

7^{ème} édition

Intelligence Economique et Management des Connaissances

L'intelligence économique pour défendre la compétitivité de nos entreprises

Hotel Marriott Renaissance La Défense
Paris, France

27 au 29 Mars 2017

Connais ton ennemi et connais-toi
toi-même. Eussiez-vous **cent**
guerres à soutenir, cent fois vous
serez **victorieux**

Par Sun Tzu

Président de Séance

Mounir Rochdi
Président
Think Thankers

Panel d'Experts

Gwenaél Guillemoto
Vice President, Corporate
Strategic Intelligence
Schneider Electric

Patrick Devaux
VP Market Intelligence
Airbus Group

Pierrick Le Masne
VP Strategic Planning
AccorHotels

Philippe Plazanet
Secrétaire Général
des Etudes économiques
Crédit Agricole

Gaëlle Le Faucheur
Directrice du centre d'analyses
économiques et stratégiques
La Poste BSCC

Stéphane Bouelle
Business Analytics & Knowledge
Management Director
Essilor

Siham Harroussi
Open Innovation & Prospective Director
Groupe Humanis

Guillaume Vissian
Information Protection manager
Air Liquide

Christophe Torrissi
Chef de la section sécurité économique
et protection des entreprises
**Direction Générale de la Gendarmerie
Nationale**

Francois Bertero
Innovation Concept Development
Program Manager
Dow Consumer Solutions

Laurent Hassid
Chief Executive Officer
Intellecto

Gérald Sézille
Co-founder
inspiringTrend

Nicolas Moinet
Professeur des Universités
IAE Poitiers

Anne-Marie Paillolle
Competitive Intelligence Manager
Bayer Cropscience

Véronique Cacheux
Strategic Intelligence Manager
Orange Business Services

Christophe Audouin
Délégué Veille Concurrentielle
et Stratégique
Suez Eau France

Amélie Prost
Program Lead, Customer & Region Insights
Hewlett Packard Enterprise

Nicolas Coat
Brand Intelligence, Data Science and Russia
Intelligence Manager
Nissan Europe

Céline Pushparatnam
Senior Analyste Stratégique
Thales Group

Omar Ezziyati
Responsable Développement
Intelligence Economique
BMCE Bank of Africa

Padmini Vandrot
Strategic Intelligence Director
Renault



Atelier Conférence 29 Mars

Mission de sécurité économique et Protection des Entreprises

Atelier animé par :

Christophe Torrissi

Chef de la section intelligence économique territoriale
Direction Générale de la Gendarmerie Nationale



Session interactive

- **Etablir un modèle de prévision de marché**

Les Etudes de Cas Présentées vous Aideront à

- **Inscrire** l'intelligence économique dans la démarche stratégique
- **Réussir** un projet de veille stratégique dans les pays émergents
- **Détecter** les signaux faibles et anticiper les tendances futures
- **Surveiller** son écosystème afin de capter l'innovation
- **Elaborer** un système de planification stratégique basé sur l'intelligence
- **Sécuriser** le patrimoine informationnel de l'entreprise

Business Development Sponsor



08.30 Accueil et Café

Mounir Rochdi
Président
Think Thankers

09.00 Discours du Président de Séance

GESTION DES CONNAISSANCES EN INTERNE

09.10 **Etude de cas**
Créer et Diffuser l'information économique au sein d'un grand groupe

- Des experts de plus en plus communicants
- Une révolution dans les livrables
- Culture économique et culture informationnelle des collaborateurs
- Le défi de la qualification de l'information
- Centralisation et décentralisation des centres documentaires
- Une organisation basée sur un CRM

Philippe Plazanet
Secrétaire Général des Etudes économiques
Crédit Agricole

SMART DATA & PREDICTIVE ANALYTICS

09.50 **Etude de cas**
Comment le Big Data impacte la pratique de l'analyse concurrentielle ?

- Couvrir toutes les sources d'information pertinentes
- Optimiser les méthodes de recherche
- Avoir une vue d'ensemble sur l'environnement
- Faire du monitoring temps réel grâce aux outils Big Data

Gwenael Guillemoto
Vice President, Corporate Strategic Intelligence
Schneider Electric

10.30 **Mises à jour automatiques de profils sociétés**

Utilisation d'un connecteur informatique permettant la mise à jour automatique de certaines données du profil société

- Objectifs du projet
- Construction du modèle
- Difficultés / gains

Céline Pushparatnam
Senior Analyste Stratégique
Thales Group

11.10 **Refreshme**

INNOVATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE

11.30 **Etude de cas**
L'Intelligence Economique comme accélérateur de l'Innovation

- L'importance de surveiller l'éco-système (Startups, M&As, Tendances technologiques)
- L'anticipation des tendances (au niveau des marchés et les tendances sociétales)
- Veille technologique et Investissements
- Processus d'Innovation intégré

Francois Bertero
Innovation Concept Development Program Manager
Dow Consumer Solutions

12.10 **Etude de cas**

Comment accélérer le développement des nouvelles offres en disposant d'un mapping des axes d'innovation centré sur les marchés de croissance ?

- Anticiper les évolutions de marché grâce au Market Trend Mapping®
- Décrypter le déploiement des acteurs en positionnant leurs actions sur la chaîne de la valeur
- Détecter les disruptions par l'analyse des Start up, des nouveaux Business models et des technologies-clés
- Construire des nouvelles offres par assemblage d'axes d'innovation via le Canvas Innovation Mapping®.
- Comment passer d'une plateforme de veille centrée sur l'information à une plateforme digitale centrée sur les opportunités

Laurent Hassid
Chief Executive Officer
Intelleco

Gérald Sézille
Co-founder
inspiringTrend

12.50 Déjeuner

14.00 **Etude de cas**

Intelligence stratégique et prospective : accélérateurs de compétitivité

- Une démarche collaborative basée sur l'intelligence collective
- Au cœur de la stratégie du groupe et de l'aide à la prise de décision
- Synergies entre planification stratégique et intelligence économique
- Approche d'intelligence territoriale

Siham Harroussi
Open Innovation & Prospective Director
Groupe Humanis

BUSINESS WARGAMES & MARKET FORECAST

14.40 **Etude de cas**

Le Business Wargaming comme outil d'analyse stratégique

- Les concepts du Wargaming et sa pertinence dans la planification stratégique
- Préparation, scénarisation et logistique nécessaires pour rendre la réflexion fluide, fun et constructive
- Avant, pendant et après, quel ressenti et quels changements dans le travail des managers ?

Pierrick Le Masne
VP Strategic Planning
AccorHotels

15.20 **Refreshme**



SESSION INTERACTIVE

16.00 **Etablir un modèle de prévision de marché**

Un modèle de prévision de marché permet une compréhension complète du comportement futur des consommateurs et des concurrents

- Parmi vos entreprises, lesquelles disposent d'un modèle de marché ?
- Pourquoi utiliser un modèle de prévision (Market Forecast Model) ?
- Comment obtenir des informations pertinentes sur le marché ?
- Gérer les situations d'infobésité et de manque d'informations ?
- Comment construire le modèle ?
- Différences entre les marchés émergents et les marchés matures
- Quels sont les éléments influençant l'acte d'achat sur votre marché ?
- A quel niveau se situe la prise de décision stratégique dans votre organisation ?

SECURISER LE PATRIMOINE INFORMATIONNEL

17.00 **Etude de cas**

Granularité progressive et approche par les risques pour une protection adaptée

- Quels risques portés par mes informations ?
- Adopter une approche pragmatique de la classification par le risque
- Engager les utilisateurs

Guillaume Vissian
Information Protection manager
Air Liquide

17.40 Fin du première jour et commentaire du président de séance

08.30 Accueil et Café

Mounir Rochdi
Président
Think Thankers

09.00 Discours du Président de Séance

09.10 Etude de cas

La veille : un dispositif intelligent pour détecter les signaux faibles

- Se préparer à des crises « inévitables »
- Faire une cartographie des risques internes et externes
- Mettre en place un dispositif de veille basé sur des moyens techniques et humains
- Elaborer un plan d'action approprié

Padmini Vandrot
Strategic Intelligence Director
Renault

09.50 Etude de cas

L'identification des nouveaux entrants sur le marché des Télécoms et de l'IT grâce à la veille

- Prédire les tendances macro de son environnement
- Anticiper les plans alternatifs
- Se préparer à la fin des avantages compétitifs
- Ajuster continuellement le plan stratégique par de nouvelles opportunités

Véronique Cacheux
Strategic Intelligence Manager
Orange Business Services

L'INTELLIGENCE MARCHÉ

10.30 Etude de cas

L'information économique et stratégique au service des activités opérationnelles de l'entreprise

- Renseignements recueillis sur son environnement économique
- Adopter une stratégie marketing adaptée au marché
- Les outils de veille et d'aide à la décision

Gaëlle Le Faucheur
Directrice du centre d'analyses économiques et stratégiques
La Poste BSCC

11.10 Refreshme

11.30 Etude de cas

Développer des marques puissantes grâce à l'intelligence marché

- Développer des marques fortes
- Intégrer la MI dans le développement produit
- Quantifier la création de valeur et définir les indicateurs de performance
- Les outils au service de la Market Intelligence

Nicolas Coat
Brand Intelligence, Data Science and Russia Intelligence Manager
Nissan Europe

12.10 Etude de cas

Comment identifier des leviers de croissance par des techniques statistiques d'analyses factorielles et de modélisation ?

- Identifier les variables disposant d'un potentiel significatif
- Développer un modèle pour connaître l'incidence des facteurs sur les ventes
- Avoir une vue d'ensemble sur l'environnement
- Faire évoluer le modèle sous 2 angles :
 - la valeur explicative du modèle par la recherche de nouveaux leviers
 - la sensibilité et la réactivité du modèle par la gestion de flux dynamiques de données (big data)

Stéphane Bouelle
Business Analytics & Knowledge Management Director
Essilor

12.50 Déjeuner

14.00 Etude de cas

Customer Intelligence as a Service

- L'évolution de la fonction "intelligence"
- L'évolution du périmètre et portefeuille d'activités "intelligence"
- Dans un contexte global

Amélie Prost
Program Lead, Customer & Region Insights
Hewlett Packard Enterprise

14.40 Etude de cas

Les clés de succès d'une démarche « IE » dans un Groupe bancaire marocain

- Sensibilisation, adhésion et valorisation des acteurs directs « Personnes physiques »
- Mobilisation, collaboration et synergie avec les «Entités métiers et supports»
- Co-construction et travail collaboratif pour la conception et le déploiement des «Projets»

Omar Ezziyati
Responsable Développement Intelligence Economique
BMCE Bank of Africa

15.20 Etude de cas

L'intelligence économique au service des projets d'acquisition

Les étapes des projets d'acquisition et le rôle de l'IE à travers des exemples réalisés au sein de groupes internationaux

- Analyse de l'environnement marché
- Forces et faiblesses des sociétés cibles et benchmark
- Analyse financière

Anne-Marie Paillole
Competitive Intelligence Manager
Bayer Cropscience

16.00 Refreshme

STRATEGIES D'INFLUENCE ET DE CONTRE-INFLUENCE

16.20 Etude de cas

L'influence, part intégrante de la réflexion stratégique de l'entreprise

- Qu'est-ce que l'influence positive ?
- Les relations publiques et le lobbying, où l'influence en amont de l'activité opérationnelle proprement dite.
- De l'influence à la contre-influence, du « préventif au curatif »

Patrick Devaux
VP Market Intelligence
Airbus Group

INTELLIGENCE TERRITORIALE

17.00 Etude de cas

Enjeux et opportunités de la réforme territoriale pour le réseau de veille de SUEZ en France

- Une structure de veille avec une cellule nationale et un réseau présent dans les territoires
- Un réseau social d'entreprise pour animer le réseau et capitaliser les connaissances.
- Repenser l'organisation en miroir de celle des collectivités

Christophe Audouin
Délégué Veille Concurrentielle et Stratégique
Suez Eau France

17.40 Fin du deuxième jour et commentaire du président de séance

Producteur de la conférence:

Haytham Sabila
Conference Assistant Manager
Marcus Evans Group

Mission de sécurité économique et Protection des Entreprises

Mercredi 29 Mars 2017

09.00 Présentation des Animateurs

09.10 Introduction des Participants

Avant le début de l'atelier, chaque participant aura l'occasion de se présenter brièvement et de partager ce qu'il attend de l'atelier, afin de faciliter la prise de contact et les échanges pendant la session.

09.30 **Améliorer la sécurité économique de votre entreprise**

- Panorama des risques du patrimoine informationnel
- A quels niveaux s'exerce la sécurité économique ?
- Identifier le niveau d'exposition de son organisation

11.00 **Mettre en place une démarche de protection de l'information économique**

- Bâtir une politique de sécurité
- Protéger le patrimoine immobilier
- Protéger les données sensibles
- Sensibiliser les collaborateurs
- Mettre en œuvre des moyens appropriés à la confidentialité des données
- Prendre les dispositions nécessaires en cas de crise
- Eviter l'arrivée de fonds hostiles pouvant déstabiliser l'entreprise
- Assurer la transmission du patrimoine de l'entreprise
- Gérer et maintenir la politique de sécurité

12.00 Commentaire de l'animateur et fin de la conférence

Atelier co-animé par :

Christophe Torrisi

Chef de la section sécurité économique et protection des entreprises

Direction Générale de la Gendarmerie Nationale

Nicolas Moinet

Professeur des Universités

IAE Poitiers

A qui s'adresse la conférence

Directeurs, VP et Managers de :

- Competitive intelligence
- Market Intelligence
- Technology Intelligence
- Business Intelligence
- Market Research
- Strategic Marketing
- Business Development
- Information Management
- Knowledge Management
- Consumer & Market Insight
- Strategic Planning/ Corporate Planning
- Technology Scouting
- Technology Watch
- Risk Management

Secteurs :

- Industrie Pharmaceutique, Biotechnologie, Santé
- Energie, Pétrole & Gaz
- Agriculture, agro-alimentaire
- Télécoms, médias
- Automobile
- Aérospace
- Chimie et pétrochimie
- Semi-conducteurs et High-Tech
- Luxe et commerce de détail
- Banques et Assurances
- Industrie, fabrication
- BTP
- Transports

Possibilités de Développement Commercial

Votre entreprise offre des solutions ou technologies susceptible d'intéresser les participants de l'évènement? Si tel est le cas, vous pourrez obtenir plus d'informations sur nos formules de partenariat en contactant:

Virginie Vetil, Sponsorship Manager, **marcus evans** Barcelona
Tel: **+34 (0) 933 934 600**, E-Mail: **VirginieV@marcusevanses.com**

A propos du Business Development Sponsor



En 23 ans et plus de 200 projets à son actif, **Intellecto** est devenu l'un des cabinets de référence dans la Competitive Intelligence centré sur la détection d'opportunités de croissance et d'axes d'innovation. Parmi les projets réalisés, beaucoup concernent la transformation digitale et les cleantech qui génèrent des évolutions fortes voire des ruptures sur tous les terrains de jeu (Smart Cities, Smart Energy, Smart Mobility, Smart Home, Smart Factory, etc.).

En 2017, Intellecto a donné naissance à une Start up, **inspiringTrend™**, qui a pour ambition de proposer aux équipes Innovation, R&D, Marketing & Stratégie, des solutions digitales pour accélérer le développement des nouvelles offres centrées sur les marchés de croissance :

- 1) SearchInnov, le moteur de recherche dédié aux innovations ;
- 2) IntelligenceMaker™, la plateforme pour favoriser l'intelligence collective ;
- 3) inspiringTrend™ web-service sur les produits & services innovants et les tendances de marché.

Nos solutions utilisent des technologies avancées (Big Data, content analytics, Cognitive technologies, DataVisualisation, etc.).

www.intelleco.com - www.inspiringtrend.com