

11^{ème} Édition

Intelligence Economique et Management des Connaissances

Mieux maîtriser son environnement stratégique en s'appuyant sur les capacités de l'organisation

Paris, France

6 – 7 Avril 2022

Table Ronde

- **Capitaliser sur l'intelligence humaine pour comprendre l'écosystème du groupe**
- **L'influence, partie intégrante de la réflexion stratégique de l'organisation**

Les Etudes de Cas Présentées vous Aideront à

- **Intégrer** l'intelligence économique dans le processus de la planification stratégique
- **Réussir** un projet de veille stratégique
- **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
- **Analyser** les données et prédire les événements futurs

A qui s'adresse la conférence

VP, Directors, Global Heads et Managers

- Competitive Intelligence / Market Intelligence
- Economic Research
- Information strategies
- Strategic Forecast
- Prospective
- Technology Intelligence
- Customer Intelligence
- Business Intelligence
- Business Analyst/Market Analyst
- Market Research
- Strategic Marketing
- Business Development
- Information Management
- Knowledge Management
- Strategic Planning/ Corporate Planning
- Technology Scouting
- Technology Watch
- Data Analytics/Big Data
- Data scientist
- Chief Data Officer
- Business Insight, Business Development, Strategic Insight
- Technical Benchmarking
- R&D

Parvenir à récolter, **analyser et diffuser** les informations à forte valeur ajoutée pour mieux construire **l'avenir**

 marcusevans

Panel d'experts

Thierry Poignant

Director Strategic and International Prospective
Thales

Clara Thibault

Directrice Intelligence Economique et Social Listening
Pierre Fabre Group

Christophe Bisson

Ph.D. Scientific Director, Msc
"International Strategy and Influence"
SKEMA Business School

Moktar Diallo

Head of Global Business Intelligence
Sanofi

Laetitia Chalain

Précédemment Head of Competitive Intelligence
Amazon

Yesica Romeo

Head of Marketing & Business Intelligence
ACC - Automotive Cells Company

Samuel Jeanne

Chargé d'études - Veille marché & innovation
BNP Paribas Cardif

Maxime Durand

Competitive Intelligence
Airbus Helicopters

Céline Treguer

Coordinatrice Intelligence Economique
Orange

Emmanuelle Michalet-Harel

Strategic Intelligence
Vetoquinol Global

Matthieu Casaux

Directeur Sûreté Intelligence Economique
Enedis

Nicolas Touati

Secrétaire Général
Syndicat français des professionnels de l'intelligence économique SYNPIE

Joshua Arvind

Business Intelligence Manager Zone Europe
L'Oréal

Thomas Binart

Co-fondateur & CEO
Geotrend

Joshua Arvind*

Business Intelligence Manager Zone Europe
L'Oréal

* En attente de confirmation

Preferred Partner



08.30 Accueil et Café

09.00 Discours du Président de Séance

DEPLOYER UNE VEILLE STRATÉGIQUE : CULTURE, OUTILS, ORGANISATION

09.10 Étude de Cas

Établir une stratégie : Système d'Anticipation Augmenté

- Les différents aspects de l'influence
- Détecter les signaux faibles et anticiper les tendances futures
- Gérer votre e-réputation à l'ère du numérique

Christophe Bisson

Ph.D. Scientific Director, Msc "International Strategy and Influence

SKEMA Business School

09.50 Étude de Cas

Étendre la compétitive intelligence du niveau local à un niveau global

- Avoir une vision corporate du CI sur le groupe levier pour engager les collaborateurs dans le processus de décision
- Maintenir une dynamique de CI au sein de l'organisation
- Comment faire contribuer chaque acteur

Thierry Poignant

Director Strategic and International Prospective

Thales

10.30 Refreshme

11.00 Étude de Cas

Connaitre la réalité économique et juridique des différents acteurs de l'écosystème

- Obtenir des informations sur les concurrents d'une manière éthique
- Méthodes et outils d'analyse et de récolte de l'information
- Obtenir les bonnes informations et hiérarchiser celles-ci

Moktar Diallo

Head of Global Business Intelligence

Sanofi

11.40 Étude de Cas

Mise en place d'un logiciel de veille active capable d'assurer une surveillance constante de l'environnement

- Concevoir un système de veille performant à partir des modèles existants
- Etablir un processus de détection des risques
- Engager dans une transformation digitale permettant de structurer pleinement les sources d'information

Thomas Binant

Co-fondateur & CEO

Geotrend

12.20 Déjeuner

INTELLIGENCE ECONOMIQUE : ACCELERATEUR DE L'ÉCOSYSTÈME

TABLE RONDE

14.00 **L'influence, partie intégrante de la réflexion stratégique de l'organisation**

- Définir l'équilibre délicat entre véritable utilité stratégique et vigilance
- Quelles sont les méthodes et techniques d'influence numérique
- La communication d'influence pour faire connaître l'organisation

Christophe Bisson

Ph.D. Scientific Director, Msc "International Strategy and Influence

SKEMA Business School

Thierry Poignant

Director Strategic and International Prospective

Thales

14.40 Étude de Cas

Utiliser les partenariats comme nouveaux levier de développement stratégique et commercial

- Comment faire évoluer sa stratégie entre nouveaux partenaire et concurrents ?
- Promouvoir le partenariat comme levier de cocréation
- Développer l'unicité de l'organisation et transformer les relations de pouvoir

Yesica Romeo

Head of Marketing & Business Intelligence

ACC - Automotive Cells Company

15.20 Refreshme

15.50 Étude de Cas

Déploiement des méthodes, procédures et outils de Market Intelligence

- Structurer la démarche de Market Intelligence
- Avoir une information sur les compétiteurs non cotés
- Market trend : Développer de nouvelles offres par rapport aux axes du marché

Clara Thibault

Directrice Intelligence Economique et Social Listening

Pierre Fabre Group

TABLE RONDE

16.30 **L'Intelligence Economique et Strategique au prisme du conflit russo-ukrainien**

- Comment l'Intelligence économique et stratégique peut aider à appréhender un conflit d'une grande ampleur
- Utilisation des systèmes hybrides
- Quel rôle peut jouer l'influence dans un monde sous tension

Christophe Bisson

Ph.D. Scientific Director, Msc "International Strategy and Influence

SKEMA Business School

Maxime Durand

Intelligence Economique

Airbus Helicopters

17.10 Fin du premier jour et commentaire du Président de Séance

08.30 Accueil et Café

09.00 Discours du Président de Séance

INTELLIGENCE ECONOMIQUE GLOBALE

09.10 Étude de Cas

Etablir une stratégie de communication pour une meilleure visibilité des données au niveau du groupe

- Créer une culture propice au déploiement d'une cellule de veille
- Positionner la veille au bon niveau stratégique pour favoriser son impact dans le groupe
- Structurer sa veille au niveau métiers outils informatiques gratuit
- Implanter une démarche de veille interne pour la stimulation de la stratégie du groupe évangéliser

Laetitia Chalain

Précédemment Head of Competitive Intelligence
Amazon

09.50 Étude de Cas

Concevoir un dispositif d'analyse prospective pour obtenir pour détecter risques et opportunités

- Mettre en place une remontée d'informations terrain pertinente et construire son réseau de correspondants
- Exploiter les feedbacks et collecter les informations pertinentes à court et long terme
- Envisager différents scénarios prospectifs et rester vigilants pour détecter les signaux faibles

Nicolas Touati

Secrétaire Général

Syndicat français des professionnels de l'intelligence économique SYNFIE

10.30 Refreshme

11.00 Étude de Cas

Voir au-delà des données pour être capable de créer de meilleures analyses

- Analyse prospective pour évaluer les tendances, ruptures et zones de vigilance
- Smart data et analyse prédictive : comment les nouvelles technologies peuvent agir pour une meilleure appréciation des situations
- Eviter les pièges des approches cognitives pour limiter les erreurs d'analyse

Idriss Ismael

Head of Methodes et Technologies d'Intelligence Collective
EDF

11.40 Étude de Cas

Démultiplication chez Orange ; considérant que tout le monde peut être un gestionnaire de l'information

- Trouver le bon niveau de communication pour ne pas chercher à palier à un manque de ressources
- Comment garantir la mise à disposition des données pertinentes pour avoir une juste connaissance des réalités
- Exploiter le feedback en interne pour construire de l'information en continue et une meilleure synergie

Celine Treguer

Coordinatrice intelligence collective
Orange

12.00 Déjeuner

INFLUENCE ET STRATEGIE GLOBALE



TABLE RONDE

14.00 **Capitaliser sur l'intelligence humaine pour comprendre l'écosystème du groupe**

- Comment privilégier la pensée non conformiste et avoir un processus approuvé pour la gérer ?
- Assurer une dynamique de l'externe vers l'interne
- Construire des relations durables au sein d'une cellule d'Intelligence Collective

Idriss Ismael

Head of Methodes et Technologies d'Intelligence Collective
EDF

Laetitia Chalain

Précédemment Head of Business Intelligence
Amazon

Samuel Jeanne

Chargé d'études - Veille marché & innovation
BNP Paribas Cardif

14.40 Étude de Cas

Traduire les connaissances en processus, modes opératoires et procédures les plus fiables et lisibles possibles

- Maintenir ou créer une dynamique d'APIsation
- Veille technologique et transformation numérique

Emmanuelle Michalet-Harel

Strategic Intelligence
Vetoquinol Global

15.20 Refreshme

15.50 Étude de Cas

Etude de cas Airbus : Améliorer la compréhension globale pour agir localement

- Enjeux de la source ouverte
- Fédérer une communauté
- Partager les objectifs
- Ressources humaines et champs universitaires

Maxime Durand

Competitive Intelligence
Airbus Helicopters

16.30 Étude de Cas

Protéger l'organisation dans un contexte d'Intelligence Economique

- Réduire le risque que les employés peuvent faire prendre à l'origination
- Analyse des structures en place ; identification des facteurs de vulnérabilité
- Sensibilisation à la notion d'hygiène numérique

Matthieu Casaux

Directeur Sûreté Intelligence Economique
Enedis

17.10 Fin du deuxième jour et commentaire du Président de Séance

A propos du Preferred Partner



geotrend est un logiciel d'Intelligence Economique plusieurs fois primée qui permet de disposer rapidement de cartographies d'écosystèmes sur la concurrence et sur les technologies. Cette solution permet d'augmenter de manière très significative l'efficacité des équipes de market intelligence, de stratégie, d'innovation et de R&D, en augmentant les capacités des analystes à comprendre ces nouveaux environnements et enjeux grâce à l'Intelligence Artificielle.

Nous aidons les grands groupes comme Airbus, Air Liquide, Michelin, L'Oréal, Thales et Saint Gobain à renforcer leur position de leader grâce à une vision à 360° rendant les informations plus accessibles pour une prise de décision rapide, pertinente et globale.

Nous vous accompagnons dans la transformation de vos métiers à réaliser plus d'analyses, des livrables plus attractifs, d'être plus réactif, d'aborder de nouveaux sujets, et d'intégrer des analyses marchés avec des analyses technologiques.

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:

Yann Le Doeuff, Sponsorship Director

marcus evans Barcelona

Tel: +34 644 724 149, E-Mail: YannID@marcusevanses.com

marcus evans conferences

Organisateurs de conférences business to business de haute qualité conçues pour répondre aux besoins en informations stratégiques des cadres supérieurs. Nos intervenants sont des professionnels venant de grosses organisations cotées en Bourse et d'institutions financières de premier ordre, ainsi que d'écoles de commerce, d'organismes universitaires et de ministères du gouvernement. Plus de 1 000 conférences ont lieu chaque année, attirant plus de 100 000 congressistes et 16 000 intervenants.

marcus evans summits

Chaque année, organisateurs et promoteurs de plus de 150 des plus grands sommets internationaux économiques et d'affaires destinés aux principaux décideurs dans des endroits superbes du monde entier. Ces événements offrent aux participants une occasion unique de se tenir informés des derniers développements dans le secteur de leur choix et d'établir un réseau dans un environnement structuré avec des professionnels du secteur.

marcus evans professional training

Des formations en management général ou ciblées sur un secteur spécifique dispensées par le biais de cours, de vidéos et de CD-ROM de haute qualité qui permettent aux organisations de toute taille et partout dans le monde de bénéficier d'une collaboration avec **marcus evans** pour tous leurs besoins en formation. Les demandes des clients en matière de formation pratique de haute qualité nous poussent à mettre l'accent sur le contenu et les recherches approfondies que nous effectuons assurant une compatibilité avec les préoccupations actuelles des entreprises.

marcus evans language training

marcus evans linguarama offre des formations en langue, communication et culture pour les entreprises et les professionnels. Avec plus de 30 ans d'expérience et plus de 20 centres en Europe, nous sommes l'un des plus grands organismes européen de formation en communication et langue des affaires. Chaque année **marcus evans** linguarama forme des personnes venant de plus de 60 pays dans le monde entier et fournit à plus de 1 000 entreprises et organisations des solutions complètes de formation où les cours sont ciblés uniquement sur les besoins d'un participant individuel ou d'un groupe et forment de manière pratique et adéquate pour les affaires et la vie professionnelle.

marcus evans corporate hospitality

Spécialistes en réceptions d'affaires en lien avec les plus grandes manifestations sportives internationales dans le monde entier. Opérant sous le nom de The Hospitality Group(thg), Sports Marketing Group (smg) et International Championship Management, nos programmes représentent une liste complète d'événements sportifs internationaux.

marcus evans congresses

marcus evans congresses réunissent les principaux fournisseurs et décideurs d'une vaste gamme de services et de secteurs. Chaque événement est l'occasion pour les fournisseurs clés de présenter leurs produits aux professionnels clés de la région. En plus de la présentation des produits, la conférence éducative de l'événement est uniquement suivie par des congressistes pré qualifiés dans la plupart des cas pour des dépenses de 5 millions de dollars US et dont beaucoup disposent de budgets dépassant 50 millions de dollars US.

des conférences en toute sécurité avec **marcus evans**

Laissez-nous nous occuper de votre sécurité et vous pourrez vous concentrer sur votre entreprise

Chez **marcus evans**, le bien-être de nos clients et de nos employés est une priorité absolue et nous nous engageons à faire tout ce qui est en notre pouvoir pour assurer la sécurité et la réussite de nos événements. Pour cette raison, nous allons prendre les mesures nécessaires pour minimiser les risques et améliorer la sécurité.

Pour ce faire, nous avons révisé nos processus opérationnels et nous avons établi un plan détaillé : depuis le processus d'inscription jusqu'au déroulement de nos présentations, pendant les pauses déjeuner et les activités de réseautage.

Votre sécurité est notre première priorité.

AVANT VOTRE ARRIVEE

Les conférences **marcus evans** collaborent exclusivement avec des hôtels qui s'engagent au bien-être de leurs clients et sont conformes aux dernières réglementations sur la santé et la sécurité.

Tous les espaces de conférence ont été revus attentivement dans les hôtels. Selon les besoins, nous avons veillé à réserver des salles plus grandes pour assurer la distanciation sociale lors des présentations, des pauses de réseautage, des réunions individuelles et des repas.

Nous allons fournir les quantités nécessaires de produits d'hygiène pour tous les participants, y compris des masques et des désinfectants pour les mains. Nous avons mis en place avec nos partenaires hôteliers un plan détaillé pour assurer que les espaces utilisés soient nettoyés et désinfectés d'une façon appropriée.



Nous effectuerons des **CONTRÔLES DE TEMPÉRATURE** pour tous participants à l'arrivée



Nous mettrons à disposition des **MASQUES ET DES GANTS** pour utiliser quand vous le sentez nécessaire



Des **POSTES D'INSCRIPTION** supplémentaires seront mis en place pour minimiser les files d'attente



Des **CLOISONS DE SÉPARATION PLEXIGLASS** protégeront les participants lors des réunions individuelles



L'ESTRADE, LE LECTEUR ET LES MICROPHONES seront désinfectés après chaque séance



Comme les conférences **marcus evans** mettent toujours l'accent sur la qualité plutôt que la quantité, **LE NOMBRE DE PARTICIPANTS** sera limité pour conjuguer exclusivité et sécurité



DES PRODUITS DÉSINFECTANTS seront disponibles dans tout l'hôtel



La **DISPOSITION DES SIEGES** dans les salles de présentation sera réorganisée afin de laisser de plus amples espaces entre les participants selon les normes de distanciation sociale



LES SURFACES FRÉQUEMMENT TOUCHÉES ET LES ESPACES COMMUNS seront désinfectés régulièrement par le personnel de l'hôtel pendant l'événement



Nous favoriserons l'utilisation des **ESPACES EXTÉRIEURS** de l'hôtel pour les fonctions sociales et les **ESPACES INTÉRIEURS** seront fréquemment aérés



Les buffets et les repas de groupe ne seront plus disponibles. Des **PLATEAUX REPAS** seront servis selon les directives de distanciation sociale. Vous aurez également l'option d'un **REPAS EMBALLÉ** à emporter

AU PLAISIR DE VOUS ACCUEILLIR PROCHAINEMENT A NOTRE EVENEMENT