

Le 26 décembre 2003

Synthèse du questionnaire adressé aux adhérents de l'AFPLANE

**1-Êtes-vous bien informés des événements de l'Afplane ?**

100% répondent oui

**2-Consultez-vous le site ?**

seuls 29% des adhérents le consultent

**3- approuvez-vous l'idée d'un thème annuel ?**

84% répondent oui.

Il importe qu'il soit suffisamment large, que la formulation en soit claire et concrète (« éviter les thèmes désincarnés »), qu'il n'interdise pas de rebondir sur l'actualité.

**4- souhaitez-vous participer à des réunions ou groupes de travail**

78% répondent oui, sur les thèmes suivants :

Implémentation et mise en place de projets stratégiques

Stratégie : mise en œuvre pratique (et pragmatique)

Stratégie et organisation : le lien

Intelligence économique

La Chine : menace ou opportunité

Développement international des entreprises dans le cadre stratégique

Finances et stratégie (fusions et acquisitions notamment)

Environnement et développement durable, ressources naturelles, risques naturels, technologiques, climatiques

Aménagement du territoire et valorisation du patrimoine

**5- autres prestations**

***attendez-vous d'autres services de l'association que l'échange d'idées et d'expériences?***

73% répondent oui. Ces attentes sont de trois types :

**EVENEMENTS – ECHANGES AVEC L'ETRANGER**

Voyages

visites d'entreprises ou de sites

manifestations connues avec des associations de stratégie étrangères

grand prix (livres)

confrontations internationales

quid d'organisations similaires en Europe et de contacts ou réunions pour construire une Europe des pratiques stratégiques ?

**RELATIONNEL**

Organisation de déjeuners de 8/10 membres d'un même secteur

Networking

## SUPPORT INTELLECTUEL

Un lien plus grand avec les sources d'information au plan international (base d'articles et revues en ligne), information sur les AFPLANE des autres pays : Japon, UK, Espagne, Allemagne, US, Taïwan

Un système d'alerte et de veille (re-routage de Newsletters)

Base documentaire

## 6- *Thèmes de réflexion*

*quels sujets souhaitez-vous voir aborder ?*

Les thèmes s'articulent autour de trois axes:

### STRATEGIE PURE

#### STRATEGIE ET NOUVELLES TENDANCES

Nouveaux business models, innovations stratégiques

Localisation/délocalisation (Chine, notamment)

Comment traiter cette mode du développement durable ? L'altermondialisation

Comprendre ce qui fait la réglementation, en quoi l'entreprise peut-elle anticiper et préparer les futures réglementations

Comment les évolutions juridiques et réglementaires influencent-elles la réflexion stratégique? Mode de pensée de la Commission Européenne par rapport aux lois anti-trust (ex des fusions Schneider Legrand ou VUP- Hachette)

#### STRATEGIE ET PARTENARIAT

Commerce et/ou coopération entre les entreprises

Partenariat public/privé : ce que les entreprises attendent des établissements publics et des fondations de recherche

Stratégie d'entreprise et territoires : quels rapports entre l'entrepreneur et le politique ?

#### STRATEGIE ET FINANCES

La stratégie n'est-elle pas devenue purement financière et sans vision industrielle?

La nouvelle loi sur la sécurité financière

Situation et évolution des grands cabinets d'audit en Europe

#### SRATEGIE ET AVENIR

Qu'est devenue la stratégie au cours des 20 dernières années (*traité lors du trentenaire*)

Perspective 2010

L'avenir du conseil en stratégie

## - MANAGEMENT ET ORGANISATION

Corporate governance

Rôle du corporate center

Le pouvoir dans l'entreprise, qui le détient, comment il s'exerce

Comment les personnels intègrent les démarches stratégiques

Structures et fonctionnement de l'entreprise (hors schémas traditionnels)

Lien entre stratégie d'entreprise et management RH

L'information de crise au sein de l'entreprise  
De la stratégie à l'organisation  
Le rôle du management lors d'une mutation stratégique  
Les nouvelles tendances du management  
Valorisation du capital humain  
Organisation et rôle de la direction de la stratégie dans l'entreprise

- OPERATIONS ET PROCESSUS

L'implémentation de la stratégie par les programmes et les projets  
Stratégie et processus  
Les processus d'innovation  
Les processus d'apprentissage, knowledge management  
La relation client, les filières de distribution  
Le marketing industriel est-il seulement un dérivé du marketing grande consommation ?  
Les méthodes japonaises dans l'industrie (retour d'expériences, 30 ans après)  
Veille concurrentielle  
Méthode de fixation des objectifs au sein d'une entreprise, déclinaison vers l'aval : comment prendre en compte le respect de la ligne stratégique dans les tableaux de bord, qui souvent se limitent au suivi des résultats financiers