

Remise des Prix Intranet d'Or

Mardi 15 octobre 2002
Espace Charles-Louis Havas à Neuilly

Sommaire

Communiqué de presse	page 3
AIR LIQUIDE Intranet d'Or 2002	page 5
ARCELOR Mention spéciale «Partage des savoirs»	page 7
MERCK SANTE Mention spéciale «Initiative métiers»	page 10
Présentation générale du Prix	page 12
Intranet et gestion des compétences : quelques enseignements	page 15
Les membres du Jury	page 17

Communiqué de presse

L'Intranet d'Or a été remis le 15 octobre 2002 à Air Liquide

L'intranet, outil multi-ressources par excellence, ouvre des opportunités considérables dans le domaine du développement et de la gestion des compétences. En 1998, la **Cegos** et **Entreprise & Carrières** ont choisi de s'associer pour promouvoir les réalisations les plus novatrices et diffuser les meilleures pratiques en matière de nouvelles technologies au service des stratégies ressources humaines et compétences des entreprises.

Pour la cinquième édition du prix Intranet d'Or, trente trois dossiers de candidature ont été déposés. Il s'agit de :

- AGF
- Air France
- Air Liquide
- Ajilon
- AOL France
- APCM
- Arcelor
- Arjowiggins
- Axiom
- Banques Populaires
- Danone
- Deloitte & Touche
- Devoteam
- DHL Worldwide Express
- Ecureuil Vie
- Ernst & Young
- Eutelsat
- France Telecom (3 dossiers)
- GEAC Enterprise Solutions
- Glaxosmithkline
- Groupe Limagrain
- Heineken
- Ikea
- Isica
- Lixxbail
- Martell & Co
- MC Concilium
- Merck Santé
- Schlumberger
- Siemens
- SNCF

Le jury, présidé par Jean-Marc Espalioux, Président du Directoire du Groupe Accor, a sélectionné trois intranets :

- **Air Liquide (Intranet d'Or)**
- **Arcelor (Mention spéciale «Partage des savoirs»)**
- **Merck Santé (Mention spéciale «Initiative métiers»)**

- **«MyAL» :**
Portail intranet personnalisable pour les salariés du Groupe Air Liquide
Intranet d'Or 2002

L'intranet baptisé «MyAL» d'Air Liquide est un portail permettant d'accéder à l'ensemble des sites Intranet et Internet du Groupe et à de nombreux outils et applications tels que : annuaire unique, accès à la bourse de l'emploi, cours du titre Air Liquide, revue de presse, météo, outils de traduction... .

Il concerne tous les salariés du groupe disposant d'une adresse e-mail et d'un accès internet.

- **« Intranet Partage des Savoirs (IPS) :**
Un intranet pour transmettre les savoirs de façon originale chez Arcelor
Mention spéciale du jury : «Partage des savoirs»

L'«Intranet Partage des Savoirs» s'inscrit dans une démarche de knowledge management. C'est un outil de gestion intégré qui développe et facilite le partage des connaissances tacites (difficilement verbalisables) et des connaissances explicites (méthodes et procédures). Il utilise un mode pédagogique original sous forme d'histoires et de contes racontés par des experts et la mascotte de l'intranet.

Il concerne toute la population du Groupe équipée d'une connexion internet.

- **«Je@net» :**
Un intranet métier dédié pour les secrétaires et assistantes de Merck Santé
Mention spéciale du jury : «Initiative métiers»

«Je@net», destiné aux assistantes et secrétaires du Groupe Merck Santé a été créé pour développer le sentiment d'appartenance, partager les expertises, et améliorer la productivité pour gagner du temps face aux 35 heures.

«Je@net» est un mini site métier regroupant un contenu répondant aux besoins spécifiques des assistantes et des secrétaires. Il contient également des accès directs vers les informations du site général, et permet une consultation plus rapide, donc plus logique en fonction du métier.

AIR LIQUIDE

I - Présentation générale de l'entreprise

Créé en 1902, Air Liquide est un Groupe international spécialisé dans les gaz industriels et médicaux, équipements et services associés.

Leader mondial dans son domaine, le Groupe générait en 2001 un chiffre d'affaires de 8 328 millions d'euros (dont 77 % à l'international) pour un effectif de 30 800 collaborateurs dont environ un tiers en France.

II - Descriptif de la réalisation Intranet

Intitulé de la réalisation :

- MyAL

Entités concernées par l'Intranet et profil des utilisateurs :

- Plusieurs entités françaises dont le siège social à Paris (toutes directions du Groupe : Marketing, Finance, Sécurité, Relations Humaines...), les agences régionales (industriels et santé), les centres d'ingénierie, le centre de recherche
- Filiales pays sur tous les continents.

Il concerne donc tous les salariés du Groupe disposant d'une adresse e-mail et un accès Internet.

Nombre de personnes bénéficiant de cet Intranet :

- Au moment du lancement : 550.
- Aujourd'hui : 8 000.
- A terme : tous les salariés du Groupe.

1. Les objectifs et enjeux

En 1999, Air Liquide avait déjà lancé un Intranet essentiellement informatif, accessible aux salariés du Groupe connectés à Internet.

Les objectifs du nouveau portail « MyAL » sont les suivants :

- mettre à disposition des salariés une page personnalisable leur permettant d'accéder directement aux applications leur étant les plus utiles ;
- gagner en efficacité en donnant accès à partir d'une page unique à l'ensemble des outils, applications, informations utiles aux salariés de l'entreprise ;
- fédérer l'ensemble des Intranets du Groupe.

2. Fonctionnalités

Le portail MyAL donne accès à l'ensemble des sites Intranet et Internet du Groupe, ainsi qu'à de nombreux outils et applications tels que : annuaire unique, accès à la bourse de l'emploi, cours du titre Air Liquide, revue de presse, météo, outils de traduction....

Chaque salarié peut personnaliser sa page en fonction des applications qui lui sont les plus utiles au quotidien.

3. Aspects techniques

Ce portail Intranet « MyAL » a été réalisé en interne, la dernière version est entièrement en «full web services».

Chaque module est un web service qui est appelé par la page principale. Cette architecture permet d'ajouter des web services provenant de n'importe quel serveur web dans le monde, fonctionnant avec n'importe quelle technologie afin d'en rapatrier les données.

4. Les perspectives

- Le e-learning a récemment été lancé en phase pilote : il s'agit de cours d'anglais en ligne pour des Français répartis sur plusieurs sites géographiques différents.
- La gestion en ligne des notes de frais (e-expense).
- La gestion de communautés permettra de partager des informations entre des personnes de différentes entités (exemple : Communauté «Electronique»).
- De nouvelles applications métiers vont bientôt être développées grâce aux Web Services.

ARCELOR

I - Présentation générale de l'entreprise

Avec un effectif de plus de 100 000 personnes, Arcelor a réalisé en 2001 un chiffre d'affaires de 27 069 millions d'euros. Arcelor est le fruit de la fusion entre Usinor, Arbed et Aceralia. Son activité principale est la sidérurgie à chaud et à froid, la fabrication et la vente de produits sidérurgiques revêtus.

II - Descriptif de la réalisation intranet

Intitulé de la réalisation :

- «Intranet de Partage des Savoirs» (IPS)

Entité concernée par l'intranet et profil des utilisateurs :

- Tous les sites connectés au réseau intranet «Chorus», principalement les sites francophones pour le moment (soit une trentaine de sites de directions : Fabrication, Transformation, Vente, Unités transversales du support,...). Une connexion «nomade» par réseau téléphonique est également possible. Actuellement, toute la population du Groupe à tous niveaux hiérarchiques a la possibilité de se connecter.

Nombre de personnes bénéficiant de cet intranet :

- Au moment du lancement : 50% de la population totale d'Arcelor, soit 40 000 utilisateurs.
- Aujourd'hui : idem
- A terme : 100 % dès l'intégration complète des réseaux Usinor, Arbed, Aceralia.

1. Objectifs et enjeux du projet

L'«Intranet Partage des Savoirs» vise des objectifs didactiques, relationnels et comportementaux.

- Apporter un appui aux acteurs des unités du Groupe pour faire évoluer la culture interne en matière de management et plus particulièrement de management des connaissances.
- Améliorer et développer la cohérence et la cohésion du management de la qualité au sein du Groupe.
- Améliorer de manière continue les résultats opérationnels des unités.
- Mettre à disposition des données de comparaison et des éléments de bonnes pratiques.
- Augmenter la connaissance collective de l'entreprise.
- Contribuer à augmenter la vitesse de progrès dans tous les domaines.

2. Les fonctionnalités de l'Intranet

Les différentes rubriques de l'intranet :

- **Rubrique «Chemins de la performance» :**

Avec des sous-rubriques intitulées :

- «la politique qualité»
- «Pratiquer la qualité»
- «Les sites qualité»
- «La base documentaire»

- **Rubrique « Communautés collaboratives »**

Avec des sous-rubriques intitulées :

- «Règles du jeu de l'Usinaute»
- «Les Communautés collaboratives» (Management qualité, TPM, Auto-évaluation, métrologie...)

- **Rubrique «Mes besoins»**

Avec une recherche par centres d'intérêts et d'expertise dans la base des visiteurs du site.

- **Rubrique «Histoires de savoirs»**

Avec des sous-rubriques intitulées :

- «Partage des savoirs»
- Dictionnaire de l'ignorance

3. Aspects techniques

- Serveur d'application Websphere sous windows NT
- Serveur de publication Internet information serveur 4 sous windows NT
- Serveur de données Universal DB2 sous windows NT
- Serveur Lotus domino (pour la partie « communautés collaboratives »)
- Langages : Java, JSP, Html

Réalisations développées :

- Base de profiling
- Base annuaire
- Plusieurs autres bases de données
- Workflow de news

4. Les perspectives

- Mise en place et enrichissement par extension de la base de données industrielles aux équipements de nouveaux partenaires.
- Enrichissement conséquent des contenus.
- Développement d'une base «Prise de décisions».
- D'autres développements seront amorcés après fusion complète du Groupe et consensus sur les axes stratégiques et voies à suivre.

MERCK SANTE

I - Présentation générale de l'entreprise

Merck Santé est une filiale française d'un groupe allemand. Elle regroupe deux pôles d'activité : la pharmacie, et la chimie. En 2001, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 799 millions d'euros et possède un effectif de 2 139 personnes.

II - Descriptif de la réalisation intranet

Intitulé de la réalisation :

- [Je@Net](#), nom dérivé de Mademoiselle Jeanne, la secrétaire de Gaston Lagaffe – résultat d'un sondage conduit parmi les assistantes.

Entité concernée par l'Intranet et profil des utilisateurs :

- Fonctions assistantes et secrétaires du site de Saint-Romain (siège social des différentes sociétés du Groupe) en cible prioritaire, tout en laissant l'accès libre aux assistantes des autres sites et à l'ensemble du personnel, tous métiers et tous sites confondus.

Nombre de personnes bénéficiant de votre intranet :

- Au moment du lancement : 20 % soit 156 personnes environ.
- Aujourd'hui : 80 %.
- A terme : 100 %.

1. Objectifs et enjeux

Dans le cadre d'une approche de management visant à favoriser les initiatives individuelles, un groupe projet d'assistantes et secrétaires a été créé dont l'objectif était de mettre en place des actions pour améliorer leur productivité (dans le contexte des 35 heures).

Une de ces actions s'est concrétisée par la mise en place d'un «Intranet métier» pour développer leur sentiment d'appartenance métier, partager leur expertise et gagner du temps.

2. Les fonctionnalités de «Espace professionnalisation RH»

[Je@net](#) est un mini-site métier avec un contenu répondant aux besoins spécifiques des assistantes et secrétaires. Il contient également des accès directs vers les informations du site général, permettant une consultation plus rapide en fonction du métier.

➤ **Les différentes rubriques :**

- «Infos sites»
- «Formulaires
- «Déplacements / Séminaires»
- «Achats »
- «Comptabilité»
- «Documentation»
- «Bureautique»
- «Les trucs métiers»

3. Aspects techniques

Technologie utilisée : centre de publication interligo en open source HTML et JAVA.

4. Perspectives

- Recherche de nouveaux contenus sur propositions des utilisateurs et du groupe projet.
- Réflexion en cours pour faire évoluer l'Intranet général vers un Intranet deuxième génération (portail d'entreprise).

Présentation générale du Prix

En partenariat avec l'hebdomadaire Entreprise & Carrières, la Cegos organise pour la cinquième année consécutive le Prix Intranets d'Or, visant à récompenser les intranets innovants en matière de gestion des ressources humaines et de développement des compétences.

Pour cette édition 2002, trente trois dossiers de candidature ont été déposés.

I - Enjeux du prix et promotion auprès des entreprises

1. Les enjeux

L'intranet est l'application de la technologie internet au domaine intra-entreprise. Il s'appuie sur les réseaux locaux existants.

Comment ces réseaux intranet accompagnent-ils le développement des compétences des salariés ? En quoi peuvent-ils être le support de la fonction ressources humaines ?

Cette cinquième édition du Prix Intranet d'Or nous permet d'avoir un panorama des pratiques conciliant les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et la gestion des compétences et des ressources humaines à travers les diverses candidatures.

2. La promotion du Prix

La promotion du Prix auprès des entreprises s'est appuyée sur les éléments suivants :

- mailing à partir des fichiers clients Cegos (3000 entreprises contactées) et des fichiers Entreprise & Carrières,
- relances téléphoniques et suivi d'environ 100 entreprises par l'équipe technique Cegos,
- annonces régulières dans Entreprise & Carrières.

Au final 33 dossiers ont été retenus. C'est le meilleur résultat depuis la première édition de ce Prix.

Ce résultat s'explique par plusieurs facteurs :

- pour certaines de ces entreprises, leur intranet est opérationnel et les salariés se le sont approprié. Elles souhaitent donc être un exemple pour d'autres entreprises qui hésiteraient encore à mettre en place un intranet,
- d'autres entreprises voient à travers cette participation un moyen pour elles d'avoir un avis externe et d'augmenter ainsi la qualité, donc l'adhésion à leur intranet,
- enfin la participation au prix est également, pour les entreprises, un bon outil de benchmarking.

II - Présentation générale des dossiers de candidature

Les 33 dossiers sont très variés. Quelques chiffres permettent de le prouver :

- les applications présentées concernent entre 45 et 120 000 personnes,
- les coûts de développement des réalisations se situent entre 10 Keuros et 800 Keuros (les modalités de calcul étant propres à chaque entreprise ce qui peut expliquer leur disparité).

Les trente trois entreprises candidates ont des statuts divers :

- trente sociétés appartiennent au secteur privé, dont :
 - quatre cabinets de conseil,
 - trois sociétés de service en ingénierie informatique (SSII),
- deux entreprises du service public,
- un organisme consulaire.

La diversité (taille, coût, durée de réalisation) des intranets candidats à l'édition 2002 nous permet de noter quelques remarques :

- il est aujourd'hui possible de mettre en place un intranet dès l'instant que l'on a un logiciel adapté (plusieurs ont d'ailleurs installé leur intranet en interne avec l'aide de webmasters),
- pour un intranet statique, la mise minimale est de 10 Keuros,
- un intranet peut être mis en place en deux mois,
- l'intranet est un outil de communication qui dépasse les frontières hiérarchiques,
- l'intranet est un véritable outil de gestion des ressources humaines qui permet à la fonction RH de se recentrer sur des actions à valeur ajoutée,
- l'intranet est un espace virtuel qui permet le travail « collaboratif » et la capitalisation du savoir, sans limite temporelle ou géographique.

III - Eléments de comparaison et de sélection

Le dossier de candidature précise que :

Le Prix Intranet d'Or a pour objectif de récompenser et de promouvoir les intranets les plus innovants en matière de gestion des ressources humaines et de développement des compétences dans les domaines suivants :

- *formation en ligne, solutions e-learning*
- *mobilité et bourse interne de l'emploi,*
- *informations sur les métiers et les compétences de l'entreprise,*
- *capitalisation et transfert des savoirs ou des pratiques professionnelles,*
- *gestion des temps et des activités.*

En outre, il est spécifié que :

les Intranets d'Or seront décernés aux entreprises qui auront présenté les réalisations les plus exemplaires et susceptibles d'aider les autres à progresser.

Les réalisations intranet doivent répondre à ces consignes. Mais plusieurs autres critères semblent particulièrement importants et peuvent retenir toute l'attention du jury :

1^{er} critère : L'intégration de l'intranet dans la stratégie de l'entreprise

L'intranet n'est-il qu'un "gadget technologique" diffusant des informations générales ou est-il un véritable outil au service de la stratégie de l'entreprise et du développement des compétences ?

2^{ème} critère : le degré de maturité technique

La technologie internet, à la base des intranets est simple, assez peu coûteuse et facile à implémenter.

L'Intranet peut cependant être intéressant du point de vue technique lorsqu'il comprend des réalisations ou des fonctionnalités particulières. Il convient donc de valoriser :

- les sites dynamiques qui permettent des mises à jour, soit automatiques (connexions à des bases de données), soit manuelles (mises à jour par un webmaster ou par des groupes dédiés de salariés),
- les éléments interactifs et dynamiques (utilisation de Flash MX; du logiciel Java, ActiveX, formulaires simplifiés de mise à jour),
- les réalisations technologiques : robot de surveillance, système-expert, interactivité entre une interface développée en technologie Web et les Progiciels de Gestion Intégrée du marché (PGI/ERP), ...

3^{ème} critère : L'appropriation par les utilisateurs

Y-a-t-il des statistiques qui en prouvent l'utilisation ?

La navigation est-elle confortable ? Le système est-il convivial ?

NB : pour pouvoir apprécier ce critère, les candidats ont fourni des copies d'écrans de leur réalisation que nous avons intégré dans les dossiers de synthèse.

4^{ème} critère : La multifonctionnalité de l'intranet

L'intranet est-il informatif, corporate ou communautaire ? Cumule t-il plusieurs fonctionnalités ?

Intranet et gestion des compétences : quelques enseignements

Les intranets n'ont pas tous atteint le même niveau de maturité. Il semble que l'on puisse mettre en évidence trois temps dans le développement de ces réseaux :

- dans un premier temps, l'intranet répond aux seuls objectifs d'amélioration de la **communication interne** et de diffusion d'information. Les fonctionnalités développées sont assez simples ;
- dans un deuxième temps des applications plus spécifiques sont mises en ligne et correspondent aux grandes fonctions de l'entreprise ; ces intranets recouvrent tout ou partie d'activités de l'entreprise (notion de « **workflow** ») : application de Gestion des Temps et des Activités, formulaires administratifs en ligne, prise de commande/inscription en ligne, demande de mobilité...
- dans la dernière phase, les applications deviennent complexes et s'approchent d'une véritable **gestion des compétences**. A ce niveau de développement les intranets permettent, en particulier, la mise en ligne de bases de connaissances ou de modules d'autoformation.

1. Intranet, outil de communication et de partage d'informations

Face aux pressions de la concurrence, les entreprises ont besoin d'être réactives et innovantes. La capacité à disposer rapidement d'informations pertinentes sur l'évolution des marchés (clients, concurrents, produits, législation, ...) et savoir utiliser celles-ci devient source d'avantages concurrentiels. Partager l'information pour l'ensemble des salariés de manière immédiate, pour un coût réduit (« 0 papier »), est devenu une brique de base de tout intranet.

2. Intranet, outil de gestion et de « workflow »

Avec la mise en place d'un intranet, la Direction s'adresse directement aux salariés. Le salarié via l'intranet, devient de plus en plus autonome dans la gestion de sa carrière et de ses activités.

Parmi les fonctionnalités recensées, se trouvent :

- Gestion des Temps et des Activités : feuilles de temps, congés, absences... directement implémentés dans le SIRH (paye, suivi des temps...) de l'entreprise sans saisie supplémentaire d'informations ;
- demande et suivi des formulaires administratifs en ligne ;
- inscriptions aux formations ;
- demandes et recherches de mobilité ;
- recherche de candidature.

Elles permettent à la fonction RH de se concentrer sur des actions supports à haute valeur ajoutée, comme le conseil aux opérationnels, et de fournir aussi en ligne une aide à l'activité à forte valeur ajoutée.

Cela soulève deux questions :

- va-t-on vers une disparition de la gestion collective du fait des progrès technologiques ?
- qu'en est-il de ceux qui ne peuvent pas, ne savent pas ou ne veulent pas accéder à l'information mise en réseau sur intranet (personnes qui ne sont pas connectées au réseau ou pas familiarisées avec les NTIC) ?

3. Intranet et capitalisation des savoirs de l'entreprise

Les entreprises ont besoin de formaliser et de garder en mémoire les savoirs et savoir-faire des hommes qui la composent. L'Intranet peut être le support de cette gestion des connaissances en permettant de conserver la trace et en mettant à la disposition de tous, les principaux résultats de projets ou d'études menées. Ils doivent aussi permettre aux salariés de trouver l'information nécessaire à la réalisation de leur activité en un minimum de temps («**Knowledge Management**»), voire de se former de manière immédiate, sur simple demande et à un moindre coût («**e-learning**»).

Peu de dossiers présentent un véritable intranet de formation en ligne (« e-learning), intranet qui permettrait au salarié de véritablement se former à la réalisation de ses activités en employant les modalités pédagogiques appropriées (mise en situation, jeu/animation, vidéo - quiz, classes virtuelles...). Plusieurs facteurs expliquent ce constat : freins technologiques (problème de poids des fichiers), coût élevé de développements spécifiques, difficultés conjoncturelles actuelles...

Les organisations candidates à l'édition 2002 disposant d'un intranet de capitalisation des savoirs sont des entreprises de taille importante. En effet, pour ce type d'entreprise, une fois les besoins de communication satisfaits et l'appropriation de l'outil assimilé par l'ensemble des salariés, ces entreprises veulent utiliser les nouvelles technologies pour faire de leur Intranet un **espace virtuel** qui permet le travail « collaboratif » et la capitalisation du savoir professionnel sans limite temporelle ou géographique.

Les membres du jury

Jean-Marc ESPALIOUX

Président du Directoire
Groupe ACCOR

Gérard ARNAUD

Responsable ingénierie et assistance maîtrise d'ouvrage
BNP PARIBAS

Vincent BERTHELOT

Responsable Formation et Responsable du projet intranet RH
RATP
Lauréat 2001

Odile BROUET

Responsable du service ingénierie et déploiement des formations transversales
RENAULT

Bertrand CALMON

Directeur des Ressources Humaines
PECHINEY EMBALLAGE ALIMENTAIRE
Lauréat 2001

Myriam DUBERTRAND

Rédactrice en chef
ENTREPRISE & CARRIERES

Michel KALIKA

Professeur, Directeur de l'executive MBA
et du DEA e-management
UNIVERSITE PARIS-DAUPHINE

Louis Michel LAMY

Directeur des nouvelles technologies
GROUPE VALEO

Alexandre PERROD

Responsable support ingénierie et développement RH
CREDIT AGRICOLE INDOSUEZ
Lauréat 2001

Jean RANCOULE

Directeur de la communication interne
SNECMA