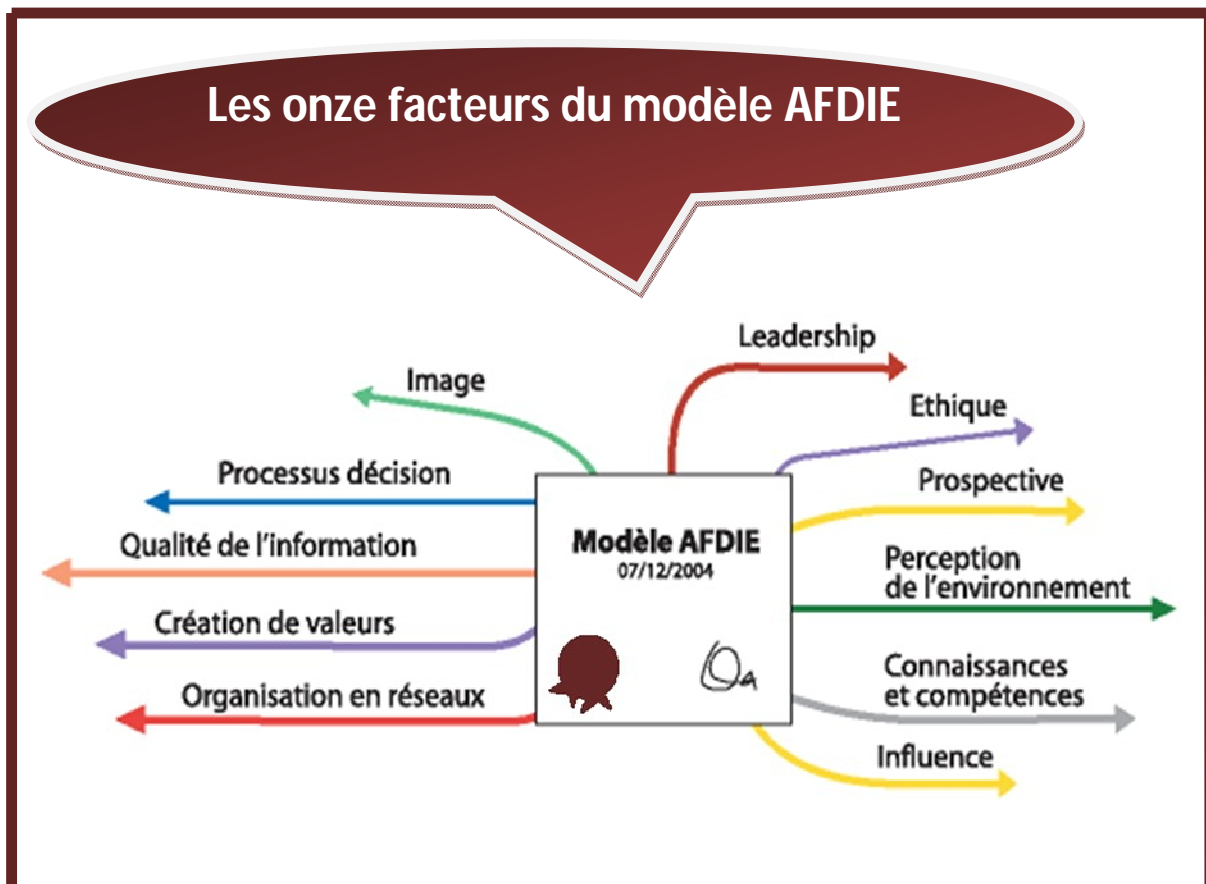


# LE MODELE DE L'AFDIE

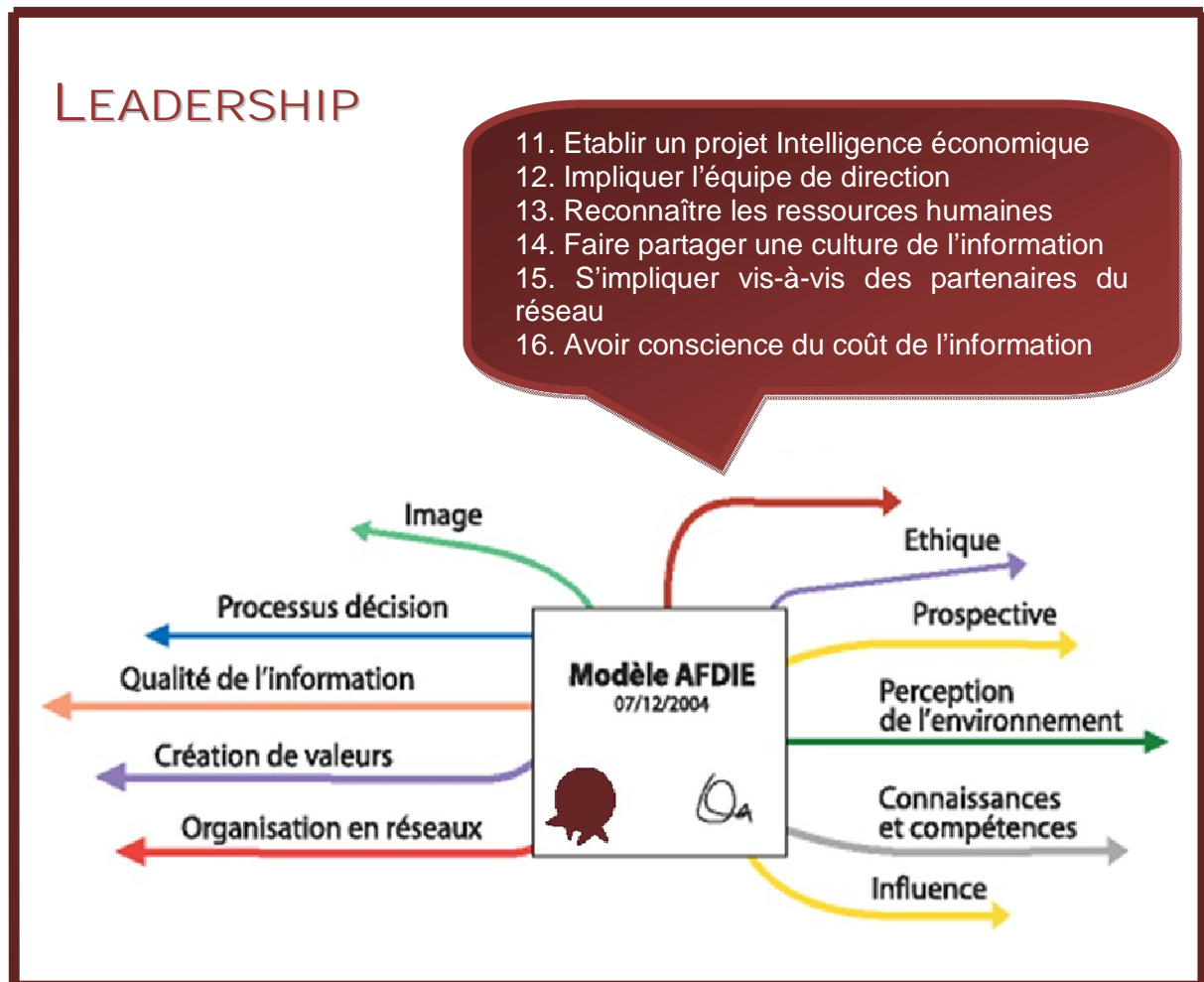
Le modèle de l'Association française pour le développement de l'Intelligence économique (AFDIE) est à la fois le programme et la boîte à outils générale qui permet le démarrage ou la réactivation d'un projet d'intelligence économique. Le modèle de l'AFDIE s'articule autour de onze facteurs qui forment un système dynamique et cohérent. Comme le souligne Jean-Philippe Mousnier « *l'intérêt et l'utilité de ce modèle est immense puisqu'il se veut exhaustif et explicatif dans tous les champs entrant dans la définition de l'IE et permettant sa mise en œuvre en entreprise ; le support outillé à toutes les réflexions stratégiques préparatoires des décisions à prendre et des actions à mener* »<sup>1</sup>.



1. JP.Mousnier, « *Un modèle de management par l'IE, pour quoi faire ?* », in *Benchmark européen de pratiques en IE*, dir.P.Larrat, L'Harmattan, 2008, p.139 à 154.

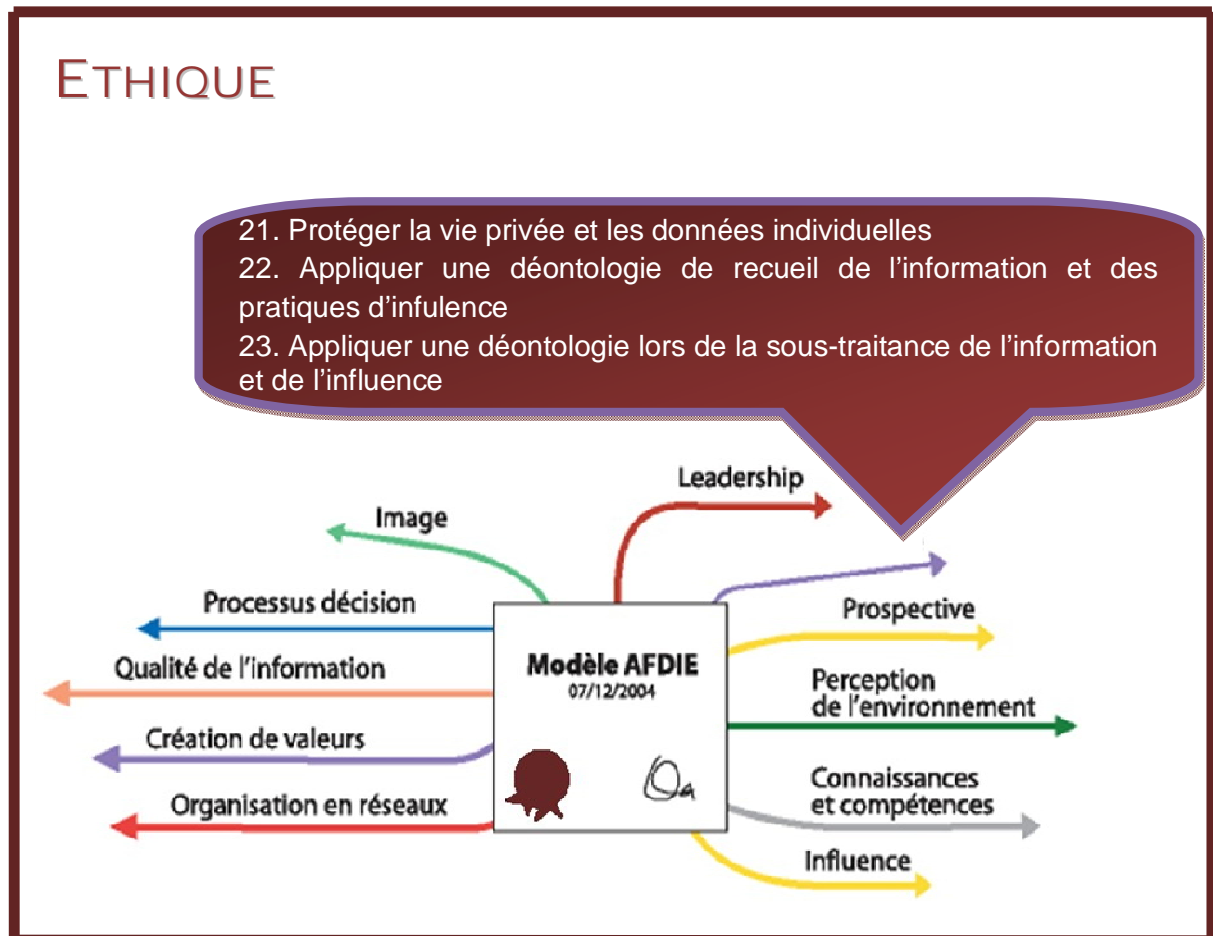
## Facteur 1 : le leadership

« Capacité d'un dirigeant et/ou d'une équipe de direction à mobiliser les membres de l'entreprise ou de l'organisation sur des objectifs communs. » Il n'y a pas de processus d'IE sans modification du management...



## Facteur 2 : l'éthique

« Respect des règles déontologiques, des "bonnes pratiques". L'IE se situe totalement et résolument dans le cadre légal et le respect des conventions internationales. Sans règles du jeu transparentes et communes, il n'y aura ni informations ni connaissances partagées. »



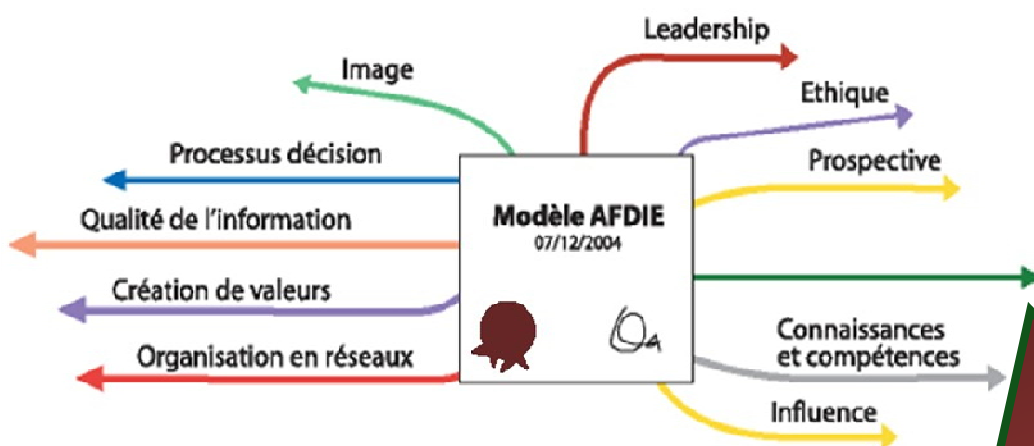
## Facteur 3 : prospective

La prospective se fait « par la diffusion d'une culture d'anticipation, la capacité d'imaginer et de construire des futurs possibles. Il n'existe pas de système d'intelligence économique sans invention de questions inattendues ou imprévues, mettant en relation diverses sources ou suscitant des interrogations nouvelles. »

## Facteur 4 : perception de l'environnement

« La capacité de l'entreprise ou du territoire à traduire l'information en opportunités et menaces. Cette compréhension de l'environnement et cette intelligence des risques reposent sur la coordination d'une communauté de veilles et de veilleurs. »

### PERCEPTION DE L'ENVIRONNEMENT



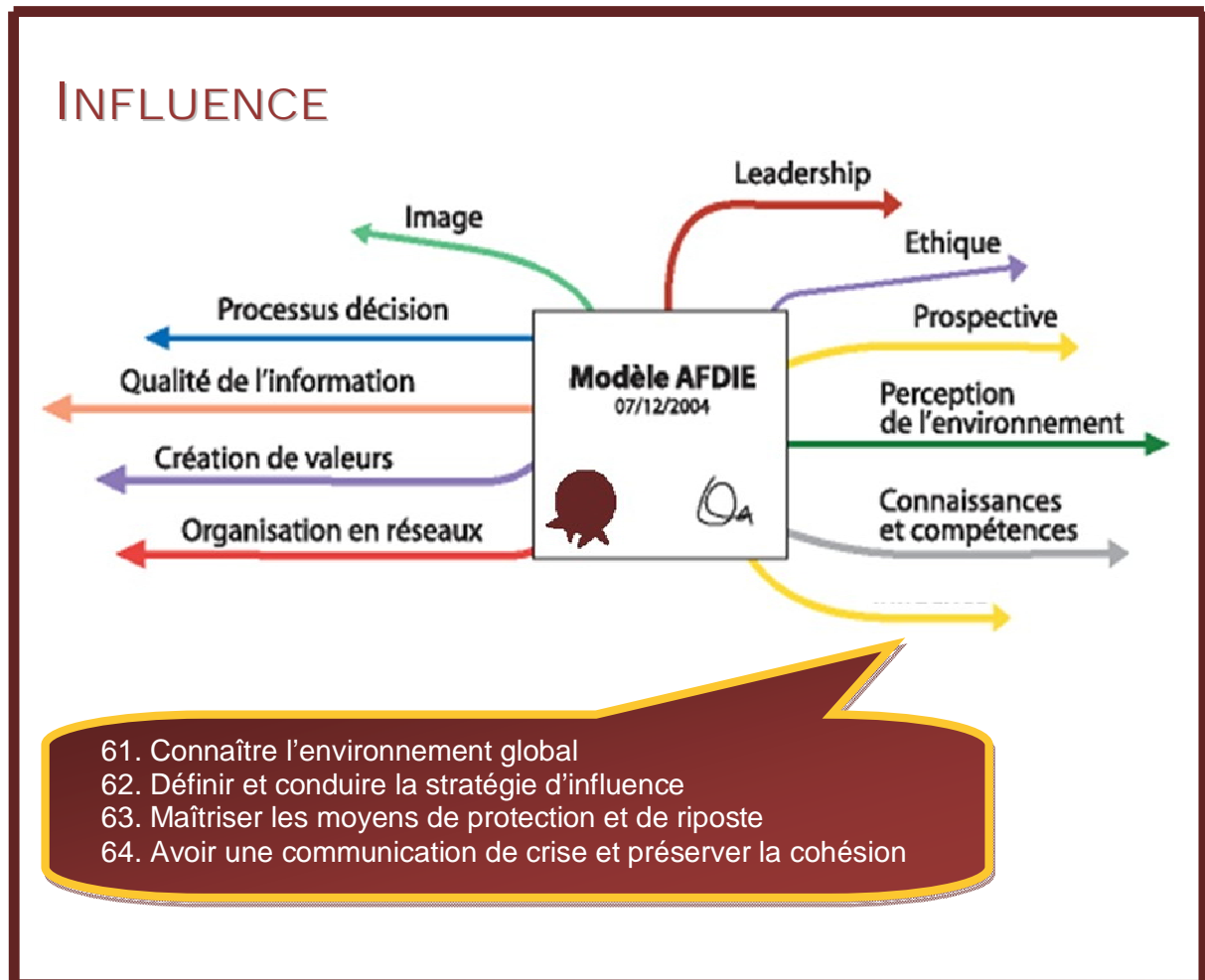
41. Identifier les opportunités, les risques et les menaces
42. Intégrer l'analyse de l'environnement dans la formulation de la stratégie
43. Elargir l'éventail des veilles spécifiques
44. Mettre en œuvre le processus du cycle de l'information

## Facteur 5 : partage des connaissances et des compétences

« Capacité d'innover ou d'accroître la performance en décroissant les savoirs et les savoir-faire. L'entreprise devient un système cognitif et auto apprenant. Elle met en relation des hommes et des femmes qui n'avaient pas l'habitude de se parler et croise l'information informelle avec l'information formelle, favorisant ainsi l'innovation. »

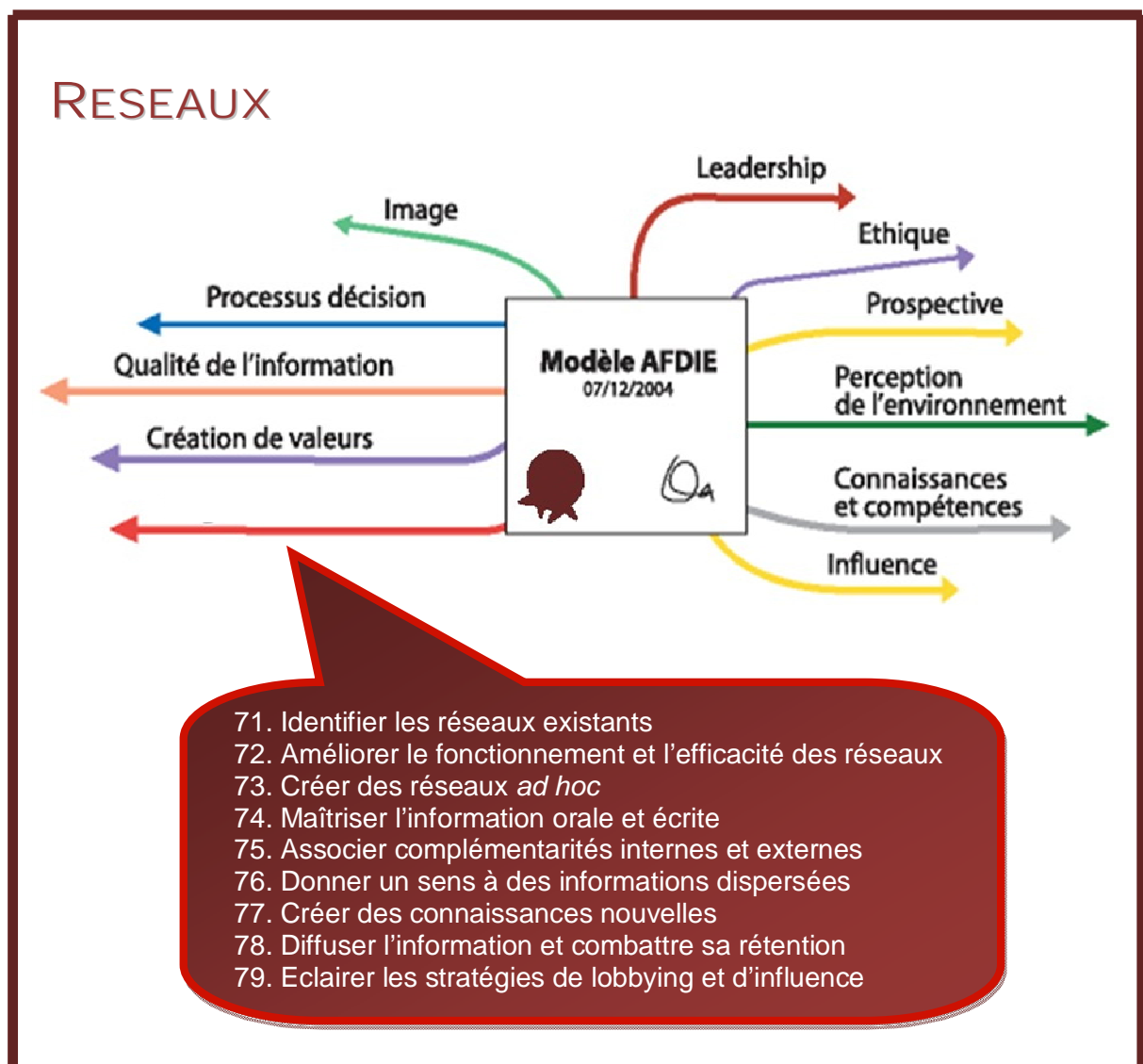
## Facteur 6 : influence

« Possibilité de peser sur l'environnement en devançant les évènements, en en modifiant le cours ou la portée. L'entreprise peut par exemple intégrer les réseaux de pré-normalisation. Ce facteur se décline en une multitude d'actions de lobbying, d'influences locales ou internationales, de contre influence le cas échéant. »



## Facteur 7 : les réseaux

« Prise en compte de la sociologie des organisations, les technologies de l'information et l'économie de la connaissance en identifiant, dynamisant et créant les innombrables réseaux qui assurent le recueil et la transformation de l'information en avantages concurrentiels. Ce facteur démultiplie les possibilités des autres facteurs. Il constitue le système nerveux du système d'intelligence économique. »



## Facteur 8 : création de valeur

« Permet de mesurer les avantages que retirent les personnels, les clients, les usagers, les citoyens, les consommateurs, les actionnaires et les partenaires de l'entreprise ou du territoire de la mise en place d'un système d'intelligence économique. »

## Facteur 9 : qualité de l'information

« Implantation d'une véritable *mémoire collective*, accessible au plus grand nombre, permettant à l'entreprise ou au territoire de connecter les connaissances validées avec les multiples réseaux de recueil, d'analyse, d'innovation, de transfert de technologie, de performance et d'influence. »

## Facteur 10 : processus de décision

« Mettre en rapport le management de l'intelligence économique et le management de l'entreprise ou du territoire par l'intelligence économique. La maîtrise de l'information stratégique implique en effet une série d'ajustements et d'initiatives, destinés à améliorer le processus décisionnel. »

## Facteur 11 : l'image

« Prise en compte de tous les aspects immatériels qui constituent la valeur de l'entreprise. Celle-ci perçoit les éléments constitutifs de sa propre image et se donne les moyens de la modifier ou de la redresser. »