

# VIGIE

N° 23  
Novembre 2009



Mahsa Yousefi (p.15)

## Sommaire:

Edito : Le monde est plat	P. 2
Le blog du mois	P. 3
Billet d'humour : Petite reflexion de rentrée ...	P. 4
Brève sur la contrefaçon	P. 4
<b>Actu</b> : Olivier Buquen prend la relève	P. 5
Présentation de la promotion 15 du Master IECS	P. 6
Présentation de la promotion 14 du Master IECS	P. 7
présentation d'équipe VGIE	P. 8
A Lire	P. 9
Boîte à outils	P. 10
Méthode : MADIE	P. 11
Agenda	P. 13



## **MADIE, le guide de chevet des cadres et dirigeants d'entreprise**

**La méthode d'aide à la décision par l'intelligence économique (MADIE) se destinait initialement aux petites et moyennes entreprises. Fort de son succès auprès des grands groupes et sociétés de conseil, elle paraîtra prochainement aux Editions Eyrolles. Mardi 13 octobre 2009, les étudiants en intelligence économique de l'Université de Poitiers ont bénéficié en avant première de la présentation de l'ouvrage et d'une sensibilisation à la démarche MADIE lors de l'intervention à l'ICOMTEC de l'un de ses auteurs, Christian Coutenceau.**

### **une méthode très distinguée**

Distinguée en tant qu'ouvrage par l'Académie de l'IE au moment de la 3<sup>ème</sup> édition de la Journée nationale de l'Intelligence Economique d'Entreprise, la méthode d'aide à la décision par l'intelligence économique comptait alors 70 pages et était accessible en libre téléchargement sur Internet. Commencée en 2005, la méthode est née du travail collaboratif de 8 cadres dirigeants : des anciens de HEC attentifs à l'instigation d'Alain Juillet à mettre en place une politique d'intelligence économique à destination des PME et qui pour cela ont croisé leurs regards du monde industriel ainsi que leurs expériences et pratiques du management.

Depuis les 4 ans d'existence de la méthode, le succès rencontré auprès des acteurs économiques français a encouragé ses auteurs à la rendre disponible en librairie dans un format revu et augmenté sous le titre de **Guide pratique de l'intelligence économique – la méthode MADIE.**

Co-auteurs de MADIE, Christian Coutenceau, cadre dirigeant spécialisé dans les activités de conseil et de stratégie de Ricoh, a été reçu mardi 13 octobre 2009 à l'ICOMTEC par le directeur du Master en



Intelligence Economique et Communication Stratégique Nicolas Moinet et ses étudiants. Souvent présenté devant des professionnels, entrepreneurs et décideurs aguerris de plus de 10 ans d'expériences, MADIE était pour la première fois l'objet de la même intervention devant des étudiants en IE.

### **Raccrocher le train de la stratégie à la locomotive IE grâce à MADIE**

MADIE réalise le lien entre la stratégie et la démarche d'intelligence économique : pour répondre à la stratégie fixée, la méthode formalise les impératifs

catégoriques de l'intelligence économique -protéger, veiller, exploiter les signaux faibles - et se pose en facilitateur de leur application par les salariés des entreprises et surtout par les entrepreneurs car « le premier commercial de l'entreprise, c'est le dirigeant » rappelle Christian Coutenceau.

Dans la première partie de son intervention, Christian Coutenceau privilégie des cas d'entreprise qui ont fait l'actualité et qui soulignent les manquements aux 3 impératifs de l'IE. Des exemples instructifs, capteurs de l'auditoire, révèlent que les ex-agents du MI6 roulent pour des Rolls, que la sensibilité de la localisation des serveurs de Black Berry est sous-estimée par trop d'utilisateurs et qu'une collecte d'information sur des blogs d'ingénieurs peut s'avérer plus fructueuse que la protection de l'information et le sceau de la confidentialité ne le laissent imaginer. Le but de ces exemples étant de sensibiliser son public aux enjeux de l'IE que sont la sécurité économique, la compétitivité et l'influence, Christian Coutenceau lit un extrait de la méthode : "Il faut savoir que quelques 47% des sociétés françaises du secteur des technologies et l'information et de la communication créées entre 1998 et 2001 ont été vendues à des sociétés étrangères" et le souligne à l'intention des étudiants : "c'est un véritable enjeu, ce sont vos emplois [dont-il s'agit] !".



Christian Coutenceau à l'ICOMTEC

Dans la deuxième partie de son intervention, Christian Coutenceau entre dans le vif de la méthode telle que décrite dans l'ouvrage et au moyen du vocabulaire qui lui est propre. Afin de tirer le meilleur parti de MADIE et comme pré-requis, il insiste sur la nécessité de posséder une bonne connaissance des fondamentaux de l'analyse stratégique - matrice de Porter et matrice de Mc Kinsey notamment. Puis il expose les concepts de la méthode : le centre de gravité de l'entreprise, l'effet final recherché (EFR) et la vulnérabilité critique s'articulent autour des fondamentaux de l'analyse stratégique et constituent une méthodologie

obligeant le dirigeant à clarifier ses idées. Christian Coutenceau insiste bien sur l'explicitation écrite de la directive initiale du dirigeant, sur l'importance du livrable et sur la définition des résultats attendus. Pour illustration de ces concepts, les étudiants sont invités à se reporter au cas du dictionnaire VIDAL attaqué dans son business plan et développé dans l'ouvrage publié aux Editions Eyrolles.

Autre concept utilisé par MADIE : l'espace cryptique. Les membres de cet espace sont sollicités par le dirigeant : ce sont eux qui échangent au sujet du problème d'innovation et/ou de compétitivité auquel s'attache la demande du dirigeant. Considérés en experts, ils ont la charge de penser le raccrochement de l'intelligence économique à la stratégie.

L'idée expliquée par Christian Coutenceau est qu'à l'issue des conclusions rendues par les membres de cet espace, le dirigeant puisse décider ensuite du scénario pour atteindre l'EFR visé tout en gardant à l'esprit 4 questions :

- **que se passe-t-il si je ne fais rien?**
- **que se passe-t-il si je perds?**

- **l'action est-elle réversible?**
- **que font les autres acteurs?**

Une fois l'action décidée, au dirigeant de valider ensuite les moyens correspondant aux conditions impératives de succès déjà identifiées.

Des avantages et un avenir sans complaisance

Des avantages de la méthode MADIE à une époque où les sociétés vendent moins des produits que des services, le public de Christian Coutenceau retiendra les suivants:

- grâce au centre de gravité identifié de l'entreprise (un fournisseur, une compétence, un savoir-faire, la réputation, la marque, etc...), le dirigeant sait quelles orientations donner aux actions de protection de son patrimoine immatériel,
- grâce à un EFR identifié et explicité, le dirigeant minimise sa prise de risque et sait tirer parti des signaux faibles,
- grâce à une prise de conscience de la vulnérabilité critique, le dirigeant prend les dispositions nécessaires pour éviter que le concurrent recompose l'action de l'entreprise.

Aujourd'hui, quelques sociétés de conseil utilisent la méthode MADIE. Par souci de confidentialité ou par modestie, aucun nom ne sera cité lors de l'échange qui a suivi la présentation de MADIE par Christian Coutenceau. Et lorsqu'on lui demande s'il est possible pour un entrepreneur d'utiliser MADIE comme d'une marque et de s'en réclamer a posteriori d'une décision et d'une stratégie réussie, Christian