

**LA VEILLE TECHNOLOGIQUE,
CONCURRENTIELLE ET
COMMERCIALE**

3ème Partie

LA DEONTOLOGIE

La déontologie est nécessaire pour 2 raisons:

- **Les risques de dérapages**
- **L 'image négative de la VTCC et de l 'IE**

LA DEONTOLOGIE

Certaines informations ne doivent pas être divulguées ou « piratées »!

Certaines pratiques sont illégales et condamnables par la loi !

LA DEONTOLOGIE

Exemples de ce qui est condamnable:

- Le piratage d'un savoir-faire ou d'un secret de fabrication,
 - Le reverse-engineering flagrant,
 - Le débauchage délictueux,
- L'emploi mal intentionné d'un salarié d'un concurrent,
- La désinformation et la rumeur visant un concurrent,
 - La corruption d'un tiers.

LA DEONTOLOGIE BILATERALE

LES REGLES DE LA DEONTOLOGIE BILATERALE

- **Les règles générales**
- **Les règles liées au recueil de l'information**
- **Les règles liées à la diffusion de l'information**

LA DEONTOLOGIE

BILATERALE

LES REGLES GENERALES

- **Les informations issues de la VTCC appartiennent à l'entreprise pas au veilleur**
- **Les conséquences de l'utilisation des informations restent de la responsabilité de l'entreprise**

LA DEONTOLOGIE BILATERALE

LES REGLES LIEES AU RECUEIL DE L'INFORMATION

- **L'information ne doit pas être obtenue sans la volonté du détenteur**
- **Attention aux éventuels droits d'auteur**

LA DEONTOLOGIE

BILATERALE

**L'information ne doit pas être obtenue sans la
volonté du détenteur**

Jouer la transparence !

1- Se présenter

2- Donner sa vraie carte de visite

3- Déclarer ouvertement ses intentions

LA DEONTOLOGIE BILATERALE

Attention aux éventuels droits d'auteur

**Applicables sur les articles, les publications
diverses, les rapports, les sites Internet...**

LA DEONTOLOGIE

BILATERALE

LES REGLES LIEES A LA DIFFUSION DE L 'INFORMATION

- **Le respect du secret professionnel**
- **L 'information est disponible pour tous**

LA DEONTOLOGIE BILATERALE

Le respect du secret professionnel

Nécessité de classer le degré de confidentialité des informations qui circulent:

- **Informations librement accessibles à tous**
 - **Informations à usage interne**
- **Informations diffusées sur accord explicite de l'auteur ou de la hiérarchie**

LA DEONTOLOGIE

BILATERALE

L'information est disponible pour tous

La rétention d'information peut entraîner:

- **Un ralentissement du processus décisionnel,**
 - **Des décisions erronées,**
 - **Des décisions inadaptées,**
- **Des décisions inutilement risquées.**

LA DEONTOLOGIE

LES LIMITES DE LA DEONTOLOGIE

- **La déontologie est parfois lourde et trop contraignante,**
- **Les concurrents et partenaires ne la respectent pas toujours,**
- **La législation et les codes de déontologie sont variables d'un pays à l'autre !**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

C'est la contre partie logique de la VTCC

C'est une forme de « Contre Intelligence »

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

ETUDE DE M. POSTEL VINAY:

**40 % des entreprises françaises ont subi un
piratage et une contre façon**

**20 % de ces mêmes entreprises ont subi un
espionnage industriel**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

- **Tout le monde ne respecte pas les règles de déontologie !**
- **Ce n'est pas la peine de faciliter la vie à vos concurrents !**

Donc:

- 1- Il faut décourager les veilleurs « d'en face »**
- 2- Il faut les épuiser et peser sur leur budget**

Mais la protection absolue est illusoire !

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

**En dehors de la déontologie c'est la jungle, tout se
qui n'est pas interdit est autorisé !**

DIVERS EXEMPLES:

- **Le cas HITACHI**
- **La Sté canadienne**
- **Le Professeur d'université aux USA**
- **Le Journaliste**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

**Il est indispensable en parallèle de la
mise en place d'un processus de
VTCC d'instaurer un processus de
protection de l'information !**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

4 OBJECTIFS:

- 1- Eviter la perte d'informations sensibles**
- 2- Dissuader les veilleurs concurrents**
- 3- Ester en justice si pratiques illégales**
- 4- Etablir un juste équilibre entre le partage et la rétention**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

METHODOLOGIE

- 1- Identification des « agresseurs »
potentiels**
- 2- Classification des informations**
- 3- Identifier les vulnérabilités**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

IDENTIFIER LES « AGRESSEURS » POTENTIELS

**Les agresseurs ne sont pas nécessairement et
directement les concurrents principaux !**

**Exemple: Procter Gamble et Danone doivent se méfier de
leurs propres distributeurs (MDD)**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

CLASSIFIER LES INFORMATIONS

Une protection totale serait illusoire et trop coûteux



Protégeons les facteurs clés de la réussite

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

TACTIQUES:

- **Le cloisonnement par secteur**
- **Complicquer la tâche de l'adversaire**
- **Tester soi-même la transparence de son entreprise**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

IDENTIFIER LES VULNERABILITES

Le processus de diffusion et du devenir des informations

L'analyse systémique

(Approche cindynique de M. KEREVERN)

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

ASTUCES EN VRAC !

- Entrées et sorties contrôlées (visiteurs et personnel),
- Bureaux et salles de réunions sans papiers ni documents,
 - Piéger les photocopieurs,
- Surveiller et piéger les bases de données de l'entreprise,
 - Attention au téléphone

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LES POINTS NEVRALGIQUES DE L'ENTREPRISE

- La R & D
- La Production
- Le Service Financier
- Le Marketing
- Le Réseau de vente
(Vendeurs et Distrib.)
- Le Service Achat
- Le Personnel

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

La R & D

**Sensibiliser les ingénieurs,
Contrôler les publications,
Attention au reverse engineering,
Attention aux brevets.**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LA PRODUCTION

**Attention à l'intégration client/fournisseur:
l'interpénétration favorise la fuite d'informations
+/- contrôlées**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LE SERVICE FINANCIER

ATTENTION:

- **Aux publications légales ou d'informations actionnaires/banques**
- **Aux cadres et patrons trop bavards devant les analystes extérieurs,**
 - **Aux Cabinets d'Audit étrangers,**
 - **Aux banques**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LE MARKETING

ATTENTION:

- **Aux cabinets d'experts et aux agences de communication**
 - **Aux salons, JPO, présentations publiques,**
 - **Aux à la Pub et à la communication de masse.**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LE RESEAU DE VENTE

ATTENTION:

- **A l'envoi systématique de documentation,**
 - **Aux distributeurs trop bavards,**
 - **Aux fichiers clients et rapports de visites**
 - **Aux clients eux-mêmes.**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LE PERSONNEL

Cadres et patrons que l'on doit sensibiliser,

Mais aussi:

Les mécontents et divers frustrés,

Les licenciés *

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LES LICENCIÉS: La PARADE !

Gérer proprement les licenciements

Exemple de certaines Stés US: Les « Exit Interviews »

- 1- Rappel des raisons de l'embauche initiale,**
- 2- Bilan positif du séjour,**
- 3- Explication des causes du licenciement,**
- 4- Rappel des éventuelles clauses de confidentialité,**
- 5- Intégration aux club des anciens.**

LA PROTECTION DE L'INFORMATION

LE SERVICE DES ACHATS