

**VEILLE**

*STRATEGIQUE*

# Objectifs du cours

## s'Initier

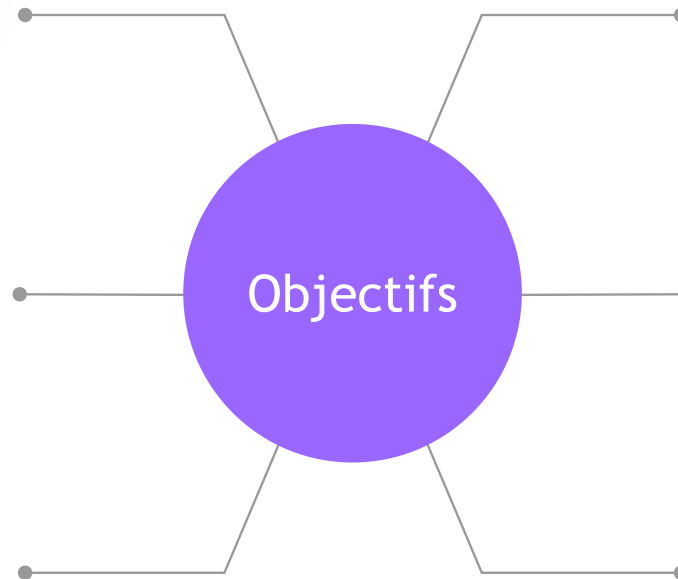
aux principes fondamentaux et aux meilleures pratiques de la veille

## Acquérir

des compétences pratiques dans l'utilisation d'outils de veille pour le suivi et l'analyse des données pertinentes.

## Développer

des méthodes de traitement de l'information pour transformer les données en insights stratégiques.



## Comprendre

la diversité des plateformes et des technologies pour la mémorisation et la gestion de l'information.

## Maîtriser

les techniques de collecte d'informations stratégiques pour anticiper les évolutions dans divers secteurs.

## Appliquer

les connaissances acquises à travers des exercices pratiques simulant des scénarios réels de veille stratégique.



# Le plan du Cours



- 1 Fondements de la veille informationnelle et stratégique
  - 2 Identification et analyse stratégique des besoins informationnels
  - 3 Stratégies de recherche et traitement de l'information pour la prise de décision
  - 4 Production et gestion de contenus stratégiques (études de marché, analyse concurrentielle)
  - 5 Management de projets de veille stratégique et intelligence économique
- 
- TD** Utilisation avancée des outils de veille stratégique
  - TD** Évaluation des outils et applications pour la veille stratégique

# Les outils du Cours



# OSINT Landscape v.1 February 2018

Open Source Intelligence (/OSINV – Open Source Investigation)

COVERT SHORES *bellingcat*  
www.hisutton.com

### Social Media Platforms

Facebook Weibo Twitter Qzone Instagram Odnoklassniki LinkedIn VK Snapchat YouTube Periscope

stalkscan Facebook Search Tool  
Graph Search Generator  
f FBDOWN  
f Signal  
peoplefindThor

Tweetbeaver  
twXplorer  
Twitter List Copy  
TweetDeck  
Download Twitter Videos

WEBSTA  
Instagram Downloader  
picodash

socilab

PHOTO MAP

savefrom.net  
Youtube DataViewer  
frame by frame  
storyful  
Geo Search Tool

Scopedown

Snap Map

Dataminr INTELTECHNIQUES Echosec War Wire

### Sharing & Publishing

flickr  
Pinterest  
Google+

### Blogging, Forums & other communities

STRAVA  
tumblr.  
LIVEJOURNAL  
classmates

WORDPRESS.ORG  
Blogger  
WIX.com  
Medium

ProBoards  
SQUARESPACE  
Joomla!  
ghost  
weebly

### Maritime Movements

MarineTraffic  
IHS Markit AISLive  
Lloyd's List Intelligence  
SHIPSPOTTING.COM

Vessel Finder  
Shipfinder  
AISHub AIS Data Exchange  
shipfinder

OpenSeaMap  
SHIPAIS  
ShippingExplorer  
BoatNerd  
AisDECODER

### Aviation Movements

AirNav.RadarBox  
ADS-B Exchange  
FlightAware

LiveATC.net  
GVA Dictator Alert  
FLANEPPOTTERS.NET

### Radio

RadioReference  
Broadcastify  
Radio Garden  
SDR.HU Global Tuners  
ProScan  
MilScanners

### Commercial Registries

opencorporates  
infobel  
ICU OFFSHORE LEAKS DATABASE  
Investigative Dashboard Search  
EUROPEAN JUSTICE

### Webcams

pentopia Free Live Webcams  
Insecam  
SHODAN  
EarthCam  
Webcams.travel  
PICTIMO  
wetter.com  
lookr  
wisuki

### Image / Vid / Doc Forensics

GET-METADATA  
Jeffrey's Image Metadata  
metapicz  
FotoForensics  
Forensically Beta  
IRFANVIEW  
hatlord / Spiderpig  
exifdata  
ExifTool izithu  
InVID

### Internet Search

Google  
Yandex Bing  
WayBackMachine  
DuckDuckGo  
NAVER  
Baidu 百度  
goo  
Pamblep/  
kakao  
YAHOO! archive.today  
PimEyes

### Geospatial Data

GeoNames  
Free GIS Data  
SECRETS OF THE WEST  
OpenRailwayMap  
MAPS.ME  
DualMaps  
wikimapia  
Google Maps  
Bing maps  
Apple Maps  
here  
Yandex  
Mapillary

### Satellite Imagery

Google Earth  
Descartes Labs  
TERRA server  
AIRBUS GeoStore  
Zoom Earth NEW SATELLITE IMAGES EVERY DAY  
NOAA  
EARTHDATA  
esa Earth Online  
esa opernicus  
DigitalGlobe  
HARRIS  
USGS EarthExplorer  
planet  
Radiant.Earth  
unitar  
SENTINEL

This landscape shows data sources (mostly platforms, tools or apps) that provide publicly available data which may be of use in OSINT. Some tools may charge for data access. It is intended to be extensive, but not exhaustive, and may be updated periodically.

Authors:  
H I Sutton, (@CovertShores) Covert Shores and Jane's contributor,  
Aliaume Leroy, (@Yaolri) Bellingcat & BBC,  
Tony Roper, (@Topol\_MSS27), planesandstuff, Jane's contributor

# Evaluations

## Evaluation individuelle

QCM MOODLE

Date du contrôle  
à distance

Janvier 2024

1 seul accès

## Evaluation collective

Groupe de 3 max

Date du rendu  
7/01/2024

TD

3 étudiants au max

Comment avez-vous trouvé vos **Stages ?**

Ou pas...

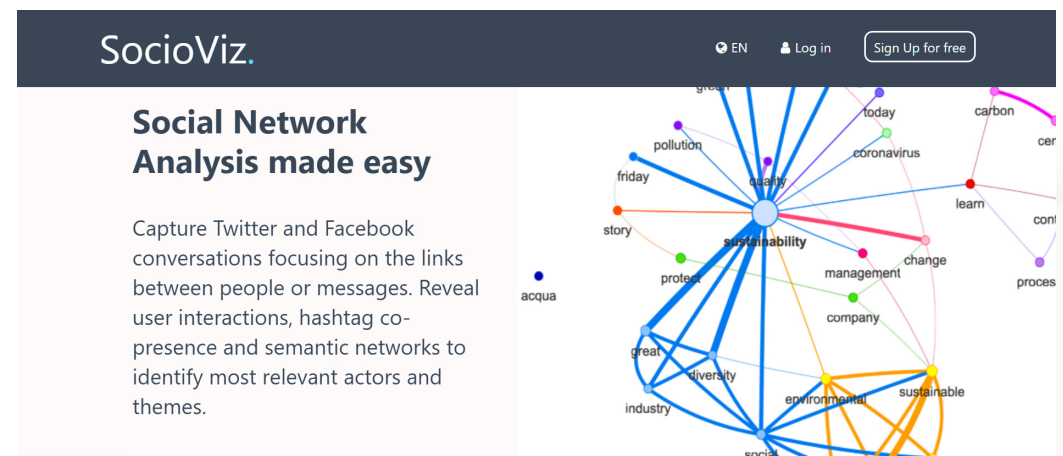
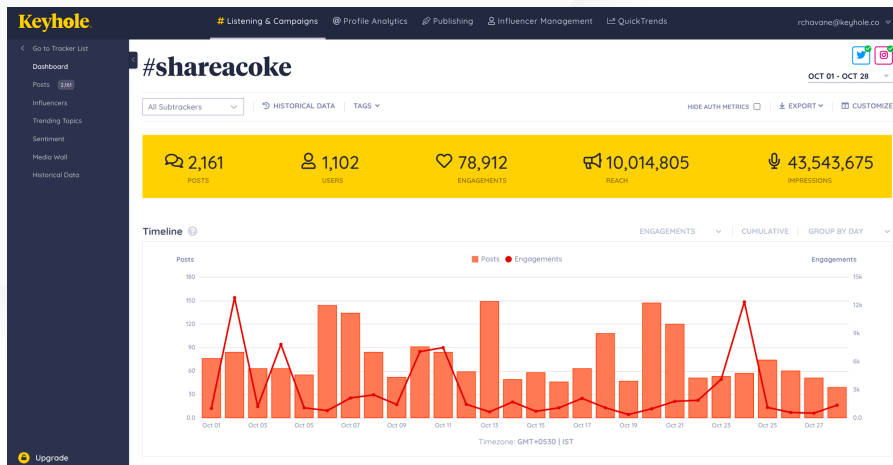
**En France... à l'étranger ?**

Expliquez votre méthode de recherche ?  
de surveillance des offres de stage ?  
de préparation de l'entretien ?





# Comment cartographier Une communauté sur les RSN





Est-ce que vous êtes des pros de la  
**recherche google**

Est-ce que vous connaissez  
google dorks ?

## Disclaimer :

Est-ce que c'est légal tout ça ? **Tout dépend de vos intentions.** Le cours a un but pédagogique :

- n'utilisez pas cette technique pour une activité illégale.
- C'est en apprenant les techniques d'attaques qu'il est possible de se protéger en conséquence.

« *Un grand pouvoir implique de grandes responsabilités* »

Même si vous pensez être à l'abri des regards, n'oubliez pas que vous passez par Google !

**Bluetouff condamné à 3 000€ d'amende.**

De plus, certaines entreprises mettent en place des **honeypots** possédant de fausses informations afin de surveiller les personnes susceptibles de les attaquer.

Est-ce que vous êtes des pros de la  
**recherche google**

**after:2023-09-01 site:https://fr.indeed.com/ "responsable communication marketing"+Paris**



# Avant de **commencer**

---

Testons votre capacité de trouver des informations ...

- 1 questionnaire
- 1 Jeu - 6 niveaux

<https://forms.gle/an933MqctL3TnqPZ6>



# Avant de commencer

Testons votre capacité de trouver des informations ...

- 1 questionnaire
- 1 Jeu - 6 niveaux

<https://forms.gle/an933MqctL3TnqPZ6>

<https://sourcing.games/>

# La veille





VEILLE

# Définition Veille

La veille est le processus par lequel les organisations **collectent systématiquement et analysent des informations** sur leur environnement externe.

L'objectif de la veille est de permettre à une organisation de **rester informée, de prévoir les changements, d'identifier les opportunités et les menaces**, et d'agir en conséquence dans un contexte commercial ou technologique en constante évolution.

Exemples données sur les marchés, les concurrents, les développements technologiques, les régulations légales et tout élément qui pourrait influencer la prise de décision stratégique.





# Types de Veille

---

Type de Veille	Description
<b>Veille stratégique</b>	Surveillance et analyse de l'environnement externe pour guider les décisions stratégiques.
<b>Veille concurrentielle</b>	Analyse des activités et stratégies des concurrents.
<b>Veille technologique</b>	Suivi des évolutions et innovations technologiques.
<b>Veille commerciale</b>	Observation des tendances de marché et comportements des consommateurs.
<b>Veille juridique</b>	Suivi des évolutions législatives et réglementaires affectant l'entreprise.
<b>Veille environnementale</b>	Surveillance des facteurs environnementaux qui peuvent impacter l'organisation.
<b>Veille sociale</b>	Veille sur les changements sociaux et sur les problématiques RH.
<b>Veille marketing</b>	Suivi des stratégies et actions marketing du marché.
<b>Veille scientifique</b>	Suivi des avancées dans les domaines scientifiques et de la recherche.
<b>Veille sectorielle</b>	Surveillance spécifique à un secteur d'activité pour identifier les tendances.
<b>Veille RH</b>	Analyse des tendances et des meilleures pratiques en gestion des ressources humaines.
<b>Veille e-réputation</b>	Surveillance de la réputation en ligne de l'entreprise ou de la marque.

# Veille Scientifique

Quels sont les domaines de recherche

**Yann LeCUN**

La veille scientifique est une activité de surveillance continue des publications et innovations dans un domaine scientifique défini

Comment trouver des travaux proches ?

IA





# Veille technologique



La veille technologique s'est développée en France depuis la fin des années 1980. En 1988, un « *comité d'orientation stratégique de l'information scientifique et technique de la veille technologique* » est créé par le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. La notion de « **veille technologique** » est alors définie (Wikipédia)

La veille technologique sert à :

- Identifier les innovations et les tendances émergentes dans le domaine technologique.
- Anticiper les changements qui pourraient influencer les marchés et les pratiques industrielles.
- Informer les décisions stratégiques en matière de développement de produits, d'investissement et d'orientation des activités de recherche et développement (R&D).
- Maintenir la compétitivité d'une entreprise en s'assurant qu'elle adopte ou développe les technologies les plus avancées et pertinentes.

#tendance

# Veille stratégique



La veille stratégique est l'activité de collecte d'informations stratégiques pour anticiper les évolutions et innovations. C'est une « *activité continue en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement technologique, commercial, etc., pour en anticiper les évolutions* » (Wikipedia)

# Comprendre la Veille Informationnelle et Stratégique

## Veille informationnelle :

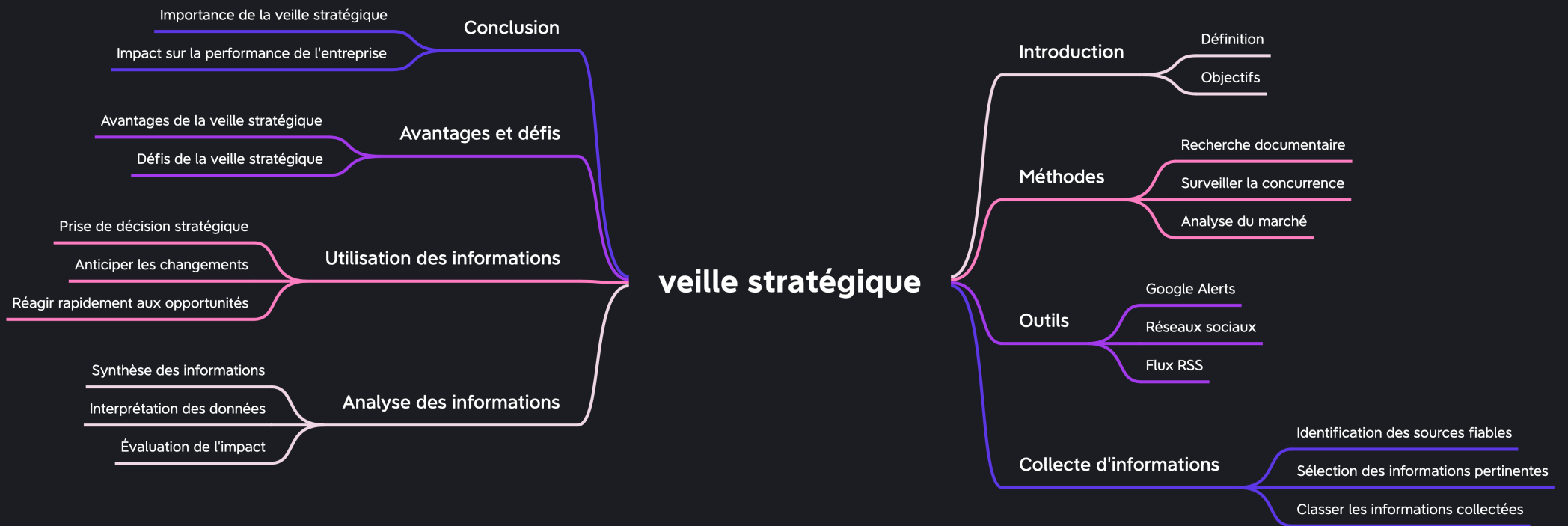
- Surveillance active du milieu extérieur pour anticiper les évolutions.
- Collecte, sélection, analyse, et diffusion d'informations utiles à la prise de décision.

## Veille stratégique :

- Application de la veille informationnelle dans une perspective stratégique.
- Vise à détecter les opportunités et les menaces pouvant influencer le développement et les orientations stratégiques de l'entreprise.

## Enjeux :

- Importance de la veille dans un monde connecté et en rapide évolution.
- Rôle stratégique de l'information dans la compétitivité et l'innovation.



# 3 raisons pour pratiquer **La veille**



## Anticipation des Tendances et Innovations

La veille permet d'identifier de **nouvelles tendances, technologies et innovations** qui peuvent impacter un marché ou un secteur, ce qui aide les entreprises à anticiper les changements et à rester compétitives.



## Prise de Décision Éclairée

Elle fournit des informations stratégiques qui **aident les décideurs à comprendre le paysage concurrentiel** et à prendre des décisions fondées sur des données à jour.



## Gestion des Risques

En surveillant l'environnement externe, la veille aide à **détecter les menaces potentielles à l'avance**, permettant ainsi une meilleure préparation et une réponse proactive aux risques.



Qui

# Pratique la Veille

## Les Responsables de Communication

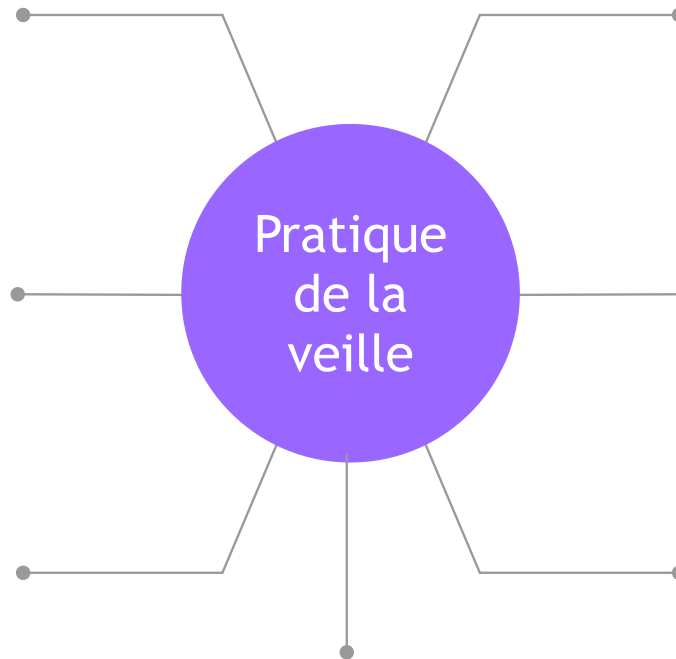
Pour gérer la réputation, suivre l'opinion publique et adapter les stratégies de communication.

## Les Responsables Marketing

Pour comprendre les tendances du marché et surveiller la concurrence.

Insert title here

Perspiciatis unde omnis iste natus error voluptatem aperiam.



## Les Analystes de Veille

Spécialistes dédiés à la surveillance de l'environnement externe de l'entreprise.

## Les Professionnels du Data

qui utilisent la veille pour collecter des données à analyser et à interpréter, aidant ainsi à la prise de décision basée sur les données.

## Les Chefs d'Entreprise et Stratèges

Pour éclairer la planification et la stratégie d'entreprise.

## Les Gestionnaires de Projet

Pour anticiper les risques et saisir les opportunités affectant leurs projets.

# Pourquoi la Veille ?



## Surcharge informationnelle

• Environ 10 000 tweets sont envoyés chaque seconde, ce qui représente plus de 850 millions de tweets par jour

• En 2022, il y avait 4,3 milliards d'utilisateurs d'email dans le monde, avec une prévision de 4,7 milliards pour 2026

• Nombre de sites web : En mars 2022, il y avait plus de 1,93 milliard de sites web en ligne  
**822 240 nouveaux sites sont mis en ligne chaque jour**

• Nombre de partages sur Facebook : En 2023, il y avait plus de 4,75 milliards de partages effectués chaque jour sur Facebook

1 minute...



# Social Media Landscape 2023

Networking

Publishing

Sharing

The word cloud is organized into six main categories:

- Networking:** Includes platforms like tinder, badoo, match, happn, okcupid, eventbrite, meetup, evite, bio.fm, linktree, feedlink, compsite.bio, medium, squarespace, blogger, wix, typepad, opendiary, substack, gumroad, upscribe, buttondown, newgrounds, myspace, wattlepad, mastodon, w1.social, pillowfort, ello, mirror, peepeth, cortex, bitclout, orbis, deSo, sigle, gubo, younow, beLive, liveMe, PEPARAZZI, DISPO, BeReal, Liveln, Locket Widget, LiveStatus, flickr, tenor, ggycat, anobii, primitives, showtime, imgur, Zenly, WALL, Pikornit, iMessage, Google Messages, LINE, kik, imo, TWINME, groupme, Telegram, icq, Skred, Skype, Signal, Viber.
- Publishing:** Includes Medium, Squarespace, Blogger, Wix, Typepad, opendiary, Svbtle, LIVEJOURNAL, ghost, substack, gumroad, upscribe, Buttondown, NEWGROUNDS, myspace, wattlepad, mastodon, w1.social, pillowfort, ello, mirror, peepeth, cortex, bitclout, orbis, deSo, sigle, gubo, younow, beLive, liveMe, PEPARAZZI, DISPO, BeReal, Liveln, Locket Widget, LiveStatus, flickr, tenor, ggycat, anobii, primitives, showtime, imgur, Zenly, WALL, Pikornit, iMessage, Google Messages, LINE, kik, imo, TWINME, groupme, Telegram, icq, Skred, Skype, Signal, Viber.
- Sharing:** Includes slideshare, SCRIB D issuu, slashdot, studocu, ARTIFACT, pocket, Post, digg, Scoop, FLIPBOARD, Instapaper, SmugMug, 500PX, flickr, tenor, ggycat, anobii, primitives, showtime, imgur, Zenly, WALL, Pikornit, iMessage, Google Messages, LINE, kik, imo, TWINME, groupme, Telegram, icq, Skred, Skype, Signal, Viber.
- Collaborating:** Includes Microsoft, 365, SharePoint, Zoho, Workspace, Workplace, ONLYOFFICE, monday, lumapps, SIMPLR, Confluence, Notion, unily, nifty, kissflow, gliffy, creately, Lucidchart, cacao, Evernote, Dropbox, Paper, notejoy, OneNote, boxNOTES, todoist, Simplenote, Trello, backlog, Planner, miro, Jira, kantree, Basecamp, teamwork, Quip, coda, wrike, asana, workfront, jive, Airtable, Podio, smartsheet, ZEPETO, SANSAR, HIBERWORLD, neopets, sinespace, Decentraland, CRYPTOVOXELS, SOMNIUM, hubs, SPACE, immersed, SECOND, LIFE, SANSAR, HIBERWORLD, neopets, sinespace, REC ROOM, Hello, listen, riffs, teamspeak, Yalla, DISCUS, Discourse, MUUT, kialo, GraphComment, CuriousCat, reddit, ask.fm, Quora, 9GAG, kun, blind, Soyjak.party, 4chan, Wizardchan, StartMail, Tutanota, Mailfence, Mailbox, whisper, friended, SLOWLY, plato, TamTam, ytl, kun.
- Discussing:** Includes reddit, ask.fm, Quora, 9GAG, kun, blind, Soyjak.party, 4chan, Wizardchan, StartMail, Tutanota, Mailfence, Mailbox, whisper, friended, SLOWLY, plato, TamTam, ytl, kun.
- Messaging:** Includes iMessage, Google Messages, LINE, kik, imo, TWINME, groupme, Telegram, icq, Skred, Skype, Signal, Viber.

The central area of the word cloud features a grid of social media icons, including LinkedIn, WordPress, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Twitch, Discord, Messenger, WhatsApp, and Snapchat.

Collaborating

Discussing

Messaging



# Un véritable Casse-tête

- En 2001, l'International Data Corporation notait que les travailleurs intellectuels passaient environ **2,5 heures par jour, soit 30 % de leur journée de travail**, à rechercher des informations, et ce chiffre montait à 60 % pour les dirigeants d'entreprise.
- En 2007, Accenture rapportait que les cadres intermédiaires passaient près de **2 heures par jour, soit 25 % de leur temps**, à rechercher des informations.
- En 2013, McKinsey confirmait que le temps passé à la recherche et à la collecte d'informations était de **1,8 heure par jour, ou 20 % du temps de travail**.
- Plus récemment, l'Association Information et Management évaluait ce temps à **7,5 heures par semaine, également près de 20 % du temps de travail**

*“La seule chose pire que d’être aveugle est d’avoir la vue mais pas de vision”  
Helen Keller.*

**ORGANISER LA VEILLE EN ENTREPRISE**  
sur Internet est stratégique pour éclairer les décisions de l'entreprise dans un monde...

**1. LA VEILLE**  
fait un sujet de direction générale.  
Externalisation ou internalisation, totale ou partielle.  
Mutualisation des besoins.  
... permet de gagner les la durée des coûts et centrée sur

**2. TRAITEMENT**  
La donnée brute issue des outils de veille peut subir...  
A. Un filtrage par paramétrage en continu de l'outil de veille.  
B. Un nettoyage manuel du bruit.  
C. Un enrichissement heuristique, de thématique ou de contexte.  
Garbage in, garbage out !  
Évaluez bien le niveau de traitement attendu selon le caractère stratégique de l'information.

**4. SURVEILLANCE**  
Avoir la bonne question.  
Cartographie de l'environnement...

**bolero** vous conseille et vous accompagne à toutes les étapes d'un projet de veille. | [www.bolero.fr](http://www.bolero.fr) | [contact@bolero.fr](mailto:contact@bolero.fr) | @

# Méthodologie de la Veille

# La veille

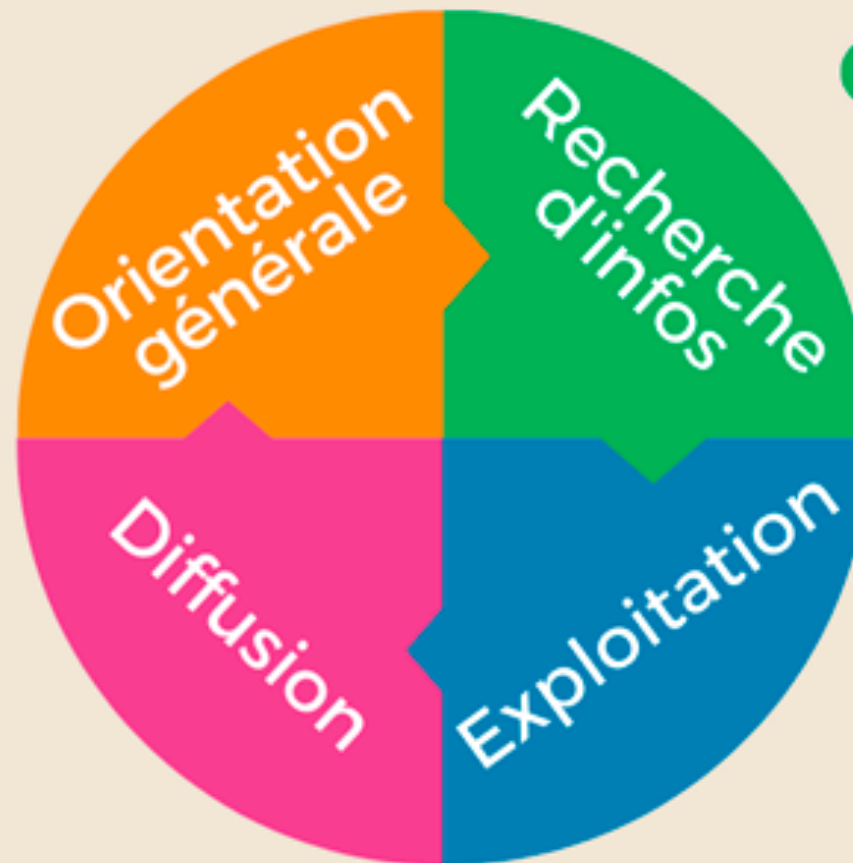
CYCLE DE MISE EN PLACE DU PROCESSUS

## 1 Savoir quoi et pourquoi?

- Exprimer les besoins
- Elaborer un plan

## 4 Information utile et opportune

- Réfléchir au bénéficiaires finaux
- Collecter et organiser



## 2 Détecter les signaux

- Utiliser les outils et définir une méthode
- Identifier les sources

## 3 Donner de la valeur à l'information

- Vérifier les informations
- Analyser
- Synthétiser

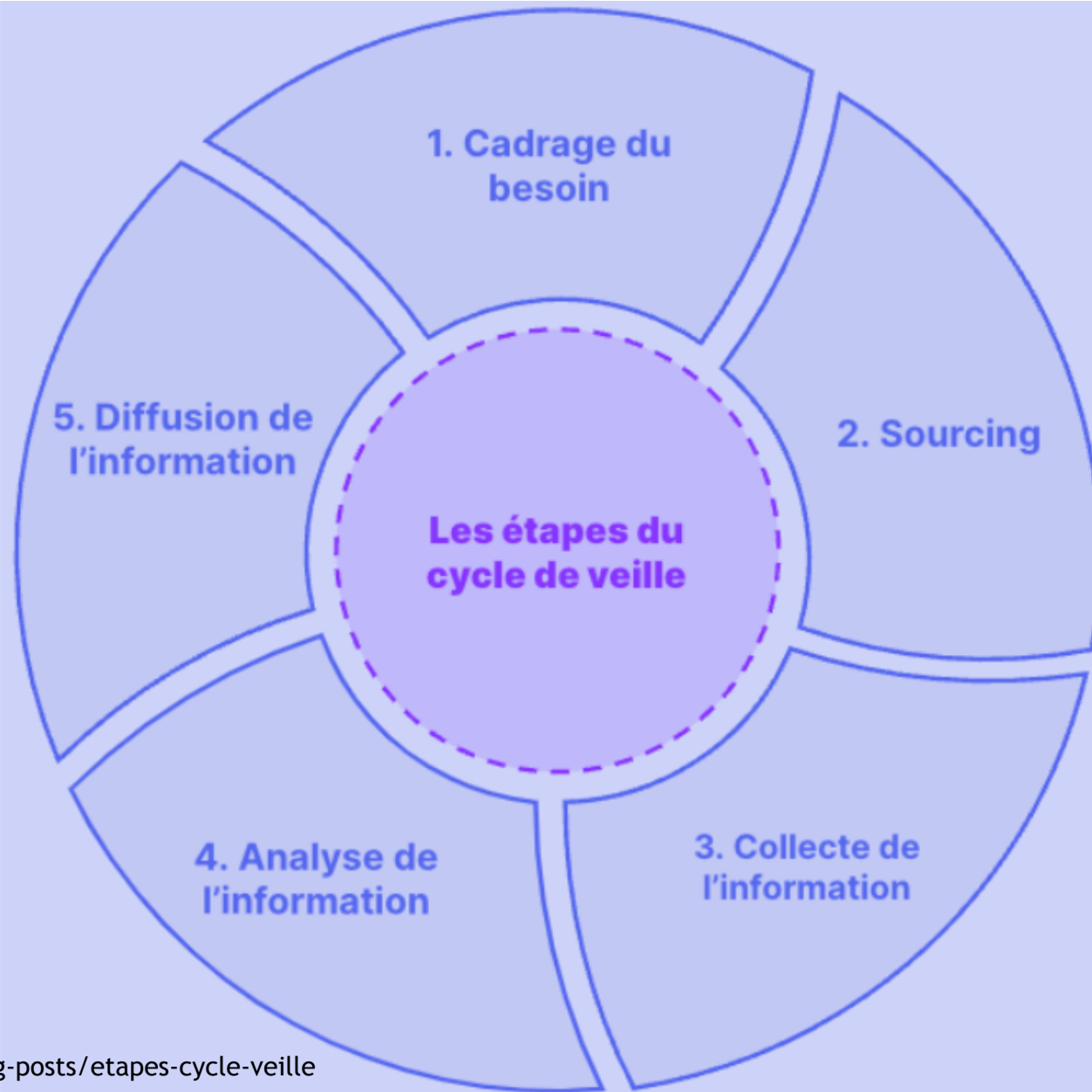


Définition d'une  
Stratégie de  
Veille Globale

# Méthodologie de la Veille ?

- 1 **Cibler le Champ de Veille** : Délimiter les domaines à surveiller selon les enjeux stratégiques
- 2 **Identifier les Sources d'Information** : Choisir des sources diversifiées et fiables, adaptées au champ de veille.
- 3 **Configurer les Outils de Veille** : Sélectionner des outils numériques pour automatiser la collecte d'informations
- 4 **Traiter et Analyser** : Établir des méthodes pour traiter les données recueillies et en extraire des analyses pertinentes.
- 5 **Diffuser les Connaissances** : Partager les informations avec les acteurs concernés.
- 6 **Ajuster la Stratégie** : Affiner continuellement la stratégie de veille pour l'aligner sur les objectifs dynamiques.
- 7 **Évaluer l'Impact** : Mesurer l'efficacité de la veille et son impact sur la prise de décision.





# Définition des besoins en **Information**

Cette étape concerne les besoins en information dans chaque domaine stratégique : marché, produits, concurrents, technologies, environnement et clientèle. Un guide d'entretien personnalisé, avec des questions ouvertes, doit être conçu dans chaque domaine et pour chaque personne interrogée.

## **QUESTIONNAIRE SUR LES BESOINS EN MATIÈRE D'INFORMATION**

---

### *Marché*

---

- Principaux segments de marché servis par l'entreprise
- Position sur le marché et part de marché
- Introduction sur le marché et stratégies de marché
- Objectif pour chaque segment
- Canaux de livraison
- Principaux fournisseurs
- Chaîne d'approvisionnement utilisée
- ...

# Définition des besoins en Information

---

## *Produit*

---

- Gamme de produits (actuelle, prévue)
- Développement produit
- Données relatives aux ventes
- Produit de remplacement
- ...

---

## *Concurrents*

---

- Principaux concurrents
- Quelles sont les méthodes concurrentielles des concurrents ?
- Quel est le principal avantage concurrentiel des concurrents ?
- Quel genre d'informations est intéressante ? (prix/technologies/ stratégies de marché, produit, brevets)
- ...

---

## *Technologies*

---

- Principales technologies actuelles
- Nouvelles technologies et technologies émergentes
- Technologies utilisées par les concurrents
- Situation relative aux brevets
- ...

# Définition des besoins en Information

---

## *Environnement*

---

- Législation
- Politique nationale et internationale
- Economie nationale et internationale
- Opportunités/contraintes financières
- ...

---

## *Clients*

---

- Exigences/souhaits des clients
  - Profil des clients
  - Habitudes des clients
  - ...
-

# Information disponible et déficit d'Information

---

Une fois définis les besoins en matière d'information, il faut évaluer les informations déjà disponibles au sein de l'entreprise. *Il est inutile en effet de rechercher une information que l'on connaît déjà.*

- quel degré de connaissance possède la direction concernant les questions d'ordre technique et économique ?
- les priorités en matière d'information ont-elles été clairement définies ?
- quelles informations sont déjà disponibles ? Qui les collecte et comment ?
- quand sont-elles collectées ? Comment sont-elles stockées? Où? Qui peut les utiliser ?
- comment circule l'information ?
- comment participe la direction au processus d'information ?
- le personnel est-il conscient et motivé en ce qui concerne le reporting en matière d'information ?

# Evitez les écueils

- **Information manquante** - (passoire, pas de prise en compte des signaux faibles, de croisement des données...routinière)
- **Veille approximative**
- **Information perdue**, inaccessible (formats), non consignée
- **Mauvaise information non fiable**, non pertinente, désinformation
- **Gaspillage de temps**, de ressources, d'argent
- Des outils difficiles à comparer/évaluer

Une veille se construit  
et prend du temps





# Évitez les écueils

- **Croire** au « tout technologique » le plus complet et le plus évolué des outils ne servira à rien, s'il n'est pas associé aux compétences des différents acteurs.
- **Ne pas utiliser les résultats de la veille.** Le processus s'arrête souvent à la récolte, et faiblit au niveau de l'analyse et de la diffusion.

Une veille se construit  
et prend du temps



Deux  
**Méthodes**

---

PULL

PUSH

# Méthode **PULL**

L'utilisateur va chercher les informations (approche classique : utilisation des moteurs de recherche, revue de presse, lecture de la presse...)

**Avantages** - Information précise car comme l'utilisateur doit effectuer les recherches, il est en mesure d'écartier immédiatement les résultats non pertinents - Pas d'enregistrement requis auprès d'un éditeur ou d'une base de données

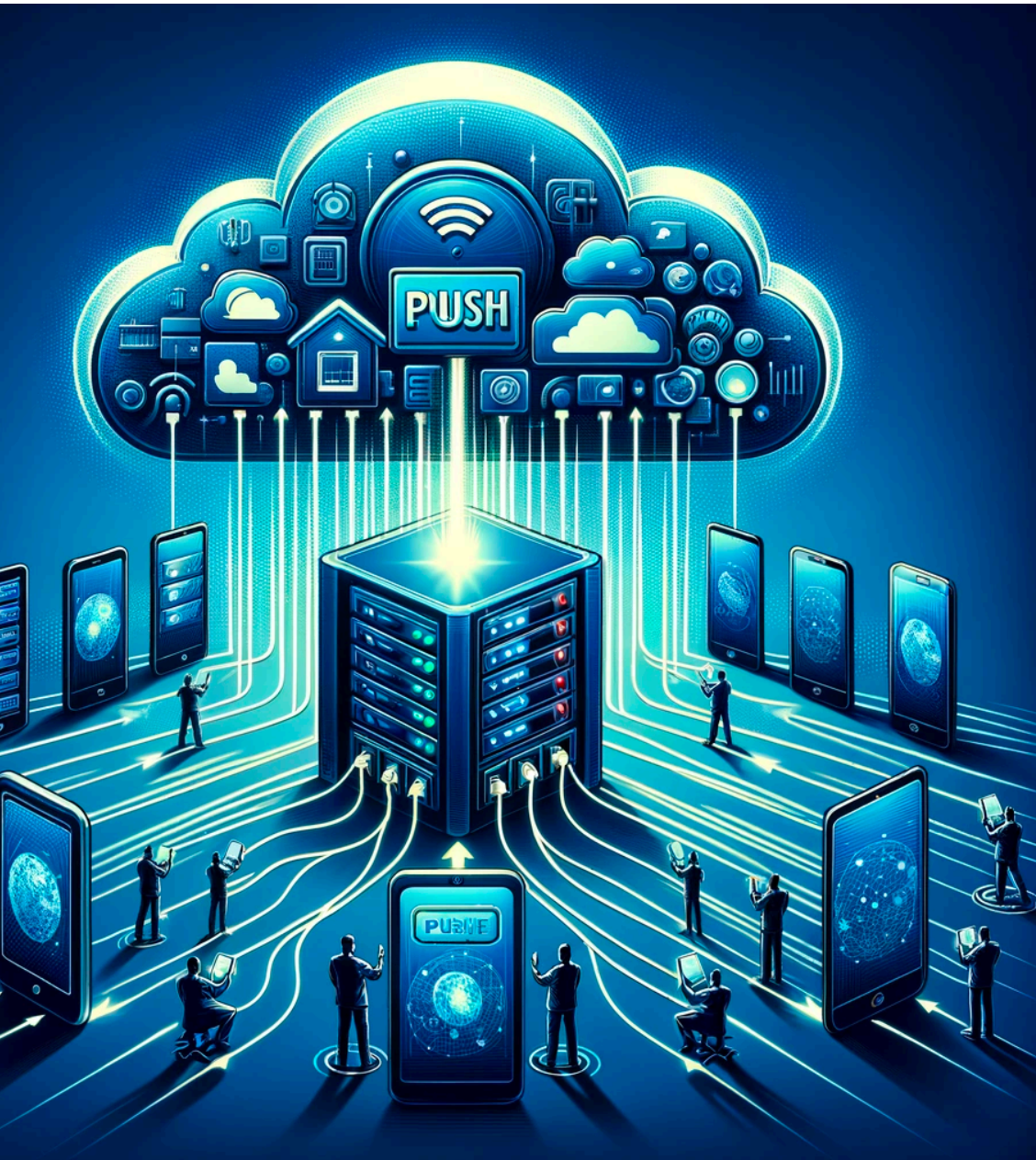
**Inconvénients** - Demande beaucoup de temps - Processus lourd et ennuyeux dont on se lasse rapidement - Veille irrégulière

Moyens / outils : Moteurs de recherches, annuaires...  
Sauvegarder ses stratégies de recherche et les relancer dans les bases appropriées - Signets de pages web à revisiter

**Conseil : Ne pas attendre trop longtemps entre les interrogations.**







# Méthode **PUSH**

**Le veilleur va tirer les informations à lui** - Push : le service envoie l'information à l'utilisateur. L'information est « poussée » de manière automatique vers le chercheur, en fonction de ses préférences et de critères préétablis par celui-ci. **On parle de profils.**

**Avantages** : Économie de temps pour le chercheur - Processus automatisé (peu d'efforts requis de la part du chercheur une fois les alertes créées) - Signalement rapide. Choix de la périodicité : quotidien, hebdomadaire ou mensuel selon les sources - Veille régulière.

**Inconvénients** : Certains outils de recherche n'offrent pas encore ces possibilités de veille. - Risque de se faire submerger par trop de résultats si la stratégie de recherche transformée en alerte n'est pas assez précise

Moyens/outils : Alertes par mail : certains catalogues de bibliothèques, éditeurs, BD bibliogr., etc. blogs, etc. - Logiciels de surveillance de pages web -

**Conseils** : Soyez sélectifs, car à vouloir trop couvrir de sources, on finit par être inondé et on passe son temps à trier les résultats or « Trop d'info tue l'info ».

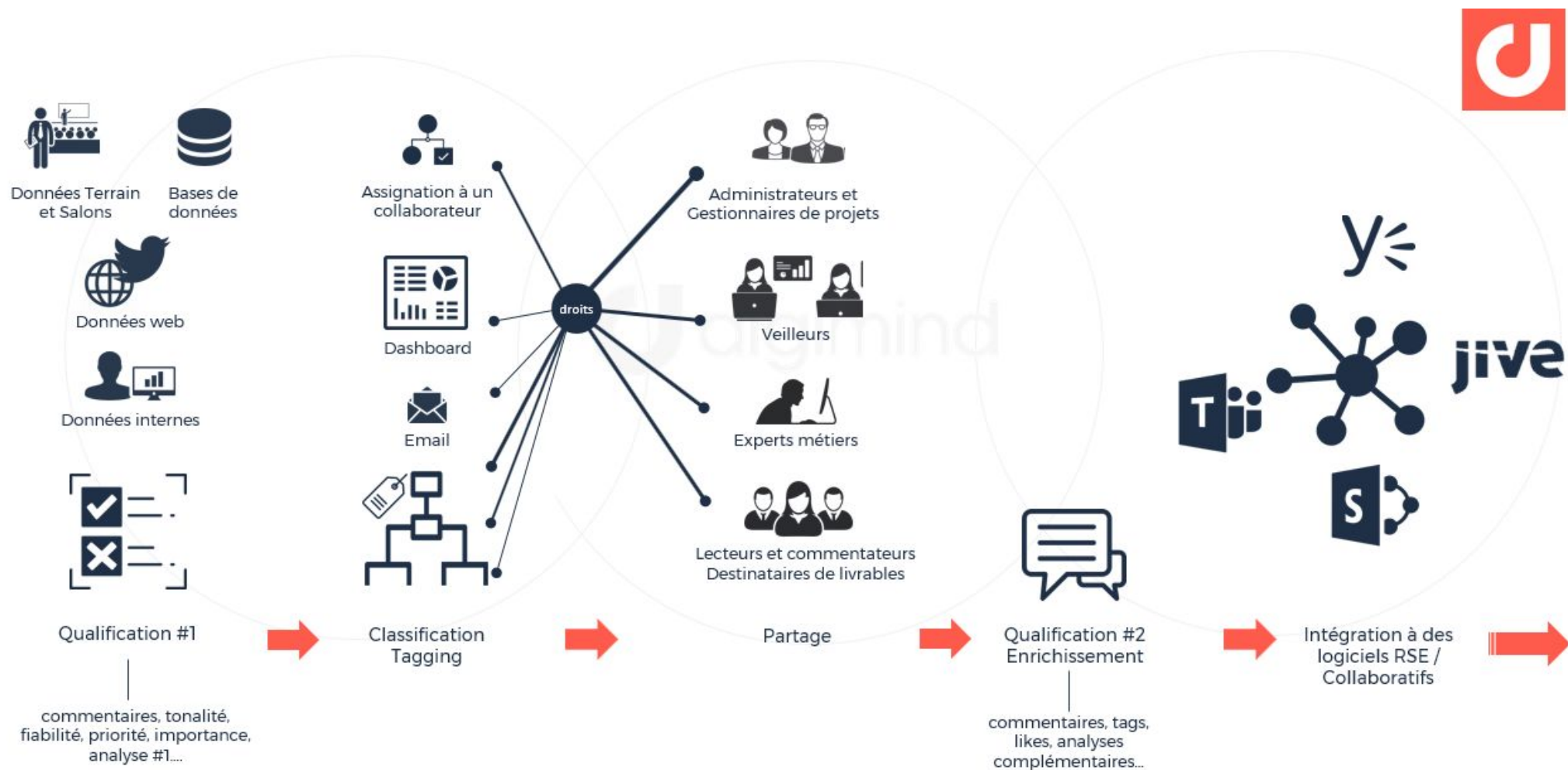


Doit-on choisir entre la méthode Push ou Pull ? Tout dépend de ce qu'on cherche.

Certaines informations ne permettent pas la méthode Push (certaines bases de données).

La dimension humaine de la veille est importante (pertinence des informations, temps consacré).

Attention également au tout logiciel. Sans une bonne organisation, un logiciel est un outil inefficace.



**Veille** : le partage et l'analyse collaborative via une plateforme



**VEILLE**

*Informationnelle*

# Quitte à utiliser Google, autant bien le faire !

---

- Rechercher plusieurs mots qui doivent obligatoirement être présents dans les résultats.
- Rien à faire : Google traduira l'espace présent entre chaque mot comme l'opérateur booléen ET
- **Un mot ou un autre doit se trouver dans les résultats**
  - Exemple : antivirus OR norton
- **Exclure un mot d'une recherche**
  - Exemple : antivirus - norton

# Quitte à utiliser Google, autant bien le faire !

---

- **Rechercher une expression exacte**
  - Exemple : "accélérer mon site web"
- **Rechercher un mot dans les pages d'un site**
  - Exemple : graphisme site:www.tuto.com
- **Rechercher toutes les pages d'un site**
  - Exemple : site:www.tuto.com
- **Rechercher un mot dans les titres des pages web**
  - Exemple : intitle:graphisme

# Quitte à utiliser Google, autant bien le faire !

---

- **Rechercher des mots dans les titres des pages web**
  - Exemple : `allintitle:graphisme animation`
- **Rechercher un mot dans l'url d'une page**
  - Exemple : `inurl:graphisme`
- **Rechercher des mots dans l'url d'une page**
  - Exemple : `allinurl:graphisme animation`
- **Rechercher seulement dans le texte**
  - Exemple : `intext:graphisme animation`

# Quitte à utiliser Google, autant bien le faire !

---

- **Rechercher une page indexée dans le cache de Google**
  - Exemple : `cache:www.tuto.com`
- **Rechercher des sites similaires**
  - Exemple : `related:www.tuto.com`
- **Rechercher les pages qui contiennent un lien vers un site**
  - Exemple : `link:www.tuto.com`
- **Rechercher des informations sur un site ou une page web**
  - Exemple : `info:www.tuto.com`

# Les outils de veille





# Découverte des outils suivants

---

- Feedly - Netvibes - inoreader
- Mention
- Diigo
- Scraping des données

**VEILLE**

*STRATEGIQUE*

# La veille **stratégique**

---

- La veille stratégique est le processus par lequel une organisation choisit de **surveiller activement son environnement**.

Cela implique **la collecte, l'analyse et la distribution continue et structurée** d'informations cruciales concernant :

- le marché et ses acteurs clés,
  - les concurrents,
  - les clients potentiels,
  - les innovations et les progrès technologiques, entre autres.
- La finalité principale est de **guider les décisions stratégiques au sein de l'organisation**.
  - À noter : Le concept d'*intelligence économique* est plus étendu et englobe **la surveillance stratégique**. Ces deux approches sont complémentaires ; elles utilisent les mêmes techniques et visent les mêmes buts.

# La veille **stratégique**

---

- Pourquoi engager dans une veille stratégique ? Pour éviter d'être pris de court par la concurrence !
- L'adoption d'un système de veille stratégique vous aide à demeurer vigilant et conscient de toutes les évolutions dans votre secteur et des informations affectant votre activité.
- Selon vos buts spécifiques, la veille stratégique est essentielle pour :
  - Identifier des opportunités et des indices précurseurs, avant vos rivaux ;
  - Se prémunir contre des menaces éventuelles ;
  - Anticiper pour s'adapter avec agilité plutôt que de répondre dans la précipitation ;
  - Se tenir informé des lancements de nouveaux produits ;
  - Suivre les tendances qui influencent vos clients ;
  - Se mettre au courant des progrès technologiques pour innover efficacement ;
  - Évaluer vos méthodes et votre expertise pour les améliorer, et plus encore.
- **Les avantages sont nombreux et peuvent mener à une gestion plus efficace de votre entreprise et à l'amélioration de sa performance économique.**



**Exemple**

# Exemple de Veille Stratégique : **Transposition d'un Concept Innovant**

Objectif de l'exercice : Identifier et adapter une idée ou un concept technologique qui connaît un succès significatif dans un hub d'innovation mondial pour l'implémenter en France.



Les 3 frères **MILLIARDAIRES** Samwer, serial cloneurs du Web



# Exemple de Veille Stratégique : **Transposition d'un Concept Innovant**

**Objectif de l'exercice :** Identifier et adapter une idée ou un concept technologique qui connaît un succès significatif dans un hub d'innovation mondial pour l'implémenter en France.

- 1 Recherche et Sélection : **Choisissez un hub d'innovation mondial (par exemple, Silicon Valley, Tech City à Londres, ou Bangalore en Inde).**
- 2 Analyse du Marché Français
- 3 Adaptation Stratégique
- 4 Définir un plan d'action

# Exemple de Veille Stratégique : **Transposition d'un Concept Innovant**

## 1 Recherche et Sélection :

- **Choisissez un hub d'innovation mondial (par exemple, Silicon Valley, Tech City à Londres, ou Bangalore en Inde).**
- Identifiez un concept, une startup ou une technologie émergente qui y connaît un succès notable.
- Documentez le modèle d'affaires, les stratégies de marché, la technologie utilisée et les facteurs clés de succès.

## 2 Analyse du Marché Français

- Réalisez une étude de marché pour évaluer la faisabilité du concept en France.
- Identifiez les potentiels clients, les concurrents déjà présents sur le marché français et les partenaires potentiels.
- Analysez les différences culturelles, réglementaires et économiques qui pourraient affecter l'implémentation du concept.

# Exemple de Veille Stratégique : **Transposition d'un Concept Innovant**

## **3 Adaptation Stratégique:**

- Proposez des ajustements au modèle d'affaires pour l'aligner avec le contexte français.
- Déterminez les adaptations nécessaires pour respecter la réglementation locale.
- Identifiez les canaux de distribution et de communication les plus appropriés en France.

## **4 Plan d'Action**

- Développez un plan d'action étape par étape pour lancer le concept en France.
- Incluez une stratégie de branding, de marketing, et un plan de croissance.
- Établissez des KPIs pour mesurer le succès et les étapes clés.

# Exemple de Veille Stratégique : **Transposition d'un Concept Innovant - LES OUTILS**

## 1 Recherche et Sélection :

- **Google Trends** : Pour suivre les tendances et la popularité des concepts.
- **Crunchbase** : Pour rechercher des informations sur les startups et les entreprises technologiques.
- **CB Insights** : Pour des analyses approfondies sur les entreprises émergentes et les tendances du marché.
- **AngelList** : Pour découvrir des startups et des investisseurs dans le hub choisi.

2

## Analyse du Marché Français

- **INSEE** (Institut National de la Statistique et des Études Économiques) : Pour des données démographiques et économiques sur la France.
- **Eurostat** : Pour des statistiques et des données au niveau européen.
- **MarketResearch.com** : Pour accéder à des rapports de marché.
- **Kompass** : Pour identifier les entreprises et les concurrents en France.

# Exemple de Veille Stratégique : Transposition d'un Concept Innovant - LES OUTILS

## 3 Adaptation Stratégique:

- **MindMeister** ou Miro : Outils de mind mapping pour brainstormer et planifier des adaptations stratégiques.
- **Trello ou Asana** : Pour la gestion de projet et l'organisation des tâches.
- **Google Workspace ou Microsoft Teams** : Pour la collaboration d'équipe et le partage de documents.

4

## Plan d'Action

- **Business Model Canvas ou Leon Canvas** : Pour conceptualiser le modèle d'affaires.
- **GanttProject ou Microsoft Project** : Pour la planification de projet et la gestion des délais.
- **HubSpot ou Salesforce** : Pour les stratégies de CRM et de marketing.

**Autres exemples**



# Exemples de Veille Stratégique

---

## 1 vous êtes une start-up proposant un service digital :

- Les innovations technologiques qui touchent votre secteur,
- Les nouveaux services ou fonctionnalités développés par vos concurrents,
- Les levées de fonds réalisées par vos concurrents,
- Les méthodes de commercialisation employées par la concurrence,
- Les salons et congrès professionnels dans votre domaine d'expertise, etc. ;

## 2 vous êtes un cabinet de recrutement :

- Les changements affectant la législation du travail,
- Les tendances de digitalisation des pratiques du recrutement,
- Les sujets de bien-être au travail,
- Les offres et tarifs appliqués par les cabinets concurrents,
- Les moyens de communication utilisés par la concurrence, etc. ;

# Exemples de Veille Stratégique

---

## 3 vous êtes une PME dans l'agroalimentaire :

- Les grands acteurs qui se partagent le marché et leur positionnement,
- Les techniques de production à la pointe,
- Les investissements en R&D dans le secteur,
- Les évolutions du cadre juridique et réglementaire en cours ou à venir,
- Les actualités concernant une filière en particulier, etc.

## 4 vous êtes une PME dans l'Énergie Renouvelable :

- Identifiez les leaders du marché des énergies renouvelables,
- Suivez les avancées dans les technologies d'efficacité énergétique,
- Recherchez les brevets récents pour comprendre les orientations en R&D,
- Suivre les évolutions Réglementaires,

# Les étapes de la veille **stratégique**

## **(1) Définition des objectifs**

Clarifiez vos besoins en informations, pour identifier celles qui auront un véritable intérêt, les bénéfices attendus. Faites le lien avec les objectifs stratégiques de votre entreprise.

## **(2) Recherche d'informations.**

Ciblez vos recherches à l'aide de sources pertinentes, et qualifiez-les en fonction de vos problématiques (sites spécialisés, salons professionnels, conférences, blogs, réseaux sociaux, etc.).

## **(3) Traitement des données**

Triez, hiérarchisez et compilez les résultats de votre collecte d'informations. Des experts du domaine concerné peuvent en extraire le sens et leur valeur ajoutée pour la stratégie de l'entreprise.

## **(4) Diffusion des résultats.**

Sous forme de livrables prédéterminés (rapports, études de marché, revues de presse, listes d'événements, états de l'art, etc.), communiquez les informations utiles aux bonnes personnes au bon moment, afin d'alimenter leur prise de décision

## **(5) Exploitation de l'information.**

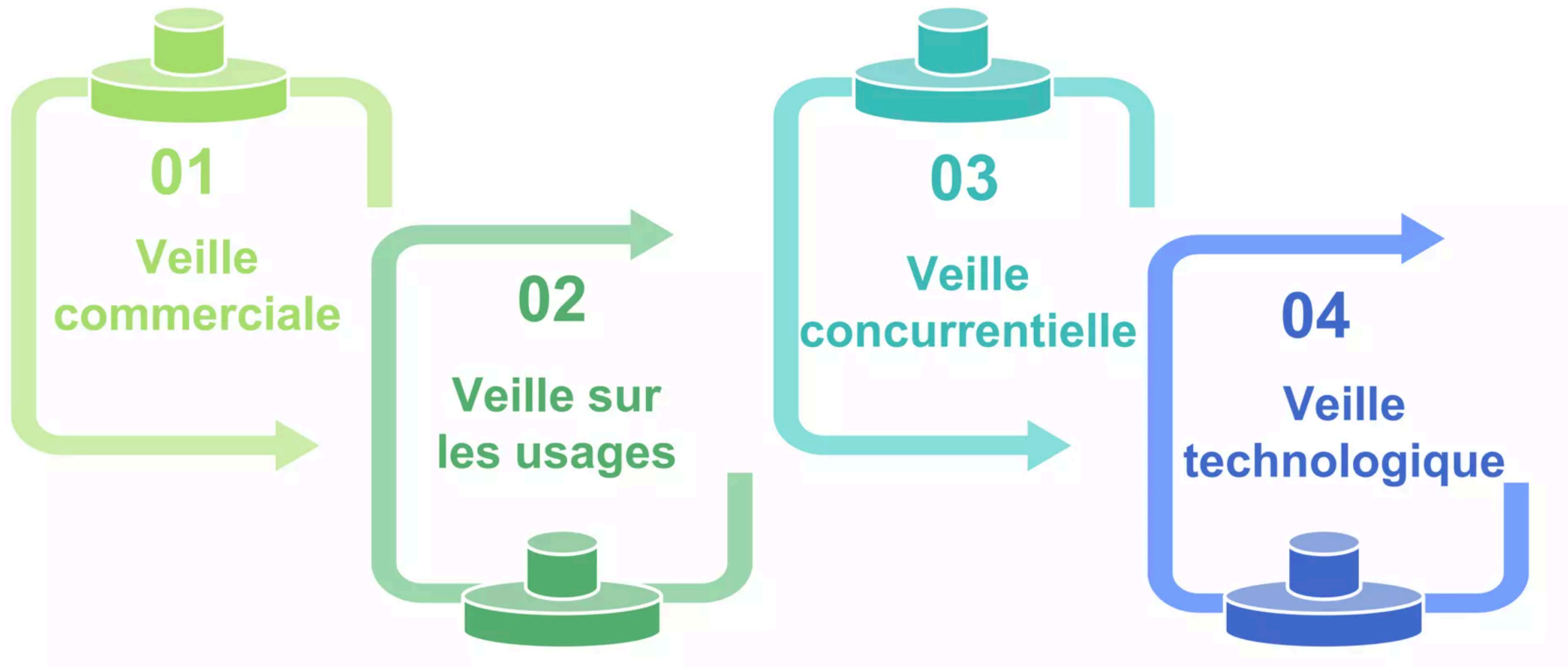
Les destinataires, qu'ils soient décideurs, départements métiers (commercial, R&D, marketing, etc.), ou équipes de projet, sont en possession de toutes les informations pertinentes pour guider leurs prises de décision et passer à l'action.

# Exercice

Trouver une entreprise / startup française dans chaque catégorie

- Minotaures
- Centaures
- Pentacornes
- Hectocornes
- Décacornes
- Unicorn
- Undercorn
- Licornes

# Les différents types de veille concurrentielle



Source Bouchriha, H, 2023

# Exemple de Veille Concurrentielle

---

## 1 Contexte :

- Une entreprise de 350 personnes spécialisée dans la vente de vêtements haut de gamme.
- Le marché est actuellement dominé par trois principaux concurrents qui ciblent un créneau spécifique.
- La situation est complexe en raison de **nombreuses relations croisées** entre ces entreprises, notamment en termes **de partenariats, de fournisseurs et de clients.**

## 2 Problématique

- **Un nouvel entrant sur le marché**, créé par un ancien salarié clé de l'une des entreprises dominantes, suscite des inquiétudes.
- Ce nouveau concurrent semble avoir **une stratégie innovante** et des ressources potentiellement disruptives.
- Les dirigeants s'interrogent sur les **menaces que ce nouvel acteur** pourrait représenter pour leur part de marché et leur positionnement.



# Démarche de Veille Concurrentielle

---

## 1 Identification des Sources d'Information :

- Définition d'une liste de X sources d'information pertinentes, basée sur des questions spécifiques liées à la problématique.
- Répartition équilibrée entre **sources internes** (études de marché de l'entreprise, rapports de ventes, feedback client) et **sources externes** (articles de presse, analyses de marché, forums spécialisés, réseaux sociaux).

## 2 Collecte et Analyse des Données

- Sur X semaines, XXX informations brutes ont été recueillies.
- Utilisation d'outils de veille concurrentielle pour filtrer et organiser les données.
- **Évaluation de la pertinence de l'information :**
  - XX% proviennent de sources externes (presse, internet, études sectorielles) et
  - XX% de sources internes (rapports internes, réunions stratégiques, retours d'équipes de vente).

# Démarche de Veille Concurrentielle

---

## 1 Synthèse et Recommandations :

- Création d'un **rapport de synthèse analysant l'impact potentiel du nouvel entrant sur le marché.**
- **Développement de scénarios stratégiques** pour anticiper différentes réponses concurrentielles.
- **Recommandations sur les actions à mener** : ajustements de stratégie, renforcement de la R&D, campagnes de marketing ciblées.

## 2 Résultats et Mesures Prises

- **Mise en place d'un groupe de travail** pour surveiller de près les activités du nouvel entrant.
- **Renforcement des partenariats avec des fournisseurs clés** et exploration de nouvelles opportunités de marché.
- **Adaptation des stratégies de vente** et de marketing pour contrer les offres concurrentes.

## Exemple 2 veille concurrentielle

---

Imaginons une entreprise spécialisée dans l'ameublement et la décoration intérieure qui décide de mettre en place une veille concurrentielle pour affiner sa stratégie commerciale et mieux comprendre les tendances du marché ainsi que les actions de ses concurrents.

**Catalogue de produits et tendances design** : L'entreprise peut analyser les catalogues de produits de ses concurrents pour saisir les styles de design, les matériaux utilisés, les options de personnalisation, les gammes de prix, et les offres spéciales. La surveillance des tendances émergentes dans la décoration intérieure est également cruciale et peut se faire en suivant les magazines de design, les blogs influents, et les salons de l'ameublement.

**Stratégies de marketing et de communication** : L'entreprise doit observer les campagnes de marketing, les collaborations avec les designers célèbres, les événements promotionnels, et la présence en ligne des concurrents, y compris les réseaux sociaux et les plateformes de vente en ligne. Cela lui permet de comprendre les messages clés des concurrents et leur manière de connecter avec la clientèle cible.

## Exemple 2 veille concurrentielle

---

**Innovation et développement de produit** : En gardant un œil sur les brevets déposés dans le domaine de l'ameublement, les investissements en R&D et les partenariats avec des artisans ou des designers, l'entreprise peut anticiper les nouvelles directions en matière d'innovation et s'adapter en conséquence pour rester à la pointe.

**Analyse des prix et des promotions** : L'étude des stratégies de tarification des concurrents, incluant les remises saisonnières et les promotions, aide l'entreprise à calibrer ses prix pour attirer et retenir les clients sans sacrifier sa marge.

**Réputation et expérience client** : L'entreprise peut surveiller les avis et les retours des clients sur les plateformes d'évaluation, les forums de discussion et lors d'études de marché pour déterminer les forces et les faiblesses des concurrents. Cela lui permet d'améliorer son propre service client et de renforcer la fidélité de sa clientèle.

# **INTELLIGENCE** *CONCURENTIELLE*

## Définition intelligence compétitive

---

« *L'intelligence compétitive, également appelée intelligence économique peut être définie comme **l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution, en vue de son exploitation, de l'information utile aux acteurs économiques.***

*Ces diverses actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaires à la préservation du patrimoine de l'entreprise, dans les meilleures conditions de délais et de coûts.*

*Ces actions, au sein de l'entreprise, **s'ordonnent autour d'un cycle ininterrompu, générateur d'une vision partagée des objectifs de l'entreprise.** »*



## Définition Business Intelligence (BI)

---

La Business Intelligence (BI) est **un processus technologique d'analyse des données et de présentation d'informations pour aider les dirigeants, managers et autres utilisateurs finaux de l'entreprise à prendre des décisions business éclairées.**

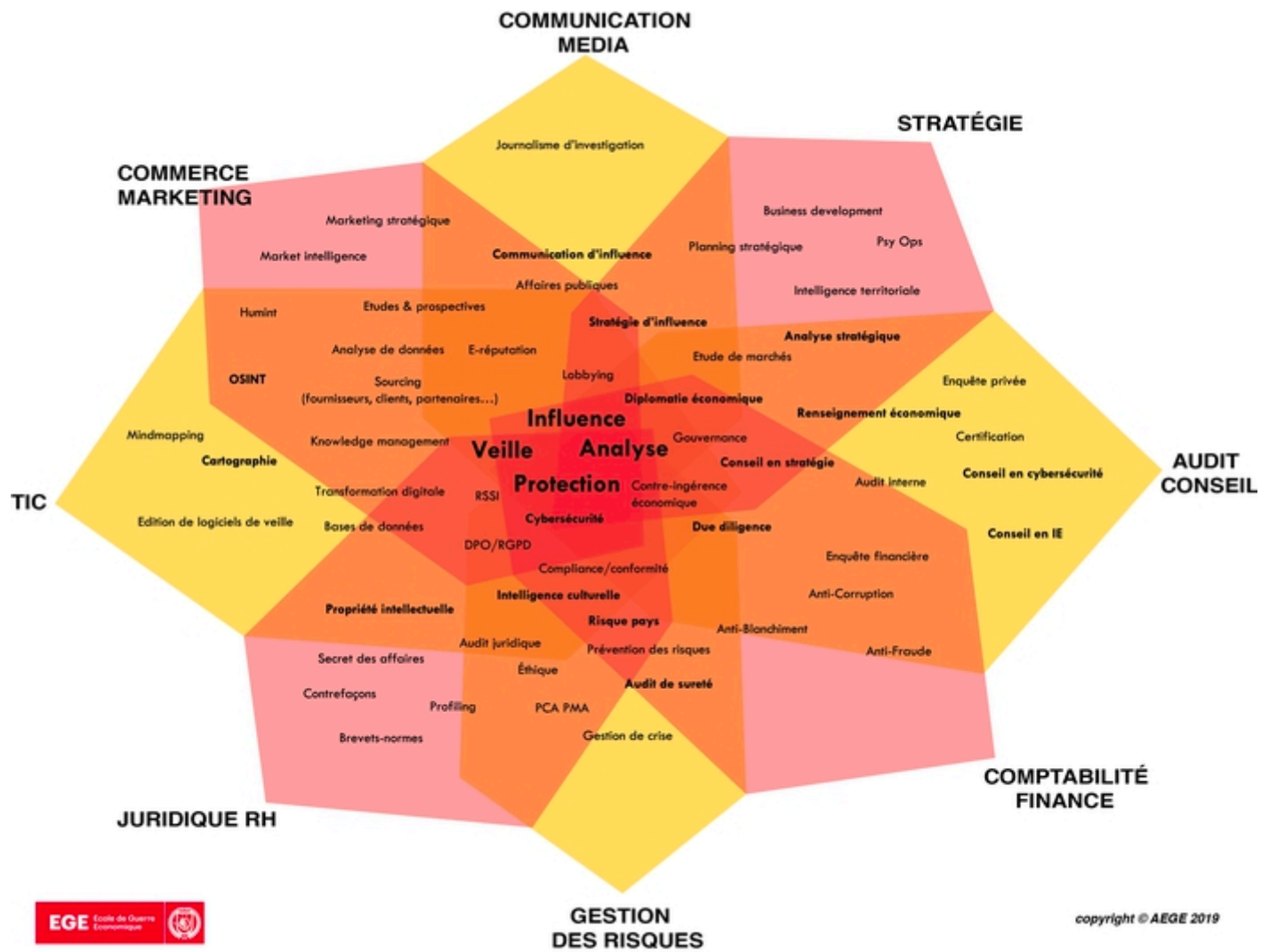
Ces données sont ensuite préparées pour l'analyse afin de créer des rapports, tableaux de bord et autres outils de Data Viz pour rendre les résultats analytiques disponibles aux décideurs et aux opérations

## Apports de l'intelligence économique

---

**La prise de décision stratégique peut être complexe.** Thiétart et coll. (2009) distinguent trois causes principales de cette complexité :

- La première est due à **l'incertitude** liée à l'impossibilité de raisonner simplement en termes de causalité linéaire.
- La deuxième est liée à la **multitude de facteurs** pour comprendre l'efficacité d'une stratégie.
- La troisième est la **difficulté à saisir les interactions** et les interdépendances entre les parties prenantes.



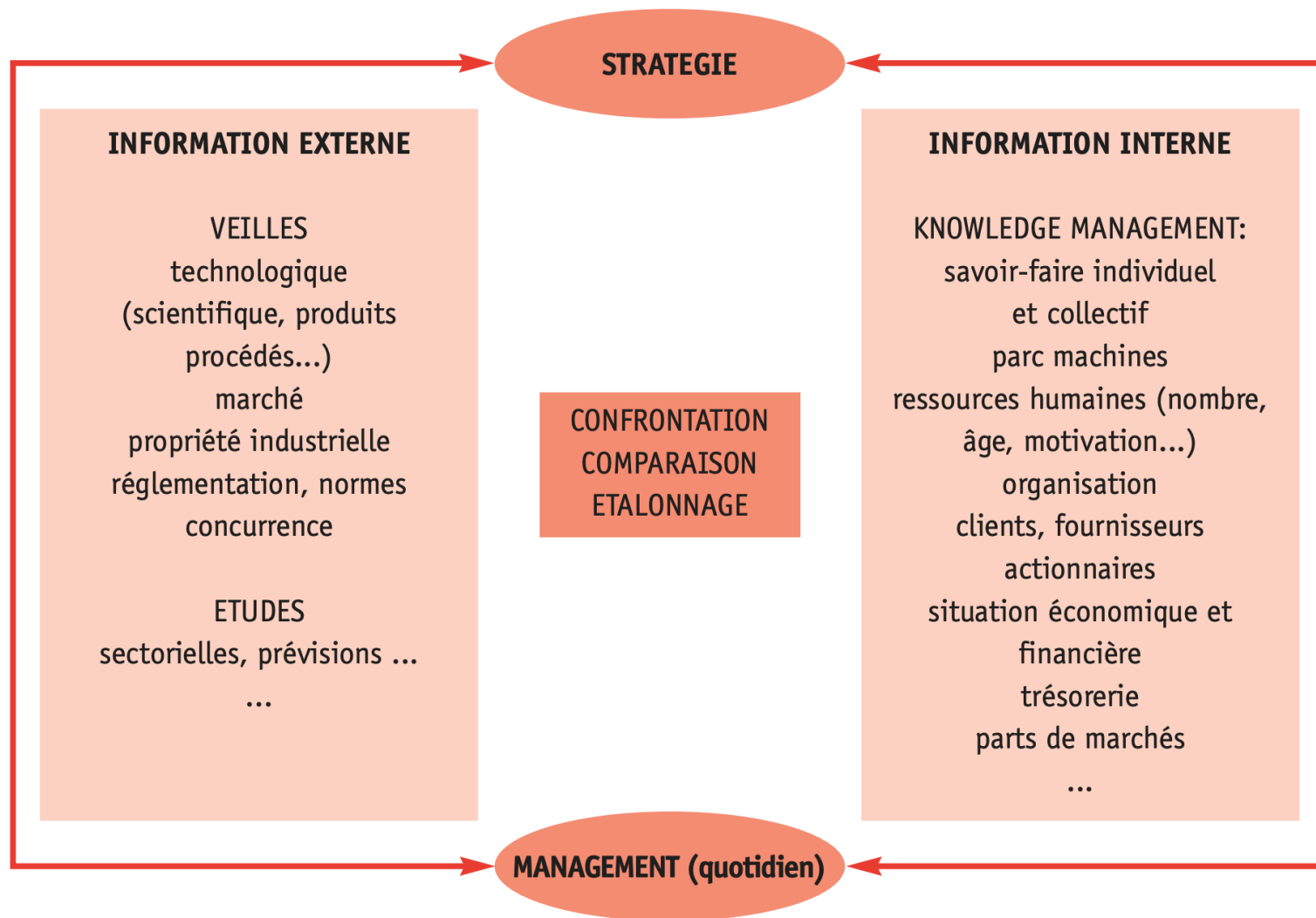
<https://portail-ie.fr/short/2128/cartographie-des-metiers-de-lintelligence-economique>

## Conception de l'intelligence économique

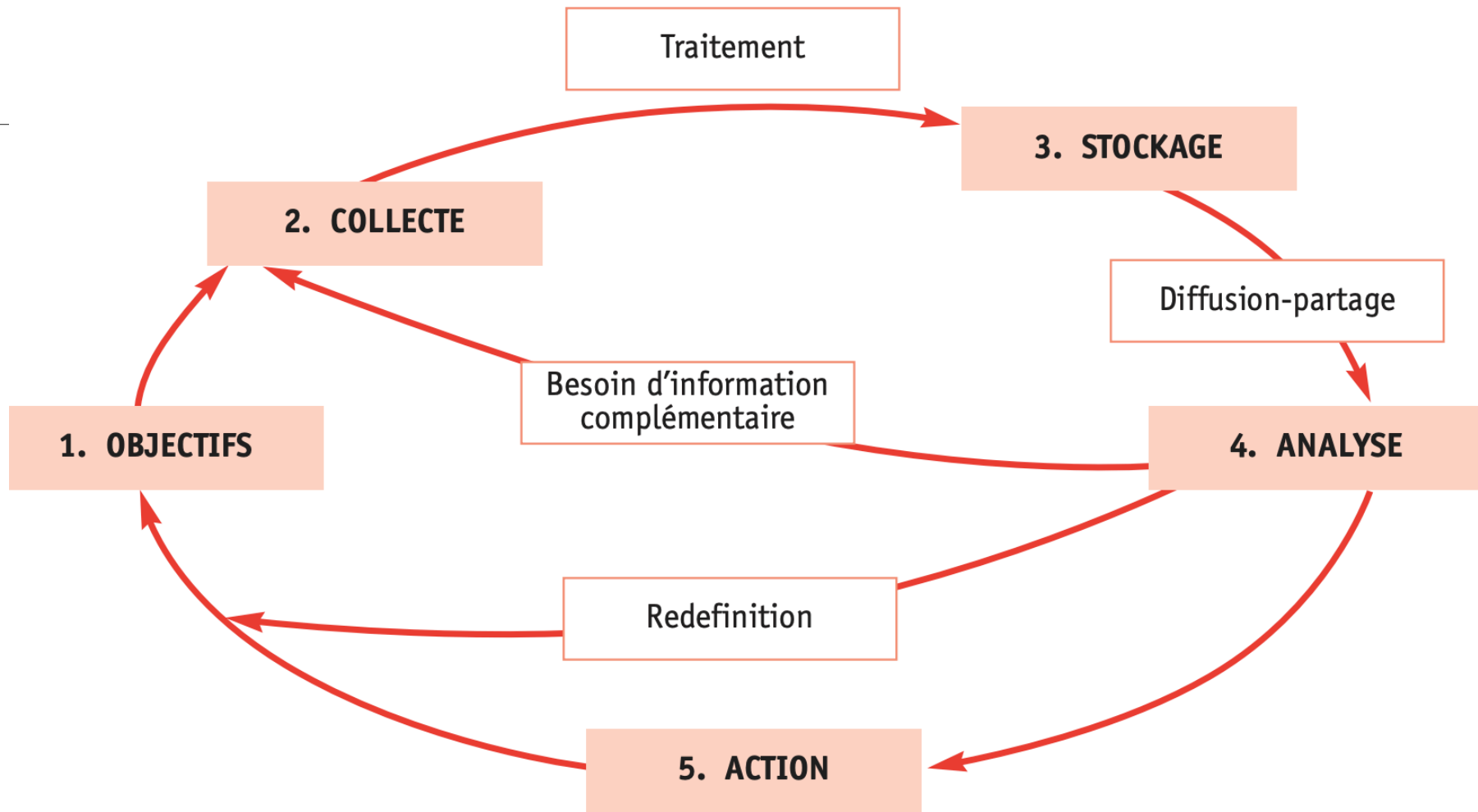
---

L'intelligence économique est d'abord un concept empirique qui s'appuie sur des processus, des actions et des comportements en entreprises.

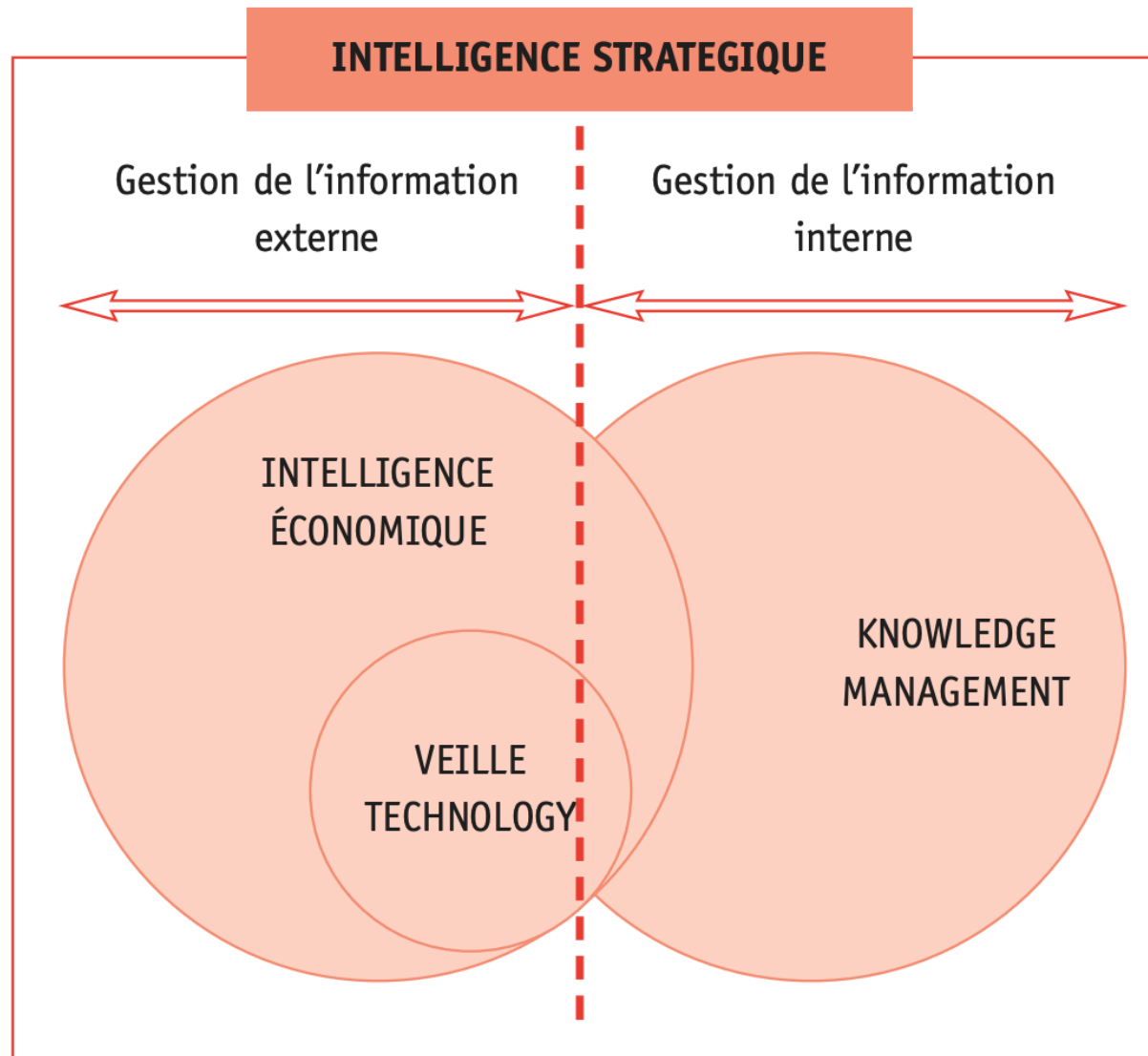
Concept	Dimension	Composantes
Intelligence économique	renseignements	Veilles (stratégiques, commerciales, concurrentielles, technologiques,...)
		Gestion des connaissances (KM, cartographie, aide à la décision,...)
	influences	Protection de l'information (sécurité, protection de l'innovation, ....)
		Communications stratégiques (lobbying, relations publiques,...)



## IMPORTANCE STRATÉGIQUE DE LA GESTION DE L'INFORMATION



## LE CYCLE DE L'INTELLIGENCE

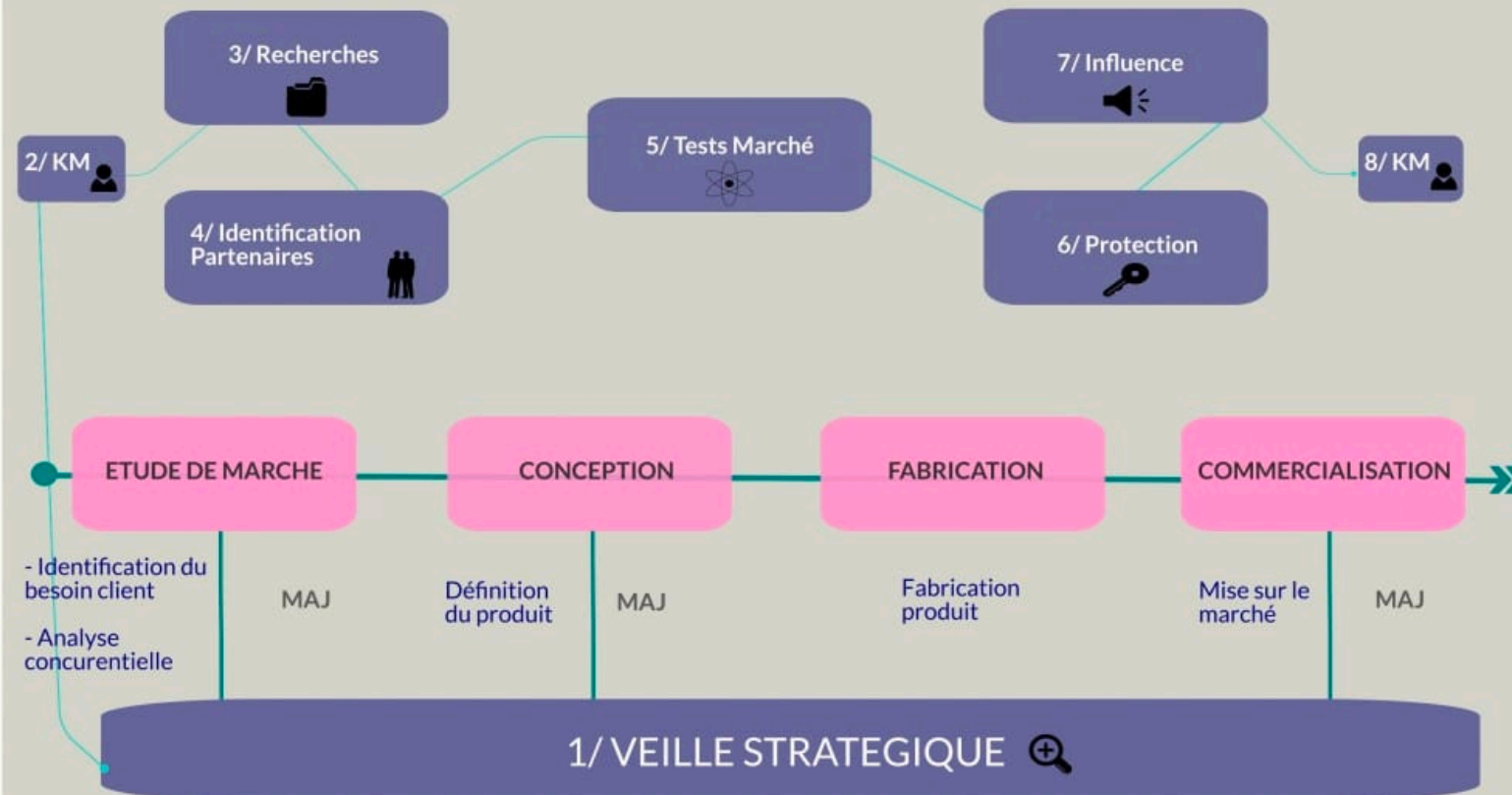


## CHAMPS D'APPLICATION DES DIFFÉRENTS CONCEPTS D'INTELLIGENCE



## Démarche classique d'Innovation et actions d'Intelligence Economique

Le schéma suivant représente les étapes classiques d'une démarche d'innovation (en rose) et les actions IE à mettre en place parallèlement (en violet).



## Besoins informationnels en IE

---

Dans la littérature d'intelligence économique, la **première phase du processus d'intelligence économique est celle d'analyse de besoin**, les suivantes concernant **l'acquisition de l'information, son traitement, sa diffusion et son utilisation**.

L'expression “ **besoin en information** ” désigne la situation d'une personne (ou d'un groupe de personnes) qui ne disposerait pas de toutes les informations qui lui seraient utiles à un moment donné. En d'autres termes, cette personne devrait “ souffrir ” d'un manque d'informations et, de ce fait, devrait se trouver dans une situation d'incertitude pénible.

La situation satisfaisante serait celle où **les informations sont complètes** (on parle alors de **complétude des informations**) et toutes pertinentes. Cette situation idéale peut être considérée comme inatteignable.

Nous considérons alors que **les besoins en intelligence économique comme des besoins informationnels orientés sur l'environnement de l'entreprises et apportant une aide à la prise de décision aux dirigeants**.

---

Comment trouver et évaluer les informations disponibles ?

Où trouver les données ?

# Où trouver les données

Données fournies par les tiers :

- Moteurs de recherche
- Directement à partir de la source
- Universités (bases universitaires)
- Applications de données générales :
  - infochimps (<http://infochimps.org>) données gratuites ou payantes
  - Amazon public data sets (<http://aws.amazon.com/publicdatasets>)
  - wikipédia

# Où trouver les données

- Données thématiques
  - **Géographie**
    - OpenStreetMap : l'un des meilleurs exemples de données et d'initiative d'une communauté
    - Geocommons : données et cartographie
    - Flickr Shapefiles : frontières géographiques
  - **Monde**
    - Global health Facts : (<http://globalhealthfacts.org>) Données relatives à la santé dans le monde
    - Undata (<http://data.un.org>) Agrégat de données mondiales provenant de différentes sources
    - Organisation mondiale de la santé (<http://www.who.int/research/fr/>) autres ensembles de données sur la santé, notamment sur la mortalité et sur l'espérance de vie
    - Statistiques de l'OCDE (<http://www.oecd.ilibrary.org/fr/statistiques>) principale sources d'indicateurs économiques
    - Banque mondiale : données de centaines d'indicateurs

# Où trouver les données

- Administration et politique
  - [data.gouv.fr](http://data.gouv.fr)
  - [data.gouv.uk](http://data.gouv.uk)
  - [data.gov](http://data.gov)
- ParisData
- OpenData region paca



---

et... Osint ?

---

Osint ?

Open Source Intelligence

## Qu'est-ce que l'Open Source Intelligence ?

---

L'OSINT ou « Open Source Intelligence » signifie en français « **Renseignement de Source Ouverte** ». Il s'agit d'une information accessible à tous et non classifiée.

L'Open Source Intelligence est un élément fondamental pour les opérations de renseignements.

Il peut par ailleurs contribuer à la discipline émergente de mesures et signatures (MASINT), au contre-renseignement (CI) ou à des opérations de sécurité (OPSEC).

# Qu'est-ce que l'Open Source Intelligence ?

---

Pour mieux comprendre la définition de l'OSINT, il faut savoir que le renseignement sur Internet se découpe en quatre grandes parties :

## L'Open Source Data (OSD)

L'OSD **correspond aux données de première impression** : la diffusion et le compte rendu oral d'informations à partir d'une source primaire. Il peut s'agir d'une photographie, d'un enregistrement ou encore d'une lettre personnelle d'un individu.

## L'Open Source Information (OSIF)

L'OSIF **se compose de données pouvant être assemblées, généralement par un processus éditorial qui assure le filtrage, la validation et la gestion de la présentation**. Cette information générique est souvent largement diffusée dans les journaux, les livres ou rapports quotidiens.

# Qu'est-ce que l'Open Source Intelligence ?

---

## L'Open Source Intelligence (OSINT)

Comme indiqué précédemment, l'OSINT est une information qui a été délibérément ouverte, diffusée à un public choisi pour répondre à une question spécifique. Finalement, l'Open Source Intelligence **applique le processus éprouvé du renseignement aux multiples sources d'informations ouvertes.**

## Validated OSINT (OSINT-V)

L'OSINT-V correspond à une information à laquelle à un haut degré de sécurité peut être **attribué**. Celui-ci peut être produit par un professionnel du renseignement ou une source ouverte.

# Exemples

---



## Entreprises

---



opencorporates



OCCRP Aleph



INTERNATIONAL CONSORTIUM  
OF INVESTIGATIVE JOURNALISTS

SynapsInt



# Personnes



sowsearch



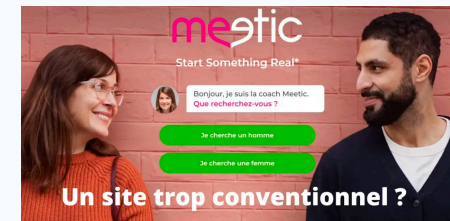
Retrieve information linked to an email address, **without notifying its user**



# Apprentissage



# Image reverse



<https://www.youtube.com/playlist?list=PLrFPX1Vfqk3ehZKSFeb9pVIHqxqrNW8Sy>

# Bibliographie

---

A compléter

**MERCI**

Fin première partie