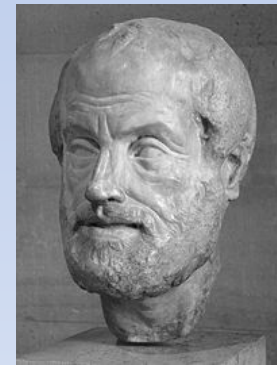


Intelligence Economique & Développement Durable Vecteurs de performance et d'influence

Jean Louis P. MOSER



*“INTERESSEZ VOUS AUX EVIDENCES
CE QUI EST POSSIBLE EST PROBABLE”*



Aristote (- 384- 322)

LE RISQUE
ZERO
N'EXISTE
PAS

Des questions à se poser...

Quels risques je peux
courir?

Quels risques je veux
courir?

Quels risques je sais
courir?

Quels risques je fais
courir?



L'INTELLIGENCE
ECONOMIQUE



L'INFORMATION
COMPETITIVE

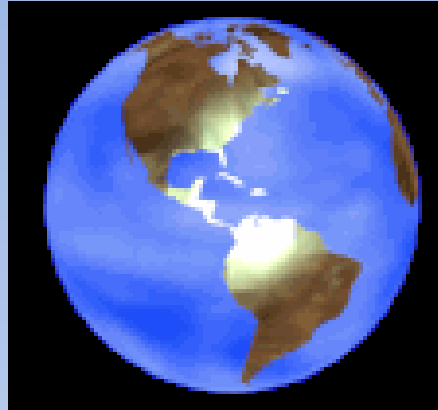


L'INFORMATION
STRATEGIQUE

« On peut ignorer quelque chose. L'important, c'est de savoir chercher!... .»

Samuel JOHNSON (1709-1784)

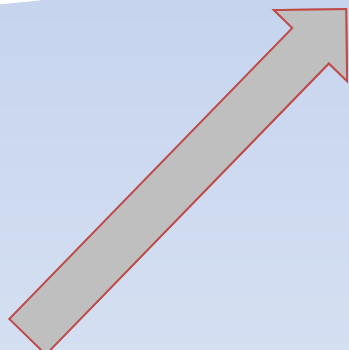
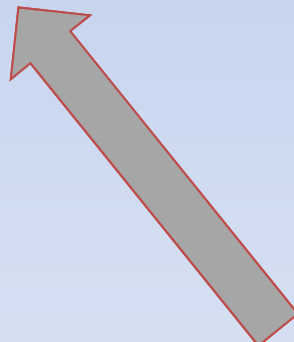
MONDIALISATION



D.
D.



INFORMATIONS
STRATEGIQUES



DECISIONS
PROSPECTIVES

RECUEILLIR

VALIDER

TRAITER

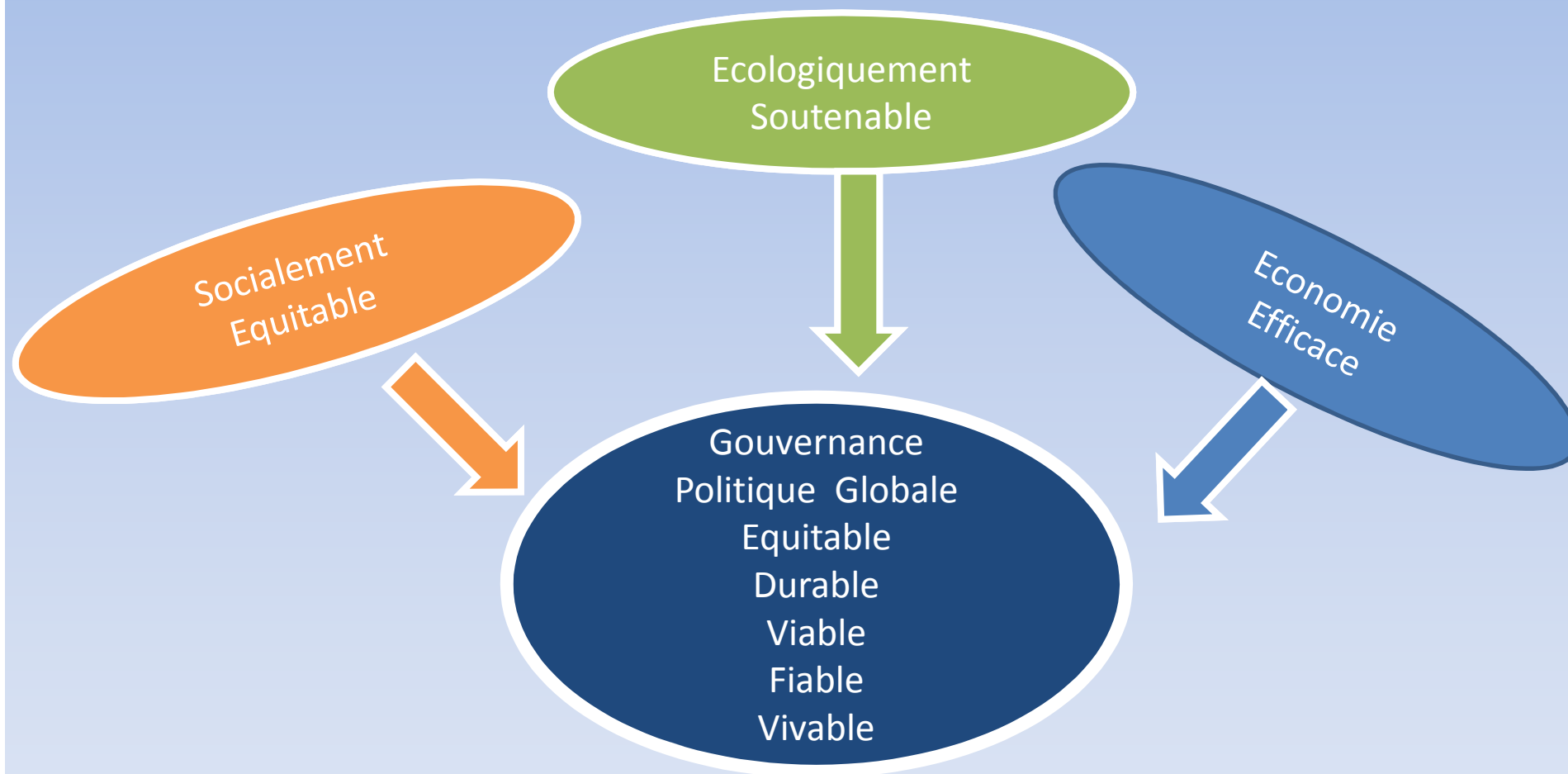
DIFFUSER

L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE
LES INFORMATIONS STRATEGIQUES

PROTEGER

SECURISER

DEVELOPPEMENT DURABLE
« SUSTAINABLE DEVELOPMENT »



LA MODIALISATION



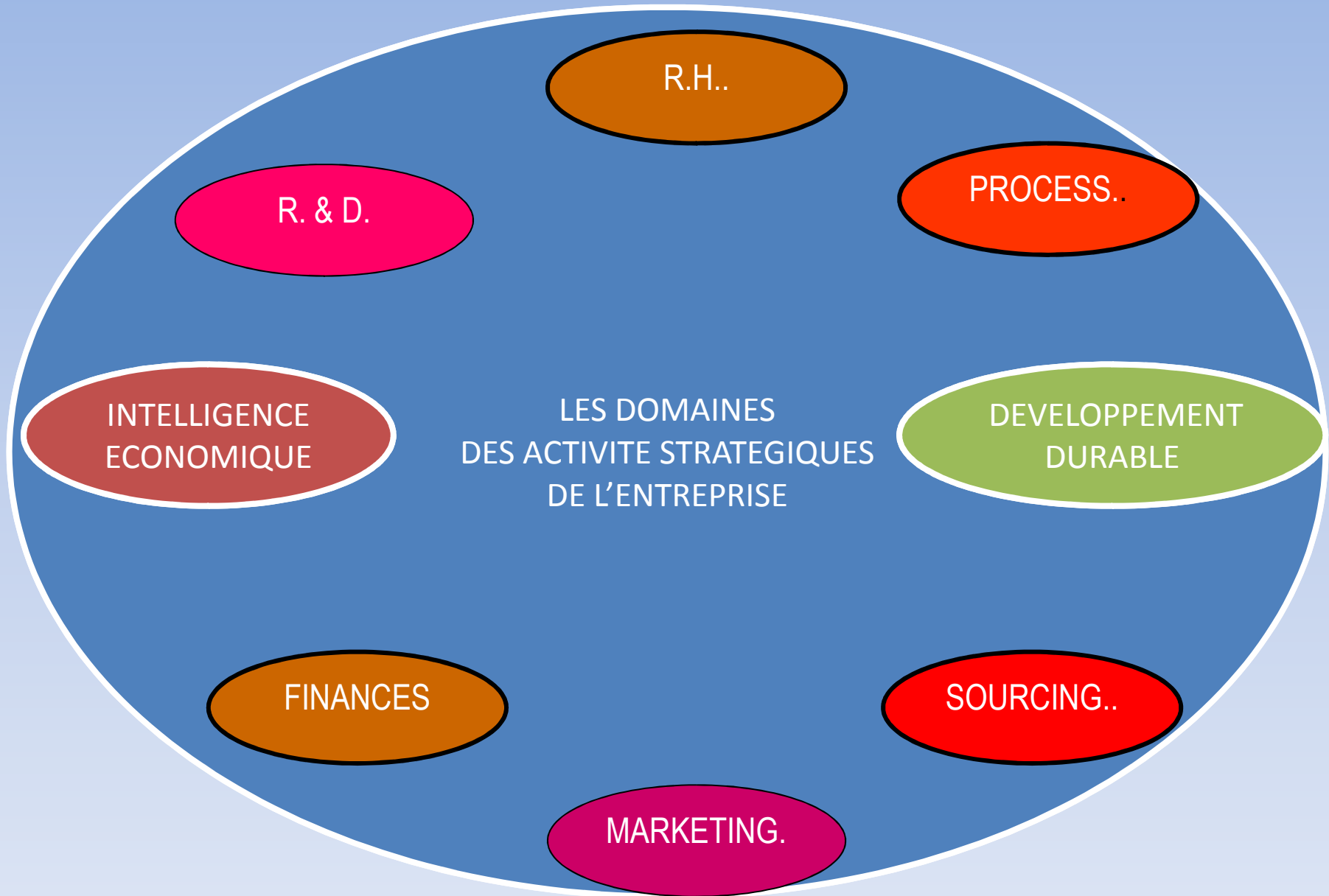
LE DEVELOPPEMENT DURABLE



L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE



AVANTAGES CONCURRENTIELS
INCONTOURNABLES



LES ETUDES RECENTES CONFIRMENT

93%

Des consommateurs ont changé
ou renoncé à une marque pour
des raisons sociétales ou
environnementales

Priorité des actes d'achats

Environnement 83%

Santé sécurité 69%

Ethique 56%

65%

Des consommateurs privilégient
marques ayant une véritable éthique

.....Etc..

Et toutes les études le confirment
Avec des progressions importantes
depuis 2002

LA DECISION STRATEGIQUE

LES ERREURS A NE
PAS COMMETTRE

PENSER
QU'IL S'AGIT D'UN
EFFET DE MODE

PENSER QUE LA
SEULE UNE
STRATEGIE DE
COMMUNICATION
EST LA MEILLEURE
SOLUTION

IL NE SUFFIT PAS
D'AFFICHER
IL FAUT PROUVER

INTEGRATION STRATEGIQUES

AVANTAGES CONCURRENTIELS
INCONTOURNABLES

L'EFFET TENAILLE

EN TERME SIMPLE

Ou les entreprises
subissent la coercition
législative et la pression
des consommateurs
Elles prennent du retard sur
leurs concurrents plus
volontaires

Ou bien, les dirigeants
accompagnent le changement
voire mieux encore
Ils l'anticipent et bénéficient
ainsi d'une avance
technologique et commerciale

**NOUS POUVONS NOUS TROMPER
MAIS NE PAS ETRE SURPRIS**