, c'est Alain Juillet qui est le HRIE (Haut Responsable de l'Intelligence Economique) et son site est hébergé sur le portail de la Défense Nationale.

Ce que nous revendiquons chez BrainsFeed, c'est une intelligence économique qui n'a rien à voir avec le renseignement mais qui s'intéresse à toute l'information périphérique à l'entreprise, pouvant avoir d'une manière ou d'une autre un impact sur sa survie, son développement, sa chute, etc. L'intelligence économique, telle qu'elle est envisagée par BrainsFeed, comporte deux volets: un volet offensif qui

consiste à gagner de l'information et un volet défensif qui consiste à ne pas perdre son patrimoine.

## **Usine Entreprise**

*Où est la limite entre cette attitude défensive et/ou offensive et l'espionnage?*

## **Christian Vanden Berghen**

En France, comme je l'ai évoqué plus haut, cette limite est parfois tenue pour certains cabinets d'intelligence économique. Il existe d'ailleurs à Paris une Ecole de Guerre Economique (EGE). Chez nous, cela n'a rien à voir.

C'est la méconnaissance qui provoque souvent une réaction de méfiance chez le profane, qui confond intelligence économique avec espionnage, la ressentant comme quelque chose d'agressif. Il s'agit, dans les faits, d'une collecte d'informations permettant de dessiner un paysage.

Avant d'implanter une entreprise dans une région, l'entrepreneur doit par exemple savoir qui il va trouver sur son chemin, il doit connaître les fournisseurs locaux éventuels, etc. Un autre exemple

courant est celui du site web: est-il adapté à ce que l'entreprise veut divulguer au niveau de son image? L'audit de site est une activité que nous pratiquons souvent.

Une autre discipline qui se pratique dans d'autres pays européens et qui est totalement ignorée en Belgique est l'intelligence économique territoriale, c'est-à-dire la protection du patrimoine de nos entreprises. Les entreprises belges sont pilotées par l'étranger les unes après les autres parce que l'Etat n'intervient absolument pas dans leur protection, qu'il s'agisse de PME ou de grandes entreprises.

Seules quelques entreprises appartenant à des secteurs très spécifiques sont protégées comme, par exemple, les entreprises actives dans la construction de centrales nucléaires.

## **Usine Entreprise**

*Que pensez-vous de l'information que trouve le profane sur Internet?*

## **Christian Vanden Berghen**

Tout le monde cherche avec Google; nous aussi... mais très peu. Google ne représente en réalité que 0,8% de l'information disponible. L'information la plus utile aux entreprises est introuvable via cet outil, qui n'est



*«L'intelligence économique, telle qu'elle est envisagée par BrainsFeed, comporte deux volets: un volet offensif qui consiste à gagner de l'information et un volet défensif qui consiste à ne pas perdre son patrimoine.»*

## BRAINSFEED, UNE MARQUE

BrainsFeed est une marque née il y a 3 ans, de l'association de deux professionnels de l'information: Pierre-yves Debligny et Christian Vanden Berghen.

C. Vanden Berghen: «nous appliquons les principes de la nouvelle économie, nous ne louons pas de bureaux (chacun travaille chez soi) et donc, ne payons pas de loyer, n'effectuons pas de déplacements inutiles et ne perdons pas de temps dans les embouteillages. Nous sommes, par contre, en contact permanent et nous nous voyons quand cela s'avère nécessaire.»

<http://www.brainsfeed.com/>

pas philanthropique. L'information de masse est commerciale et est toujours beaucoup plus visible que l'information réellement utile. Et plus l'information de masse est utilisée, plus Google la fait remonter à la surface. Très peu de gens savent comment chercher l'information efficacement sur Internet. Il existe des techniques et nous donnons des formations à la recherche de l'information, mais également à la protection, à l'agrégation et à l'analyse de l'information.

**Usine Entreprise**  
*Votre travail est-il proche de l'étude de marché ou de l'agence de communication?*

**Christian Vanden Berghen**  
En partie oui et en partie non, dans la mesure où nous sommes des spécialistes de l'Internet. Donc, contrairement à une agence de communication, nous ne créons pas de site web, nous ne rédigeons pas de communiqué de presse mais par contre, nous analysons les messages prodigués par les sites web, tout comme les mots qui sont contenus dans les communiqués de presse.

**Usine Entreprise**  
*Les chefs de PME sont souvent des gens «englués» dans le day-to-day. Se préoccuper d'intelligence économique, n'est-ce pas pour eux, se donner une tâche*

*supplémentaire? Quelles entreprises s'adressent à vous? Touchez-vous de manière redondante, les entreprises de certains secteurs?*

**Christian Vanden Berghen**  
Nous n'avons pas de secteur particulier mis à part un secteur que nous refusons par éthique: celui du tabac et des cigarettes. Parmi la clientèle, nous avons, par exemple, travaillé pour la Banque de France, nous travaillons pour Electrabel, pour UCB, etc. mais également beaucoup pour des PME. Nous sommes absolument persuadés que l'avenir leur appartient: elles sont souples, réactives et s'adaptent au marché. Notre travail consiste donc précisément à permettre aux patrons de PME de se poser des questions.

*«L'intelligence économique consiste dans l'interprétation économique de toutes les informations récoltées, dans le but de prendre une décision, qu'elle soit juridique, commerciale, économique, territoriale, etc.»*



Nous avons pour cela développé toute une série de produits qui leur sont spécifiquement adressés. Une proposition que nous leur faisons est la suivante: nous passons une demi-journée par mois chez vous afin de réaliser avec vous un petit projet spécifique d'intelligence économique.

**Usine Entreprise**  
*Pouvez-vous nous donner un exemple?*

**Christian Vanden Berghen**  
Nous avons passé la matinée dans une entreprise de micro mécanique, dont la zone de chalandise se situe dans un rayon de 200 km. Cette zone a été délimitée en fonction de la distance que l'un des deux associés – celui qui assure les relations commerciales – est prêt à effectuer au quotidien. L'argument de l'entreprise est le suivant: «dans cette zone, nous connaissons tout le monde». A cet argument, BrainsFeed réplique: «et si une entreprise concurrente se trouve à 250 km de la vôtre et si elle

tient le même raisonnement que vous?»

A cette hypothèse, notre entreprise cliente répond: «ce n'est pas un problème: notre service est excellent, nous entretenons des rapports de confiance avec nos clients et nos produits sont de qualité largement supérieure à ceux de tous nos concurrents».

Comment cette entreprise peut-elle avoir la certitude qu'un Chinois, qui ne se rendra jamais en direct chez les clients de notre entreprise cliente, ne les contactera pas via des outils du Web 2.0, Skype ou vidéoconférence pour leur proposer les mêmes produits mais à 50% moins onéreux? Les questions sont donc posées: «le niveau de qualité que vous proposez est-il réellement indispensable? Pensez-vous que votre produit doit être à ce point «fini»? Pensez-vous qu'il soit utile d'aller voir vos clients tous les jours?» Voilà le genre d'éléments que l'on analyse, que l'on remet en question. Une autre problématique à laquelle nous avons été confrontés récemment est la suivante: un chef d'entreprise perdait ses commerciaux les uns après les autres. Pourquoi? Le salaire est-il trop peu élevé? L'implantation de l'entreprise est-elle mauvaise? Les horaires sont-ils réalistes? L'image de marque de l'entreprise est-elle suffisamment qualitative? Nous pouvons également aider ce patron à créer une réserve de recrutement.

**Usine Entreprise**  
*Comment déterminez-vous une information «volée» d'une information «propre»?*

**Christian Vanden Berghen**  
Il y a trois types d'informa-



«La mondialisation signifie aussi que le marché s'ouvre sur le monde entier. A l'heure actuelle, le terme «marché» fait référence à 100% des êtres vivants sur la terre.»



tion: blanche, grise et noire. L'information blanche est celle que l'on trouve dans la presse; l'information noire est celle qui réside au sein de l'entreprise: elle est protégée et ne peut donc pas être divulguée. Tout ce qui se situe entre ces deux zones est l'information grise: il s'agit de l'information qu'il n'est pas facile de trouver parce qu'elle est enterrée et non structurée. Elle est souvent constituée de bribes. Les zones blanches et grises, qui sont constituées d'information publique, font partie de notre domaine. L'intelligence économique porte donc sur l'information publique. Et la valeur de l'intelligence économique vient de l'assemblage de ces différentes bribes d'information. C'est comme un puzzle. Le client doit-il détenir et mettre en place toutes les pièces du puzzle avant d'avoir une image assez précise des contours et donc de prendre une décision? Il s'agit de réduire au maximum les risques d'une prise de décision (le risque zéro n'existant pas) en apportant les pièces nécessaires pour avoir une vision panoramique. Et la limite se situe dans le fait que toutes ces pièces sont (ou ont été à un moment donné) publiques.

**Usine Entreprise**  
*L'utilisation massive d'Internet va-t-elle contribuer au développement de l'intelligence économique dans les années à venir?*

**Christian Vanden Berghen**  
Internet n'est que l'épiphénomène; le phénomène déterminant est la mondialisation. Auparavant, les clients et les fournisseurs se trouvaient dans un rayon géographique limité. Ce n'est plus le cas, actuellement. Nous ne sommes pas préparés à cette «révolution», comme souvent, nous ne l'avons pas vue venir. D'un autre côté, il faut être positif: cette mondialisation signifie aussi que le marché s'ouvre sur le monde entier. A l'heure actuelle, le terme «marché» fait théoriquement référence à 100% des êtres vivants sur la terre.

**Usine Entreprise**  
*Vous parlez de différents types de «veille» (concurrentielle, technologique, commerciale, sociétale, juridique, etc.), correspondant à différents secteurs. De quoi*

*s'agit-il et les abordez-vous tous?*

**Christian Vanden Berghen**  
La veille et l'intelligence économique sont complémentaires mais distincts. En réalité, il y a trois étapes. La première étape est une **récolte de l'information**. Il s'agit, par exemple, du client qui, afin de se différencier sur le marché, veut savoir tout ce qu'il est possible de réaliser, actuellement, dans le domaine de la vidéo, et qui désire en connaître tous les acteurs. Dans un deuxième temps (et c'est la deuxième étape), le client peut vouloir être au courant de tout ce qui se passe dans ce secteur dans le monde entier: c'est le domaine de la **veille**. Nous avons des logiciels spécifiques qui ont la capacité de surveiller tous les articles de presse diffusés sur le sujet. La veille consiste donc à mettre en place des filets de pêche et à attendre que le poisson passe. La difficulté de cette étape, c'est que l'on ne peut jamais prévoir où le poisson va passer et donc, on doit l'effectuer de la manière la plus large possible. La troisième étape, enfin, est l'**intelligence économique** qui consiste dans l'interprétation - si possible - intelligente de toutes les informations récoltées, dans le but de prendre une décision, qu'elle soit juridique, commerciale, économique, territoriale, etc. Parmi l'ensemble des secteurs, il y en a

## COLLOQUE

Le 28 avril 2009, aura lieu un Colloque sur «l'entreprise 2.0».

Le thème: "Inventez un futur pour votre PME - Evolvez vers l'entreprise 2.0"

- Adresse du jour: BECI - avenue Louise 500 à 1050 Bruxelles
- Programme: 14h00: accueil - 14h30: ouverture du colloque - 16h30 : clôture
- Plus d'informations à l'adresse: <http://brainshaker.org/index.php/2009/03/03/92-notre-colloque-du-28-avril-2009-venez-nombreux>

deux que nous abordons peu ou pas: le domaine juridique et celui de la bio technologie. Ce sont deux secteurs très spécialisés, exigeant des compétences spécifiques.

**Usine entreprise**  
*L'intelligence économique brasse une matière large et l'information pouvant être récoltée est un panier sans fond. Comment délimitez-vous votre intervention?*

**Christian Vanden Berghen**  
En fonction de deux critères mesurables: le temps et l'argent. Nous délimitons un nombre de jours et nous avons un tarif. Etre exhaustif est effectivement irréaliste et l'on utilisera plutôt la notion de «suffisance». Ce sont les fameuses pièces du puzzle évoquées plus haut: il ne faut pas toutes les pièces pour avoir une vision panoramique et déterminer une stratégie, mais il en faut suffisamment pour prendre la décision la moins risquée possible.

MAP

## LA BELGIQUE À LA TRAINÉ

La Wallonie a sur le feu, à l'heure actuelle, un grand projet d'intelligence économique géré par l'Agence de stimulation Economique (ASE). Si cela ne saurait tarder, ce projet n'est, cependant, pas encore rendu public. Mis à part cela et en Flandre par exemple, on ne voit rien germer dans ce domaine. Ceci semble étonnant et la Belgique est pratiquement le seul pays à la traîne dans cette matière. C. Vanden Berghen: «BrainsFeed travaille, par exemple, pour le Maroc. Le Gouvernement a envoyé une délégation de 10 personnes qui sont venues s'informer sur les pratiques de l'intelligence économique pendant une semaine.»