

**Dossier de presse**

**Prix Intranet 2007**

**Mardi 13 novembre 2007  
Elysées Biarritz – Paris**

Communiqué de presse

Intranets et stratégies de développement des compétences

## Le Prix Intranet 2007 décerné à CITROËN pour son intranet « Cit-le@rning »

---

Paris, le 13 novembre 2007 - En partenariat avec l'hebdomadaire *Entreprise & Carrières* et le site *lesechos.fr*, le Groupe Cegos a organisé, pour la dixième année consécutive le Prix Intranet. Celui-ci récompense les réalisations les plus exemplaires au service des stratégies de développement des compétences dans les entreprises.

Le jury, présidé cette année par Eric Boustouller, Président-directeur général de Microsoft France, a décerné le Prix Intranet 2007 à Citroën, pour son intranet baptisé « Cit-le@rning ».

### Le palmarès 2007

- **Prix Intranet 2007 : CITROËN**

L'intranet de Citroën, baptisé « **Cit-le@rning** », permet de développer les compétences du personnel des réseaux commerciaux de la Marque dans 29 pays, en leur proposant des offres de formation mixte (présentielle et e-learning).

- **Lauréat de la catégorie E-rh & Management : TF1**

L'intranet personnalisable de TF1, « **Déclic** », a pour objectif d'uniformiser et de fiabiliser l'accès aux informations ressources humaines pour la population diversifiée du Groupe et d'obtenir l'adhésion de l'ensemble des collaborateurs à cet outil.

- **Lauréat de la catégorie E-learning & Knowledge Management : Vallourec**

Baptisé « **ShareMind** », l'intranet de Vallourec identifie, formalise et diffuse les connaissances critiques existantes au sein de l'organisation. Il concerne environ 1200 collaborateurs en France et à l'international.

- **Mention Spéciale « Innovation » : Lilly France**

L'intranet « **Ma rémunération globale** » assure aux collaborateurs de Lilly la transparence sur leur rémunération et leurs avantages, en donnant accès à toutes les informations associées. Cet outil est destiné à tous les collaborateurs de Lilly France.

- **Prix du Public : Lilly France**

Les invités présents à la cérémonie de remise des Prix ont pu voter et choisir leur intranet favori à l'aide de boîtiers électroniques. Ils ont ainsi décerné le Prix du public à **Lilly France**.

## Quelques tendances identifiées au travers des 35 candidats au Prix Intranet 2007

Malgré la diversité des 35 intranets candidats de l'édition 2007(\*) (taille, coût, durée de réalisation, fonctionnalités), on peut identifier quelques problématiques communes aux entreprises en lisse :

- **L'E-learning arrive enfin à maturité** : presque une dizaine d'entreprises ont présenté une candidature avec un intranet E-learning ou tout du moins avec des modules E-learning présents sur l'intranet.  
Les arguments avancés par les entreprises sont : le développement des compétences des salariés dans des temps courts et un coût moindre, une plus grande individualisation de la formation, la possibilité de former des populations importantes en termes d'effectifs et dispersées géographiquement.  
Les entreprises utilisent ces modules en ligne en lien avec des formations en présentiel qui permettront la confrontation, les échanges entre participants et les apports spécifiques d'animateurs.  
L'E-learning touche les grands groupes et se développe dans les grandes PME. Qualité des contenus, qualité visuelle, facilité d'apprentissage, interactivité et économie en sont les maîtres mots.

### Exemples parmi les candidatures :

- **Citroën** : Développer les compétences du personnel des réseaux commerciaux de l'entreprise sur 28 pays
  - **Club Med** : faire connaître toutes les gammes de produits proposées par le Club Med aux commerciaux avec un outil efficace et ludique
  - **BNP Paribas Lease Group** : Transmettre et véhiculer les connaissances métiers, la culture et les valeurs de l'entreprise à travers un portail de formations
- **Les entreprises ont désormais la volonté de recentrer leurs métiers, en particulier la fonction RH, sur des tâches à forte valeur ajoutée** (les autres tâches sont transformées en « workflow » sur intranet), ce qui confirme les tendances de l'année précédente.

### Exemples parmi les candidatures :

- **Alcan** : Uniformiser la gestion des RH dans un contexte d'acquisition afin de transmettre les valeurs et la culture Alcan)
  - **RATP Bus** : Responsabiliser les agents RATP en leur donnant la possibilité d'organiser et d'optimiser leur temps de travail)
- **Les salariés gèrent souvent eux-mêmes leurs informations personnelles**, leurs absences, leurs congés, notes de frais, inscriptions à une formation ... grâce à la mise en place de formulaires.

### Exemples parmi les candidatures 2007 :

- **TF1** : uniformiser et fiabiliser l'accès aux informations RH pour la population diversifiée du Groupe et obtenir l'adhésion des collaborateurs
- **Générali** : donner un statut social unique et harmonisé au personnel administratif par un outil RH répondant à un besoin de la politique d'entreprise

- **De véritables outils de gestion de compétences apparaissent sur l'intranet.** Pour exemple, la mise en ligne de référentiels métiers qui servent de support à la réalisation de l'entretien annuel qui se fait lui-même en ligne et qui permettent aux salariés d'évaluer leurs compétences. Un lien vers le catalogue de formations et les offres internes de mobilité correspondant aux compétences du salarié est automatiquement fait.

Exemples parmi les candidatures 2007 :

- **Computacenter** : maîtriser le coût des rémunérations variables
- **Guildinvest** : homogénéiser, personnaliser et anticiper l'entretien annuel des performances
- **Groupe Caisse d'Epargne** : mettre à disposition des services RH du Groupe des applicatifs répondant au besoin de pilotage et de développement RH

- **Via l'intranet, les organisations recherchent de plus en plus des gains de productivité** (mise en ligne de formulaires, pilotage commercial via des tableaux de bords consultables en temps réel sur l'intranet, ...).

Exemples parmi les candidatures 2007 exemples :

- **Groupe Mora** : développer un intranet permettant aux collaborateurs d'intégrer les fonctionnalités de l'ERP de la société et d'optimiser l'utilisation de ce dernier
- **Vallourec** : identifier, formaliser et diffuser les connaissances critiques existantes au sein de l'organisation

- **Le Knowledge Management de son côté, accélère sa progression** : partage de bonnes pratiques, boîtes à idées, forum d'échanges voire blogs et wikis, ... Les technologies Web 2.0, dont l'utilisation explose sur le marché du Grand Public, apparaissent de plus en plus au sein des entreprises. Interactivité, rapidité de communication et facilité d'utilisation poussent les organisations – petites et grandes – à se doter de ce type d'outils sur leur intranet. Les communautés métiers et les outils de capitalisation et de partage de connaissances permettent aux salariés d'avoir accès à une véritable « bibliothèque de savoirs » et ainsi de mieux réaliser leurs activités quotidiennes et leurs projets transverses. Les entreprises y voient de leur côté la possibilité de renforcer la qualité de service et de faciliter la recherche de performance. On a ainsi pu remarquer sur un certain nombre de dossiers des indications en matière de retour sur investissement des outils mis en place.

Sur ce type de projet, le management doit être impliqué tout au long du processus de conception, de lancement et de déploiement de l'outil si l'on souhaite que ce dernier soit utilisé et efficace. Plus qu'un simple relais pour le groupe projet, les managers doivent solliciter et impliquer leurs collaborateurs pour qu'ils continuent à enrichir l'outil de façon diffuse en dehors de « l'effet de mode » dû au lancement, afin que l'intranet « Bonnes Pratiques » apporte une réelle valeur ajoutée à l'entreprise.

Exemples parmi les candidatures 2007 :

- **HSBC** : créer une culture commerciale commune chez HSBC France en formalisant les bonnes pratiques commerciales des conseillers clientèles
- **SGCIB** : Accéder et partager de l'information et des connaissances par un outil attractif, moderne, dynamique et ergonomique,
- **Vallourec.**

- **Enfin la distance, le statut social ou l'organisation du travail du salarié ne constituent en aucun cas un frein** : bornes interactives, téléphone portable en i-mode ou Blackberry, tablettes PC, connexion à la maison, ... Que l'on soit commercial en déplacement, ouvrier sur un chantier ou conducteur de bus ou cadre en entreprise, les NTIC permettent un accès rapide à l'information et aux outils de travail.

Exemples parmi les candidatures 2007 :

- **Armée de Terre** : établir un lien permanent avec les réservistes afin d'assurer leur gestion administrative ainsi que la communication interne lorsque ces derniers ne sont pas « en activité »
- Mais aussi **RATP Bus** et **SGCIB**

**(\*)Candidats 2007** : Alcan, APP/Renault, Armée de Terre, BNP Paribas Lease Group, Bouygues Telecom, Caisse d'Épargne, Carglass, CCI Dijon, César, CHU Nantes, Citroën, Club Med, Computacenter, Décathlon, EDF (2), Essilor, Eurofactor, Fondation Hopale, France Telecom, Generali, Groupe Mora, Guildinvest, Hôpital Robert Ballanger, HSBC, Lilly France, L'Oréal, Mairie de Gennevilliers, Quark & Plug-ins, RATP Bus, Redcats, Renault, Renault Trucks, Société Générale Corporate & Investment Banking, TF1, Vallourec.

# I – Présentation des lauréats 2007 et de leurs sites intranets

## **Citroën**

**Prix Intranet 2007**

### **A - Présentation générale de l'entreprise**

---

Constructeur automobiles depuis 1919, Citroën (Groupe PSA) compte plus de 14 000 collaborateurs dans le Monde, dont près de la moitié à l'étranger. Au travers de son réseau commercial, dans une centaine de pays, Citroën a vendu plus de 1,4 million de véhicules au cours de l'année 2006. La Marque dispose aujourd'hui d'une gamme renouvelée et étoffée lui permettant de figurer parmi les tous premiers constructeurs mondiaux.

### **B - Descriptif de la réalisation Intranet**

---

**Intitulé de la réalisation :** « Cit-le@rning »

**Entités concernées par l'Intranet et profil des utilisateurs :**

- Les réseaux commerciaux de la Marque : Distributeurs VN (chefs de vente, vendeurs), Réparateurs agréés (techniciens, chefs d'atelier, réceptionnaires, etc), Distributeurs PR (magasiniers, vendeurs PR, etc).

**Nombre de personnes bénéficiant de cet Intranet :**

- 69 300 personnes appartenant aux réseaux commerciaux et réparties dans 29 pays.

#### **1. Les objectifs et enjeux**

- Former le personnel des réseaux commerciaux de Citroën en France en optimisant les coûts et en proposant une offre de formation à distance diversifiée et facile d'accès.
- Déployer l'activité de la formation Citroën à l'international.
- Permettre l'application des nouvelles obligations contractuelles liées à la réglementation européenne en matière de distribution automobile, pour les aspects relatifs à la compétence et à la formation.
- Former une population importante et géographiquement dispersée.

#### **2. Fonctionnalités**

**Informations :**

- Informations générales

- News : nouveautés sur les modules de formation (présentielle ou à distance).
- Informations pratiques : informations sur le fonctionnement de la formation, la réglementation et la législation.

#### **Documents :**

- Catalogue des formations Citroën
- Plan de formation
- Mon dossier formation
- Documents utiles

#### **Applications :**

- Modules de formation à distance (+ de 800 modules de e-learning en ligne dans 29 pays).
- Gestion des formations présentielles (réservée aux fonctions RH ou managers des points de vente).

### **3. Aspects techniques**

- Technologie Linux, Apache, MySQL et PERL/PHP, applet Java pour la planification Flash et norme AICC pour les modules de formation

### **4. Les résultats et le bilan**

- Augmentation du présentisme en formation présentielle pour les stages catalogues, malgré une tendance à la baisse en raison de l'augmentation du volume des formations obligatoires
- Mise en cohérence de l'offre de formation Citroën à l'international : adaptée selon les besoins, le marché et la culture de chaque pays
- Possibilité de benchmarking sur les indicateurs formation entre les principales filiales européennes et les importateurs
- Optimisation de la gestion administrative de la formation : transmission instantanée des demandes, planification des sessions simplifiées, gestion des ressources, facturation automatisée, traitement en ligne des questionnaires d'évaluation de l'efficacité de la formation, etc
- Réduction des coûts par la suppression d'un poste administratif pour le traitement de ces tâches en France

### **5. Les perspectives**

- Développement à l'international (Chine, Mercosur notamment)
- Faire converger les applications de formation entre Citroën et Peugeot
- Créer une fonction d'analyse de gestion afin de calculer la rentabilité des sessions de formation présentielle

# TF1

Lauréat de la catégorie E-rh & Management

## A - Présentation générale de l'entreprise

Première chaîne de télévision généraliste française, TF1 est également un groupe de communication intégrée qui couvre l'ensemble des chaînes de valeurs audiovisuelles : production, acquisition et vente de droits audiovisuels et cinématographiques, édition et distribution vidéo et musicale, produits dérivés, production de contenus, chaîne thématique via la TV payante ...

TF1 regroupe 3 600 personnes réparties sur 8 sites (7 en Ile de France et 1 en Province) et a généré en 2006 un chiffre d'affaires de 2 653,7 M€.

## B - Descriptif de la réalisation Intranet

---

**Intitulé de la réalisation :** « DECLIC »

**Entités concernées par l'Intranet et profil des utilisateurs :**

- Tous les collaborateurs du Groupe

### 1. Les objectifs et enjeux

- Fédérer autour d'un socle commun l'ensemble des populations et des atypismes du groupe pour que chacun trouve les informations recherchées
- Offrir un accès unifié organisé et sécurisé à l'information, y compris pour les populations itinérantes (journalistes, reporters, techniciens, JRI)
- Moderniser le SIRH en offrant aux collaborateurs l'accès à certaines rubriques RH et aux managers des outils pour la gestion RH de leurs équipes
- Dynamiser la gestion des contenus par cet outil simple et ergonomique pour être déployé à de nombreux relais au sein de l'entreprise

### 2. Fonctionnalités

**Informations**

- A la Une : actualités
- « C dans Déclic » : informations en interne
- Cours des actions TF1 et Bouygues
- Solde de son crédit badge

## **Documents**

- Dossier personnel
- Publication de presse
- Convention collective
- Catalogue de formation
- Plan de formation du Groupe
- Organigramme de toutes les entités de TF1
- Guide d'entretien pour les managers
- Glossaire des compétences

## **Applications**

- Modifications de ses données personnelles
- Gestion des demandes de formation hors ou sur catalogues
- Gestion des entretiens annuels de performance
- Révision des salaires

## **3. Aspects techniques**

- Microsoft Office SharePoint 2007, version bêta

## **4. Les résultats et le bilan**

- 2 400 visiteurs uniques en moyenne et 200 000 pages vues par mois
- Connexion de chaque collaborateur au moins une fois par mois sur « Déclic »
- Sentiment d'appartenance renforcé et satisfaction des employés
- Process simplifiés

## **5. Les perspectives**

- Renforcement des offres de service RH : possibilité de s'inscrire aux formations ou de postuler aux offres de mobilité en ligne
- Développer des outils de communication interne par la création de chats, blogs, sites wiki
- Développer les portails par communauté ou métier sur la base du socle technique de Déclic

# Vallourec

Lauréat de la catégorie E-learning & Knowledge Management

## A - Présentation générale de l'entreprise

---

C'est en s'appuyant sur des bases technologiques solides, une forte capacité d'innovation, et un souci constant de progresser, que s'est constitué peu à peu le groupe Vallourec, né du rassemblement de différentes sociétés. Il prend le nom de Vallourec en 1957 et est coté à la bourse de Paris.

En octobre 1997, en regroupant ses usines de tubes sans soudure avec celles de Mannesmann au sein de VALLOUREC & MANNESMANN TUBES, le Groupe se hisse à la position de leader mondial dans le domaine des tubes d'acier sans soudure, avec une capacité de production annuelle d'environ 2,5 millions de tonnes.

Le groupe Vallourec confirme ainsi sa position prépondérante sur le marché mondial des tubes d'acier sans soudure et sa volonté de développement dans toutes ses spécialités.

Vallourec emploie plus de 18 000 personnes réparties dans le monde et génère un chiffre d'affaires de plus de 5.5 milliards d'euros.

## B - Descriptif de la réalisation intranet

---

**Intitulé de la réalisation :** « ShareMind »

**Entité concernée par l'Intranet et profil des utilisateurs :**

- Les 30 Communautés de Pratiques (CoP) : R&D produit, R&D process, Achats, Qualité, Finance, Marketing, ...

**Nombre de personnes bénéficiant de cet intranet :**

- Plus de 1200 collaborateurs à l'international

### 1. Objectifs et enjeux

- Faciliter et optimiser la capitalisation et le partage des connaissances et des savoir-faire afin de s'adapter et d'être pro actif dans un environnement en continuel évolution
- Accroître la productivité par la standardisation des bonnes pratiques au sein de l'ensemble de l'organisation
- Améliorer la qualité des produits et services par l'exploitation des Retours d'Expérience

## 2. Fonctionnalités

### Informations

- Nouveautés sur les communautés
- Faits marquants « Success Story »
- Abonnement aux thèmes d'intérêt
- Message d'alerte pour les nouvelles contributions (En mode Pull ou Push)

### Documents

- Charte KM générale – charte KM spécifique à chaque portail de communauté
- Mode d'emploi
- FAQ sur la publication d'articles
- Bibliothèques
- Forum

### Applications

- Plateforme multi-langues
- Annuaire et compétences des membres
- Restriction par groupe de confidentialité
- Gestion optimale des communautés (Membership / Structure des portails)
- Collaboratif
- Workflow
- Moteur de partage des connaissances
- Vues croisées dynamiques

## 3. Aspects techniques

- Open source et Java J2EE

## 4. Les résultats et le bilan

- Sauvegarde du savoir en évitant la perte de mémoire et en sécurisant l'accès
- Accroissement du nombre de communautés de pratiques : de 15 à 30 CoP en l'espace d'un an – 1200 contributeurs en France et à l'international
- Responsabilités d'animation et de management de CoP font partie des objectifs individuels
- 4 000 connexions par mois, soit 48 000 connexions par an. Ces chiffres devraient doubler dans les deux années à venir
- Estimation d'un gain de temps minimum de 10 minutes par connexion établie par rapport à une recherche classique

## 5. Perspectives

- Prévisualisation des pièces attachées
- Mise en place d'un module de veille avancée personnalisable par CoP

# Lilly France

Mention Spéciale « Innovation »

## A - Présentation générale de l'entreprise

---

Lilly France est un laboratoire pharmaceutique dont la mission est d'apporter aux patients des solutions innovantes pour sauver et soulager leurs vies. Le Laboratoire pharmaceutique Lilly est présent en France depuis 1962. Il s'agit de la 4ème filiale du groupe Lilly après les Etats-Unis, le Japon et l'Allemagne.

Lilly France est aujourd'hui le 14ème laboratoire pharmaceutique français et présente un chiffre d'affaires de 2.1 milliards d'euros en 2006, dont 1.4 milliard à l'export (contribution de l'usine à la filiale).

Lilly France compte 2 830 collaborateurs répartis sur deux sites : le siège social et une usine de production basée en Alsace.

## B – Descriptif de la réalisation intranet

---

**Intitulé de la réalisation :** « Ma rémunération globale »

**Entités concernées par l'intranet et profil des utilisateurs :**

- Tous les collaborateurs de Lilly France

**Nombre de personnes bénéficiant de cet intranet :**

- 2823 personnes réparties sur les deux sites

### 1. Objectifs et enjeux

- Donner la possibilité aux collaborateurs de visualiser leur package de rémunération directe et indirecte
- Mettre à disposition des employés des formulaires administratifs modifiables en ligne
- Permettre aux salariés d'effectuer des modifications sur leurs avantages (stock options, mutuelle), leur retraite et leur prévoyance
- Alléger la charge de travail de l'équipe RH liée aux demandes des collaborateurs sur leur rémunération

### 2. Les fonctionnalités du portail

**Informations :**

- Définition de la rémunération chez Lilly
- Descriptif de l'onglet « ma rémunération globale »
- Objectifs et utilisation de l'outil

## Documents

- Rémunération directe
- Épargne salariale
- Stock options
- Retraite
- Prévoyance et santé

## Applications

- Gestion de l'épargne salariale
- Gestion des opérations liées aux stocks options par des formulaires en ligne
- Gestion de la retraite
- Simulateur frais de santé

## 3. Aspects techniques

- Applicatif en Java script
- Base de données Oracle
- Annuaire LDAP pour l'authentification des connexions

## 4. Les résultats et le bilan

- Environ 1721 connexions par mois
- Pages les plus consultées concernant la rémunération directe, le calcul de remboursement des frais de santé et l'épargne salariale
- Meilleur choix de la mutuelle grâce au simulateur : réduction des demandes de changement d'options
- Réduction des demandes des collaborateurs sur leur rémunération : un membre du service RH peut être affecté sur d'autres missions

## 5. Les perspectives

- Possibilité d'accéder et d'imprimer les bulletins de paie par cet intranet
- Informations du marché (benchmarking : les tendances sur le plan de la rémunération)
- Possibilité de réaliser des simulations pour la cotisation de la retraite

## II - Présentation générale du Prix

En partenariat avec l'hebdomadaire Entreprise & Carrières et le site lesechos.fr, le groupe Cegos organise pour la dixième année consécutive le Prix Intranet.

Le Prix Intranet 2007 a pour objectif de récompenser et de promouvoir les réalisations les plus exemplaires au service des stratégies de développement des compétences des entreprises, dans les deux catégories suivantes :

- **E-rh & Management** : gestion administrative du personnel, mobilité/recrutement, évaluation, développement des compétences, gestion de la formation, de la rémunération variable...
- **E-learning & Knowledge Management** : formations en ligne, auto-évaluations et propositions de modules, dispositifs de capitalisation et de partage des savoirs tels que : des bases de connaissances, des bases documentaires, des communautés de pratiques, des intranets bonnes pratiques, des intranets métiers....

Pour cette édition 2007, trente **cinq dossiers de candidature ont été déposés. L'un des meilleurs scores depuis la création du Prix**, ce qui montre l'intérêt des entreprises pour cet outil et l'arrivée à maturité des projets présentés.

### A) Présentation générale des dossiers de candidature

---

Sur les 35 dossiers retenus pour l'édition 2007 du Prix,

- 6 dossiers avaient déjà été présentés en 2006 et 6 autres au cours des années précédentes
- Seuls 12 dossiers présentent de jeunes intranets (égal ou inférieur à 6 mois d'existence). Tous les autres intranets sont relatifs à des intranets ayant fait l'objet d'évolutions et d'optimisations.

Les types d'organisation :

- 31 dossiers dans le secteur privé
- 4 dossiers du service public (2 centres hospitaliers, 1 mairie et 1 CCI)

Répartis comme suit :

- Secteur de l'industrie : 60%
- Secteur des services : 40%

Les populations cibles :

- Tous les métiers et statuts sont concernés : ouvriers, ETAM, cadres, quelle que soit leur fonction (technique, RH, commercial, manager, R& D, gestionnaire...)
- Les applications présentées concernent des populations de moins de 100 personnes à plusieurs dizaines, voire centaines de milliers de personnes. Plus de la majorité des candidatures sont des entreprises de taille importante

Les budgets :

- De 5K€ (pour une organisation publique dans le domaine médical avec une grosse partie développée en interne) à 2 M€ (pour un grand groupe bancaire).

La durée de la mise en place des projets intranets présentés :

- Les plus courtes : 2 mois (2 projets)
- En moyenne : entre 10 et 11 mois
- Les plus longues : 2 ans et plus (4 projets)

## B) Eléments de comparaison et de sélection

---

Le dossier de candidature précise que :

Le Prix Intranet 2007 a pour objectif de récompenser et de promouvoir les réalisations les plus exemplaires dans trois catégories :

- E-rh & Management
- E-learning & Knowledge Management
- Initiatives Intranet

En outre, il est spécifié que « Les prix 2007 seront décernés aux entreprises qui auront présenté les réalisations les plus exemplaires et susceptibles d'aider les autres à progresser ».

*Cependant, n'ayant reçu cette année qu'un seul dossier pour la catégorie Initiatives Intranet, nous avons décidé de ne pas récompenser cette entreprise pour les raisons suivantes :*

- *en termes d'équité par rapport aux autres catégories où un seul prix a été décerné pour 16 et 18 candidatures*
- *Le projet présenté est encore en cours et n'a pas réellement été encore déployé.*

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

- **L'innovation**

On entend par innovation, nouveau, par rapport à ce qui a déjà été fait et/ou peu mis en œuvre dans les intranets. L'innovation peut porter sur :

- des technologies
- des fonctionnalités
- des utilisateurs
- des contenus
- des populations cibles
- des domaines

- **Le retour sur investissement**

On entend principalement par « retour sur investissement » l'argent gagné par l'utilisation de l'intranet (en comparaison avec les pratiques antérieures) par rapport à l'argent dépensé pour le concevoir, le mettre en œuvre et le faire vivre. Il faut reconnaître que le calcul du retour sur investissement est assez compliqué et beaucoup d'entreprises l'évaluent plus qu'elles ne le calculent. Toutefois, certaines d'entre elles ont fait l'effort de chiffrer ces retours.

- **L'utilisabilité (2 critères en 1, utilisé et efficace)**

On entend par « degré d'utilisabilité » le degré selon lequel un produit est utilisé, par des utilisateurs identifiés, pour atteindre des buts définis avec efficacité.

Pour répondre à ce critère, l'intranet doit notamment :

- Donner des informations sur l'entreprise
- Donner accès à des bases documentaires
- Proposer des applicatifs métiers ou administratifs
- Proposer des outils de recherche performants
- Permettre de travailler à distance
- Permettre de travailler à plusieurs sur des documents
- proposer le maximum de contenus dans sa langue natale
- Avoir des pages claires
- Avoir des aides efficaces
- Avoir des contenus validés et mis à jour
- Donner la possibilité de poser des questions
- Donner la possibilité de publier des informations
- Donner des éléments que l'on ne trouve que par lui (être le point de passage obligé)

## C) Les membres du Jury du Prix Intranet 2007

---

### **PRESIDENT DU JURY**

**Eric BOUSTOULLER**

Président-directeur général  
MICROSOFT France

### **MEMBRES DU JURY**

**Philippe ACHALME**

Directeur des Ressources Humaines - CONFORAMA FRANCE

**Anne BROCHES**

Directeur des Ressources Humaines – LCL (Lauréat 2006)

**Christian CLERC-GIRARD**

Directeur de la Communication France et de l'Usine de Solvay - SOLVAY (Lauréat 2006)

**Marie-Pierre CODOGNET**

Responsable du Développement Humain - GROUPE FAGOR BRANDT

**Myriam DUBERTRAND**

Rédactrice en Chef - ENTREPRISE & CARRIERES

**Christine GOAVEC**

Directrice de la Communication Interne - GROUPE FRANCE TELECOM

**Bruno GUILLEMET**

Directeur des Ressources Humaines - ALSTOM TRANSPORT

**Philippe JANNET**

Directeur Délégué des Editions Electroniques - LES ECHOS

**Michel KALIKA**

Professeur, Directeur du CREPA  
Centre de Recherche en Management & Organisation UNIVERSITE PARIS-DAUPHINE

**Bernard LEDUC**

Directeur des Ressources Humaines - GROUPE CARBONE LORRAINE

**Philippe LIGER**

Directeur du Marketing des Ressources Humaines – ACCOR (Lauréat 2006)

**Pierre MEYNARD**

Président - ALCAN France

**Jean-Louis ONDEL**

Directeur de la Direction Exploitation – ELYO (Lauréat 2006)

## III – Les partenaires organisateurs du Prix Intranet

### Cegos

Le Groupe Cegos, créé en 1926, est aujourd'hui leader européen de la formation professionnelle.

L'expertise de ses consultants recouvre tous les domaines du management et du développement des compétences : ressources humaines, management et leadership, performance et organisation, efficacité individuelle et collective, marketing et commercial, management de projet, déploiement de grands dispositifs de formation en France et à l'international...

Le Groupe a réalisé, en 2006, un chiffre d'affaires de 165 millions d'euros, dont 45% à l'international.

Cegos emploie 1 200 collaborateurs et possède 10 implantations à l'international : Allemagne, Chine, Espagne, Hongrie, Italie, Pologne, Portugal, République Tchèque, Royaume-Uni, Suisse. Le Groupe travaille également avec de nombreux partenaires dans le monde dans d'autres pays tels que les Etats-Unis, l'Algérie, le Maroc, etc...

Depuis plus de 80 ans, le Groupe Cegos accompagne les entreprises en France et à l'International en fondant ses activités sur une même conviction : *"c'est en faisant réussir ses hommes que l'entreprise construit sa propre réussite"*.

Nous proposons un large éventail de solutions formation :

- Formations "interentreprises" pour développer les compétences d'une personne dans son métier
- Formations "sur mesure" pour accompagner une entreprise dans l'évolution de ses pratiques
- Grands déploiements de formation pour répondre à des problématiques de formations intégrées combinant : ingénierie pédagogique, animation, administration de la formation

Les formations Cegos sont délivrées en présentiel, en e-learning ou en «mixte» («blended» = présentiel + e-learning).

Contacts presse : Catherine Bonjour ou Jérôme Aubry

T. : 01 55 00 93 22 – 01 55 00 96 64

Email : [cbonjour@cegos.fr](mailto:cbonjour@cegos.fr) – [jaubry@cegos.fr](mailto:jaubry@cegos.fr)



**le web de l'économie**

À propos du site Lesechos.fr- [www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr)

Lancé en 1996, Lesechos.fr est le premier site d'information économique et financière français. Il rassemble toute l'actualité économique en continu et l'information boursière à laquelle s'ajoutent des bases de données sur les entreprises, les biographies, les archives du quotidien et de nombreux services, forums, blogs, chats...

Lesechos.fr enregistre aujourd'hui en moyenne 3,7 millions de visites et 1,3 million de visiteurs uniques par mois (source Xiti)

**LesEchos**  
LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE  
**e-paper**

Le groupe Les Echos a par ailleurs lancé le 12 septembre dernier sa version e-paper des Echos. Ce lancement grand public constitue une première mondiale.

Réel outil de lecture complémentaire du journal papier et du site Lesechos.fr, ce nouveau lecteur mobile e-paper permet d'associer à la qualité de lecture du journal, les avantages de la mobilité, de l'instantanéité et de la richesse du contenu propre au web.

Cette nouvelle version des Echos disponible sur e-paper permet ainsi de lire l'intégralité du journal du jour et de disposer d'une mise à jour de l'information financière et boursière, toutes les heures, de 4 heures à 21 heures (GMT). Cette actualisation peut être réalisée par connexion réseau ou par Wifi (uniquement IRex).

Contact Presse : Sonia Khatchadourian

T : 01 49 53 65 47/66 12

[skhatchadourian@lesechos.fr](mailto:skhatchadourian@lesechos.fr)

**DECOUVREZ LA NOUVELLE FORMULE D'ENTREPRISE  
& CARRIERES :  
UNE INFO RH PLUS VARIEE, PLUS COMPLETE !**

**Tous les mardis en kiosque**

**Entreprise & Carrières**



Entreprise & Carrières a été créé en 1989 par le groupe Liaisons. Le titre appartient au groupe Wolters Kluwer, l'un des leaders mondiaux des solutions d'information dédiées aux professionnels de la santé, finances, fiscalité, comptabilité, droit, réglementation mais également de la santé, du transport...

S'appuyant sur une information RH traitée de façon opérationnelle, l'hebdomadaire Entreprise & Carrières est conçu comme un outil de travail pour la mise en œuvre des solutions RH et pour la gestion quotidienne des ressources humaines dans l'entreprise

#### L'actualité

Des articles courts et des témoignages pour une lecture facile et rapide de la dernière actualité des Ressources Humaines : fait marquant de la semaine, principales manifestations, nominations, nouvelles de l'international, interviews, textes officiels, événements culturels, ...

#### Les Pratiques

Conçue comme une véritable aide aux prises de décisions quotidiennes, cette rubrique propose les meilleures pratiques et outils RH : découverte de nouvelles initiatives, partage d'expériences, outils de management, logiciels et sites dédiés à la fonction RH, avis juridiques,...

#### Enquête

Une analyse approfondie, des repères, des chiffres et le point de vue d'experts concernant un thème majeur des Ressources Humaines. Une rubrique qui valorise la réflexion, étaye les théories et accompagne leur mise en pratique.

#### Enjeux

Des anticipations sur les nouvelles tendances du management des RH, de l'emploi...

Entreprise & Carrières, c'est aussi :

Les pages Carrières RH pour être au cœur du marché du travail.

RETROUVEZ ENTREPRISE & CARRIERES SUR [www.wk-rh.fr](http://www.wk-rh.fr)  , le site dédié aux professionnels des Ressources Humaines

- toute l'actualité RH en continue + une newsletter hebdomadaire riche des fonds Liaisons Sociales + Lamy
- l'accès au sommaire et aux articles de chaque nouveau numéro
- tous les articles archivés sur plus de 5 ans
- une recherche transversale simple ou avancée par thème, par date ou par source

- Une boîte à outils à la carte personnalisée (outils de calcul, de simulation, calendriers de procédures, modèles de contrats et de courriers personnalisables)
- les offres d'emploi et stage

Chiffres Clés :

Audience : 21 732 exemplaires diffusion en moyenne par numéro (Source : Diffusion contrôle 2005)

Audience : 133 000 lecteurs cadres actifs (Source : Ipsos – FCA 2006)

Quelques chiffres Wolters Kluwer France :

- 1 200 collaborateurs
- 500 000 clients (professionnels du droit, des ressources humaines, du transport, de la santé...)
- 1 500 produits (revues, feuillets mobiles, livres, ouvrages, salons, événements, formations, logiciels, CD/DVD, bases de données et services en ligne, sites internet...)
- 1/3 du chiffre d'affaires provient des produits informatiques et on-line

Contact Presse : Sylvie Caron

T. : 01 76 73 41 51

scaron@wolters-kluwer.fr