



Observatoire sur les pratiques de veille & d'innovation des entreprises bretonnes

Résultats de l'enquête 2007

SOMMAIRE

1 - Méthodologie de l'enquête 2007	4
2 - Synthèse de l'enquête 2007	7
3 - Analyse des résultats de l'enquête 2007	15
L'ORGANISATION DE LA VEILLE	16
▪ LA FONCTION DE VEILLE	16
▪ LES FINALITES DE LA VEILLE	18
▪ LES SOURCES D'INFORMATION	21
▪ LES DIFFICULTES DE LA VEILLE	25
L'ENTREPRISE FACE AUX CHANGEMENTS	32
▪ PERCEPTION DE L'AVENIR	32
▪ LES ATOUTS POUR REUSSIR DEMAIN	33
▪ LES FREINS AU DEVELOPPEMENT	33
▪ PERCEPTION DU DEVELOPPEMENT DURABLE	43
PRATIQUES DE VEILLE SUR INTERNET	47
▪ TYPES D'INFORMATIONS RECHERCHEES	47
▪ ASSIDUITE SUR LE WEB	50
▪ MAITRISE DE L'INTERNET	51
▪ LES ECHANGES AVEC LES PARTENAIRES VIA LE WEB	52
LA SECURITE DE L'INFORMATION	59
▪ PERCEPTION DU RISQUE	59
▪ LE RISQUE A L'INTERNATIONAL	62
▪ FORMALISATION DE REGLES DE SECURITE DE L'INFORMATION	63

ANNEXES :

- Description de la population des répondants
- Le questionnaire web 2007
- Rapports statistiques par strate (tirés à part)

Capacité d'organisation de la veille :

- LES "ORGANISES" (102 REpondants) - STRATE N° 1
- LES "INORGANISES" (280 REpondants) - STRATE N° 2

Activité à l'export :

- LES NON-EXPORTATEURS (180 REpondants) - STRATE N° 3
- LES PETITS EXPORTATEURS (109 REpondants) - STRATE N° 4
- LES GRANDS EXPORTATEURS (62 REpondants) - STRATE N° 5

Taille de l'entreprise :

- LES MOINS DE 10 SALARIES (40 REpondants) - STRATE N° 6
- LES 10 A 49 SALARIES (192 REpondants) - STRATE N° 7
- LES MOYENNES ENTREPRISES (101 REpondants) - STRATE N° 8
- LES GRANDES ENTREPRISES (47 REpondants) - STRATE N° 9

Secteurs d'activité :

- LES AUTRES INDUSTRIES (142 REpondants) - STRATE N° 10
- LES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES (40 REpondants) - STRATE N° 11
- LES SERVICES (103 REpondants) - STRATE N° 12
- LA CONSTRUCTION (70 REpondants) - STRATE N° 13
- LA FILIERE BOIS (14 REpondants) - STRATE N° 14

Département :

- ILLE-ET-VILAINE (143 REpondants) - STRATE N° 15
- COTES D'ARMOR (49 REpondants) - STRATE N° 16
- MORBIHAN (87 REpondants) - STRATE N° 17
- FINISTERE (103 REpondants) - STRATE N° 18



1 - Méthodologie de l'enquête 2007

Introduction

L'enquête sur les pratiques de veille et d'innovation des entreprises bretonnes a été réalisée en décembre 2007 par l'arist Ouest, en partenariat avec les Chambres de Commerce et d'Industrie de Bretagne. L'arist Ouest est un service de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de Bretagne dont la mission est de diffuser les pratiques de veille et d'Intelligence Économique pour soutenir la démarche d'innovation des entreprises.



Elle a pour objet de recueillir les pratiques de veille et d'innovation des entreprises bretonnes, de mesurer leurs difficultés, mais également les progrès accomplis dans ces domaines depuis que nous réalisons cette enquête, soit 2001. L'antériorité de ce relevé d'informations annuel nous permet, en effet, de cerner, de manière significative, les évolutions sur cette période.

L'édition 2007 de cette enquête a été réalisée avec le soutien de la Région Bretagne.



■ Le questionnaire

La trame de l'enquête, élaborée par l'arist Ouest, a été affinée en collaboration avec les Chambres de Commerce et d'Industrie de Bretagne, ainsi que la DST pour la partie relative à la sécurité de l'information.

Le questionnaire, en 2007, comporte quatre parties :

- l'organisation de la veille,
- l'entreprise face au changement,
- les pratiques de veille des entreprises sur Internet,
- la sécurité de l'information.



Par ailleurs, quelques aménagements ont été apportés au sein du questionnaire pour faire de nouveaux focus sur :

- qui, au sein de l'entreprise, assure les fonctions de la veille (question A2),
- quelle est la capacité d'ouverture des entreprises bretonnes en termes de diversification, d'accès à de nouveaux marchés, d'activité à l'export (A3, B2),
- quels sont, selon les entreprises, les atouts à mobiliser pour réussir (question B2) et, inversement,
- quels sont les freins majeurs au développement (B4),
- les différentes voies de mise en pratique du développement durable au sein des entreprises (B5 à B8),
- la partie sécurité de l'information : typologie d'entreprises à risques au vu de leur activité à l'international, du comportement de leurs salariés, du recours à des stagiaires, de l'accueil de personnes extérieures à l'entreprise, de la sécurisation de leur site web, et formalisation de procédures adaptées aux différents risques (partie D du questionnaire).

En revanche, la partie sur l'usage d'Internet pour la veille a été allégée au vu des réponses obtenues l'an passé sur le faible recours à des outils élaborés de surveillance.

■ **Taux de retour :** Nombre de répondants = 391, soit un taux de retour de 9 %.

■ Les destinataires

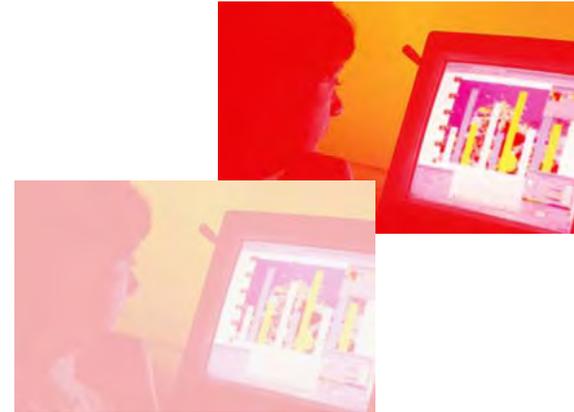
Le questionnaire a été adressé par fax aux dirigeants de 4356 établissements bretons :

- industrie de 10 salariés et plus,
- services à l'industrie de plus de 10 salariés,
- entreprises du BTP de plus de 10 salariés.

En complément, ce questionnaire a été adressé par mail à 3720 destinataires nommément identifiés (plusieurs destinataires possibles par entreprise et un nombre important d'entreprises communes aux fichiers d'e-mailing et de mailing-fax).

La liste des destinataires a été constituée à partir des fichiers de :

- l'arist Ouest,
- CCI bretonnes,
- adhérents à l'ABEA,
- COTRAITEL, base de données d'entreprises de la sous-traitance,
- adhérents de ABI BOIS.



■ Dépouillement & Analyse

L'ensemble des résultats livrés ici s'appuie sur la réalisation de tris à plat pour chacune des variables du questionnaire.

Des analyses plus fines sur des populations spécifiques sont proposées dans le rapport, sous réserve de leur fiabilité statistique et de leur écart à la moyenne régionale ; ces extractions concernent :

- des résultats par taille d'entreprise ; nous approfondirons 2 populations : les moins de 10 salariés et les plus de 250 salariés.
- le % de chiffre d'affaires à l'export ; nous approfondirons 2 populations : les non-exportateurs et les "grands exportateurs" (CA à l'export > 25 %)
- des résultats par département
- des résultats par secteurs d'activité.

A ces extractions, nous avons ajouté 2 typologies d'entreprises :

- les "Organisées en veille", à savoir les entreprises ayant déclaré avoir une fonction de veille structurée ;
- et, à contrario, les "Inorganisées" : entreprises ayant déclaré avoir une fonction de veille un peu ou pas du tout structurée.

L'ensemble des résultats statistiques par "strates" sont récapitulés dans le tableau ci-après.

Cette enquête a été conçue et dépouillée à l'aide du logiciel Le Sphinx.

Récapitulatif des strates proposées pour l'analyse

Critère discriminant	N° de la strate	Nom de la strate	Nbre de répondants	Critères de définition de la strate
Capacité d'organisation de la veille	1	Les Organisées	102	Entreprises ayant déclaré avoir une fonction de veille structurée.
	2	Les Inorganisées	280	Entreprises ayant déclaré avoir une fonction de veille peu ou pas structurée.
Activité à l'export	3	Les non-exportateurs	180	Etablissements ne déclarant aucun chiffre d'affaires à l'export
	4	Les petits exportateurs	109	Etablissements déclarant un chiffre d'affaires à l'export compris entre 1 et 24 %
	5	Les grands exportateurs	62	Etablissements déclarant un chiffre d'affaires à l'export supérieur ou égal à 25 %
Taille de l'entreprise	6	Les moins de 10 salariés	40	Entreprises inférieures à 10 salariés
	7	Les 10 à 49 salariés	192	Entreprises comprises entre 10 et 49 salariés
	8	Les moyennes entreprises	101	Entreprises de 50 à 250 salariés
	9	Les grandes entreprises	47	Entreprises de plus de 250 salariés
Le secteur d'activité	10	Les autres industries	142	Tous secteurs industriels à l'exception des industries agroalimentaires
	11	Les industries agroalimentaires	40	Regroupe l'agriculture et l'industrie agroalimentaire
	12	Les Services	103	Regroupe les services aux entreprises et aux personnes (éducation, santé, services sociaux, immobilier, services financiers, transports, commerce, hôtellerie, restauration, assurances)
	13	La construction	70	Regroupe les secteurs du bâtiment et des travaux publics
Le département	14	La filière bois	14	Regroupe le travail du bois et la fabrication de meubles
	15	Ille-et-Vilaine	143	Etablissements répondants situés en Ille-et-Vilaine sur la base de leur code postal
	16	Côtes d'Armor	49	Etablissements répondants situés dans les Côtes d'Armor sur la base de leur code postal
	17	Morbihan	87	Etablissements répondants situés dans le Morbihan sur la base de leur code postal
	18	Finistère	103	Etablissements répondants situés dans le Finistère sur la base de leur code postal

Sur chaque thématique du questionnaire, des conclusions seront proposées, à la fois, de manière globale sur l'échantillon total de répondants, ainsi que sur les critères de définition des strates suivants :

-   le niveau d'organisation de la veille, avec les "organisés" et les "inorganisés"
-  les secteurs d'activité
-  la taille des entreprises
-  l'activité à l'export.

NB : L'ensemble des faits marquants concernant les strates (à l'exception des strates départementales sont commentés dans le rapport global. Les données statistiques seront disponibles dans un rapport par strate en comparaison de l'échantillon global des répondants.



2 - Synthèse de l'enquête 2007



Organisation de la veille

■ La fonction de veille

La perception qu'ont les entreprises d'avoir *une fonction de veille structurée* progresse et concerne aujourd'hui *1 entreprise sur 2* contre 1 sur 3 l'an passé.

Cette fonction reste, cependant, majoritairement centrée sur *le dirigeant de l'entreprise ou un personnel dédié* et assez peu déployée sur l'ensemble du personnel (23,5% des répondants).

■ Les finalités de la veille

A l'instar des résultats obtenus en 2006, les finalités de la veille concernent :

- *la connaissance de la réglementation (62,4 %) ;*
- *l'anticipation des enjeux à venir (55,4 %), dans le secteur d'activité de l'entreprise;*
- *la surveillance des concurrents (52,1%) ;*
- *la prise en compte des attentes clients (48,5 %) ;*

auxquelles s'ajoutent :

- *l'amélioration de produits/process (45,9 %) ;*
- *l'accès à de nouveaux marchés (43 %) et*
- *la résolution de problèmes techniques (42,5%).*

■ Les sources d'information

En pôle position des sources depuis l'origine de notre enquête en 2001, *la presse* maintient un score de près de 78,4 %, talonnée par *l'internet gratuit* avec un score de 76,8 %.

Arrivent en 3ème position, et de manière significative, *les organisations professionnelles, les clients, les fournisseurs*. Le score *des salons/manifestations*, quant à lui, ne cesse de s'éroder même s'il reste important (70 % en 2006 contre 50 % en 2007).

A noter, le repli inexplicable du rôle des *collaborateurs* par rapport à l'année passée (39,2 % en 2007 contre 72,7 % des citations en 2006).

■ Les difficultés de la veille

Cependant, même si l'organisation de la fonction de veille ne cesse de s'améliorer, la moitié des entreprises estiment que *des progrès restent à accomplir*.

Globalement, les difficultés exprimées sont de même nature que l'année passée, à des degrés qui peuvent varier. Elles concernent :

- *L'accès à certaines informations*, et en particulier, *les données de marché (40,7 %) puis l'information sur les concurrents (33,5 %), et la réglementation (24,2 %)*.
- *La sélection de l'information utile* : capacité de l'entreprise à extraire l'information nécessaire et suffisante parmi toutes les informations disponibles. La généralisation d'Internet tend à renforcer la perception de cette difficulté ; à l'inverse, elle semble faciliter le suivi des informations une fois qu'elles sont identifiées.
- *La structuration de la veille* : définition des sujets de veille, identification des sources appropriées, et mise en œuvre de méthodes et d'outils adéquats.

A signaler les critères sur lesquels les entreprises semblent *progresser* lentement :

- *Le suivi des informations.*
- *La mobilisation des collaborateurs.*
- *La capacité des entreprises à retrouver une information.*



L'entreprise face au changement

■ Perception de l'avenir

Les entreprises confirment *l'optimisme* en l'avenir exprimé l'an passé puisque 80,9 % d'entre elles sont plutôt confiantes et 9,5 % très confiantes, contre 7 % de pessimistes.

Elles concèdent, cependant, qu'un certain nombre de *freins* peuvent entraver leur développement. Les 2 "points d'inertie" majeurs sont :

- *Le manque de temps consacré à la réflexion stratégique (54,9 %).*
- *Le manque de personnels qualifiés (45 %).*

Puis sont invoqués :

- *Les résistances au changement (31,2 %).*
- *Le manque de ressources financières (30,7 %).*

Ainsi les clés de la réussite, selon les entreprises, résident moins dans des défis technologiques que des défis humains, d'innovation produit, ou commerciaux et marketing. Les critères, les plus fréquemment cités pour relever ces défis sont :

- *Le renforcement des compétences et la formation (54,9 %).*
- *Le lancement de nouveaux produits/services (52,6 %).*
- *La conquête de nouveaux segments de marché (48,7 %).*
- *Le renforcement de la fonction commerciale & marketing (36,9 %).*
- *Le management (33,8 %).*

■ Perception du Développement durable

La prise de conscience des enjeux du développement durable poursuit sa lente progression, et ce, quelle que soit la taille des entreprises. En effet, *53,4 % des entreprises déclarent savoir concrètement ce qu'est le développement durable*, et 39,9 % partiellement.

La mise en pratique de ces principes est, quant à elle, assez différenciée : 26,3 % déclarent prendre en compte le développement durable dans leur organisation tandis que 22,4 % n'appliquent ses principes que de manière partielle.

Les formes les plus usuelles de concrétisation des principes du développement durable concernent :

- *le respect de l'environnement (84,5 %), puis*
- *les exigences sociales (57,2 %) et, dans une moindre mesure,*
- *des exigences accrues envers les fournisseurs (42,8 %).*



Pratiques de veille sur Internet

■ Types d'informations recherchées

Le palmarès des informations les plus recherchées sur Internet est identique à celui de l'année passée. Il s'établit comme suit :

1. *La réglementation.*
2. *Les concurrents.*
3. *Les fournisseurs.*
4. *Les données de marché et les clients (en hausse de 7 points).*

A contrario, les entreprises recherchent de moins en moins d'informations sur les salons/manifestations.

■ Assiduité sur le web

Pour mesurer, de manière plus fine, la part des consultations sur Internet qui relèvent de la veille, la question précisait, cette année, : *"Dans le cadre de votre activité de veille, à quelle fréquence surfez-vous sur Internet ?"*.

Ainsi, *la proportion de répondants qui "surfen"t tous les jours sur Internet pour faire de la veille s'élève à 39,2 %* contre 56,9 % qui déclaraient, l'an passé, surfer tous les jours sur Internet.

Concernant la tranche des répondants qui "surferent" 2 à 3 fois par semaine, le pourcentage passe de 22 % l'an passé à 18,8 % cette année.

Globalement, l'Internet compte parmi les outils largement utilisés par les entreprises pour faire de la veille.

■ Maîtrise de l'internet

La majorité des entreprises (67 %) estiment leur niveau de pratique sur Internet *satisfaisant* même si le recours à des outils de surveillance automatique concerne encore un nombre minoritaire d'entreprises (22,2 %).

Les supports d'information les plus usités sur le web sont, comme en 2006, les Newsletters (42,8 %). A noter la progression des abonnements à des services de veille qui passent de 10,7 % en 2006 à 20,56 % en 2007.

■ Les échanges avec les partenaires via le web

58,6 % des entreprises considèrent Internet comme un outil qui doit servir leur déploiement commercial au travers d'un renforcement des échanges avec leurs *clients finaux*. Resterait à déterminer, lors d'une prochaine enquête, si Internet pourrait contribuer à trouver de nouveaux clients.

Dans une moindre proportion, mais de manière significative, les entreprises bretonnes souhaitent renforcer leurs échanges via le web avec les partenaires suivants :

- *Les fournisseurs (48,9 %).*
- *L'administration (46,3 %).*
- *Les organismes professionnels (39,2 %).*
- *Les chambres de commerce et d'industrie (28,7 %).*



Sécurité de l'information

Cette partie du questionnaire élaborée avec l'appui d'un représentant de la DST avait pour objet de mesurer :

- le *niveau de conscience des risques encourus* par les entreprises en matière d'information ;
- la proportion *d'entreprises "à risques"* au vu de leur activité à l'international, du comportement de leurs salariés, du recours à des stagiaires, de l'accueil de personnes extérieures à l'entreprise, de la sécurisation de leur site web, ainsi que
- leur niveau de *prise en compte de ces différents risques* par des procédures adaptées.

■ Perception du risque

Même si les entreprises déclarent posséder des savoir-faire ou des informations stratégiques, *54,6 % ne protègent pas leurs process ou informations tandis que 78,9 % déclarent n'avoir jamais été victimes d'un détournement d'information*. Ce bon résultat pourrait laisser penser qu'elles mettent en œuvre des parades efficaces ; malheureusement, leurs réponses sur l'absence de procédures en cas d'incident nous portent à considérer qu'elles n'ont pas toujours conscience des dangers encourus.

Les moyens de détournement d'information principalement invoqués concernent l'exercice d'une concurrence déloyale, des rumeurs, des débauchages de personnels ou des mauvaises conduites de collaborateurs.

■ Le risque à l'international

Parmi les facteurs d'exposition à un risque en matière de sécurité de l'information, il en est un qui peut fragiliser particulièrement les entreprises : il s'agit des relations avec l'étranger.

Au sein de notre population de répondants, *53,4 % des entreprises entretiennent des relations avec l'étranger, autant dire que ce risque est majeur*.

■ Formalisation des règles de sécurité de l'information

Globalement, les entreprises n'appréhendent pas de manière satisfaisante les risques liés à l'information et n'ont pas encore, de ce fait, engagé de démarches adaptées aux différents types de situations.

Certains risques sont cependant mieux pris en compte que d'autres, à hauteur d'environ 2 entreprises sur 3. Ils concernent :

- la *gestion des déchets* ;
- la *sécurisation de leur site web* ;
- l'existence de clauses de non-concurrence et de confidentialité dans les *contrats de travail* de leurs collaborateurs.

D'autres risques sont appréhendés par environ la moitié des répondants. Ils concernent :

- l'accès et la circulation, au sein de l'entreprise, de *personnes extérieures* ;
- les *effractions par intrusion* dans les locaux de l'entreprise.

Enfin, certains risques exposent une grande majorité d'entreprises dans la mesure où elles n'ont formalisé aucun mode opératoire en cas d'incident. Ces risques concernent :

- *l'usage d'Internet et du matériel informatique* par les collaborateurs ;
- le comportement des *personnels en déplacement* ;
- le contrôle de l'activité des *stagiaires* et
- la sécurisation des produits présentés lors de *salons ou manifestations*.



En conclusion

Les entreprises bretonnes démontrent une réelle volonté d'ouverture à tous points de vue (projets de conquête de nouveaux segments de marchés, primauté des informations de marché, nombre croissant d'entreprises qui externalisent certaines fonctions de la veille, renforcement des échanges avec les clients via le web...) et fondent leur développement sur cette capacité à aller chercher de nouvelles ressources, qu'elles soient humaines ou commerciales au travers d'une offre renouvelée ou élargie à d'autres débouchés.

Cependant, elles font état du manque cruel de temps consacré à la réflexion stratégique et des difficultés liées à leurs ressources humaines tant au niveau des compétences que des comportements de résistances au changement.

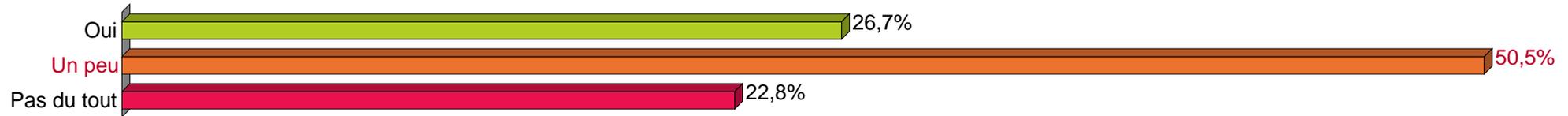


3 - Analyse des résultats de l'enquête 2007

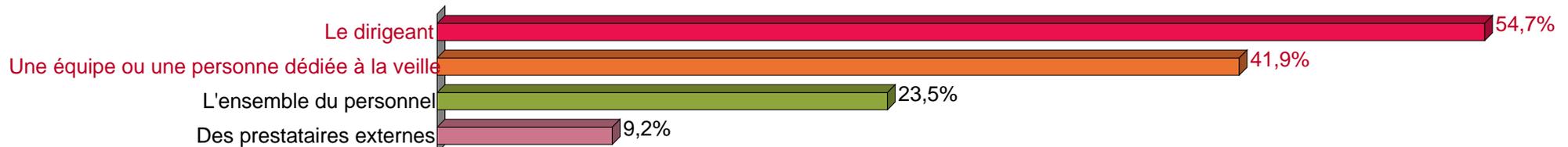


La fonction de veille

A.1. La fonction de veille au sein de votre entreprise est-elle structurée ?



A.2. Qui s'occupe de la veille au sein de votre entreprise ?

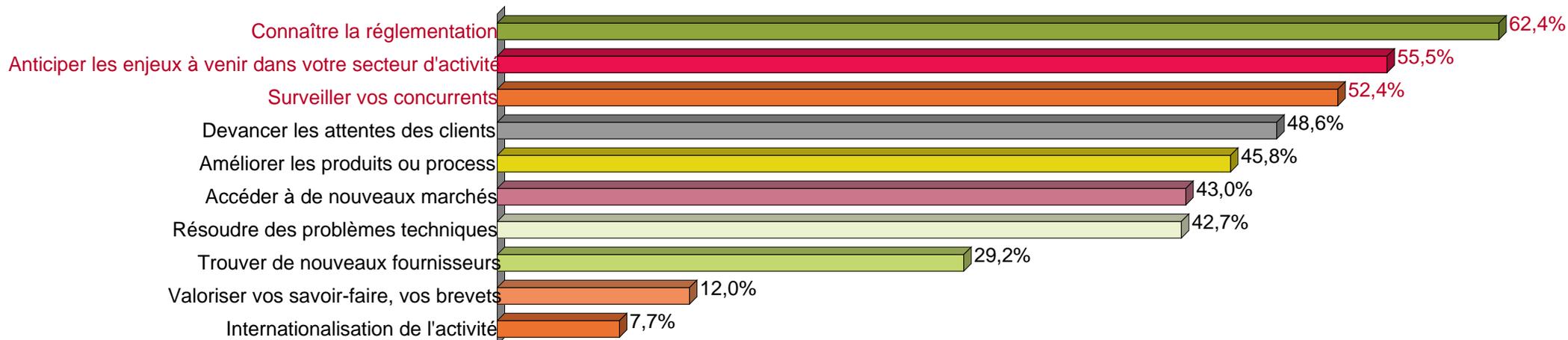




La veille, une affaire d'équipe avant tout

- La perception qu'ont les entreprises d'avoir une fonction de veille structurée progresse et concerne aujourd'hui 1 entreprise sur 2 contre 1 sur 3 l'an passé.
- Cette fonction reste, cependant, majoritairement centrée sur le dirigeant de l'entreprise ou un personnel dédié, et assez peu déployée sur l'ensemble du personnel (23,5% des répondants).
- Lorsque la fonction de veille est mieux déployée au sein des équipes ou a recours à des prestataires externes, elle se révèle plus efficace (se reporter aux résultats de la strate n° 1 : les organisées).
- A contrario, la centralisation de la fonction de veille sur le dirigeant produit une moindre efficacité (se reporter aux résultats de la strate n° 2 : les inorganisées).
- Les entreprises les mieux organisées se comptent parmi les secteurs :
 - des services, avec une prise en charge de la veille par une équipe dédiée ;
 - des industries agroalimentaires, avec une prise en charge de la veille par une équipe dédiée ainsi que le recours à des prestataires externes.
- Les entreprises les moins bien organisées sont sur-représentées dans les secteurs :
 - de la construction, avec une prise en charge de la veille essentiellement centrée sur le dirigeant, et dans une moindre mesure,
 - de l'industrie (hors IAA).
- La taille de l'entreprise influe sur la structuration de la veille : les grandes entreprises comptent une plus forte proportion d'établissements organisés que l'échantillon global. Cette efficacité de la veille s'appuie, au sein des grandes entreprises, sur une équipe dédiée (se reporter aux résultats de la strate n° 9).
- Un autre critère corrélé à l'organisation de la veille concerne le pourcentage du chiffre d'affaires à l'export. C'est ainsi que les grands exportateurs présentent de meilleurs résultats en matière de structuration de leur fonction de veille que les non-exportateurs (se reporter aux résultats des strates 3 et 5).

A.3. Quelles sont, selon vous, les finalités de la veille pour votre entreprise ?





*La Réglementation mise à part,
des finalités de veille assez variables selon les typologies d'entreprises et les secteurs d'activités*

 A l'instar des résultats obtenus en 2006, les finalités de la veille concernent :

- la connaissance de la réglementation (62,4 %) ;
- l'anticipation des enjeux à venir (55,4 %), dans le secteur d'activité de l'entreprise ;
- la surveillance des concurrents (52,1%) ;
- la prise en compte des attentes clients (48,5 %) ;

auxquelles s'ajoutent :

- l'amélioration de produits/process (45,9 %) ;
- l'accès à de nouveaux marchés (43 %) et
- la résolution de problèmes techniques (42,5%).

 Globalement, les finalités de la veille pour les "Organisés" sont plus nombreuses et diversifiées à l'exception de la surveillance des concurrents, de la résolution des problèmes techniques et la recherche de nouveaux fournisseurs. Ces 3 points sont probablement appréhendés dans la gestion courante de l'entreprise.

Plus que l'ensemble des répondants, les "Organisés" font, avant tout, de la veille pour anticiper les enjeux de leur secteur d'activité. C'est également auprès de cette population que nous trouvons le plus d'entreprises qui cherchent à valoriser leurs savoir-faire, leurs brevets, ainsi qu'à internationaliser leur activité.

 La veille, chez les entreprises "inorganisées", comparativement aux entreprises "organisées", majore les finalités d'ordres plus opérationnels comme :

- surveiller ses concurrents
- résoudre des problèmes techniques ou
- trouver de nouveaux fournisseurs.

 Les entreprises qui n'exportent pas se caractérisent par des besoins de veille "de première nécessité", à savoir la résolution de problèmes techniques.

Les Grands Exportateurs, exposés à une concurrence internationale, font de la veille une force d'anticipation par une surveillance de l'activité des concurrents et par l'amélioration constante de leurs produits et process.

■ De manière générale, les finalités de la veille diffèrent sensiblement d'un secteur d'activité à l'autre.

Le secteur d'activité le plus prospectif en matière de veille est celui des Services. Cette anticipation porte sur les enjeux à venir, les attentes clients et l'accès à de nouveaux marchés.

Le secteur des IAA fait, quant à lui, de la surveillance des concurrents sa finalité première à laquelle s'ajoutent :

- la réglementation
- l'amélioration des produits/des process
- les attentes des clients et
- la recherche de nouveaux fournisseurs.

Chez les entreprises du secteur de la Construction, les finalités revêtent un caractère très opérationnel : informations réglementaires et résolution de problèmes techniques.

La quête de nouveaux marchés fait également partie des finalités de veille primordiales.

Enfin, le secteur de l'Industrie, à l'instar des IAA accorde une importance capitale à la surveillance des concurrents et à l'amélioration des produits/process auxquels s'ajoutent :

- la valorisation des savoir-faire et des brevets,
- l'internationalisation et
- la réglementation.

Pour plus de détails, se reporter aux résultats des strates n° 10, 11, 12 et 13.

■ Chez les entreprises de moins de 10 salariés, la veille a, d'une part, un caractère défensif au travers de la surveillance des concurrents, d'autre part, un caractère technique relatif à l'amélioration des produits/process.

Les Grandes entreprises jouent un peu sur tous les tableaux en matière de veille, à l'exception de la résolution de problèmes techniques ou de recherche de fournisseurs.

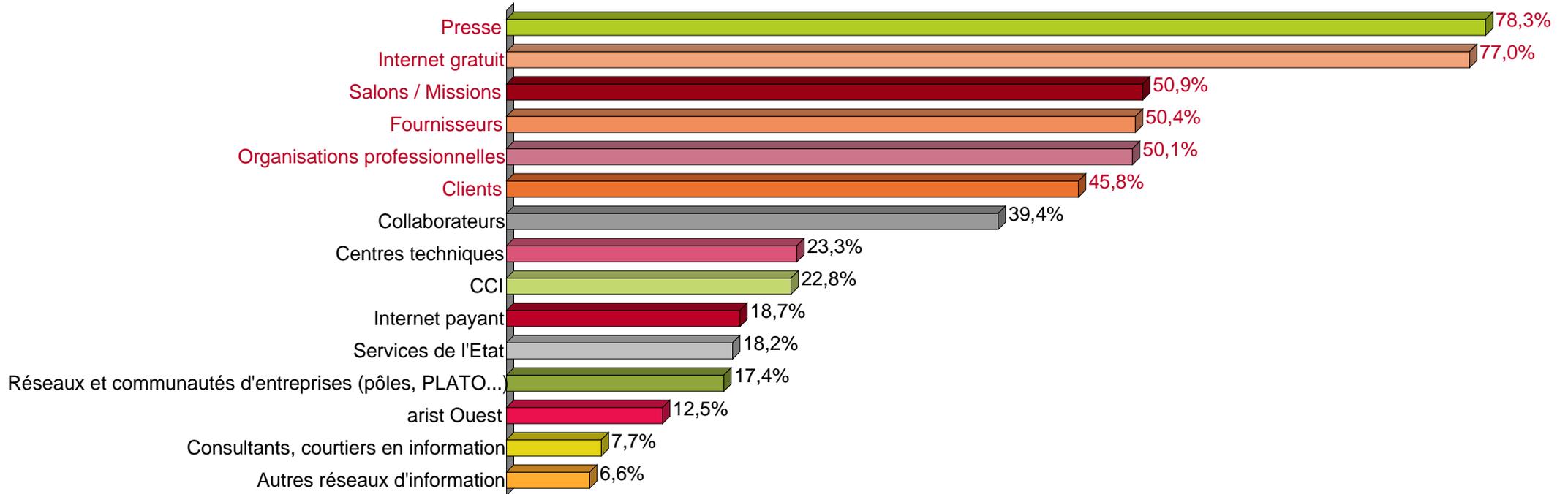
Souvent confrontées à une concurrence exacerbée, elles se montrent offensives au travers à la fois la surveillance des concurrents et la valorisation de leurs savoir-faire et brevets.

Elles se révèlent également très prospectives par la recherche d'informations qui permettent d'anticiper les enjeux à venir et devancer les attentes de leurs clients.

Côté informations opérationnelles, ce sont la réglementation et l'amélioration des produits/process qui les mobilisent le plus.

■ Les sources d'information

A.5. Parmi les sources de veille suivantes, citez celles que vous utilisez :





Un éventail de sources différencié selon les secteurs d'activité, la taille des entreprises et leur activité à l'export à l'exception de 2 constantes : la Presse et l'internet gratuit

■ En tête position des sources depuis l'origine de notre enquête en 2001, la presse maintient un score de près de 78,4 %, talonnée par l'internet gratuit avec un score de 76,8 %.

Arrivent en 3ème position, et de manière significative, les organisations professionnelles, les clients, les fournisseurs. Le score des salons/manifestations, quant à lui, ne cesse de s'éroder même s'il reste important (70 % en 2006 contre 50 % en 2007).

A noter, le repli inexplicable du rôle des collaborateurs par rapport à l'année passée (39,2 % en 2007 contre 72,7 % des citations en 2006).

■ L'éventail de sources utilisées par les entreprises peu organisées s'avère beaucoup plus restreint que pour les entreprises organisées et privilégie des sources dites "classiques" :

- la presse
- l'internet gratuit
- les fournisseurs
- les clients.

■ L'activité de veille plus soutenue des "Organisés" se reflète également dans le recours à des sources plus diversifiées, comparativement à l'échantillon global.

Seuls, la presse, l'internet gratuit, les fournisseurs et les clients sont, en proportion moins utilisés.

Même si la proportion d'entreprises qui font appel à l'internet payant, d'autres réseaux d'information ou des courtiers en information reste minoritaire, il n'en reste pas moins que, comparativement à d'autres typologies d'entreprises, ce sont celles qui y recourent le plus.

■ De nouveau, le secteur d'activité influe largement sur la diversité des sources utilisées.

Le secteur d'activité qui recourt au plus large éventail de sources concerne les IAA :

- la presse
- les organisations professionnelles
- les salons/missions
- les clients
- les fournisseurs
- les collaborateurs
- les réseaux et communautés d'entreprises
- les CCI,

et de manière significativement supérieure aux autres secteurs : les centres techniques.

Les autres Industries se concentrent, plus fortement que l'échantillon global des répondants, sur :

- l'internet gratuit
- les fournisseurs
- l'arist Ouest et

encore plus sur les salons/missions.

Le secteur des Services mise davantage sur les réseaux sous toutes leurs formes :

- réseaux et communautés d'entreprises
- autres réseaux
- consultants et courtiers en informations

ainsi que les services de l'Etat.

Pour finir, le secteur de la Construction s'appuie, de manière plus significative que l'échantillon global des répondants sur ses fournisseurs.

■ La taille des entreprises influe nettement sur la multiplicité des sources employées.

En effet, les entreprises de moins de 10 salariés s'appuieront plus fortement sur les organisations professionnelles au détriment d'autres sources tandis que les grandes entreprises feront appel à un panel de sources élargi :

- la presse
- les organisations professionnelles
- les centres techniques
- les réseaux
- l'arist Ouest
- les courtiers en information et consultants.

■ L'activité à l'export tend également à augmenter la diversité des sources :

- les clients
- les collaborateurs
- les centres techniques
- les réseaux
- les CCI
- les consultants et courtiers en information
- l'internet payant,

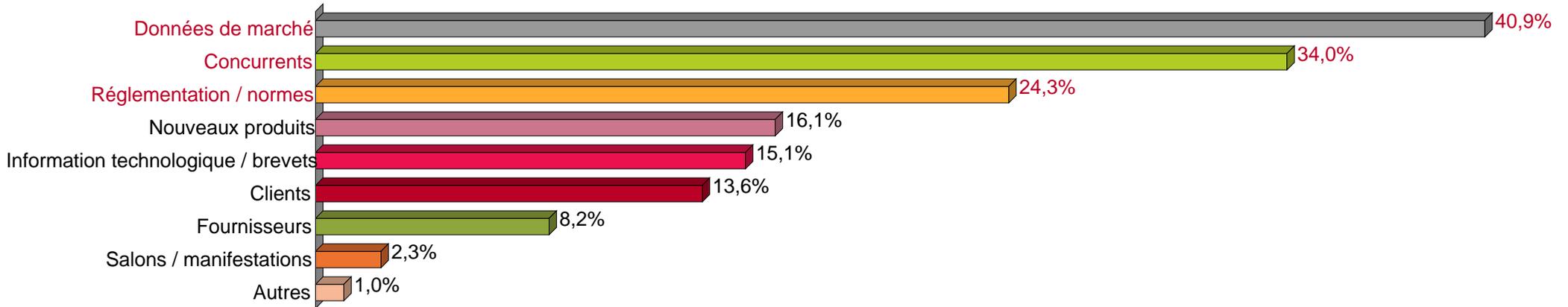
et, avec encore plus d'acuité que la moyenne des répondants, :

- les salons et les missions
- l'arist Ouest.

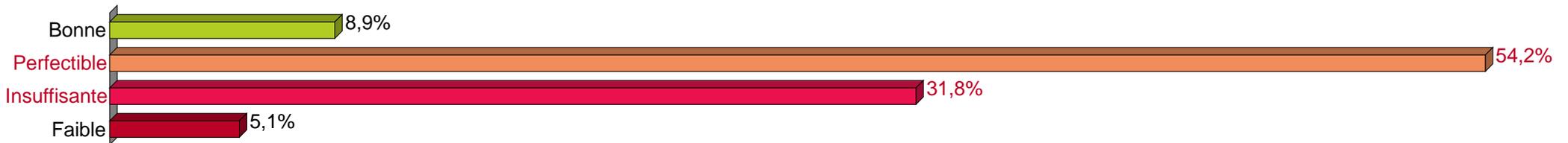
A l'inverse, les non-exportateurs auront tendance à recourir de manière moins importante à l'ensemble des sources et notamment internet, à l'exception de la presse.

Les difficultés de la veille

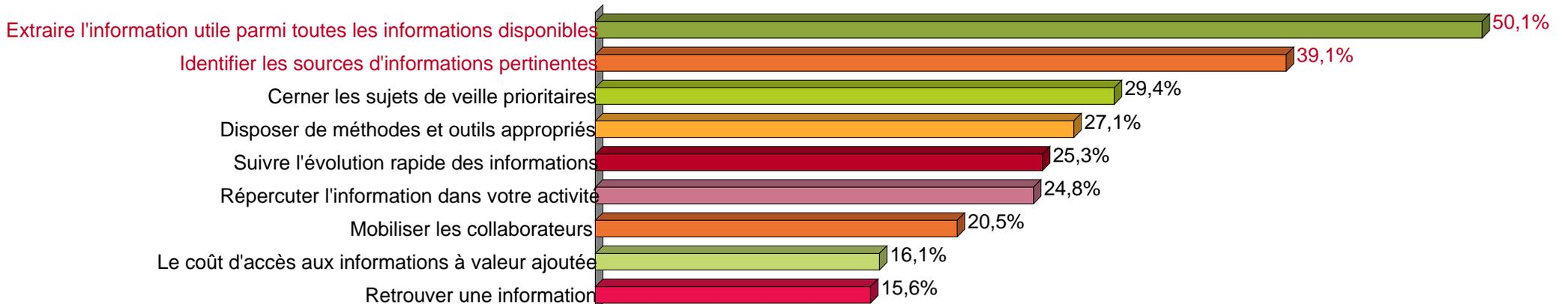
A.4. Parmi les informations recherchées, certaines sont-elles difficiles à trouver ?



A.6. Selon vous, la capacité de votre entreprise à capter et exploiter ces informations est-elle ?



A.7. Quelles sont les principales difficultés que rencontre votre entreprise dans sa pratique de veille (concurrentielle, technologique, réglementaire...) ?





Une "culture de veille" et une maturité très différentes selon les typologies d'entreprises qui expliquent des perceptions très différenciées des difficultés.

Les critères qui influent sur la perception des difficultés de la veille concernent :

- la taille et l'activité à l'export : plus l'entreprise est grande ou plus elle exporte, et moins les difficultés sont ressenties.*
- le secteur d'activité.*

 Même si l'organisation de la fonction de veille ne cesse de s'améliorer, la moitié des entreprises estiment que des progrès restent à accomplir.

 Globalement, les difficultés exprimées sont de même nature que l'année passée, à des degrés qui peuvent varier.

 Elles concernent :

- L'accès à certaines informations, et en particulier, les données de marché (40,7 %) puis l'information sur les concurrents (33,5 %), et la réglementation (24,2 %).

- La sélection de l'information utile : capacité de l'entreprise à extraire l'information nécessaire et suffisante parmi toutes les informations disponibles.

La généralisation d'Internet tend à renforcer la perception de cette difficulté ; à l'inverse, elle semble faciliter le suivi des informations une fois qu'elles sont identifiées.

- La structuration de la veille : définition des sujets de veille, identification des sources appropriées, et mise en œuvre de méthodes et d'outils adéquats.

 A signaler les critères sur lesquels les entreprises semblent progresser lentement :

- Le suivi des informations.
- La mobilisation des collaborateurs.
- La capacité des entreprises à retrouver une information.

- Globalement, les entreprises "organisées" font part de moindres difficultés relatives à la veille.
Les points sensibles qui demeurent sont, d'une certaine manière, la résultante de l'exercice de cette fonction de veille puisqu'ils concernent :
 - la difficulté d'extraire l'information utile parmi toutes les informations disponibles ; difficulté non ressentie chez les entreprises peu organisées en matière de collecte d'informations
 - la difficulté de suivre l'évolution rapide de certaines informations.

- La perception des difficultés d'accès aux informations est beaucoup plus tangible chez les "Inorganisés" que chez les "Organisés", en particulier pour se procurer des informations sur :
 - le marché
 - les concurrents
 - l'information technologique et les brevets, et
 - les clients.

Les difficultés ressenties plus fortement chez les entreprises "inorganisées" concernent des points que nous pourrions qualifier comme assez "fondamentaux" à savoir :

- l'identification des sources pertinentes et la définition des sujets de veille,
- le manque de méthodes ou d'outils appropriés et, plus généralement,
- la capacité à retrouver une information.

- L'analyse, par secteurs d'activités, des informations les plus difficiles à trouver révèle 2 grandes familles :
 - les secteurs pour lesquels l'accès à la réglementation demeure complexe : il s'agit des Services et de la Construction ;
 - les secteurs pour lesquels ce sont plutôt les informations économiques qui posent le plus de difficultés (infos sur les concurrents, sur les marchés) : il s'agit de l'Industrie globalement (IAA et hors IAA).

A cette typologie s'ajoutent quelques spécificités.

Ainsi les IAA perçoivent plus de difficultés que la majorité des répondants à trouver de l'information sur :

- leurs clients
- leurs fournisseurs
- les brevets.

S'agissant de l'Industrie hors IAA, il semble que ce soit la détection de nouveaux produits qui pose davantage problème.

■ A la question "Quelles sont les principales difficultés que rencontre votre entreprise dans sa pratique de veille ?", les secteurs d'activités répondent de manières très différentes, révélatrices des écarts de maturité des organisations de veille :

- Difficultés caractéristiques de systèmes de veille plutôt matures, pour le secteur des Services :
elles concernent le suivi des informations et la répercussion des informations collectées dans l'activité de l'entreprise. L'information est là, disponible dans l'entreprise ; les sources sont connues mais il faut porter l'effort sur la capacité de l'entreprise à transformer cette information de veille en information "utile".
- Difficultés caractéristiques de systèmes de veille "immatures", secteur de la Construction :
le simple fait de retrouver une information pose difficulté et la perception même des difficultés n'est que partielle parce que la notion de veille est encore très floue (ceci explique, notamment, que ces entreprises jugent leur capacité à capter et à exploiter les informations bonne) ; ce secteur fonctionne encore largement sur une culture orale et a, de ce fait, une acception différente de la veille.
- Difficultés caractéristiques d'un secteur à qui il manque une "feuille de route" :
les IAA, secteur qui maîtrise les "techniques de veille" (nombreuses sources accessibles, équipe dédiée...) mais manque d'orientations stratégiques ; les entreprises expriment la difficulté à cerner les sujets de veille prioritaires, et par conséquent, à extraire l'information utile parmi toute l'information disponible.
- Difficultés caractéristiques d'un secteur qui maîtrise mal le "mode d'emploi" de la veille, l'Industrie (hors IAA) :
de nombreuses difficultés opérationnelles subsistent (retrouver une information, identifier les sources, manque de méthodes, d'outils, difficulté à extraire l'information utile.

■ La taille des entreprises n'est pas réellement révélatrice d'une appréciation différente des difficultés de veille dans la mesure où les toutes petites entreprises (moins de 10 salariés) n'ont qu'un aperçu partiel de ce que pourrait être un système de veille efficace. En d'autres termes, elles ont parfois une vision un peu simpliste de la veille et tendent à minorer les difficultés réelles. Les concernant, c'est l'accès à la réglementation qui pose difficulté.

Concernant les grandes entreprises, elles majorent les difficultés sur 2 points :

- la surveillance des concurrents (déjà évoquée dans les finalités de la veille) ;
- les informations technologiques et les brevets.

- L'activité à l'international joue un peu le même rôle que la taille : c'est un révélateur de difficultés de veille. En d'autres termes, moins les entreprises exportent moins les difficultés sont perceptibles.

A contrario, plus les entreprises exportent, plus elles prennent conscience des enjeux de la veille et des difficultés engendrées, comme :

- l'accès aux informations technologiques/aux brevets,
- la surveillance des concurrents ;

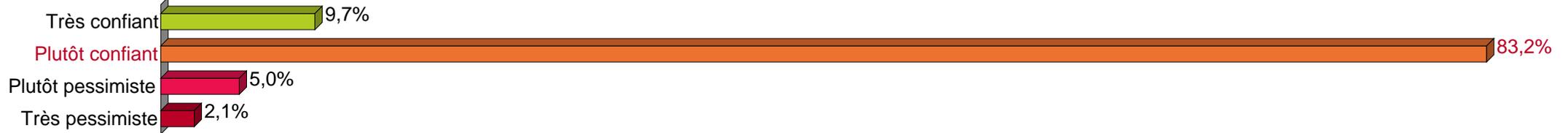
ainsi que :

- identifier les sources pertinentes au regard d'un périmètre géographique élargi et extraire l'information utile parmi toute l'information disponible,
- mobiliser les collaborateurs,
- répercuter l'information dans l'activité de l'entreprise, complexifiée du fait de sa couverture géographique.



■ Perception de l'avenir

B.1. Comment percevez-vous l'avenir de votre activité ?





Un moral des entreprises bretonnes plutôt bon, même si de nombreux défis sont à relever

-  Les entreprises confirment l'optimisme en l'avenir exprimé l'an passé puisque 80,9 % d'entre elles sont plutôt confiantes et 9,5 % très confiantes, contre 7 % de pessimistes.

-  Les entreprises "organisées" sont légèrement plus optimistes sur leur avenir que la moyenne des répondants, en raison du fait, probablement, qu'elles se sentent mieux prémunies contre les aléas de leurs marchés grâce à la veille.

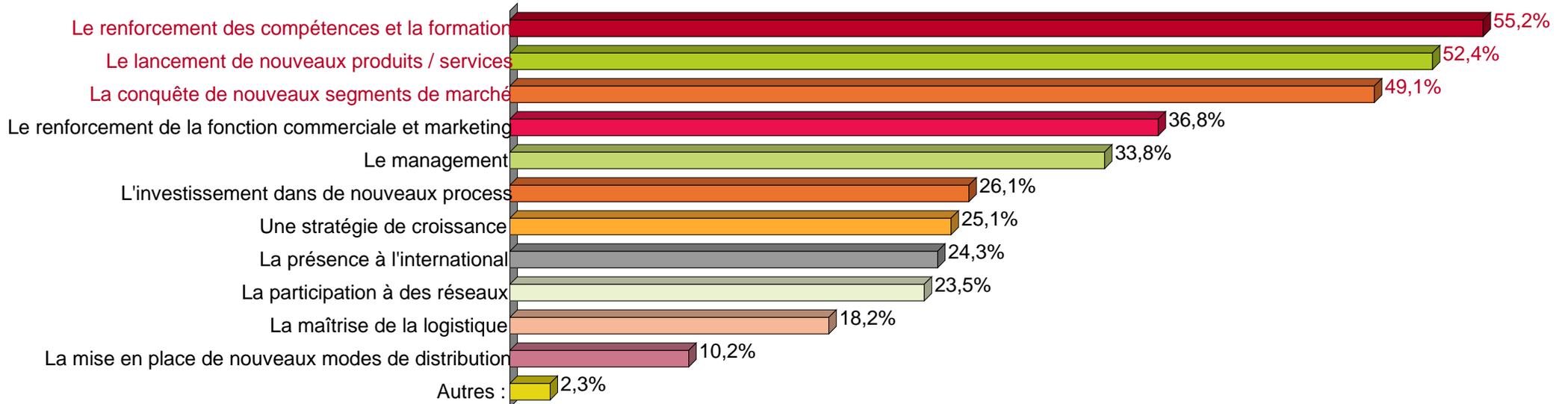
-  A contrario, les entreprises "inorganisées" en matière de veille comptent une moindre proportion d'entreprises très confiantes (6,9 % pour les inorganisées contre 16,3 % pour les organisées).

-  L'ensemble des secteurs d'activité se sentent globalement assez confiants concernant leur avenir, à l'exception des Industries agroalimentaires qui comptent une proportion légèrement plus importante d'entreprises pessimistes (+5% par rapport à l'échantillon global).

- 
 La taille des entreprises et l'activité à l'export n'influent pas de manière radicale sur la perception de l'avenir.

■ Les atouts pour réussir demain

B.2. Quels atouts devra avoir demain une entreprise de votre secteur d'activité pour tirer son épingle du jeu ?





"L'innovation produit pour réussir" comme trait d'union entre toutes les entreprises à l'exception du secteur de la Construction et des entreprises non-exportatrices

 Les clés de la réussite, selon les entreprises, résident moins dans des défis technologiques que dans des défis humains, d'innovation produit, ou commerciaux et marketing.

Les critères, les plus fréquemment cités pour relever ces défis sont :

- le renforcement des compétences et la formation (54,9 %),
- le lancement de nouveaux produits/services (52,6 %),
- la conquête de nouveaux segments de marché (48,7 %),
- le renforcement de la fonction commerciale & marketing (36,9 %),
- le management (33,8 %).

 Pour préparer cet avenir dans les meilleures conditions, voici les atouts sur lesquels les entreprises organisées entendent s'appuyer :

- le lancement de nouveaux produits et services (+11,3% par rapport à l'échantillon global),
- la présence à l'international (+8,1% par rapport à l'échantillon global) ; et, dans une moindre mesure, sur :
- la conquête de nouveaux segments de marché et
- la mise en place de nouveaux modes de distribution.

 A l'inverse des entreprises "organisées" qui déclarent miser sur une présence à l'international, les "inorganisés" entendent s'appuyer plutôt sur :

- un renforcement des compétences et de la formation,
- un renforcement de la fonction commerciale & marketing,
- le management,
- une stratégie de croissance et
- une maîtrise de la logistique, ainsi que sur :
- le développement de nouveaux produits ou de nouveaux services même si ce score est inférieur de 15,2 % chez les "inorganisés" par rapport aux "organisés".

Globalement, elles présentent un profil moins enclin à l'innovation et à l'ouverture que ce soit au travers :

- du lancement de nouveaux produits ou la conquête de nouveaux marchés,
- de l'investissement dans des nouveaux process,
- de la participation à des réseaux ou
- au développement à l'international.

Voici le détails des atouts cités par les différents secteurs d'activités, toujours de manière plus significative que la moyenne des répondants :

Les SERVICES :

- développement de nouveaux produits,
- renforcement de la fonction commerciale/marketing,
- participation à des réseaux,
- stratégie de croissance.

La CONSTRUCTION :

- renforcement des compétences et de la formation.

Les IAA :

- développement de nouveaux produits,
- conquête de nouveaux segments de marché,
- renforcement de la fonction commerciale/marketing,
- maîtrise de la logistique,
- et dans une moindre mesure, présence à l'international.

Les AUTRES INDUSTRIES :

- développement de nouveaux produits,
- renforcement des compétences et formation,
- conquête de nouveaux segments de marché,
- investissement dans de nouveaux process,
- renforcement de la présence à l'international.

Le défi des moins de 10 salariés est de se faire connaître. Aussi misent-elles, de manière significative, sur :

- le lancement de nouveaux produits,
- le renforcement de la fonction commerciale/marketing,
- la participation à des réseaux.

Les grandes entreprises misent tout autant sur le lancement de nouveaux produits, auquel s'ajoutent :

- la conquête de nouveaux segments de marché,
- l'investissement dans de nouveaux process,
- le management.

Elles se sentent moins mobilisées sur des actions liées aux ressources humaines.

■ Du côté des non-exportateurs, le renforcement des compétences et la formation sont en revanche au coeur des enjeux de demain.

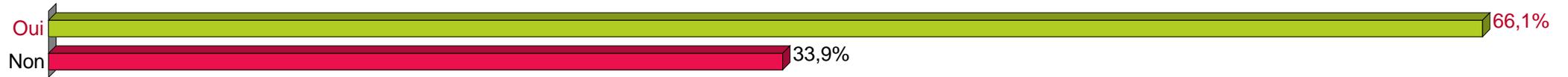
A l'inverse de la majorité des entreprises, les non-exportateurs misent moins sur le développement de nouveaux produits (- 28,2 % par rapport à l'échantillon global).

S'agissant des grands exportateurs, ils misent sur :

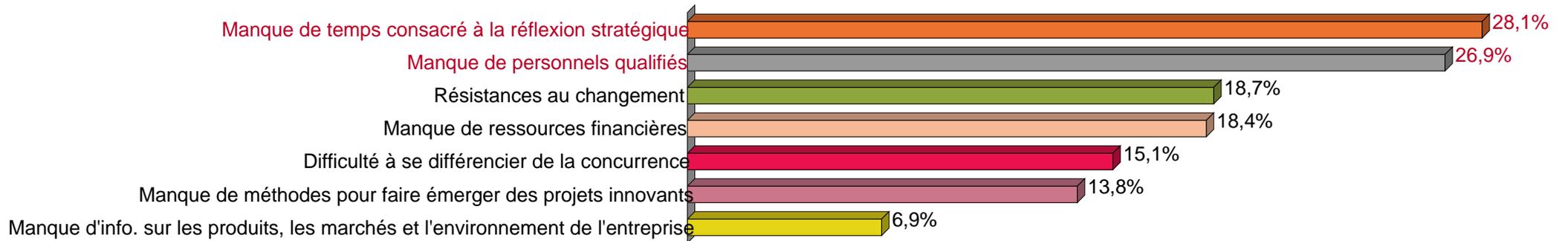
- le développement de nouveaux produits,
- et le management.

■ Les freins au développement

B.3. Percevez-vous des freins au développement de votre entreprise ?



B.4. Si oui, lesquels ?





Le manque de temps consacré à la réflexion stratégique, principal frein invoqué, à l'exception du secteur de la Construction



Les entreprises concèdent que un certain nombre de freins peuvent entraver leur développement. Les 2 "points d'inertie" majeurs sont :

- le manque de temps consacré à la réflexion stratégique (54,9 %),
- le manque de personnels qualifiés (45 %).

Puis sont invoqués :

- les résistances au changement (31,2 %),
- le manque de ressources financières (30,7 %).



De manière logique, les "Organisées" perçoivent moins de freins au développement. Cependant leurs efforts de lancement de nouveaux produits/services semblent les contraindre, plus fortement que l'échantillon global, à se différencier de la concurrence.



Les "Inorganisées", quant à elles, perçoivent plus de freins au développement que les "Organisées". Concrètement, presque toutes les modalités proposées dans le questionnaire, à l'exception de la différenciation des concurrents, sont susceptibles d'entraver le développement de l'entreprise.



Les freins au développement se révèlent moins ténus dans le secteur des services. Ils concernent plutôt le manque de temps consacré à la réflexion stratégique.

Dans le secteur de la construction et les autres industries, la perception des freins est quantitativement comparable à la moyenne de notre échantillon. Des différences qualitatives distinguent cependant ces 2 secteurs :

- pour le secteur de la Construction, les freins sont centrés sur le manque de personnels qualifiés ;
- pour les Autres Industries, ils sont plus diversifiés : manque de temps consacré à la réflexion stratégique, manque de méthodes pour faire émerger des projets innovants et, dans une moindre mesure, manque de personnels qualifiés et manque d'informations sur les produits et les marchés.

Par contre, chez les IAA, la perception de freins au développement est exacerbée, de l'ordre de 10 points supplémentaires. Ces freins concernent :

- le manque de temps consacré à la réflexion stratégique,
- la différenciation par rapport à la concurrence,
- le manque d'informations sur les produits, les marchés et l'environnement de l'entreprise.

- Pour les entreprises de moins de 10 salariés, le manque de ressources financières est invoqué plus largement (+ 19,1 % par rapport à l'échantillon global).

De manière générale, les freins au développement chez les grandes entreprises sont quantitativement moins importants. A noter, cependant, la difficulté évoquée par les entreprises de plus de 250 salariés : le manque de méthode pour faire émerger des projets innovants. Elle concerne, plus particulièrement, les grandes entreprises industrielles.

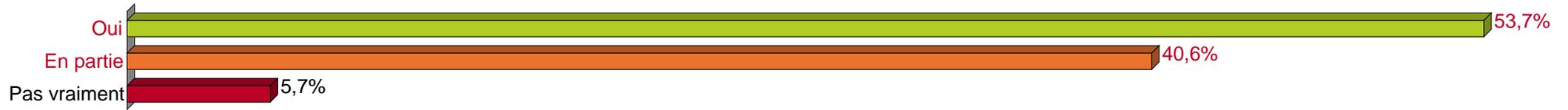
- Les non-exportateurs font état d'un frein relatif au manque de personnel ; cette difficulté concerne, en particulier, le secteur de la construction fortement représenté au sein de la population des entreprises qui n'exportent pas du tout.

Les défis sont tout autres pour les grands exportateurs. Il s'agit de trouver des idées de produits innovants pour pouvoir exporter et résister à la pression concurrentielle internationale. La difficulté majeure concerne, par conséquent, le manque de méthodes pour faire émerger des produits innovants.

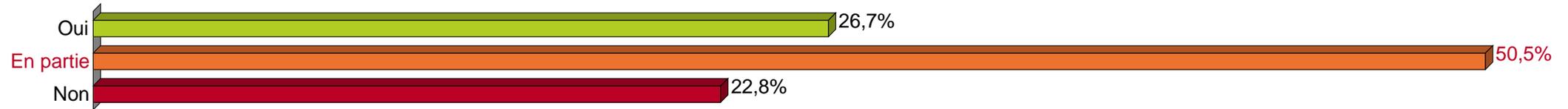
Autre point sensible signifié par les entreprises exportatrices : la résistance au changement.

■ Perception du Développement durable

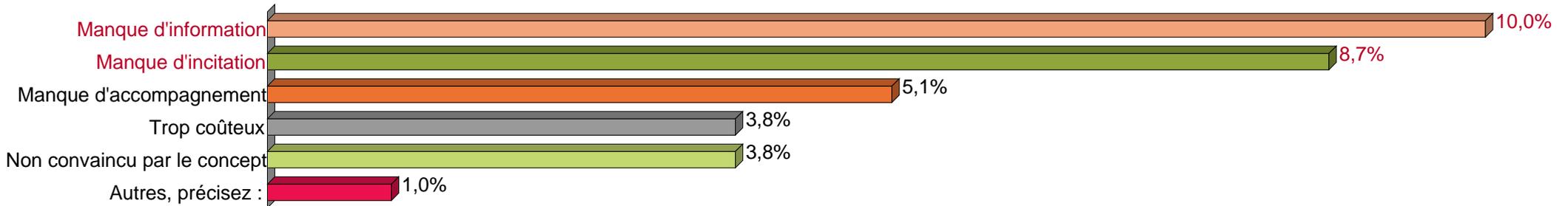
B. 5. Savez-vous ce qu'est, concrètement, le développement durable ?



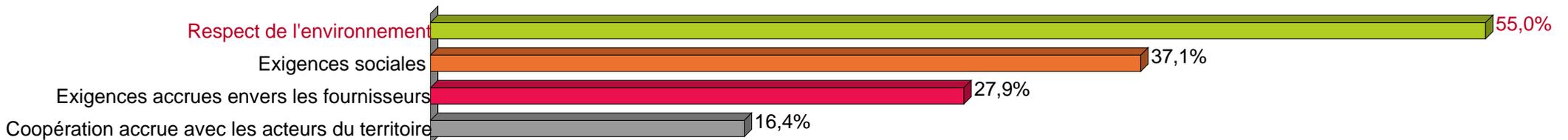
B. 6. Prenez-vous en compte le développement durable dans le mode d'organisation de votre entreprise ?



B. 7. Si non, pourquoi ?



B. 8. Si oui, sous quelles formes ?





Une acception encore un peu "académique" du développement durable pour les entreprises qui peinent à le mettre en pratique et qui privilégient son volet environnemental



La prise de conscience des enjeux du développement durable poursuit sa lente progression, et ce quelle que soit la taille des entreprises. En effet, 53,4 % des entreprises déclarent savoir concrètement ce qu'est le développement durable, et 39,9 % partiellement.

La mise en pratique de ces principes est, quant à elle, assez différenciée : 26,3 % déclarent prendre en compte le développement durable dans leur organisation tandis que 22,4 % n'appliquent ces principes que de manière partielle.

Les formes les plus usuelles de concrétisation des principes du développement durable concernent :

- le respect de l'environnement (84,5 %), puis
- les exigences sociales (57,2 %) et, dans une moindre mesure,
- des exigences accrues envers les fournisseurs (42,8 %).



Les entreprises "organisées" sont légèrement plus sensibilisées aux enjeux du développement durable, et en théorie, et dans la pratique : la proportion d'entreprises déclarant prendre en compte les enjeux du développement dans leur activité est supérieure de 15 points à celle de notre échantillon global.

Elles sont particulièrement plus vigilantes sur les questions environnementales. C'est également au sein des "Organisées", que les entreprises renforcent leur coopération avec les acteurs du territoire.



Les entreprises "inorganisées" sont moins sensibilisées aux enjeux du développement durable que les entreprises "organisées" en matière de veille : la proportion d'entreprises déclarant prendre en compte les enjeux du développement dans leur activité est inférieure de 20 points à celle des entreprises "organisées" en veille.

Lorsqu'elles mettent en application les principes du développement durable, c'est sur les questions environnementales qu'elles portent en priorité leurs efforts.

Voici, par secteurs d'activités, le palmarès des entreprises qui savent ce qu'est, concrètement, le développement durable :

- 1 les Services (57,3 % de "Oui")
- 2 les IAA (53,8 % de "Oui")
- 3 les autres Industries (52,8 % de "Oui")
- 4 la Construction (44,9 % de "Oui")

Voici, par secteurs d'activités, le palmarès des entreprises qui prennent en compte le développement durable dans leur organisation :

- 1 les Services (31,1 % de "Oui")
- 2 la Construction (25,7 % de "Oui")
- 3 les IAA (25 % de "Oui")
- 4 les autres Industries (23,2 % de "Oui")

Pour ceux qui déclarent "appliquer" le développement durable, 2 secteurs présentent des modalités un peu différentes, à l'exception du "volet environnemental" qui reste le mieux pris en compte.

Pour le secteur des Services, il s'agit :

- des exigences sociales et
- une coopération accrue avec les acteurs du territoire.

Pour les IAA, il s'agit avant tout :

- exigences accrues envers les fournisseurs en raison très probablement de la pression des distributeurs
- et dans une moindre mesure, d'une coopération accrue avec les acteurs du territoire.

Pour ceux qui déclarent "n'appliquer" que partiellement ou pas du tout le développement durable, les raisons invoquées diffèrent :

Pour le secteur de la Construction, il s'agit :

- du manque d'accompagnement.

Pour les IAA, il s'agit :

- du manque d'incitation
- du coût et
- du manque d'accompagnement.

Pour les Autres Industries, il s'agit :

- du manque d'information.

- Le critère de la taille de l'entreprise est intéressant à étudier s'agissant du développement durable. En effet, les toutes petites entreprises (moins de 10 salariés), à la fois, connaissent mieux les principes du développement durable et les appliquent mieux que l'ensemble de nos répondants.

Il en va de même pour les grandes entreprises (de plus de 250 salariés) qui, en outre, déclinent mieux les principes du développement durable, lorsqu'elles les appliquent.

- Les entreprises exportatrices connaissent mieux les principes du développement durable et les appliquent également mieux que les non-exportateurs.

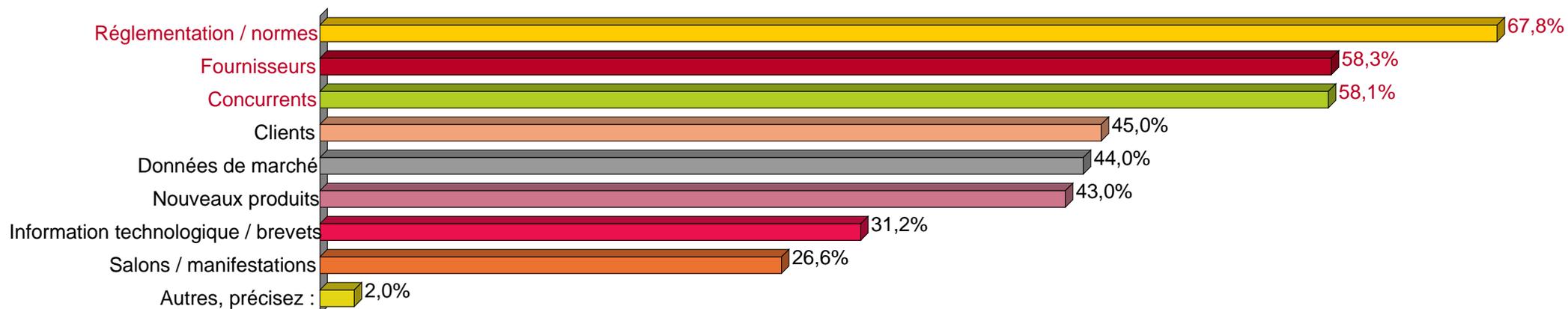
Les formes d'application supérieures aux moyennes de l'échantillon, au sein des exportateurs, concernent :

- les exigences accrues envers les fournisseurs.



Types d'informations recherchées

C.1. Quels types d'informations cherchez-vous sur internet ?





Des pratiques de veille sur Internet qui semblent, de plus en plus, s'orienter vers des recherches d'informations sur les "partenaires" et acteurs du secteur d'activité de l'entreprise : fournisseurs, clients... et concurrents.

 Le palmarès des informations les plus recherchées sur Internet est identique à celui de l'année passée. Il s'établit comme suit :

1. la réglementation (en recul d'environ 5 points par rapport à 2006),
2. les concurrents,
3. les fournisseurs (en hausse de 7 points),
4. les données de marché et les clients (en hausse de 7 points).

A contrario, les entreprises recherchent de moins en moins d'informations sur les salons/manifestations (- 10 points par rapport à l'année passée).

 L'étude des pratiques de veille sur internet des entreprises "organisées" transcrit une activité de veille plus soutenue au travers de la diversité des informations recherchées :

- la réglementation, les normes
- les données de marché
- les information sur les clients
- l'information technologique et les brevets
- les salons / manifestations.

 Même si les entreprises "inorganisées" recourent un peu moins à l'internet pour s'informer sur la réglementation que les entreprises "organisées", il n'en reste pas moins que c'est le premier type d'informations recherchées sur le web.

Elles recourent également moins que les "organisées" au web pour rechercher des informations sur les marchés ou les clients même si ces critères figuraient en bonne position dans la liste des finalités de la veille, transcrivant probablement une difficulté à identifier les bonnes sources sur le web sur ces questions.

Il en va de même pour les informations technologiques, non pas destinées au dépôt de brevets, mais plus dans un objectif de résolution de problèmes techniques ou l'amélioration de produits ou de process.

A contrario, les pratiques de veille sur Internet sont tout à fait comparables s'agissant de recherches sur :

- les fournisseurs
- les concurrents et
- les nouveaux produits.

■ Les pratiques de veille sur Internet sont assez différenciées, d'un secteur d'activité à l'autre :

Dans le secteur des Services :

L'éventail des informations recherchées est large ; il concerne, dans des proportions supérieures à notre échantillon de répondants, :

- les infos sur les concurrents
- les données de marché
- les infos sur les clients
- les nouveaux produits
- les informations technologiques ou les brevets.

En revanche, dans le secteur de la Construction, les entreprises recherchent sur Internet essentiellement des informations sur les marchés, relatives probablement à des appels d'offre.

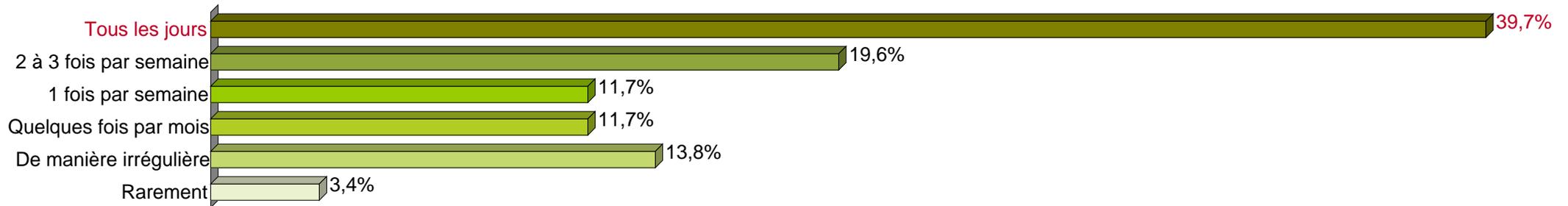
Dans le secteur agroalimentaire, les entreprises centrent leurs recherches avant tout sur :

- les concurrents, puis, dans une moindre mesure, mais toujours dans des proportions supérieures à la moyenne de l'échantillon, sur :
- les fournisseurs
- les données de marché
- l'information technologique et les brevets.

Enfin, le secteur industriel (hors IAA) utilise Internet pour des recherches diversifiées relatives :

- aux fournisseurs
- aux concurrents, et dans une moindre mesure,
- à la réglementation, aux normes
- aux clients
- aux salons/manifestations.

C. 2. Dans le cadre de votre activité de veille, à quelle fréquence surfez-vous sur internet ?

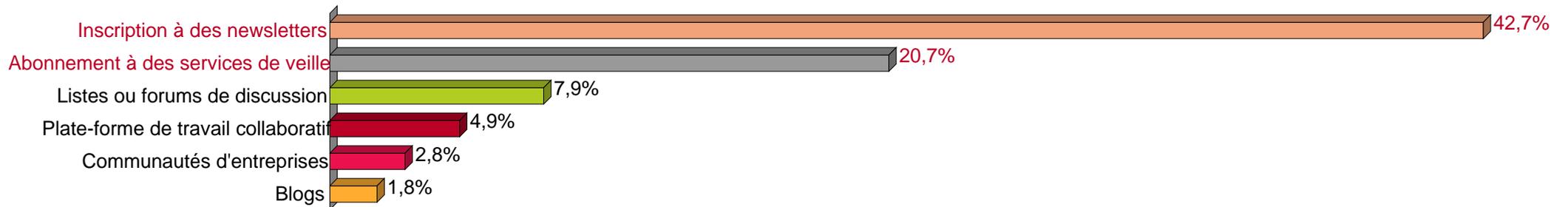


Maîtrise de l'internet

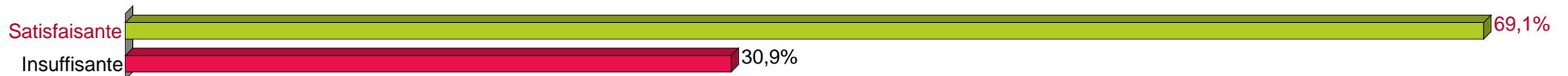
C. 3. Votre entreprise, utilise-t-elle des outils pour surveiller automatiquement certains sites web ?



C.4. Participez-vous à des communautés virtuelles ?

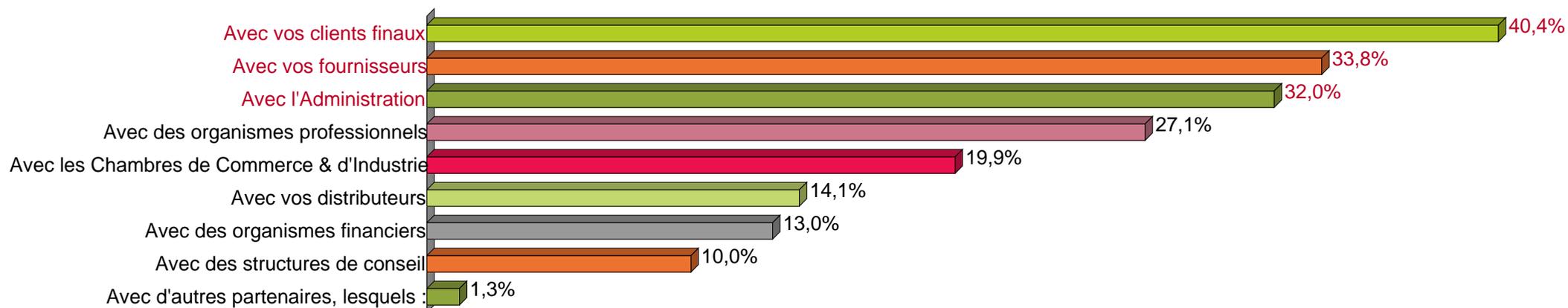


C.6. Selon vous, la maîtrise des outils internet au sein de votre entreprise est-elle ?



■ Les échanges avec les partenaires via le web

C. 5. Souhaitez-vous renforcer les échanges avec vos partenaires via le web ?





Des pratiques de veille sur Internet de plus en plus "offensives" au travers :
 - de la souscription à des services de veille payants (pour 20,56 % des entreprises contre 10,7 % l'an passé)
 - du recours au web pour renforcer la force commerciale des entreprises.

 Pour mesurer, de manière plus fine, la part des consultations sur Internet qui relèvent de la veille, notre question précisait, cette année :
 "Dans le cadre de votre activité de veille, à quelle fréquence surfez-vous sur Internet ?".

Ainsi, la proportion de répondants qui surfent tous les jours sur Internet pour faire de la veille s'élève à 39,2 % contre 56,9 % qui déclaraient, l'an passé, surfer tous les jours sur Internet.

Concernant la tranche des répondants qui surfent 2 à 3 fois par semaine, le pourcentage passe de 22 % l'an passé à 18,8 % cette année.

Globalement, l'Internet compte parmi les outils largement utilisés par les entreprises pour faire de la veille.

 La majorité des entreprises (67 %) estiment leur niveau de pratique sur Internet satisfaisant même si le recours à des outils de surveillance automatique concerne encore un nombre minoritaire d'entreprises (22,2 %).

Les supports d'information les plus utilisés sur le web sont, comme en 2006, les Newsletters (42,8 %).

A noter la progression des abonnements à des services de veille qui passent de 10,7 % en 2006 à 20,56 % en 2007.

 58,6 % des entreprises considèrent Internet comme un outil qui doit servir leur déploiement commercial au travers d'un renforcement des échanges avec leurs clients finaux.

Resterait à déterminer, lors d'une prochaine enquête, si Internet pourrait contribuer à trouver de nouveaux clients.

Dans une moindre proportion, mais de manière significative, les entreprises bretonnes souhaitent renforcer leurs échanges via le web avec les partenaires suivants :

- Les fournisseurs (48,9 %).
- L'administration (46,3 %).
- Les organismes professionnels (39,2 %).
- Les chambres de commerce et d'industrie (28,7 %).

■ Le secteur des Services est le plus assidu aux recherches d'informations sur Internet (de l'ordre de 11 % de plus de consultations quotidiennes par rapport à l'échantillon global). C'est aussi celui qui maîtrise le mieux Internet, et notamment, ses outils de surveillance automatique.

Vient, ensuite, le secteur de la Construction avec un score légèrement supérieur à celui de l'échantillon global (de l'ordre de 3 points).

Le secteur industriel, dans sa globalité, est légèrement en-deçà des fréquentations de l'échantillon total.

■ La participation à des communautés virtuelles est plus largement répandue dans le secteur des Services qu'il s'agisse :

- d'inscription à des newsletters,
- d'abonnement à des services de veille,
- de participation à des listes/forums de discussion et, dans une moindre mesure,
- d'adhérer à des communautés ou de consulter des blogs.

Les entreprises agroalimentaires sont plus coutumières des services de veille sur Internet.

Quant aux 2 autres secteurs, ils sont moins aguerris aux services offerts par l'internet.

■ Pour l'ensemble des secteurs d'activité, Internet doit participer du développement des échanges avec leurs partenaires, même si de nombreux liens existent déjà.

Il s'agit, pour le secteur des Services, du renforcement des relations avec les clients, et dans une moindre mesure, avec les CCI.

Pour le secteur de la Construction, l'existant des relations via internet est moins important et, par conséquent, les souhaits de renforcer leurs échanges avec leurs partenaires plus fortement exprimés. Ils concernent :

- l'Administration,
- les Organisations professionnelles,
- les Organismes financiers, et dans une moindre mesure,
- les Fournisseurs.

Les entreprises agroalimentaires souhaitent, en priorité, développer leurs relations avec :

- les Distributeurs,
- les structures de Conseil.

Les autres entreprises industrielles prévoient de renforcer leur échanges via le web avec :

- leurs Fournisseurs,
- leurs Clients.

- En revanche, la taille des entreprises ne constitue pas un critère discriminant concernant les types d'informations recherchées sur Internet, ni pour l'assiduité.

Les entreprises de toute petite taille auraient même plutôt tendance à mieux exploiter les outils de surveillance du web et à profiter des possibilités de mise en réseau qu'offrent les communautés virtuelles.

La spécificité des entreprises de grande taille concerne davantage le souhait de développer leurs échanges avec certains partenaires dont :

- les CCI,
- les structures de conseil et
- leurs clients.

- De manière assez prévisible, les entreprises exportatrices exploitent mieux l'ensemble des ressources qu'offre Internet, et notamment :

- les relations ou informations relatives aux clients,
- les abonnements aux services de veille payants ou non (newsletters, forums...).

Elles souhaitent, en outre, renforcer les relations via Internet avec leurs Distributeurs.

A contrario, les entreprises qui n'exportent pas ont tendance à restreindre leurs recherches sur Internet à l'information réglementaire, et souhaiteraient développer leurs relations, de manière électronique, avec l'Administration.



LA SECURITE DE L'INFORMATION

Cette partie du questionnaire élaborée avec l'appui d'un représentant de la DST avait pour objet de mesurer :

- le niveau de conscience des risques encourus par les entreprises en matière d'information ;
- la proportion d'entreprises "à risques" au vu de leur activité à l'international, du comportement de leurs salariés, du recours à des stagiaires, de l'accueil de personnes extérieures à l'entreprise, de la sécurisation de leur site web, ainsi que
- leur niveau de prise en compte de ces différents risques par des procédures adaptées.

■ Perception du risque

D.1 Avez-vous identifié le savoir-faire le plus stratégique pour votre entreprise ?



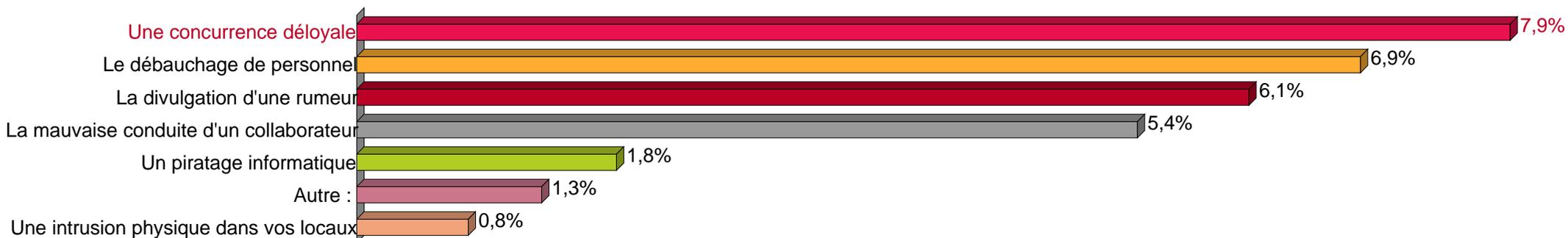
D.2 Votre entreprise protège-t-elle ses informations stratégiques et ses process ? (par le dépôt de brevets, enveloppes Soleau, contrats, etc.)



D.3 Votre entreprise a-t-elle déjà été victime d'un détournement d'information ?



D.4 Si oui, par quel(s) moyen(s) ?





1 entreprise sur 2 se comporte comme si elle "n'assurait" pas ses biens de valeur.



Les entreprises déclarent posséder des savoir-faire ou des informations stratégiques.

Pour autant, 54,6 % ne protègent pas leurs process ou informations, tandis que 78,9 % déclarent n'avoir jamais été victimes d'un détournement d'information. Ce bon résultat pourrait laisser penser qu'elles mettent en œuvre des parades efficaces ; malheureusement, leurs réponses sur l'absence de procédures en cas d'incident nous portent à considérer qu'elles n'ont pas toujours conscience des dangers encourus.

Les moyens de détournement d'information principalement invoqués concernent l'exercice d'une concurrence déloyale, des rumeurs, des débauchages de personnels ou des mauvaises conduites de collaborateurs.



La conscience du risque lié à la protection de l'information stratégique de l'entreprise est bien supérieure chez les "Organisées" : 58,8 % d'entre elles protègent leurs informations stratégiques et process contre seulement 39,9 % sur l'ensemble des répondants.



Bien que les entreprises "inorganisées" aient conscience (à hauteur de 71%) de posséder des savoir-faire stratégiques, elles ne sont que 36,1% à les protéger, contre 60% chez les "organisées".



D'un secteur d'activité à l'autre, à la fois la perception de détenir des savoir-faire stratégiques, et les mesures prises pour protéger ces informations présentent des réalités assez variables.

Ainsi le secteur des Services a identifié de manière significativement supérieure à l'échantillon global ses savoir-faire stratégiques (+9,9 %) et les protègent un peu plus que la moyenne des entreprises (+6,8%).

Le secteur industriel (hors IAA) fait également partie des secteurs qui ont mieux identifié leur savoir-faire stratégiques et qui les protègent les mieux : respectivement, +3,5 % et +6,7 % par rapport à l'échantillon global.

Les entreprises agroalimentaires se comportent de manière comparables à l'échantillon global.

Quant au secteur de la Construction, il est à la fois moins bon dans l'identification des savoir-faire stratégiques et dans la protection des informations : respectivement, -18,3 % et -30,9 % de différence par rapport à l'échantillon global.

- La perception du risque, globalement, liée à la probabilité de survenue d'un détournement d'information se révèle d'autant plus importante que l'entreprise a connu une antériorité en la matière.

Les secteurs les plus sensibles au risque de détournement d'informations sont le secteur industriel hors IAA, puis les Services.

Les causes majoritairement invoquées, selon les secteurs, sont :

- pour les Services : le débauchage de personnel ;
- pour les IAA : le mauvais comportement d'un collaborateur ;
- pour l'Industrie hors IAA : la concurrence déloyale, puis la divulgation d'une rumeur.

Compte tenu du nombre de répondants sur ces questions, ces résultats sont à appréhender avec prudence.

- La taille des entreprises n'apparaît pas comme un facteur déterminant dans la capacité des entreprises à se prémunir contre les détournements d'informations.

- L'activité à l'international, par contre, influe de manière significative sur, à la fois, la conscience de détenir des savoir-faire stratégiques, la protection de ces informations et la proportion de cas avérés de détournement d'informations.

Ainsi 76,7 % des entreprises exportatrices protègent leurs process ou informations stratégiques contre seulement 42,2 % des entreprises en moyenne et 25,8 % déclarent avoir été victimes de détournement d'informations contre 17,2 % sur la totalité des répondants.

■ Le risque à l'international

D.5 Votre entreprise entretient-elle des relations avec l'étranger ? (concurrents, partenaires, stagiaires)





Les relations avec l'étranger, un risque majeur à l'échelon régional, en particulier pour le secteur industriel.

- Parmi les facteurs d'exposition à un risque en matière de sécurité de l'information, il en est un qui peut fragiliser particulièrement les entreprises : il s'agit des relations avec des pays étrangers.

Au sein de notre population de répondants, 53,4 % des entreprises entretiennent des relations à l'international.

- Le risque à l'international se révèle encore plus prégnant dans le secteur industriel dans sa globalité.

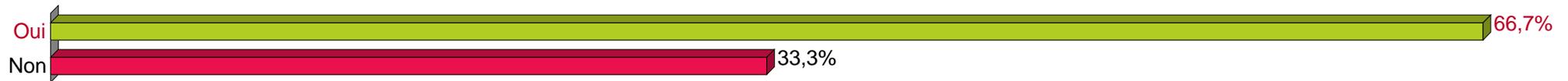
A l'inverse, il s'avère moins patent dans le secteur de la Construction.

Formalisation des règles de sécurité de l'information

D.6 Avez-vous réglementé l'accès et la circulation des personnes/visiteurs au sein de votre entreprise ?



D.7 Assurez-vous une gestion des déchets (usage de déchiqueteuses ou incinération) ?



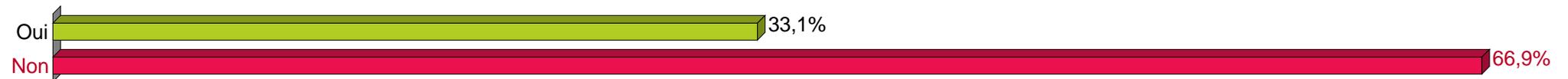
D.8 En cas d'intrusion détectée, un mode opératoire d'intervention précis est-il prévu ?



D.9 Existe-t-il une charte sécurité pour l'usage d'internet et du matériel informatique ?



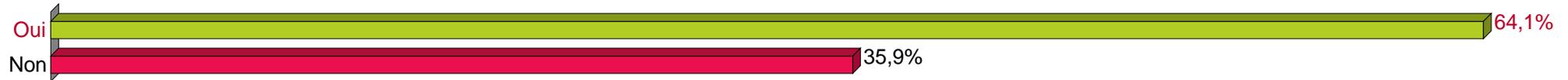
D.10 Des recommandations particulières sont-elles données aux personnels en déplacement ? (usage "contrôlé" du téléphone et de l'ordinateur portables, nature des documents emportés...)



D.11 Avez-vous établi des mesures spécifiques de contrôle de l'activité des stagiaires ? (droits d'accès à l'information sensible de l'entreprise, signature d'une clause de confidentialité)



D.12 Avez-vous pris toutes les dispositions pour sécuriser votre site web ?



D.13 Assurez-vous la sécurité de vos prototypes ou échantillons exposés à l'occasion de salons ?



D.14 Des dispositions ont-elles été prévues dans les contrats de travail de vos collaborateurs en matière de non-concurrence et de confidentialité ?





*Le secteur de la Construction, lanterne rouge en matière de sécurité de l'information
Les Grands exportateurs, les plus vigilants*

 Globalement, les entreprises n'appréhendent pas de manière satisfaisante les risques liés à l'information et n'ont pas encore, de ce fait, engagé de démarches adaptées aux différents types de situations.

Certains risques sont cependant mieux pris en compte que d'autres, à hauteur d'environ 2 entreprises sur 3.

Ils concernent :

- la gestion des déchets (papiers ou autres déchets porteurs d'informations) ;
- la sécurisation de leur site web ;
- l'existence de clauses de non-concurrence et de confidentialité dans les contrats de travail de leurs collaborateurs.

D'autres risques sont appréhendés par environ la moitié des répondants.

Ils concernent :

- l'accès et la circulation, au sein de l'entreprise, de personnes extérieures ;
- les effractions par intrusion dans les locaux de l'entreprise.

Enfin, certains risques exposent une grande majorité d'entreprises dans la mesure où elles n'ont formalisé aucun mode opératoire en cas d'incident.

Ces risques concernent :

- l'usage d'Internet et du matériel informatique par les collaborateurs ;
- le comportement des personnels en déplacement ;
- le contrôle de l'activité des stagiaires et
- la sécurisation des produits présentés lors de salons ou manifestations.

- En comparaison de l'échantillon total de répondants, les "Organisées" comptent une proportion légèrement supérieure d'entreprises ayant formalisé des règles de sécurité de l'information dans tous les domaines de la protection.

De gros progrès restent à faire, cependant, en matière de sécurité de l'information y compris au sein des entreprises organisées.

- A l'exception des dispositions prises en matière de non-concurrence et de confidentialité dans les contrats de travail, les entreprises inorganisées font preuve d'une moindre vigilance que les "organisées".

- La taille des entreprises n'apparaît pas comme un facteur déterminant dans la capacité des entreprises à prendre des dispositions en matière de sécurité de l'information.

- Globalement, les entreprises exportatrices - plus sensibilisées aux risques encourus - démontrent une plus grande vigilance que la moyenne des répondants.

- Voici récapitulés, sous forme de tableau ci-après, les points forts et les points faibles des secteurs d'activité en matière de sécurité de l'information.

Ces points forts et points faibles sont calculés relativement à la moyenne des répondants.

Ces résultats pourront permettre de mieux cibler les actions de sensibilisation et d'accompagnement à proposer aux entreprises.

Pour plus de détails sur les performances de chaque secteur en matière de sécurité de l'information, se reporter aux résultats statistiques bruts de chaque secteur.

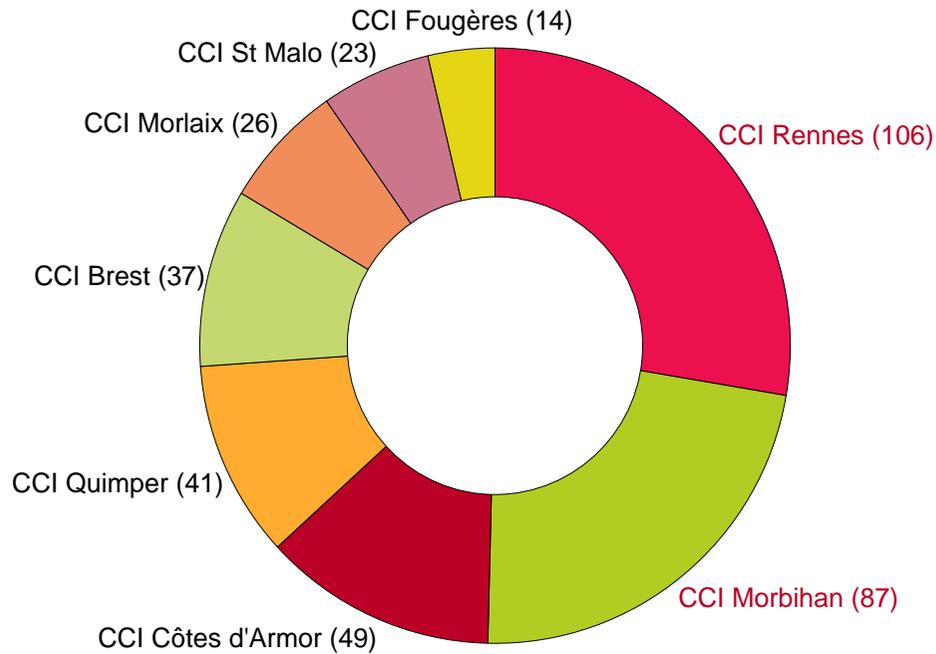


ANNEXES

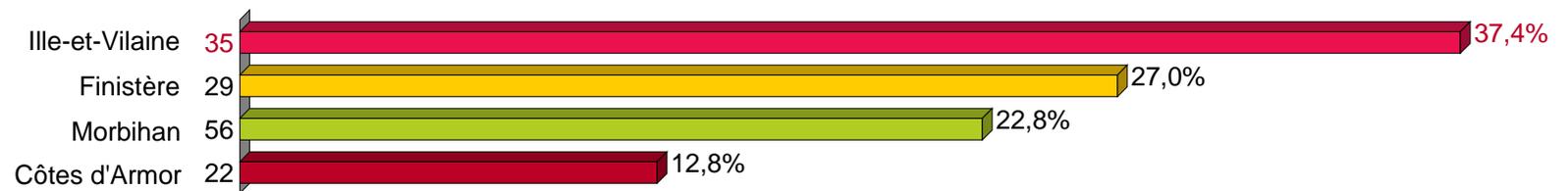


Description de la population des répondants

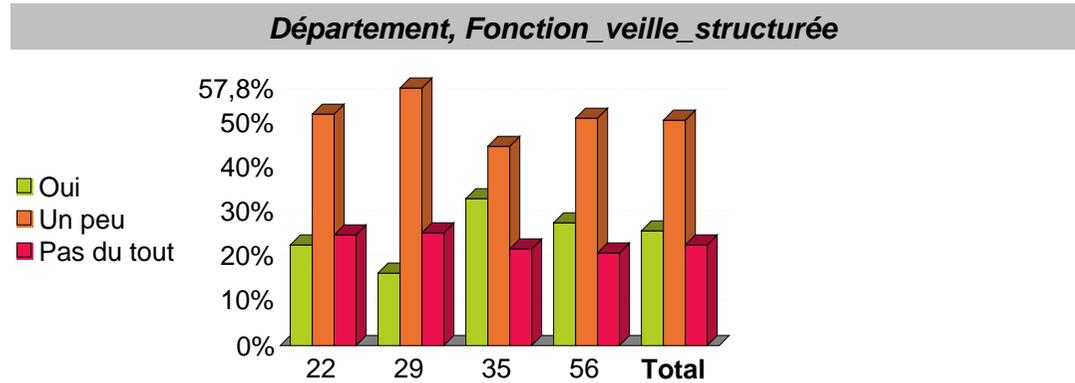
Répartition des répondants par CCI



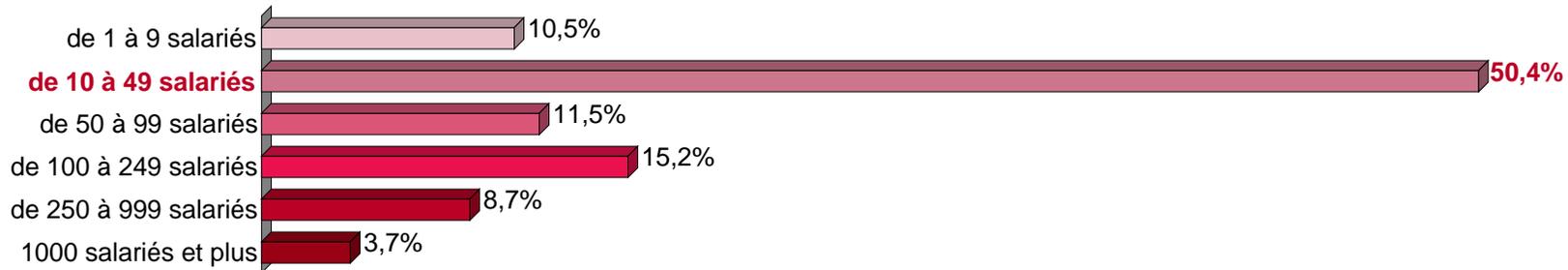
Répartition des répondants par département



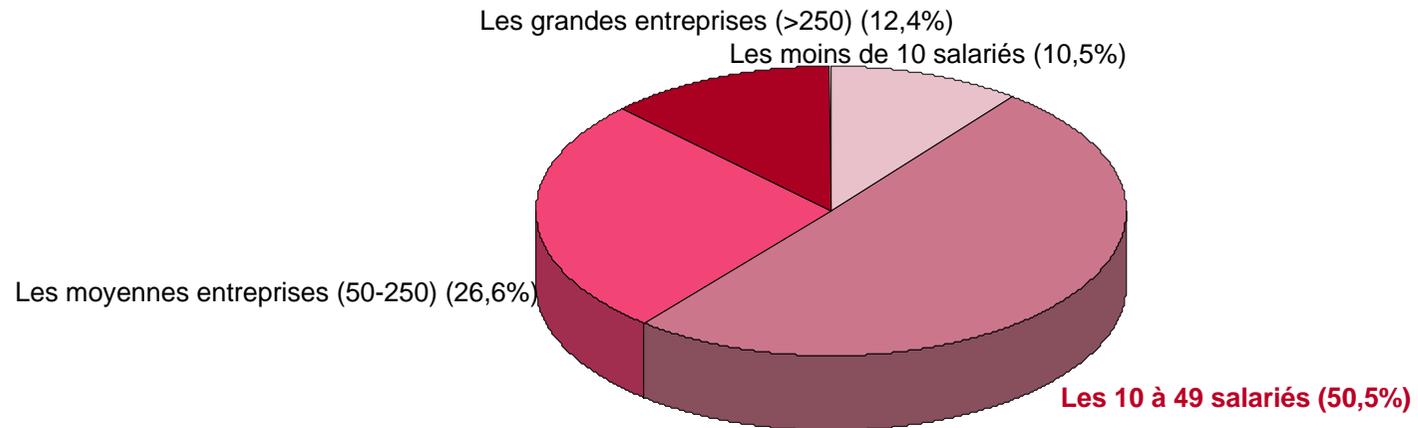
Répartition géographique des entreprises se déclarant comme "organisées" ou "inorganisées"



Effectifs salariés des entreprises répondantes

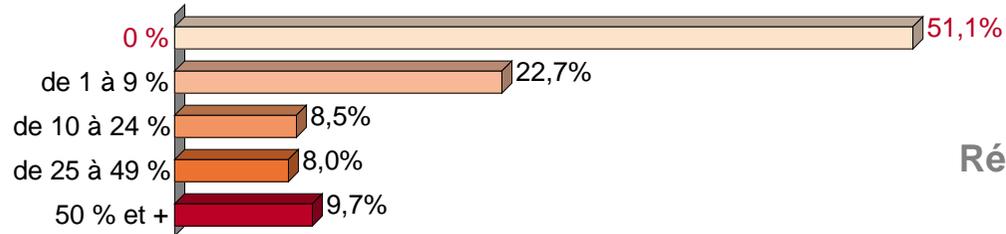


Répartition des répondants par taille d'entreprise

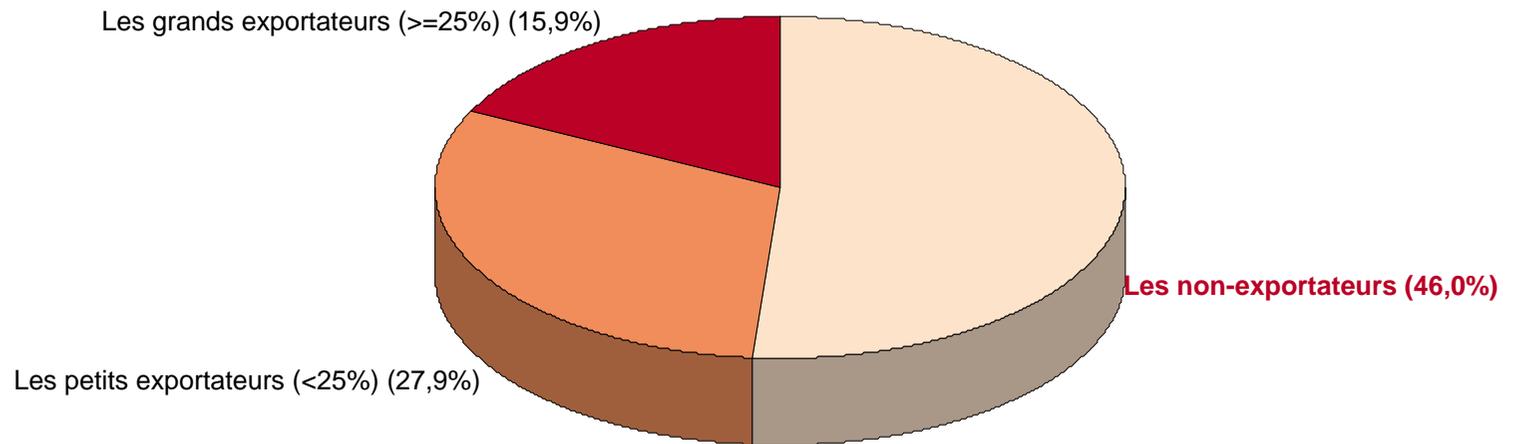


Une majorité d'entreprises de petite taille.

% de CA à l'export déclaré par les répondants

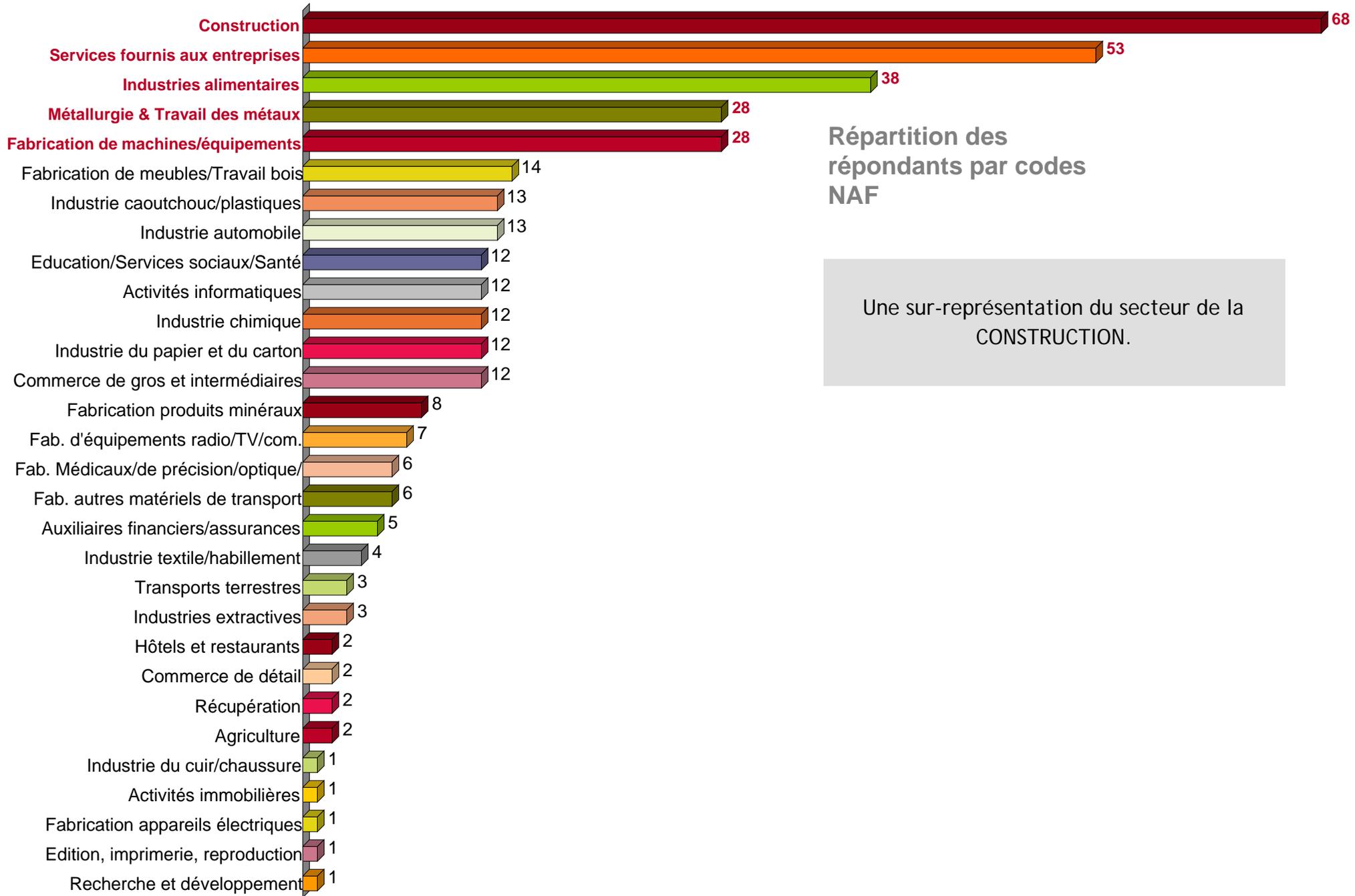


Répartition des répondants / activité à l'export



Une population de répondants équitablement répartie entre :

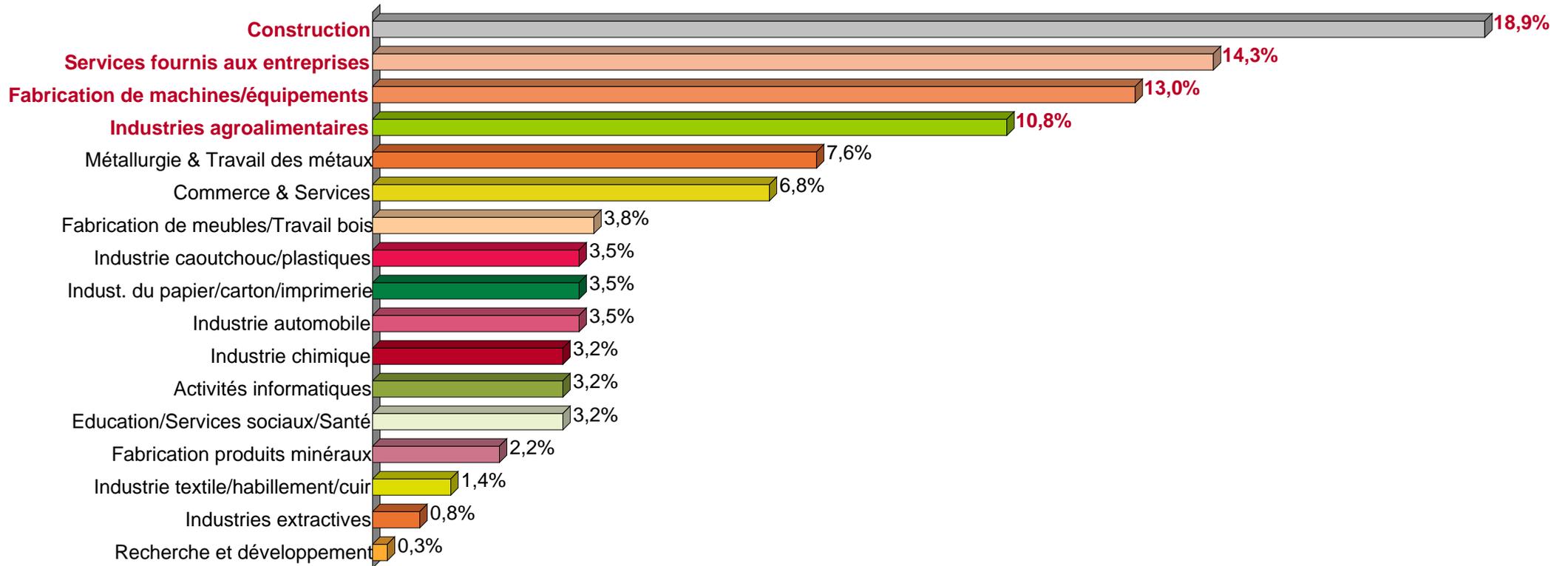
- exportateurs
- non-exportateurs.



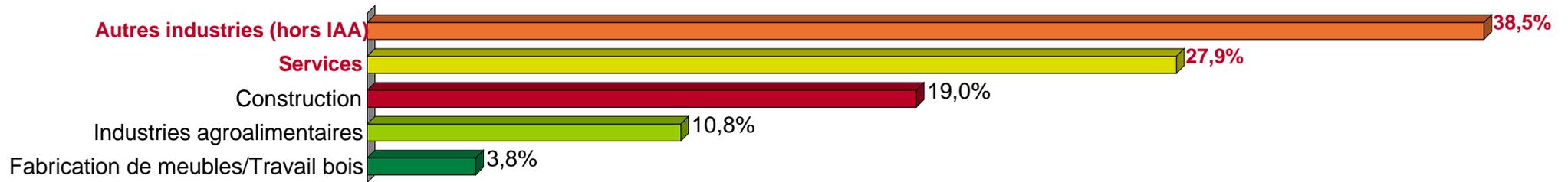
Répartition des
répondants par codes
NAF

Une sur-représentation du secteur de la
CONSTRUCTION.

Répartition des répondants par secteurs d'activité

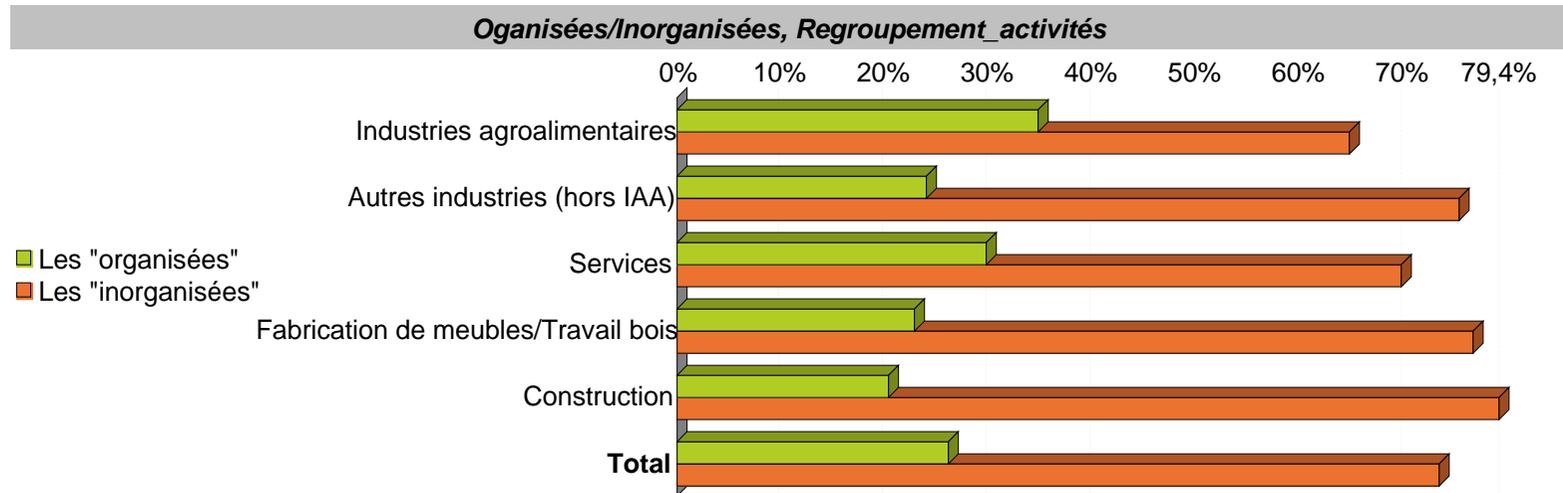


Regroupement des répondants par grands secteurs économiques

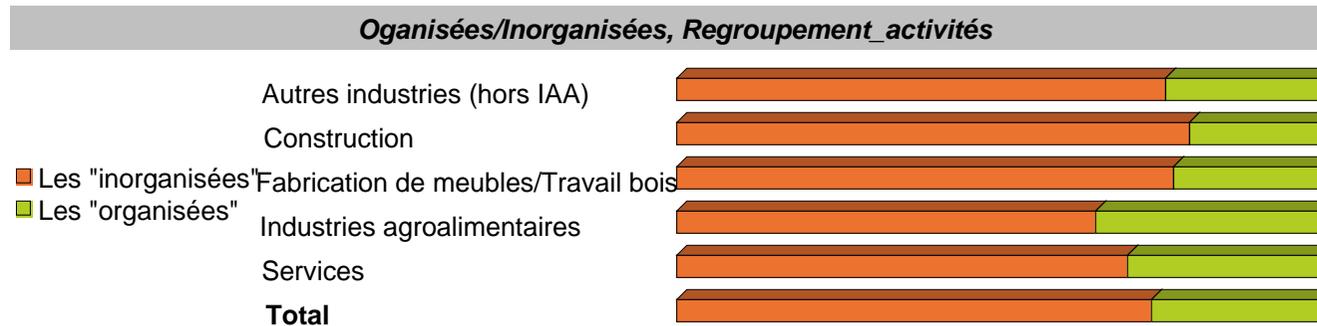


L'échantillon de répondants démontre une faible représentation du secteur agroalimentaire en considération de son poids économique régional.

Comparaison du % entreprises se déclarant comme "organisées" ou "inorganisées" par secteurs économiques



Répartition de la part des "organisées" et des "inorganisées" au sein de chaque secteur d'activité



Les entreprises les plus structurées en matière d'organisation de leur veille appartiennent aux secteurs :

- agroalimentaire et
- des services.

Les secteurs qui comptent une plus forte proportion d'entreprises se déclarant "inorganisées" en matière de veille sont :

- la Construction
- les Autres Industries
- la Fabrication de meubles et le Travail du bois.



Le questionnaire web 2007

Observatoire des pratiques de veille & d'innovation 2007 des entreprises bretonnes

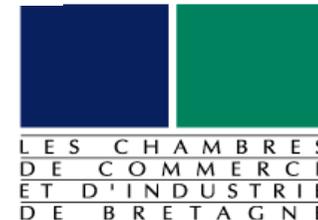
Pour participer à notre enquête annuelle,

il vous suffit de cliquer sur

et de répondre aux questions.

A la fin du questionnaire, veuillez cliquer sur

Merci de votre contribution.



L'ORGANISATION DE LA VEILLE

A.1. La fonction de veille au sein de votre entreprise est-elle structurée ?

- Oui
 Un peu
 Pas du tout

A.2. Qui s'occupe de la veille au sein de votre entreprise ?

- Le dirigeant
 L'ensemble du personnel
 Une équipe ou une personne dédiée à la veille
 Des prestataires externes

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

A.3. Quelles sont, selon vous, les finalités de la veille pour votre entreprise ?

- Résoudre des problèmes techniques
 Trouver de nouveaux fournisseurs
 Améliorer les produits ou process
 Surveiller vos concurrents
 Anticiper les enjeux à venir dans votre secteur d'activité
 Valoriser vos savoir-faire, vos brevets
 Connaître la réglementation
 Accéder à de nouveaux marchés
 Devancer les attentes des clients
 Internationalisation de l'activité

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

A.4. Parmi les informations recherchées, certaines sont-elles difficiles à trouver ?

- Concurrents
 Données de marché
 Nouveaux produits
 Clients
 Réglementation / normes
 Lesquelles ?
 Fournisseurs
 Information technologique / brevets

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

A.5. Parmi les sources de veille suivantes, citez celles que vous utilisez :

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Presse | <input type="checkbox"/> arist Ouest | <input type="checkbox"/> Centres techniques |
| <input type="checkbox"/> Internet gratuit | <input type="checkbox"/> Organisations professionnelles | <input type="checkbox"/> Réseaux et communautés d'entreprises (pôles, PLATO...) |
| <input type="checkbox"/> Internet payant | <input type="checkbox"/> Clients | <input type="checkbox"/> Services de l'Etat |
| <input type="checkbox"/> Collaborateurs | <input type="checkbox"/> Fournisseurs | <input type="checkbox"/> Consultants, courtiers en information |
| <input type="checkbox"/> CCI | <input type="checkbox"/> Salons / Missions | <input type="checkbox"/> Autres réseaux d'information |
- Lesquels :

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

A.6. Selon vous, la capacité de votre entreprise à capter et exploiter ces informations est-elle ?

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> Bonne | <input type="radio"/> Insuffisante |
| <input type="radio"/> Perfectible | <input type="radio"/> Faible |

A.7. Quelles sont les principales difficultés que rencontre votre entreprise dans sa pratique de veille (concurrentielle, technologique, réglementaire...) ?

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Cerner les sujets de veille prioritaires | <input type="checkbox"/> Suivre l'évolution rapide des informations | <input type="checkbox"/> Répercuter l'information dans votre activité |
| <input type="checkbox"/> Identifier les sources d'informations pertinentes | <input type="checkbox"/> Le coût d'accès aux informations à valeur ajoutée | <input type="checkbox"/> Mobiliser les collaborateurs |
| <input type="checkbox"/> Extraire l'information utile parmi toutes les informations disponibles | <input type="checkbox"/> Retrouver une information | <input type="checkbox"/> Disposer de méthodes et outils appropriés |

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

L'ENTREPRISE FACE AUX CHANGEMENTS

B.1. Comment percevez-vous l'avenir de votre activité ?

- Très confiant
- Plutôt confiant
- Plutôt pessimiste
- Très pessimiste

B.2. Quels atouts devra avoir demain une entreprise de votre secteur d'activité pour tirer son épingle du jeu ?

- Le lancement de nouveaux produits / services
- La conquête de nouveaux segments de marché
- Le renforcement des compétences et la formation
- La présence à l'international
- Le management
- Le renforcement de la fonction commerciale et marketing
- La mise en place de nouveaux modes de distribution
- L'investissement dans de nouveaux process
- Une stratégie de croissance
- La participation à des réseaux
- La maîtrise de la logistique
- Autres :
"Précisez :

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

B.3. Percevez-vous des freins au développement de votre entreprise ?

B.4. Si oui, lesquels ?

- Manque d'info. sur les produits, les marchés et l'environnement de l'entreprise
- Manque de temps consacré à la réflexion stratégique
- Résistances au changement
- Manque de personnels qualifiés
- Manque de ressources financières
- Difficulté à se différencier de la concurrence
- Manque de méthodes pour faire émerger des projets innovants

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

B. 5. Savez-vous ce qu'est, concrètement, le développement durable ?

- Oui
 En partie
 Pas vraiment

B. 6. Prenez-vous en compte le développement durable dans le mode d'organisation de votre entreprise ?

- Oui
 En partie
 Non

B. 7. Si non, pourquoi ?

- Manque d'information
 Manque d'incitation
 Non convaincu par le concept
 Manque d'accompagnement
 Trop coûteux
 Autres, précisez :

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

B. 8. Si oui, sous quelles formes ?

- Respect de l'environnement
 Exigences accrues envers les fournisseurs
 Exigences sociales
 Coopération accrue avec les acteurs du territoire

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

PRATIQUES DE VEILLE SUR INTERNET

C.1. Quels types d'informations cherchez-vous sur internet ?

- | | | |
|---------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Concurrents | <input type="checkbox"/> Données de marché | <input type="checkbox"/> Nouveaux produits |
| <input type="checkbox"/> Clients | <input type="checkbox"/> Réglementation / normes | <input type="checkbox"/> Salons / manifestations |
| <input type="checkbox"/> Fournisseurs | <input type="checkbox"/> Information technologique / brevets | <input type="checkbox"/> Autres, précisez : |

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

C. 2. Dans le cadre de votre activité de veille, à quelle fréquence surfez-vous sur internet ?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="radio"/> Tous les jours | <input type="radio"/> 1 fois par semaine | <input type="radio"/> De manière irrégulière |
| <input type="radio"/> 2 à 3 fois par semaine | <input type="radio"/> Quelques fois par mois | <input type="radio"/> Rarement |

C. 3. Votre entreprise, utilise-t-elle des outils pour surveiller automatiquement certains sites web ?

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| <input type="radio"/> Oui | <input type="radio"/> Non |
|---------------------------|---------------------------|

C.4. Participez-vous à des communautés virtuelles ?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Listes ou forums de discussion | <input type="checkbox"/> Plate-forme de travail collaboratif | <input type="checkbox"/> Blogs |
| <input type="checkbox"/> Inscription à des newsletters | <input type="checkbox"/> Abonnement à des services de veille | <input type="checkbox"/> Communautés d'entreprises |

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Lesquelles :

C. 5. Souhaitez-vous renforcer les échanges avec vos partenaires via le web ?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Avec vos clients finaux | <input type="checkbox"/> Avec des organismes financiers | <input type="checkbox"/> Avec des organismes professionnels |
| <input type="checkbox"/> Avec vos fournisseurs | <input type="checkbox"/> Avec vos distributeurs | <input type="checkbox"/> Avec des structures de conseil |
| <input type="checkbox"/> Avec l'Administration | <input type="checkbox"/> Avec les Chambres de Commerce & d'Industrie | <input type="checkbox"/> Avec d'autres partenaires, lesquels : |

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

C.6. Selon vous, la maîtrise des outils internet au sein de votre entreprise est-elle ?

- Satisfaisante Insuffisante

LA SECURITE DE L'INFORMATION

D.1 Avez-vous identifié le savoir-faire le plus stratégique pour votre entreprise ?

- Oui Non

D.2 Votre entreprise protège-t-elle ses informations stratégiques et ses process ? (par le dépôt de brevets, enveloppes Soleau, contrats, etc.)

- Oui Non

D.3 Votre entreprise a-t-elle déjà été victime d'un détournement d'information ?

- Oui Non

D.4 Si oui, par quel(s) moyen(s) ?

- | | | |
|---|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Un piratage informatique | <input type="checkbox"/> La mauvaise conduite d'un collaborateur | <input type="checkbox"/> Autre : |
| <input type="checkbox"/> Une intrusion physique dans vos locaux | <input type="checkbox"/> Le débauchage de personnel | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> La divulgation d'une rumeur | <input type="checkbox"/> Une concurrence déloyale | |

Vous pouvez cocher plusieurs cases

D.5 Votre entreprise entretient-elle des relations avec l'étranger ? (concurrents, partenaires, stagiaires)

- Oui Non

D.6 Avez-vous réglementé l'accès et la circulation des personnes/visiteurs au sein de votre entreprise ?

- Oui Non

D.7 Assurez-vous une gestion des déchets (usage de déchiqueteuses ou incinération) ?

- Oui Non

D.8 En cas d'intrusion détectée, un mode opératoire d'intervention précis est-il prévu ?

- Oui Non

D.9 Existe-t-il une charte sécurité pour l'usage d'internet et du matériel informatique ?

- Oui Non

D.10 Des recommandations particulières sont-elles données aux personnels en déplacement ? (usage "contrôlé" du téléphone et de l'ordinateur portables, nature des documents emportés...)

- Oui Non

D.11 Avez-vous établi des mesures spécifiques de contrôle de l'activité des stagiaires ? (droits d'accès à l'information sensible de l'entreprise, signature d'une clause de confidentialité)

- Oui Non

D.12 Avez-vous pris toutes les dispositions pour sécuriser votre site web ?

- Oui Non

D.13 Assurez-vous la sécurité de vos prototypes ou échantillons exposés à l'occasion de salons ?

- Oui Non

D.14 Des dispositions ont-elles été prévues dans les contrats de travail de vos collaborateurs en matière de non-concurrence et de confidentialité ?

- Oui Non

FICHE D'IDENTITE

Votre nom :

Votre prénom :

Votre fonction :

Votre e-mail :

Nom société :

Adresse :

Code Postal

Votre réponse doit comporter 5 chiffres.

Commune :

Téléphone :

Votre réponse doit comporter 10 chiffres.

Fax :

Votre réponse doit comporter 10 chiffres.

E-mail entreprise :

Code NAF :

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="radio"/> Agriculture | <input type="radio"/> Métallurgie & Travail des métaux | <input type="radio"/> Construction |
| <input type="radio"/> Industries extractives | <input type="radio"/> Fabrication de machines/équipements | <input type="radio"/> Commerce de gros et intermédiaires |
| <input type="radio"/> Industries alimentaires | <input type="radio"/> Activités informatiques | <input type="radio"/> Commerce de détail |
| <input type="radio"/> Industrie textile/habillement | <input type="radio"/> Fabrication appareils électriques | <input type="radio"/> Hôtels et restaurants |
| <input type="radio"/> Industrie du cuir/chaussure | <input type="radio"/> Fab. d'équipements radio/TV/com. | <input type="radio"/> Transports terrestres |

Effectif salarié :

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="radio"/> de 1 à 9 salariés | <input type="radio"/> de 50 à 99 salariés | <input type="radio"/> de 250 à 999 salariés |
| <input type="radio"/> de 10 à 49 salariés | <input type="radio"/> de 100 à 249 salariés | <input type="radio"/> 1000 salariés et plus |

Pourcentage à l'export :

- | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="radio"/> 0 % | <input type="radio"/> de 10 à 24 % | <input type="radio"/> 50 % et + |
| <input type="radio"/> de 1 à 9 % | <input type="radio"/> de 25 à 49 % | |

CCI

- CCI Côtes d'Armor
- CCI Brest
- CCI Morlaix

- CCI Quimper
- CCI Fougères
- CCI Rennes

- CCI St Malo
- CCI Morbihan

N° de questionnaire :

Partie réservée à l'arist Ouest. Ne pas compléter.

Date de saisie :

Merci infiniment de votre collaboration.

Les résultats de cette enquête seront publiés au 1er trimestre 2008,
notamment, sur le site web de la
Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de Bretagne :
<http://www.bretagne.cci.fr>





Rapports par strates (tirés à part)

La maîtrise de l'information au service de l'innovation



Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de Bretagne
1, rue du Général Guillaudot - CS 14422 - 35044 Rennes Cedex
Tél. 02 99 25 41 25 - Fax 02 99 25 41 10 - E-mail : arist@bretagne.cci.fr

