

eNTREPRENDRE

LOGISTIQUE Si vous avez perdu votre valise, cherchez du côté de Scottsboro. 58

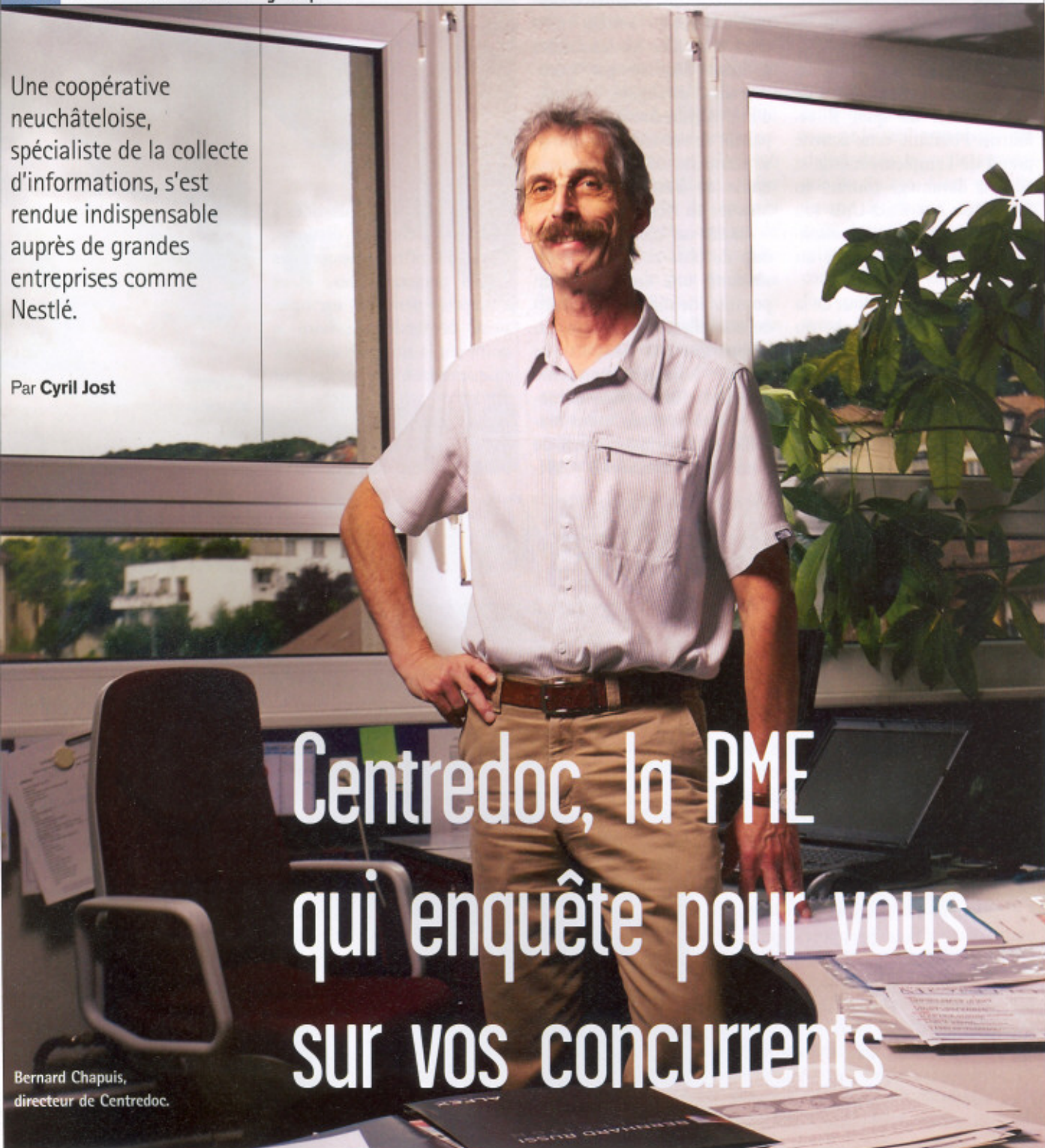
INFORMATIQUE «Les logiciels libres ne sont pas la panacée.» 60



veille stratégique

Une coopérative neuchâteloise, spécialiste de la collecte d'informations, s'est rendue indispensable auprès de grandes entreprises comme Nestlé.

Par Cyril Jost



Centredoc, la PME
qui enquête pour vous
sur vos concurrents

Bernard Chapuis,
directeur de Centredoc.

La PME qui enquête pour vous...

La veille stratégique? En Suisse, peu de gens savent de quoi il retourne. Pourtant, cette activité prend de l'ampleur, même si elle est davantage connue en France ou aux Etats-Unis (où l'on parle de *competitive intelligence*). De quoi s'agit-il au juste?

Discipline au carrefour de la gestion de l'information, du marketing et de la recherche & développement, la veille stratégique est aux entreprises ce que les services de renseignement sont aux chefs d'Etat. «Un outil de pilotage

indispensable», résume Bernard Chapuis, directeur de Centredoc à Neuchâtel.

Pionnière de la veille stratégique en Suisse, la coopérative a été créée par l'industrie horlogère dans les années 1960 pour surveiller les demandes de brevet déposées par la concurrence étrangère. Aujourd'hui, Centredoc a élargi sa palette de services. Elle compte parmi ses clients de grands noms de l'industrie comme Metalor ou Nestlé.

«Dans un monde qui produit de plus en plus d'informations, une entreprise doit pouvoir identifier rapidement de nouvelles opportunités, explique Bernard Chapuis. Le secteur horloger représente une partie importante de notre clientèle, mais nous travaillons désormais dans de nombreux domaines diffé-

rents.» A côté de la *Revue des Inventions et Modèles horlogers*, la coopérative propose aujourd'hui plusieurs bulletins mensuels à ses clients, dont l'un sur les dernières avancées dans le domaine des matériaux et un second sur le domaine des RFID (l'identification par fréquences radio).

Seul organisme de Suisse

En plus de produits destinés à plusieurs clients distincts, Centredoc offre également des veilles personnalisées. «Une entreprise peut, par exemple, nous demander de faire le point sur la situation des céramiques roses, qui ont fait leur apparition sur le marché horloger japonais. Elle veut savoir qui est actif dans ce domaine, comment on fabrique cette



«Centredoc surveille tous les brevets de Nestlé»

La multinationale veveysanne a travaillé en étroite collaboration avec Centredoc pour le lancement de sa nouvelle division de nutrition spécialisée. Comment une entreprise de la taille de ce géant sollicite-t-il une petite structure coopérative pour l'aider à se lancer dans un nouveau segment?

En 2005, à la création de Nestlé Nutrition, il s'agissait de regrouper sous un même toit l'ensemble des activités liées à l'alimentation fonctionnelle (nourriture pour bébés, pour sportifs, pour personnes âgées, etc.). Centredoc a alors été mandatée pour suivre les activités de la concurrence dans ce secteur.

«Nous connaissons bien la coopérative, explique Claude Cavadini, responsable des licences chez Nestlé Nutrition. La surveillance



Claude Cavadini, Nestlé Nutrition.

des brevets pour l'ensemble du groupe se faisait déjà par ce biais. Nous avons estimé que Centredoc était bien placée pour ce travail de spécialiste.»

Si Nestlé n'a pas exécuté ce mandat à l'interne, c'est parce que «les compétences de Centredoc complétaient parfaitement celles de notre centre de documentation, répond Claude Cavadini. La proximité géographique a également joué un rôle important dans ce choix, car elle facilite grandement les échanges d'informations.»

Par ailleurs, Nestlé n'a pas vu de risque majeur à partager des données confidentielles avec sa partenaire. «Les contrats contiennent des clauses de confidentialité. Dans le cas présent, nous avons la chance de travailler sur la base d'une relation de confiance préexistante.»



La tâche de Centredoc: chercher et exploiter des informations toujours plus complexes.

matière et dans quelles régions géographiques un brevet a déjà été déposé. Notre travail est de réunir ces informations et de les transmettre de façon claire et lisible. Au final, le client dispose d'un portail électronique personnalisé, régulièrement alimenté par des informations tirées d'une multitude de sources telles que brevets, articles de littérature spécialisée, catalogues, listes de prix ou textes législatifs.

La veille stratégique propose donc un service complet, qui va de la récolte d'informations spécifiques à leur restitution sous une forme directement exploitable par le client. «Internet n'a fait qu'accentuer le be-

soin de services spécialisés comme ceux que nous proposons, ajoute le directeur de Centredoc. Nos clients achètent nos prestations parce qu'ils veulent que quelqu'un organise et hiérarchise des informations extrêmement complexes.»

Avec 12 employés et un chiffre d'affaires annuel de 2,5 millions, Centredoc est actuellement le seul organisme spécialisé dans la veille stratégique en Suisse. Alors que l'industrie horlogère représente 40% des affaires de la coopérative, Bernard Chapuis est convaincu qu'il existe aussi un fort potentiel de développement dans d'autres secteurs industriels. «Nous sommes de plus en plus sollicités dans des domaines nouveaux comme la microtechnique, l'ingénierie médicale ou la technologie alimentaire.» ■

«La veille stratégique n'en est qu'à ses débuts»

Alain Vaucher, consultant en information et professeur aux HEG de Genève et Neuchâtel.

A quoi sert la veille stratégique?

Elle permet de réunir des informations, de les organiser et de les exploiter efficacement. Avec la veille stratégique, on passe d'une situation où les informations sont récoltées au hasard à un système de renseignement ciblé.

Pourquoi recourir aux services d'un sous-traitant?

C'est une activité de spécialiste. En déléguant l'activité de veille, une entreprise choisit généralement une option moins coûteuse que si elle devait faire ce travail à l'interne. En plus, elle bénéficie d'outils spécialement conçus pour faciliter la restitution et le partage des informations au sein de l'entreprise.



Alain Vaucher, consultant et enseignant.

Comment voyez-vous l'avenir de cette activité?

La veille stratégique est encore relativement inconnue en Suisse, mais c'est un secteur qui va sans doute gagner en importance. Quand les Américains commençaient à parler de marketing il y a cinquante ans, les Européens étaient sceptiques. Or, regardez aujourd'hui le nombre d'écoles et de cours qui se sont développés dans ce domaine.

Enseigne-t-on cette matière en Suisse?

Les Hautes Ecoles de gestion (HEG) de Genève et de Neuchâtel offrent depuis deux ans une formation postgrade en intelligence économique et en veille stratégique, c'est la première de ce type en Suisse. Outre-Sarine, la notion est, à l'heure actuelle, quasi inexistante.