

E-NOV@CTION : LA VEILLE AU LENDEMAIN

Présenté par :

Ludovic CHARTON

DESS M@CSI – 2003/2004

Mr Stéphane NGOMAI
Responsable du DESS M@CSI
Mr Michel LILAS
Responsable ARIST - CCINCA

1



SOMMAIRE



- La veille dans tout ses états
 - Une définition de la veille 3
 - Les objectifs de la veille 4
 - L’histoire de la veille 5
 - Les différents types de veille 6
 - Le processus de veille 8
 - La veille et le management des connaissances 9
- Le marché de la veille
 - Les deux types de solutions : globales et partielles 11
 - Le positionnement d’enov@ction 12
 - Les perspectives d’évolution d’enov@ction 14
- E-nov@ction, la veille à visage humain
 - Mes activités au sein de l’Arist 15
 - L’architecture de la plateforme enov@ction 16
 - E-nov@ction du côté utilisateur 17
 - E-nov@ction du coté veilleur 22
- Références 27

Définition de la veille



- « Donner la bonne information, à la bonne personne, au bon moment, pour prendre la bonne décision » (Michael E.Porter)..... c'est donc un
- « processus collectif continu par lequel un groupe d'individus traquent, de façon volontariste, et utilisent des informations à caractère anticipatif concernant les changements susceptibles de se produire dans l'environnement extérieur de l'entreprise dans le but de créer des opportunités d'affaires et de réduire les risques et l'incertitude en général. ». (Lesca H., 2001)

Les objectifs de la veille



ANTICIPER :

Détecter les changements
Nouvelles techniques,
machines, clients,
concurrents ...

LIMITER LES RISQUES :

Détecter les dangers
Brevets, produits,
concurrents,
réglementations ...

VEILLE

INNOVER :

Détecter les idées, les solutions nouvelles
Économies R&D,
avantage concurrentiel
...

GRANDIR :

Détecter les nouveaux partenaires
Clients, experts,
associés ...

L'histoire de la veille



- Trois grandes étapes:
 - Apparition des cellules de veille
 - Très bien organisées mais isolée
 - La recherche est très gourmande en temps
 - Utilisation massive du support papier comme moyen de diffusion
 - Développement et vulgarisation de l'Internet
 - Évolution du process de veille: la profusion d'information nécessite un tri plus efficace de l'information collectée
 - Utilisation de plus en plus importante d'outils spécialisés
 - Avènement des progiciels couvrant l'ensemble du cycle de veille, de la collecte jusqu'à la diffusion (cf. process veille)

Les différents types de veille 1/2



	Informations recherchées
Veille stratégique	Tendances globales d'évolution
Veille sociétale	Signaux faibles sur l'évolution des comportements
Veille sectorielle	Dynamique du secteur
Veille concurrentielle	Chiffre d'affaires, résultats, nouveaux produits, acquisitions... des concurrents
Veille commerciale	Besoins explicites et tacites des clients
Veille fournisseurs	Pérennité, technologies, savoir-faire... des fournisseurs
Veille juridique et réglementaire	Normes et règlements
Veille image	Eléments de perception de l'organisation par les clients, les fournisseurs...
Veille technologique	Evolutions des technologies actuelles et futures des produits et processus de l'entreprise

Figure 1 : Différents types de veille

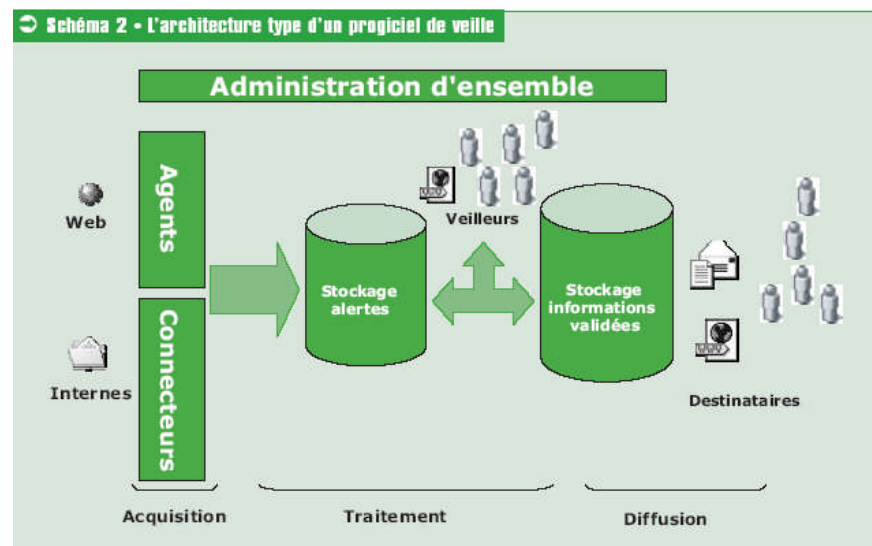
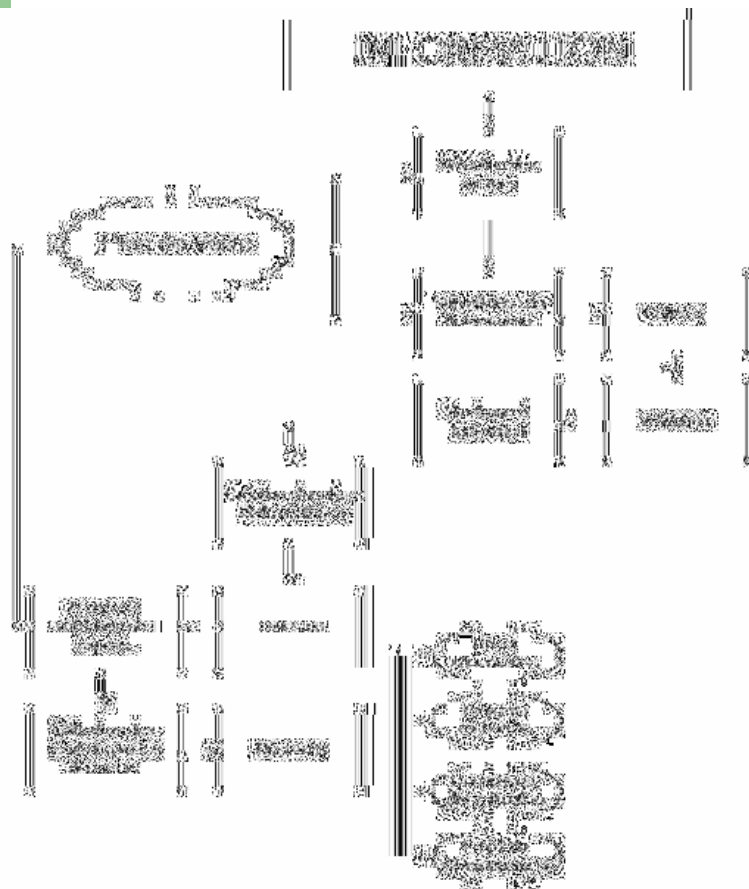
Les différents types de veille 2/2



Différents types de veille opérés				
	Jamais utilisé	Parfois utilisé	Souvent utilisé	Total
Veille concurrentielle	1,9 %	20,9 %	77,2 %	100 %
Veille marketing et clientèle	4,4 %	20,3 %	75,3 %	100 %
Veille juridique et réglementaire	5 %	33,3 %	61,7 %	100 %
Veille sous-traitance, achats et stocks	18,1 %	44,6 %	37,3 %	100 %
Veilles grands contrats, lobbying, réseaux d'influence	25,8 %	44,4 %	29,8 %	100 %
Veille sécuritaire	20,4 %	44,1 %	35,5 %	100 %
Veille politique, diplomatique, risque pays	41,3 %	43,2 %	15,5 %	100 %
Veille financière, actionnariale et boursière	22,4 %	41,2 %	36,4 %	100 %

SOURCE : HEIN

Le processus de veille

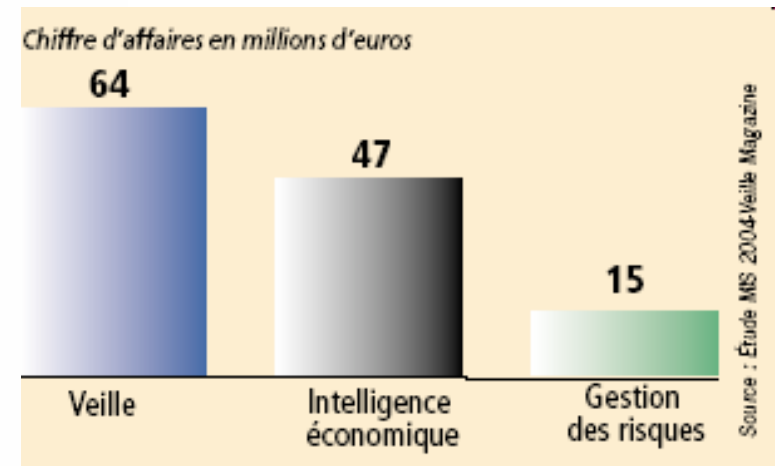
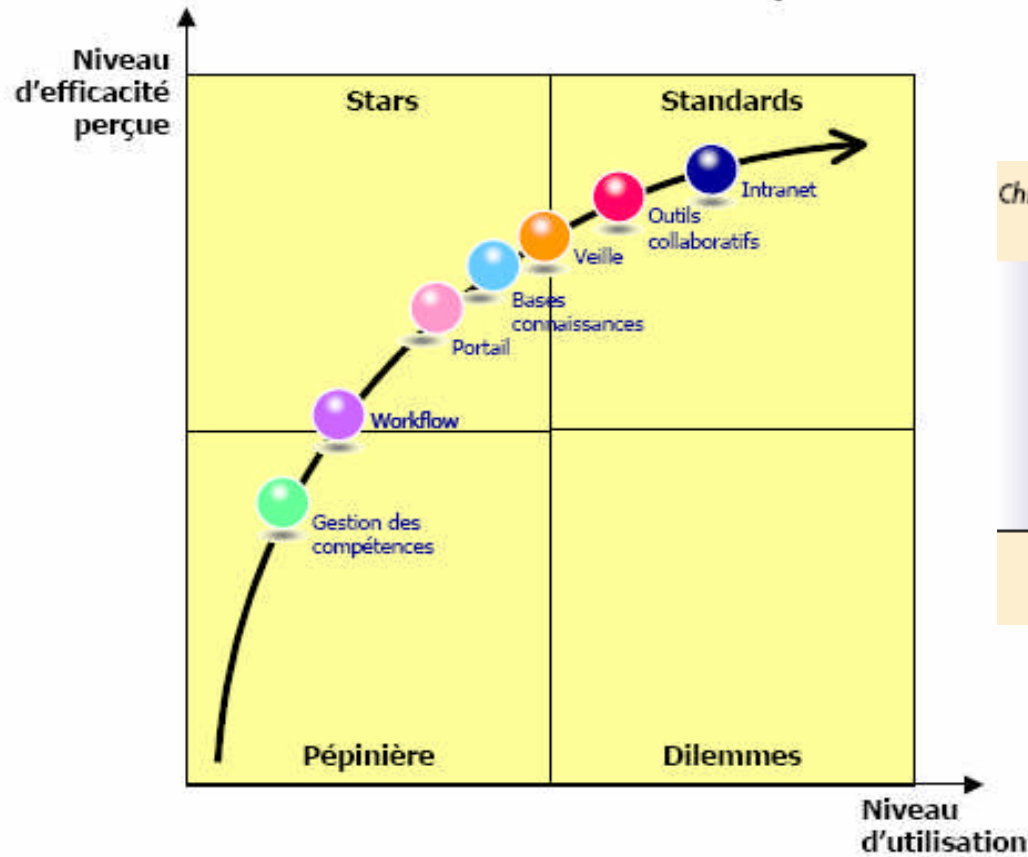


Source : L'informatique Professionnelle n°219 - Décembre 2003

La veille et le management des connaissances 1/2



Évolution des outils 2002 / 2003



La veille et le management des connaissances 2/2



	Veille	Management des connaissances	
		Collaboration	Capitalisation
Objectifs	Détecter des opportunités et des risques pour la prise de décision	Echanger et partager les connaissances	Mémoriser les connaissances
Perspective chronologique	Très court terme	Moyen terme	Long terme
Cible	Extérieur de l'entreprise	Intérieur et extérieur	Intérieur
Informations utilisées	Données transformées en informations	Savoir-faire et connaissances	Savoir-faire et connaissances
Processus	Collecte, analyse, synthèse et diffusion	A définir suivant le contexte	Extraction, formalisation, validation, mise à disposition
Organisation	Coordinateur et réseau de veille	Animateur et communauté de pratique	A définir suivant le contexte
Système d'information	Système spécifique	Portail	Gestion documentaire
Mise en œuvre	Technologie et conduite du changement	Conduite du changement	A définir suivant le contexte

Figure 4 : Positionnement de la veille et du management des connaissances

Source : Maîtriser la veille pour préparer l'intelligence économique – Knowledge Consult – Septembre 2004

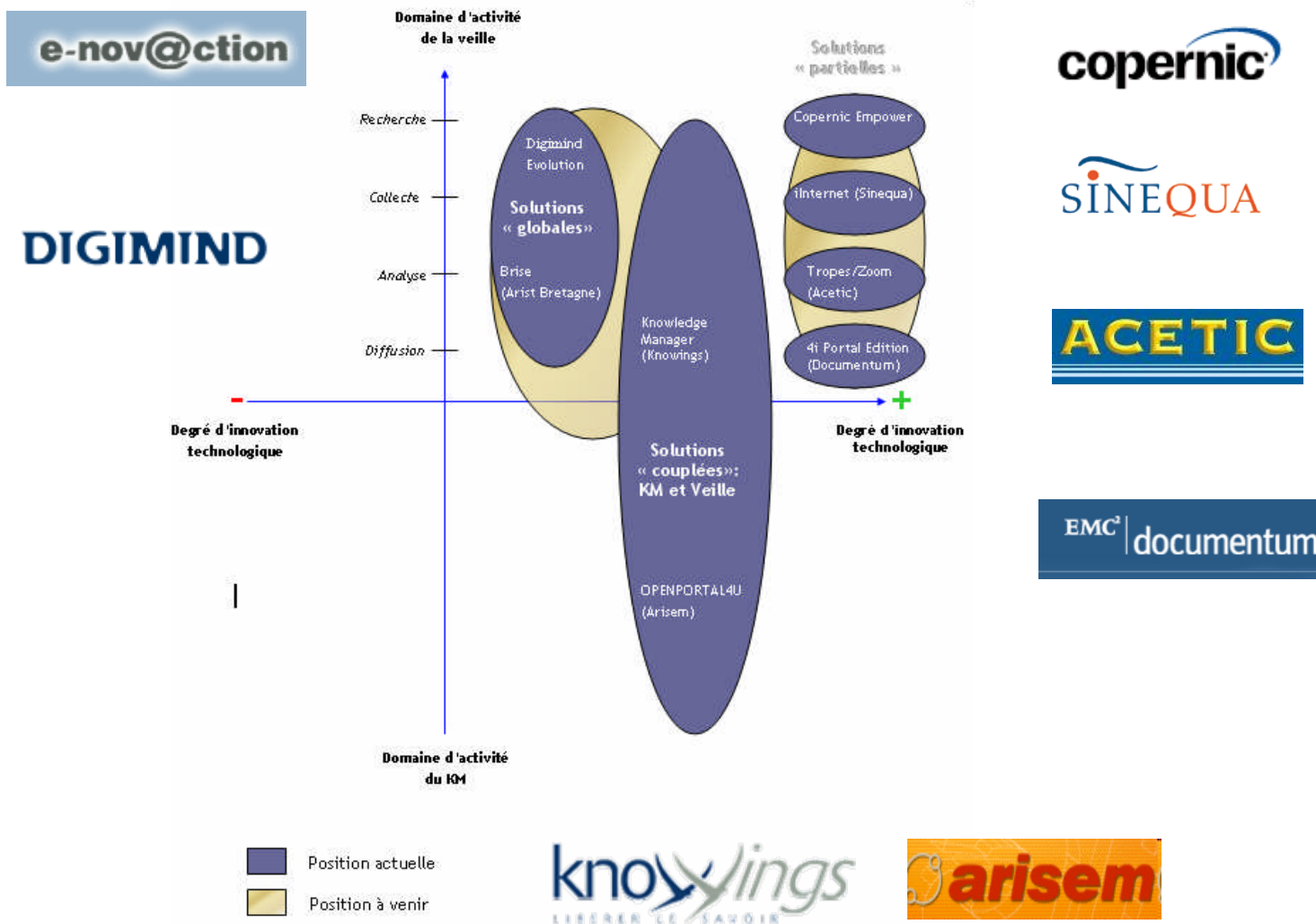
Les deux types de solutions : « globales » et « partielles »



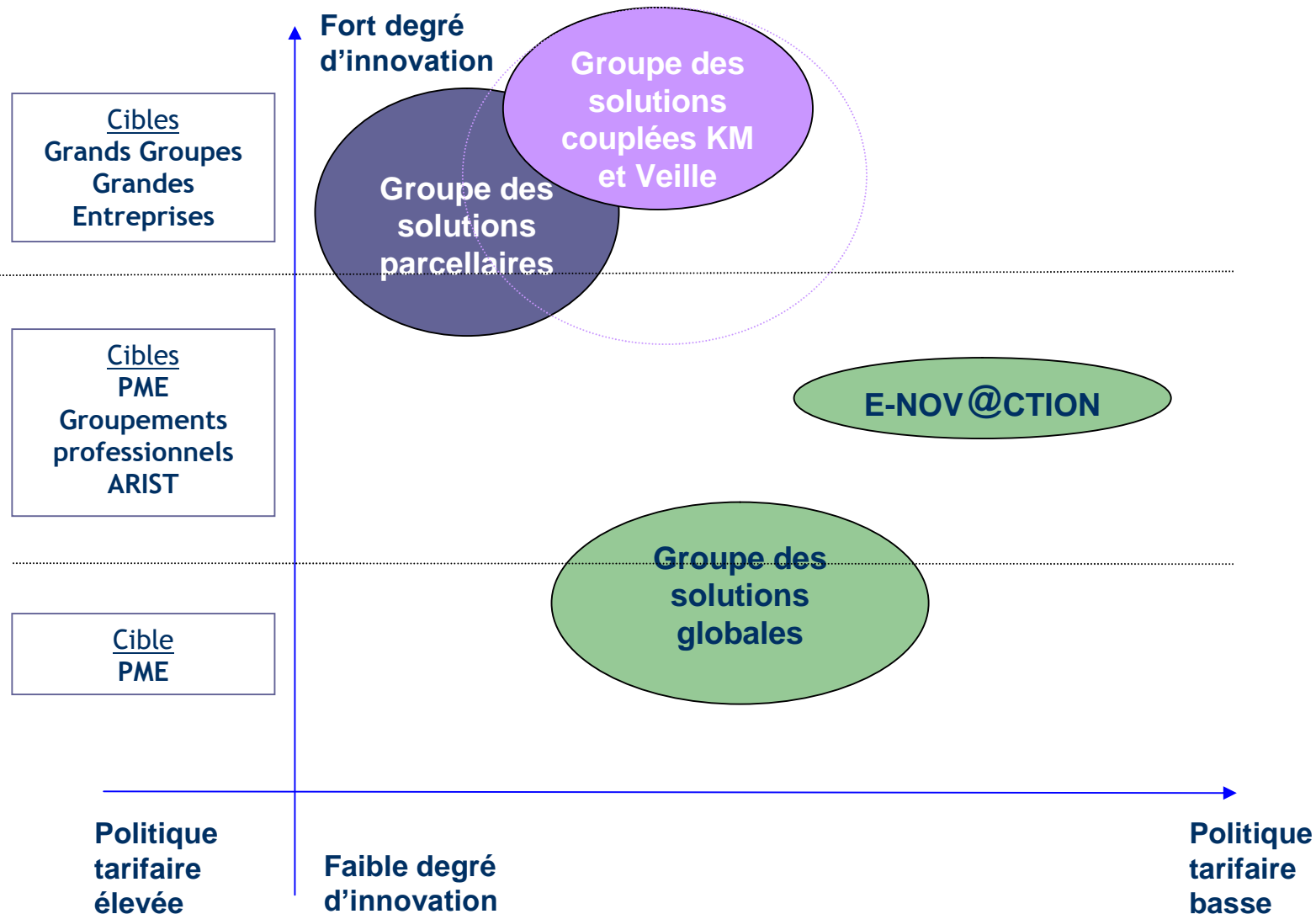
Type de solutions	Groupe stratégique
Solutions « globales »	Le groupe des « solutions globales »
	Le groupe des « solutions couplées : KM et Veille »
Solutions « partielles »	Le groupe des « solutions partielles»

- Les solutions « globales » répondent aux besoins d'une cible dans toutes les étapes du processus de veille
- Les solutions « couplées » KM et Veille répondent à des besoins plus larges en matière de Veille et de Gestion des Connaissances
- Les solutions « partielles » répondent aux besoins d'une ou deux étapes du processus de veille

Le positionnement d'e-nov@ction 1/2



Le positionnement d'e-nov@ction 2/2



Les perspectives d'évolution d'enov@ction



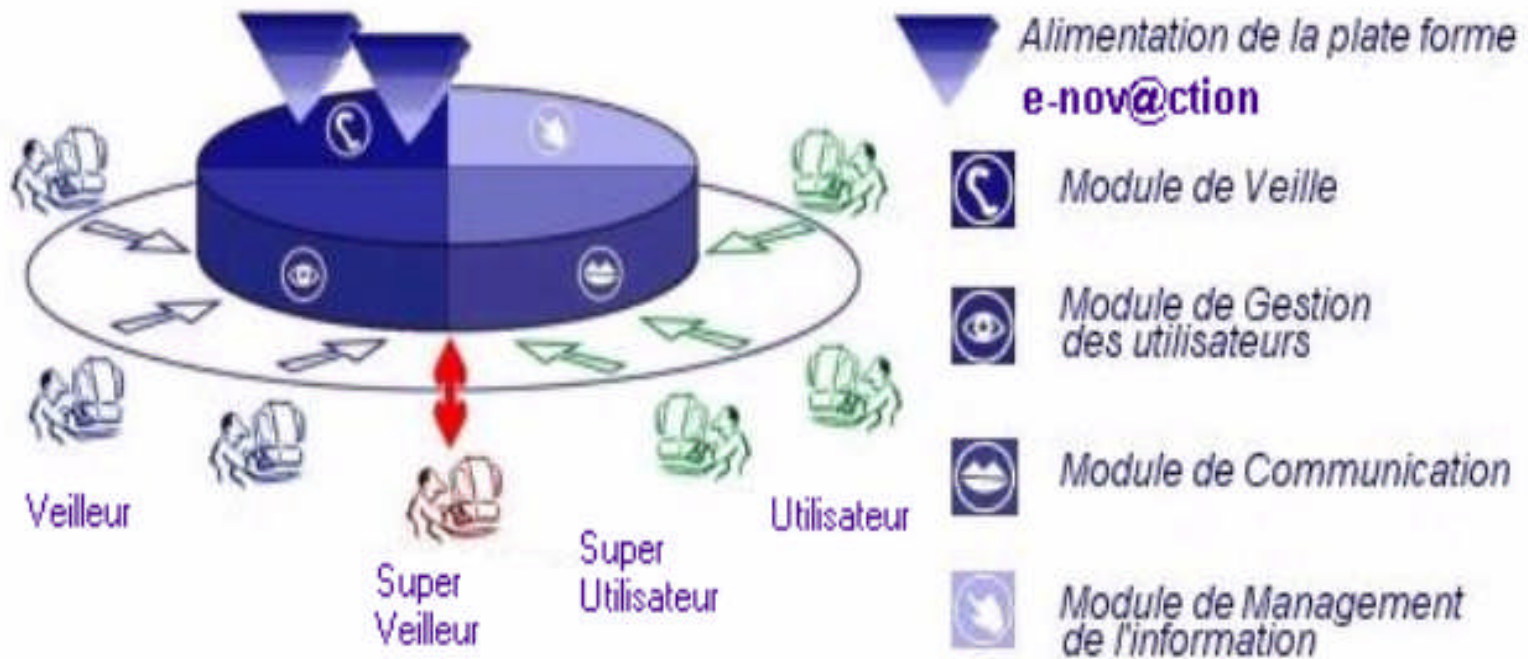
- Développement d'une interface permettant l'import et l'export :
 - De données privées et publiques au formats standard (XML, txt, cvs)
 - De données venant de logiciels spécifiques nécessitant un retraitement (ex: Brise)
- Développement d'un outil permettant la génération automatique mais personnalisable de bulletins de veille
- Mutualisation des connaissances :
 - Ajout d'un module pour les veilleurs partenaires
 - Possibilité donnée aux veilleurs externes d'utiliser et d'enrichir l'information

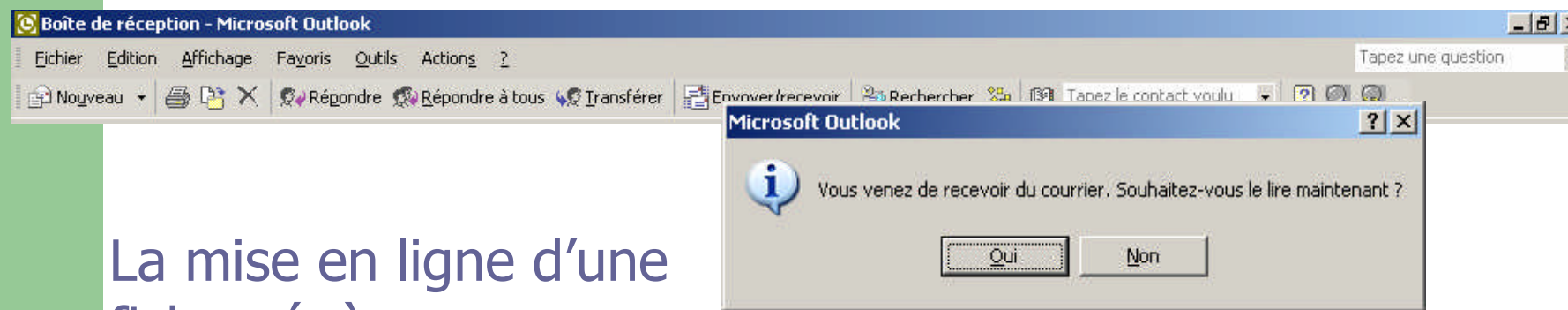
Mes activités au sein de l'Arist



- **Au niveau technique :**
 - Gestion et centralisation des anomalies E-nov@ction et Copernic
 - Tests de non régression
 - Reporting des anomalies avec la TMA et la DIT
 - Participation active aux évolutions de E-nov@ction
 - Mise en place d'une procédure de création et de gestion des comptes clients (droits et accès)
 - Validation des manuels U et SU
 - Participation à la conception de la plaquette commerciale version anglaise
 - Création de séquences filmées de E-nov@ction et de supports de présentation à usage commercial
 - Définition du cahier des charges pour le développement d'une démonstration flash de E-nov@ction en anglais
 - Diagnostique des scripts Copernic et proposition de modifications
 - Assistance technique auprès des utilisateurs
 - Formations internes
- **Au niveau veille :**
 - Veille juridique : recherches d'antériorité (esp@cenet, plutarque, ...)
 - Veille réglementaire : recherches de nouveaux textes ou de projets dans le domaine de l'hygiène et la sécurité (legifrance,...)
 - Veille concurrentielle : études de marché et surveillance des appels d'offres nationales et internationales (Xerfi, Proavia,...)
 - Veille presse

Architecture de la plateforme E-nov@ction



E-nov@ction du côté utilisateur : Alerte de mise en ligne d'une fiche

La mise en ligne d'une fiche génère automatiquement un message électronique vous invitant à aller consulter cette dernière à partir de votre site ou à partir d'e-nov@ction

De : arist@cote-azur.cci.fr [mailto:arist@cote-azur.cci.fr]
Envoyé : vendredi 18 juin 2004 09:25
À : jpderail@aixenprovence-congres.com
Objet : Nouvelle fiche en ligne sur www.e-novaction.com

Votre espace de veille e-nov@ction a été mis à jour:

Thème : Marché/Market

Fiche : L'industrie automobile française en tête du classement.

E-nov@ction du côté utilisateur : La recherche multicritères

Recherche multicritères

- Mots-clés :
- Thèmes :
- AIVFC**
 - Juridique
 - Marché
 - Aéronautique
 - Agroalimentaire
 - Automobile
 - Informatique
 - Médical
 - Telecoms
 - Sociologie
 - Technologie

Mes requêtes
Aide en ligne

Recherche multicritères

- Mots-clés :
- Thèmes :
- Type :
- Toute la base,
- Dernière mise à jour,
- Période, (JJ/MM/AAAA)
- Entre le
- et le
-
- Mes requêtes
- Aide en ligne

> Accueil > Recherche multicritères

[Retour liste des fiches](#) [Exporter](#) [Imprimer](#)

[Synthèse](#) [Fiche détaillée](#)

N° 0406160013
L'industrie automobile française en tête du classement. V 12.0

◊ **Thème : Automobile** ◊ Pertinence : * * * * *

◊ **VEILLEUR | 18/06/2004**
Après une année 2002 en baisse, la reprise est au rendez-vous avec un taux de croissance estimé à 5% en 2005. Un marché à surveiller de très près.

◊ **Résumé**
2,6% : c'est le rythme de croissance annuel moyen de la production automobile dans la zone euro sur la période 2001-2007. Il sera positif dans l'ensemble des pays de l'union économique et monétaire (UEM) à l'exception de l'Italie. Ce taux sera égalé et dépassé dans 5 pays parmi lesquels figurent l'Allemagne et la France, les deux plus gros constructeurs automobiles européens. Les performances seront en revanche plus mitigées en Espagne et au Royaume-Uni, à ce titre assez proche de la croissance attendue aux Etats-Unis (1,5%). L'industrie automobile française se positionne en tête de classement avec un taux de croissance annuel moyen de 4,2% sur la période analysée (2001-2007).

◊ **Source**
Xerfi le portail des études de marché, économiques et sectorielles France et Europe - <http://www.xerfi.fr/>

◊ **Liens utiles**
<http://www.xerfi.fr/>

◊ **Image :**

- Possibilité de lancer des requêtes multicritères sur l'ensemble des fiches de la base clients

E-nov@ction du côté utilisateur : La fiche de synthèse

- Le veilleur affecte un indice de pertinence à l'information mise à disposition en fonction des besoins de l'utilisateur
- Le veilleur apporte également de la valeur ajoutée à l'information en proposant ses commentaires
- Un résumé de l'information permet à l'utilisateur d'en saisir rapidement l'essentiel
- Un lien direct est proposé afin d'accéder aisément à l'information source
- Une image permet d'étayer l'information pertinente

Retour liste des fiches

Exporter  Imprimer 

Synthèse

Fiche détaillée

N° 0406160013

L'industrie automobile française en tête du classement.

Y 12.0

◦ Thème : Automobile

◦ Pertinence : * * * * *

Commentaires

Ajouter un commentaire

◦ VEILLEUR | 18/06/2004

Après une année 2002 en baisse, la reprise est au rendez-vous avec un taux de croissance estimé à 5% en 2005. Un marché à surveiller de très près.

◦ Résumé

2,6% : c'est le rythme de croissance annuel moyen de la production automobile dans la zone euro sur la période 2001-2007. Il sera positif dans l'ensemble des pays de l'union économique et monétaire (UEM) à l'exception de l'Italie. Ce taux sera égalé et dépassé dans 5 pays parmi lesquels figurent l'Allemagne et la France, les deux plus gros constructeurs automobiles européens. Les performances seront en revanche plus mitigées en Espagne et au Royaume-Uni, à ce titre assez proche de la croissance attendue aux Etats-Unis (1,5%). L'industrie automobile française se positionne en tête de classement avec un taux de croissance annuel moyen de 4,2% sur la période analysée (2001-2007).

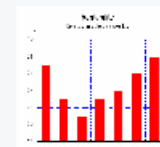
◦ Source

Xerfi le portail des études de marché, économiques et sectorielles France et Europe - <http://www.xerfi.fr/>

◦ Liens utiles

<http://www.xerfi.fr/>

◦ Image :



E-nov@ction du côté utilisateur : La fiche détaillée

- Il est possible :
 - d'exporter la fiche au format csv (excel) pour retraitement
 - d'imprimer l'intégralité de la fiche détaillée

- Outre la reprise des éléments synthétiques, la fiche peut contenir tout ou partie du texte source

Retour liste des fiches

Exporter Imprimer

Synthèse Fiche détaillée

N° 0406160013
L'industrie automobile française en tête du classement. ¥ 12.0

◦ Thèmes de veille : Automobile ◦ Pertinence : * * * * *

Commentaires Ajouter un commentaire

◦ VEILLEUR | 18/06/2004
Après une année 2002 en baisse, la reprise est au rendez-vous avec un taux de croissance estimé à 5% en 2005. Un marché à surveiller de très près.

◦ Résumé
2,6% : c'est le rythme de croissance annuel moyen de la production automobile dans la zone euro sur la période 2001-2007. Il sera positif dans l'ensemble des pays de l'union économique et monétaire (UEM) à l'exception de l'Italie. Ce taux sera égalé et dépassé dans 5 pays parmi lesquels figurent l'Allemagne et la France, les deux plus gros constructeurs automobiles européens. Les performances seront en revanche plus mitigées en Espagne et au Royaume-Uni, à ce titre assez proche de la croissance attendue aux Etats-Unis (1,5%).
L'industrie automobile française se positionne en tête de classement avec un taux de croissance annuel moyen de 4,2% sur la période analysée (2001-2007).

◦ Texte
- La phase d'accélération est amorcée :
L'industrie automobile européenne traverse une mauvaise passe. L'année 2002 s'est clôturée sur une baisse de la production des constructeurs, équipementiers et carrossiers industriels alors qu'aucun recul n'avait été observé dans la zone euro depuis 1993. La baisse aura toutefois été de courte durée. Et même si les rythmes de croissance ne sont pas encore très soutenus, la reprise s'est enclenchée en 2003 et ira en s'amplifiant au cours des mois et des années à venir. Les taux de croissance atteindront d'ailleurs un niveau élevé en 2005 : près de 5%. La hausse de la production s'établira finalement à 3,8% en moyenne annuelle au cours de la période 2003-2007. Si la détérioration de la conjoncture économique a bridé les dépenses des ménages et des entreprises en 2002 et sur une bonne partie de l'année 2003, les immatriculations sont sur le point de se redresser en Europe alors que des taux de croissance positifs ont déjà été enregistrés aux Etats-Unis. La reprise des ventes de véhicules outre-Atlantique est d'ailleurs de bon augure pour une industrie européenne qui réalise désormais plus du quart de son activité sur les marchés extérieurs. Lorsqu'elle se sera étendue à l'Europe, la progression du marché aura des répercussions en chaîne sur l'ensemble des acteurs de l'industrie automobile : constructeurs, équipementiers et carrossiers. Mais si les conditions de marché s'améliorent, les rapports de force au sein de la

E-nov@ction du côté utilisateur : La fiche détaillée (suite)

- D'autres champs sont disponibles afin de permettre une identification et un classement précis de l'information (publication, auteur, langue)
- Les mots-clefs facilitent la recherche de l'information
- L'utilisateur a un accès facile au document d'origine joint à la fiche

◦ **Source**
Xerfi le portail des études de marché, économiques et sectorielles France et Europe - <http://www.xerfi.fr/>

◦ **Inventeur / Auteur**
Xerfi

◦ **Produits / Secteurs Concernés**
Automobile

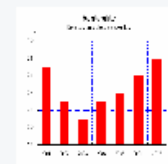
◦ **Mots clés**
Automobile, croissance

◦ **Langue(s) du (des) document(s)**
FR

◦ **Origine**
Xerfi le portail des études de marché, économiques et sectorielles France et Europe

◦ **Liens utiles**
<http://www.xerfi.fr/>

◦ **Image**



◦ **Documents attachés**

f1147915.pdf

E-nov@ction du côté veilleur : Principales fonctionnalités du Veilleur



Explorez vos fiches d'info. :

Accédez aisément à votre contenu classé selon une arborescence personnalisée

Recherchez l'information et **créez automatiquement** vos fiches d'info.

Gérez vos Thèmes : Créez, renommez ou supprimez vos thèmes simplement

The screenshot displays the 'Explorateur' (File Explorer) on the left, showing a tree structure of 'Contenu de veille' with sub-categories like 'Thèmes de Veille', 'Grandes Thématiques', 'Marchés', 'Agroalimentaire', 'Santé', 'Organismes certificateurs', 'BVQI', 'DNV', 'LRQA', 'SGS', and 'TIW'. Below this are 'Import de fiches' and 'Copernic' options. In the center, a table titled 'Liste des fiches du thème "SGS"' shows 9 entries with columns for 'Titre', 'Date MAJ', and 'P D L' (Priority, Display, List). Each entry has a 'Modifier' button. On the right, a 'Modifier' button is highlighted with a red box. At the bottom, a management panel includes buttons for 'tout sélectionner', 'visualiser la sélection', 'BASCULE', 'tout désélectionner', 'supprimer la sélection', 'Créer une fiche', and a 'Déplacer' option with a dropdown menu for 'Choisir un thème'.

Modifiez rapidement vos fiches d'info. avec l'accès rapide

Mettez en ligne vos fiches d'info. : Vous ne transmettez que l'information utile. Les utilisateurs sont avertis par email de la mise à jour de leur espace de travail

Créez manuellement vos fiches d'info.

Gérez vos Fiches d'info. : Copiez, déplacez ou supprimez une ou plusieurs fiches

E-nov@ction du côté veilleur : Création manuelle d'une fiche simplifiée

La création manuelle d'une fiche simplifiée permet d'aller rapidement à l'essentiel. Elle nécessite l'insertion d'un minimum d'informations

https://www.e-novaction.com/admin/fiche_cre.asp?initTheme=2591 - Microsoft Internet Explorer fourni par CCINCA

Création d'une fiche

Deux possibilités pour créer une fiche :

- Saisir les champs présents sur le formulaire et enregistrer (création d'une fiche simplifiée).
- Saisir les champs présents sur le formulaire et cliquez sur le bouton "Suite". Les données sont alors sauvegardées et vous atteignez un 2ème formulaire permettant de compléter la fiche avec des champs plus spécifiques au type de fiche sélectionné.

Dans tous les cas, avant de visualiser votre fiche, elle devra être validée par votre Super-Utilisateur puis par le Veilleur. Ce procédé sera automatique et ne vous demandera aucune intervention.

• Titre :

• Type :

• Thème :

• Résumé :

• Source :

E-nov@ction du côté veilleur : Création manuelle d'une fiche détaillée 1/2

La fiche détaillée permet :

- l'insertion d'informations complémentaires
- la gestion de l'indice de pertinence de l'information
- l'ajout de liens interactifs (voir diapo suivante)

* Titre : <input type="text" value="Le commerce équitable : chiffres et acteurs"/>	
* Type : <input type="text" value="Presse-Press"/>	* Pertinence : <input type="text" value="3"/>
* Theme : <input type="text" value="Commerce Equitable"/>	* Source : <input type="text" value="http://conte.u-bordeaux4.fr"/>
* Texte : <input type="text" value="Les objectifs du commerce équitable peuvent se rassembler autour de six préoccupations majeures3 : 1. L'amélioration des rémunérations et du bien-être des producteurs"/>	* Origine : <input type="text"/>
* Langue du document : <input type="text" value="FR"/>	* Mots Clés : <input type="text" value="commerce equitable"/>
* Résumé : <input anglais)"="" en="" fair="" trade"="" type="text" value="Devant les échecs des tentatives institutionnelles de rééquilibrage des échanges Nord-Sud, se sont développées des initiatives marginales impliquant le plus souvent des ONG. Parmi ces initiatives, le commerce équitable ("/>	* Numéro de publication : <input type="text"/>
* Entreprises citées : <input type="text"/>	* Date mise en ligne (JJ/MM/AAAA) : <input type="text"/>
* Société : <input type="text"/>	* Dates : <input type="text"/>
* Type de Document : <input type="text"/>	

E-nov@ction du côté veilleur : Création manuelle d'une fiche détaillée 2/2



3 types de liens interactifs :

Liens avec d'autres fiches

Liens avec les fichiers sources

Liens avec d'autres sites Internet

• Liens Fiches :

- La Quinzaine du Commerce Équitable
- Association Max Havelaar France
- Produits du monde--commerce equitable de cafe
- commerce équitable
- Quest-ce que le commerce équitable ?
- La Plate-Forme Pour Le Commerce Équitable
- Penser pour agir / Les impacts du commerce équitable
- Le Commerce Equitable sur Internet, c'est commerceequitable.com
- Le commerce équitable : chiffres et acteurs

• Liens URL :

http://

http://

http://

http://

http://

• Documents existants :

Image GIF ou JPEG (taille maximale : 200 Ko).

ton\Mes documents\afaq\afaq.gif Parcourir...

Cette image apparaîtra sur l'onglet Synthèse de la fiche

Tous documents autorisés (taille maximale : 1 Mo).

chiers\Le commerce equitable.pdf Parcourir...

Parcourir...

Parcourir...

Parcourir...

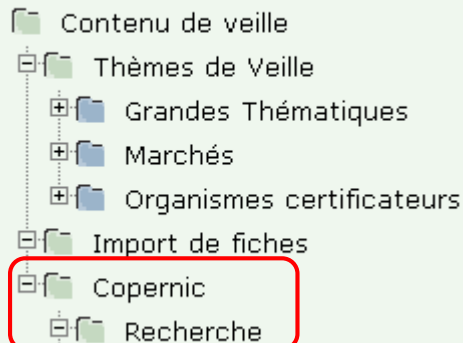
Enregistrer

Prévisualiser

Annuler

E-nov@ction du côté veilleur : recherche d'informations avec Copernic

Explorateur



L'agent de recherche intelligent Copernic intégré à enov@ction permet :

- d'effectuer vos recherches par catégorie et par type d'information et de les automatiser
- de programmer la surveillance de sites Internet : vous recevez par email un état des changements intervenus sur les pages surveillées

e-nov@ction

Nouvelle recherche
Nouvelle veille de page
Nouveau résumé
Calendriers
Préférences

Dossiers

GENERAL
Certification - A
Marchés
Organismes Cer

GENERAL

Historique

* <input type="checkbox"/>	Nom	Type	Dernière mise à jour
<input type="checkbox"/>	Certification - Accréditation -	Dossier	-
<input type="checkbox"/>	Marchés	Dossier	-
<input type="checkbox"/>	Organismes Certificateurs	Dossier	-
<input type="checkbox"/>	developpement durable (Phrase exacte) Le Web	Recherche	22 Juillet
<input type="checkbox"/>	AFAV Actualités	Veille de page	-

Déplacer

Supprimer

- d'effectuer des résumés de l'information trouvée
- le classement efficace de l'information et son intégration immédiate sous forme de fiche dans enov@ction

Références



- Ouvrages :
 - « Intelligence stratégique sur Internet », C. REVELI, Dunod – 1998

- Dossiers – Articles :
 - « Maîtriser la veille pour préparer l'intelligence économique », D.Meingan et I. Lebo, Knowledge Consult, Septembre 2004
 - Dossier spécial architecture et information, L'Informatique Professionnelle n° 219, décembre 2003
 - « La veille sur Internet », Knowledge Consult, Gilles Balmisse, mars 2001
 - « PME : utilisation d'internet pour la veille stratégique orientée client », H. Lesca et R. Jannisek-Muniz, Colloque CIFPME2002, novembre 2002
 - « Utilisation d'Internet pour la veille stratégique : facteurs déterminant des pratiques des entreprises françaises », H. Isaac, 8ème congrès de l'AIM
 - « Guide de la veille industrielle », P. Heyde, Arist Rhône-alpes, 1995
 - « Les outils pour mettre en place une veille stratégique », S. Bordage, Zdnet.fr, juin 2004
 - « Etude : développer l'intelligence économique et stratégique via le système d'information », T. Noisette, Zdnet.fr, avril 2003
 - « Panorama des outils de gestion des connaissances », Business Interactif, 2001
 - « La gestion de la connaissance nouvelle génération », A. CLAPAUD, 01 Réseaux N° 141 / Juillet-Août 2004
 - « La vision stratégique des dirigeants en matière de knowledge Management », Rapport d'enquête Knowings, juillet 2003



www.e-novaction.com