



FORMATION **INTELLIGENCE ECONOMIQUE**

Du 27 au 29 juin et du 4 au 6 juillet 2019

INSTITUT AMADEUS



L'Institut Amadeus partage son expertise et son réseau de haut niveau, en organisant des formations au profit de cadres et décideurs sur des thématiques stratégiques.

Les formations sont organisées en 10 modules et durent 40 heures à raison de 4 heures par module. Elles sont animées par des experts nationaux et internationaux.

Description

Vous voulez monter en puissance ? Vous voulez accroître votre compétitivité et améliorer votre position concurrentielle ? Vous voulez protéger votre patrimoine immatériel ? Vous voulez vous construire une identité puissante pour influencer non seulement votre environnement, mais influencer sur tous ceux qui vous observent ?

Les grandes entreprises l'ont compris et l'appliquent déjà !

L'intégration de l'intelligence économique dans votre entreprise revêt une importance stratégique indéniable.

Plus que jamais, dans ce monde gouverné par l'économie de la connaissance, on ne peut gagner dans la compétition que lorsqu'on sera mieux informé que les autres, lorsqu'on sera capable de réagir plus vite et mieux que les autres, et lorsqu'on aura tous les éléments de décision avant les autres.

Vous l'avez donc compris ! Dans ce monde devenu complexe et menaçant, la maîtrise des notions que recouvre l'intelligence économique représente un atout majeur pour toute entreprise, pour toute économie.

Ensemble et avec nos experts, allons encore plus loin !

Objectifs

1. Acquérir une culture des grands enjeux économiques de la mondialisation et de l'Intelligence Economique;
2. Appréhender la question des politiques publiques d'Intelligence Economique et la pratique de l'action publique sur ces marchés;
3. Appréhender les nouvelles dynamiques en matière de conquête de marchés et de développement à l'international à travers des outils d'analyse stratégique et d'aide à la décision dans des environnements complexes;
4. Capitaliser sur la connaissance produite en interne et optimiser sa diffusion à travers une démarche de veille stratégique;
5. Comprendre comment déployer une stratégie d'influence et de communication cohérente, au profit d'objectifs stratégiques.

Cible

- Cadres dirigeants d'entreprises actives à l'International;
- Associations, ONGs et acteurs de la société civile entreprenant des projets à l'international;
- Cadres de la fonction publique;
- Groupements professionnels.

TEMPS DE LA FORMATION :**40H****10 MODULES****MODULES :**

27 Juin	09h à 13h00	Module 1 Introduction à l'Intelligence Economique.
27 Juin	14h30 à 18h30	Module 2 Enjeux contemporains et marchés émergents.
28 Juin	09h à 13h00	Module 3 Politiques publiques d'Intelligence Economique au Maroc.
28 Juin	14h30 à 18h30	Module 4 Pratique du lobbying et de plaidoyer dans un marché émergent.
29 Juin	14h30 à 18h30	Module 5 Communication d'influence et e-reputation.
4 Juillet	09h à 13h00	Module 6 Méthodologie de la recherche d'information – Théorie.
4 Juillet	14h30 à 18h30	Module 7 Veille et recherche d'information – Exercice.
5 juillet	09h à 13h00	Module 8 Management de projets et analyse stratégique – Théorie.
5 Juillet	14h30 à 18h30	Module 9 Management de projets et analyse stratégique – Exercice.
6 Juillet	9h30 à 13h30	Module 10 Gestion et communication de crise.

PRIX :**7500 Dh HT**

Module 1 | INTRODUCTION À L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Objectifs :

- Comprendre l'Intelligence Economique et déconstruire les mythes associés;
- Approches culturelles et courants de l'Intelligence Economique;
- Les métiers de l'Intelligence Economique;
- Appréhender l'Intelligence Economique et son rôle en tant que levier de croissance.

Module 2 | ENJEUX CONTEMPORAINS ET MARCHÉS ÉMERGENTS

Objectifs :

- Présenter les grands enjeux économiques contemporains liés à la mondialisation et leur impact pour l'entreprise;
- Comprendre les caractéristiques d'un marché émergent et les opportunités qui en découlent;
- Intégrer une grille de lecture/« mind set » pour aborder ces marchés;
- Doter l'entreprise d'une capacité d'analyse de son environnement international et des enjeux concurrentiels liés à la mondialisation;
- Présenter des retours d'expérience de pénétration de marché réussies ou avortées. (Cas d'étude).

Module 3 | POLITIQUES PUBLIQUES D'INTELLIGENCE ECONOMIQUE AU MAROC

Objectifs :

- Présenter la stratégie d'Intelligence Economique et de conquête de marché déployée au Maroc (acteurs, institutions, mécanismes, perspectives...);
- Resituer l'entreprise dans une stratégie globale d'aide au développement international et identifier les interlocuteurs clés;
- Comprendre le rôle de l'Etat marocain pour appuyer les entreprises marocaines à l'étranger et l'investissement étranger au Maroc;
- Quels ont été les axes travaillés, pour quelles réalisations ? (Cas d'étude).

Module 4 | PRATIQUE DU LOBBYING ET DE L'ADVOCACY DANS UN PAYS ÉMERGENT

Objectifs :

- Déconstruire les mythes liés au lobbying, l'advocacy et le plaidoyer;
- Intégrer la plus-value d'une démarche d'advocacy/lobbying dans le cadre d'une stratégie de préservation ou de conquête de marché;
- Identifier les acteurs de ces métiers;
- Comprendre les pratiques dans un pays émergent, leurs limites ?
- Pouvoir élaborer une stratégie efficace en la matière ? Sur quels leviers s'appuyer ? (Cas d'étude).

Module 5 | COMMUNICATION D'INFLUENCE ET E-REPUTATION

Objectifs :

- Comprendre ce qu'est l'influence, les leviers sur lesquels elle repose (story telling, mobilisation, création de contenu...) et sur quels terrains et supports elle s'exerce (presse, internet, organismes professionnels, société civile...);
- Intégrer ses apports à une stratégie commerciale, politique;
- Pouvoir réagir face à une campagne d'influence visant ses actifs;
- Intégrer la plus value et les outils de la communication d'influence en matière de protection de l'image, de la réputation et de la valorisation d'une entreprise.

Module 6 | MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE D'INFORMATION - THÉORIE

Objectifs :

- Comprendre les enjeux majeurs d'une démarche de Knowledge Management, comment capitaliser sur l'information ?
- Identifier un besoin informationnel dans une structure;
- Doter l'entreprise d'une capacité interne de collecte, de traitement et d'analyse d'informations stratégiques.

Module 7 | VEILLE ET RECHERCHE D'INFORMATION - EXERCICE

Objectifs :

- Organiser et mettre en place une démarche de veille stratégique;
- Déconstruire un sujet;
- Recueillir et transformer l'information en connaissance;
- Restituer une connaissance exploitable par le décideur.

Module 8 | MANAGEMENT DE PROJET ET ANALYSE STRATÉGIQUE - THÉORIE

Objectifs :

- Comprendre l'Intelligence Economique et l'analyse stratégique comme outil d'aide à la décision;
- Mettre en place une planification de projet en Intelligence Economique;
- Identifier un écosystème, ses parties prenantes et enjeux;
- Appréhender l'usage de matrices stratégiques;
- L'apport de la prospective dans une démarche d'Intelligence Economique;
- Doter l'entreprise d'une capacité interne d'analyse de son environnement stratégique et des parties prenantes;
- Identifier les menaces et opportunités de son environnement, être en mesure de développer des réponses adaptées.

Module 9 | MANAGEMENT DE PROJET ET ANALYSE STRATÉGIQUE - EXERCICE

Objectifs :

- Déployer une planification et identifier des priorités de traitement;
- Comprendre un écosystème nouveau à travers l'usage de l'analyse stratégique.
- Identifier des leviers d'influence;
- Emettre des recommandations pour le décideur.

Module 10 | GESTION ET COMMUNICATION DE CRISE

Objectifs :

- Intégrer les bonnes pratiques pour réagir face à la crise;
- Identifier une tentative de déstabilisation;
- Mettre en place une stratégie de réponse à la crise;
- Définir des éléments de langage;
- Diffuser au sein de l'entreprise les bonnes pratiques et responsabilités en matière de communication de crise;
- Permettre à l'entreprise de déployer une stratégie de communication fédératrice et adaptée.

FORMATEURS

MME. SANAË LAHLOU

Directrice de la Business Unit «Afrique» de Mazars, ancienne directrice des marchés internationaux de l' AMDIE.

M. YASSER MONKACHI

Expert en Stratégie de Communication et Marketing digital, fondateur du cabinet Social Impulse et intervenant auprès de Toulouse Business School Casablanca.

M. ALI MOUTAIB

Expert en Intelligence Economique et cybersécurité, ancien consultant pour Orange Cyberdéfense (ex-Lexsi), fondateur du cabinet d'Intelligence Economique Hyperborée Advisors.

M. THOMAS DOURNON

Chercheur en Intelligence Economique, spécialisé dans l'analyse, la cartographie et la mobilisation de parties prenantes.

MME. NATALIE MAROUN

Directrice-conseil et analyste chez Heiderich Consultants, spécialisée dans la gestion et la communication de crise. Elle travaille également pour l'Observatoire international des crises (OIC). Elle est aussi formatrice à l'ENA, IHEDN, INHESJ et à l'IRIS en gestion de crise et communication de crise, media training, géopolitique et reconstruction post-crise/conflit.

A PROPOS DE L'INSTITUT AMADEUS

Fondé en 2008 l'Institut Amadeus, Think Tank marocain indépendant, s'est positionné comme un laboratoire d'idées, un espace de réflexion et un créateur de débats par excellence. Important interlocuteur sur les questions liées au continent africain, l'Institut Amadeus a, par ailleurs, développé une expertise certaine en matière d'analyse des grandes thématiques de l'agenda international. Soucieux de la préservation de son indépendance, de son impact et de sa valeur ajoutée en termes d'influence, de débat et de réflexion, l'Institut Amadeus a fait, après 11 ans d'existence, le choix de devenir plus autonome, d'élargir son champ d'action et de diversifier ses activités dans le but de répondre à un marché en constante mutation et aux attentes d'un nombre croissant d'organismes et d'institutions, tant nationaux qu'étrangers.

Du Think Tank au Do Tank

Au Maroc, le rôle pertinent que peuvent remplir les Think Tanks en matière d'intelligence économique et stratégique doit être posé. Pour exister de manière pérenne, nous avons fait le choix impérativement de nous mouvoir en « Do Tank Advocay Tank ».

Ainsi, l'Institut Amadeus capitalise sur les acquis et sur les 11 années d'expérience du Think Tank et s'impose en tant que « Do Tank », tourné vers l'opérationnel. Autrement dit, l'Institut Amadeus entend développer une capacité d'initiative et d'action beaucoup plus large, dépassant le cadre de l'activité naturelle et traditionnelle, propre aux Think Tanks, de réflexion, de débats et d'initiation d'idées. Cette approche plus concrète, mise en pratique par l'Institut Amadeus, lui a permis, ces dernières années, de renforcer sa crédibilité et sa réputation.

Par ailleurs, dans le cadre du développement de ses activités et dans l'optique de la réalisation des objectifs assignés, l'Institut Amadeus opère dans les domaines du conseil, de la communication d'influence, de l'intelligence économique, de la réflexion stratégique, de la production d'évènements stratégiques et de la formation.



INSTITUT AMADEUS

28, Avenue Mehdi Ben Barka,
Souissi, Rabat - Maroc

Tél. : +212 (0) 537 71 70 82/40 59

Fax : +212 (0) 537 57 11 83

E-mail: formations2019@amadeusonline.org

www.amadeusonline.org

© 2019 Institut Amadeus. Tous droits réservés.