

Remise des Prix Intranet d'Or

Mardi 14 octobre 2003
Espace Charles-Louis Havas à Neuilly

Sommaire

Communiqué de presse	page 3
DANONE Intranet d'Or 2003	page 6
HEINEKEN FRANCE Mention spéciale «Intranet global »	page 8
LA CROIX-ROUGE FRANCAISE Mention spéciale «Démarche innovante»	page 10
Présentation générale du Prix	page 12
Intranet et gestion des compétences : quelques enseignements	page 15
Les membres du Jury	page 19

Communiqué de presse

L'Intranet d'Or a été remis le 14 octobre 2003 à DANONE pour « Danone Way »

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 de développement des compétences.

Pour la sixième édition du prix Intranet d'Or, trente six dossiers de candidature ont été déposés. C'est le meilleur résultat depuis la première organisation du Prix, preuve de l'intérêt croissant des organisations pour les nouvelles technologies, qu'elles soient représentatives des secteurs privé, public ou encore du monde associatif. Il s'agit de :

- Altadis
- APCM
- Arjo Wiggins
- Aventis
- Bic
- BNP Paribas
- Bouygues Construction
- CCI de Nice
- CFE-CGC
- Cram de Bretagne
- Croix-Rouge Française
- Danone
- Elco Brandt
- Eutelsat
- Garf
- Giat
- GSK
- Guerbet
- Heineken France
- IDM
- Inserm
- La Cité des Sciences
- Lagardère
- Le Louvre
- L'Oréal
- MMA
- Natexis-Banques Populaires
- Onyx
- OPK2
- Orange
- Planet Finance
- PSA
- Renault
- Total
- Universal Music France
- Veolia

Le jury, présidé par Benoît Potier, Président du Directoire du Groupe Air Liquide, a sélectionné trois intranets :

- **Danone (Intranet d'Or)**
- **Heineken France (Mention spéciale Intranet global)**
- **Croix-Rouge Française (Mention spéciale Démarche innovante)**

- **«Danone Way» :**
Intranet spécifique de partage de bonnes pratiques et de diffusion de la politique de développement durable
DANONE
Intranet d'Or 2003

L'intranet conçu en 2000 et baptisé Danone Way est un outil de pilotage de la responsabilité sociale pour l'ensemble des filiales du Groupe DANONE dans le monde.

Concrètement, Danone Way se présente sous la forme d'un site intranet accessible à toutes les filiales. Il comprend 100 questions appelées « pratiques », qui couvrent tous les domaines où la responsabilité des filiales est engagée : sécurité alimentaire, politique humaine, respect de l'environnement, relations avec les fournisseurs, les clients....

Les filiales s'auto-évaluent par rapport à ces pratiques, puis fixe des plans d'actions destinés à les faire progresser.

L'auto-évaluation est conduite par l'équipe de direction qui s'appuie sur des groupes de travail associant des collaborateurs d'horizons divers en termes de métiers et de statuts. L'objectif étant de susciter une émulation interne autour de ces sujets.

L'accès de l'intranet est donné aux membres de l'équipe de direction, chacun pouvant donner à son tour accès à l'intranet à autant de collaborateurs qu'il le souhaite.

- **“ e-TOILE ”**
Un intranet corporate ergonomique, convivial et orienté utilisateurs
HEINEKEN FRANCE
Mention spéciale du jury : “Intranet global”

E-toile a vu le jour en 2000 au sein de Brasseries Heineken. La naissance de Heineken France en 2003 ainsi que la réorganisation du groupe a impulsé la duplication d'e-toile pour les sites intranet d'Heineken France et des autres filiales (Fischer, France Boissons).

Ainsi, l'intranet accompagne le changement au quotidien en favorisant la création d'une identité Heineken France tout en préservant la diversité de chacune des filiales.

Chaque site intranet constitue une base d'informations sur le groupe et ses métiers et offre une communication dynamique et de nombreuses applications transverses.

Ils permettent aux salariés de se tenir informés sur les évolutions des produits, des marques et du marché de la bière.

- **« Le portail de La Croix-Rouge Française »**
Un intranet innovant pour accompagner la réorganisation de l'Institution
CROIX-ROUGE FRANCAISE
Mention spéciale du jury : «Démarche innovante»

Le portail intranet de la Croix-Rouge Française offre un accès à toutes les applications du nouveau système d'information ainsi qu'à une vaste base documentaire, celle-ci concernant aussi bien les actions et les valeurs de la Croix-Rouge que les informations métiers liés aux différents établissements gérés par l'organisation (crèches, maisons de retraites, centres d'aide pour le travail, hôpitaux, etc.)

La Base Contact, outil de gestion des bénévoles, adhérents et élus, bénéficie d'un espace privilégié sur le portail de la Croix-Rouge Française.

Afin de renforcer le sentiment d'appartenance et la communication transversale à l'organisation, des outils de type forum et formulaires de mises à jour ont été mis en place, permettant aux structures de communiquer sur leur actualité locale au sein de leur intranet.

C'est l'un des premiers intranets conçus par une association humanitaire de plus de 10 000 personnes.

Il concerne l'ensemble des bénévoles, soit 60 000 personnes et 15 000 salariés de la Croix-Rouge Française.

DANONE

I - Présentation générale de l'entreprise

Créé en 1966, le Groupe DANONE est leader français de l'agroalimentaire. Avec plus de 90 000 salariés et une présence industrielle dans 32 pays, le Groupe DANONE est l'un des leaders mondiaux de l'industrie alimentaire, centré sur trois métiers phares : les produits laitiers frais, l'eau et les biscuits.

Depuis une dizaine d'années, il s'est implanté dans de nombreux pays émergents, où la production est destinée au marché local. L'Asie, l'Amérique Latine, l'Europe de l'Est, l'Afrique et le Moyen Orient réalisent plus de 30% des ventes du Groupe (cette part a plus que doublé en cinq ans) et représentent près de 70% de ses effectifs.

C'est dans ce contexte d'internationalisation croissante que s'inscrit désormais la politique du Groupe DANONE en matière de responsabilité sociale et environnementale.

II - Descriptif de la réalisation Intranet

Intitulé de la réalisation :

- Danone Way

Entités concernées par l'Intranet et profil des utilisateurs :

- Fin 2003, 50 filiales du Groupe auront participé à la démarche.
- Toutes fonctions, toutes sociétés gérées par le Groupe, tous pays, tous niveaux hiérarchiques.

Nombre de personnes bénéficiant de cet Intranet :

- Au moment du lancement à fin 2001 : les équipes de direction, une partie des cadres et des salariés pour chacune des filiales concernées
- La recommandation du Groupe est d'associer directement à l'auto évaluation entre 10 et 20% des effectifs de chaque filiale

1. Les objectifs et enjeux

Les objectifs de l'intranet Danoneway sont les suivants :

- Conserver, transmettre et enrichir une culture d'entreprise forte, qui s'est bâtie, à l'origine dans un contexte essentiellement européen.
- Faire progresser les pratiques des sociétés du Groupe dans tous les domaines où leur responsabilité est engagée, en tenant compte de leur spécificité culturelle et des environnements socio-économiques dans lesquels elles opèrent.

- Répondre aux exigences de leur environnement en améliorant la qualité du reporting dans des domaines qui sont difficilement mesurables et quantifiables.

2. Fonctionnalités

- Outil d'aide au management (bonnes pratiques, aide à la décision...).
- Outil d'auto-évaluation et de partage de la culture et des valeurs du Groupe.

3. Aspects techniques

« Danone Way », développé sous Lotus Note, est accessible via Internet Explorer, avec un identifiant et un mot de passe.

4. Les perspectives

- Ouverture de l'évaluation aux partenaires (clients, fournisseurs, associations, autorités locales...).
- Constitution de réseaux (networking) rassemblant plusieurs filiales travaillant sur les mêmes sujets.

HEINEKEN FRANCE

I - Présentation générale de l'entreprise

Le Groupe Heineken International est le premier brasseur européen et le numéro 3 mondial. Sa filiale française, Heineken France, qui regroupe Brasseries Heineken, Fischer, Saint-Omer et la Société de Distribution France Boissons, est le challenger en France avec 34,3% du marché.

Heineken reste la marque de bière la plus distribuée de la planète (plus de 170 pays). 13 000 bouteilles sont vendues chaque minute dans le monde.

Le Groupe emploie en France 6100 personnes et génère un chiffre d'affaires de 1,6 milliard d'euros.

II - Descriptif de la réalisation Intranet

Intitulé de la réalisation :

- “ e-TOILE ”, intranet de Brasseries Heineken, site pilote dans la démarche intranet Heineken France.

Entités concernées par l'Intranet et profil des utilisateurs :

- Tous les établissements et les fonctions (siège, forces de vente et sites de production).
- Un intranet pour tous (accès à tous les salariés, y compris les opérateurs, par le biais de bornes interactives), ergonomique et convivial, résolument orienté utilisateurs.

Nombre de personnes bénéficiant de e-toile :

- Au moment du lancement : 800 salariés
- Aujourd'hui : 1 230 salariés soit la totalité, dont 600 opérateurs des sites de production pour lesquels 23 bornes interactives ont été installées.

1. Les objectifs et enjeux

L'intranet “ e-TOILE ” vise les objectifs suivants :

- Favoriser une identité et une communication communes face à une population très variée, nomade et ouvrière.
- Favoriser la transversalité et faire évoluer le rapport des managers à l'information.
- Renforcer l'efficacité des organisations (simplification du quotidien avec des outils à forte valeur ajoutée, mise à disposition des informations réactualisées pour tous, responsabilisation des salariés sur la maîtrise de l'information ressources humaines.

2. Fonctionnalités

- Informations sur le groupe et les métiers (référentiel métiers, informations entreprise, organisation..)
- Intranet spécialisé par métiers de l'entreprise (marketing forces de vente...)
- Capitalisation des savoirs
- Bourse interne de l'emploi (annonces, mobilité interne...)
- Gestion des dossiers individuels (consultation en ligne des congés, dossier administratif, temps de travail...)
- Informations légales (IRP...)
- Réservation de salles, tableaux de bords métiers, revue de presse, outils métiers, catalogue PLV, partage d'informations en diffusion limitée...

3. Aspects techniques

“ e-TOILE ”, développé pour un serveur NT bi-processeur avec Lotus Notes/Domino, Team Link Interactive, Web Trends (statistiques).

4. Les perspectives

- Développement de nouveaux outils permettant des gains majeurs en termes de coût ou d'efficacité.
- Développement de nouvelles applications métiers.

LA CROIX-ROUGE FRANCAISE

I - Présentation générale de l'entreprise

Association à caractère humanitaire, la Croix-Rouge Française a été fondée en 1864 par Henry Dunant. Elle a été à l'origine du Droit International Humanitaire régi aujourd'hui par les conventions de Genève. La Croix-Rouge a pour vocation de prévenir et d'apaiser toutes les souffrances. Association reconnue d'utilité publique, la Croix-Rouge Française est en France auxiliaire des pouvoirs publics.

En France, à la croisée du secourisme, de la solidarité et de la santé, elle est présente sur tous les fronts de la détresse sociale et sur tout le territoire national.

Elle tient sa vitalité et son efficacité de l'adhésion que lui apportent ses 45 000 membres qui souscrivent une cotisation et participent bénévolement aux actions humanitaires.

II - Descriptif de la réalisation intranet

Intitulé de la réalisation :

- « Le portail de La Croix-Rouge Française ».

Entité concernée par l'intranet et profil des utilisateurs :

- L'ensemble des structures et des métiers de la Croix-Rouge Française, aussi bien administratifs (ressources humaines, comptabilité, ...) qu'opérationnels (secouristes, formateurs, personnel infirmier...).
- Au niveau organisation, la Croix-Rouge Française est composée de 800 établissements agissant dans des domaines très divers (crèches, maisons de retraites, centres de formation...) et 1300 délégations (pôle associatif). Il n'est pas prévu un accès pour la totalité des collaborateurs des structures, mais un poste en accès libre, avec un compte générique qui permet à tous de s'y connecter si besoin.

Nombre de personnes bénéficiant de cet intranet :

- Au moment du lancement : 150 personnes
- Aujourd'hui : 2 000
- A terme : entre 10 000 et 15 000 personnes à fin 2004

1. Objectifs et enjeux

- Diffuser quotidiennement de l'information à des populations diverses (professionnels, bénévoles, secouristes...).
- Mettre à disposition et en temps réel les documents de références pour l'ensemble des activités de l'organisation (plusieurs centaines de documents en ligne)
- Permettre aux structures de mieux communiquer entre elles (lutter contre le « sentiment d'isolement »).
- Accompagner la réorganisation de l'institution et rendre accessibles les outils comptables/RH.
- Respecter l'obligation légale d'avoir un fichier adhérents.

2. Les fonctionnalités du portail

- Information sur l'organisation
- Accès aux espaces de travail spécifiques pour les différents métiers de l'association
- Capitalisation des savoirs
- Bourse interne de l'emploi (annonces, mobilités internes...)
- Communication interne (édito, journal interne...)
- Gestion des dossiers individuels (consultation en ligne des congés, dossier administratif, temps de travail...)
- Informations légales (IRP...)
- Les applications Annuaire Structures et Base Contacts permettent de gérer l'ensemble des structures, adhérents, bénévoles et salariés de la Croix-Rouge Française. A titre d'illustration des fonctionnalités, la Base contacts, véritable application métier permet au responsable du secourisme d'éditer les diplômes en temps réels (avant il fallait 6 mois à 1 an pour que les personnes formées au secourisme obtiennent le document officiel attestant de leur compétence).

3. Aspects techniques

L'intranet est accessible via PC : actuellement l'accès est sécurisé par le Global Intranet de France Telecom ; un VPN (Virtual Private Network) est en cours de mise en place pour permettre une plus grande souplesse d'accès aux populations nomades de la Croix-Rouge Française.

4. Perspectives

- Mise en œuvre d'un système d'information de gestion.
- Mise en ligne des outils RH

Présentation générale du Prix

En partenariat avec l'hebdomadaire Entreprise & Carrières, la Cegos organise pour la sixième année consécutive le Prix Intranets d'Or, visant à récompenser les intranets innovants en matière de développement des compétences et d'outils d'aide au management.

Pour cette édition 2003, trente six dossiers de candidature ont été déposés. C'est le meilleur résultat depuis la première organisation du Prix, preuve de l'intérêt croissant des organisations pour des nouvelles technologies, qu'elles soient représentatives des secteurs privé, public ou encore du monde associatif.

I - Enjeux du prix et promotion auprès des entreprises

1. Les enjeux

L'intranet est l'application des technologies Internet au domaine intra entreprise ou au sein d'une même organisation. Il s'appuie sur les réseaux locaux existants.

Comment ces intranets accompagnent-ils le développement des compétences des salariés ? Comment peuvent-ils améliorer la performance d'une entreprise et contribuer à la réussite d'une stratégie ou d'une réorganisation ?

Cette sixième édition du Prix Intranet d'Or permet, au travers des 36 candidatures, d'avoir un panorama des pratiques conjuguant NTIC et gestion des compétences.

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,
- suivi d'environ 100 entreprises par l'équipe technique Cegos (relances téléphoniques, entretiens,...),
- annonces régulières dans Entreprise & Carrières.

Au final 36 dossiers ont été retenus. La croissance des candidatures, tant en nombre qu'en qualité, 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 36 dossiers sont très variés. Quelques chiffres permettent de le prouver :

- les applications présentées concernent des populations de moins de 100 personnes à plus de 120 000 personnes,
- les coûts de développement des réalisations se situent entre 12 K€ et 5 M€.

Les trente-six entreprises candidates ont des statuts divers :

- 25 sociétés du secteur privé,
- 4 administrations ou établissements du secteur public
- 3 associations
- 3 organismes consulaires
- 1 représentant du monde syndical.

La diversité (taille, coût, durée de réalisation, fonctionnalités) des intranets candidats de l'édition 2003 nous permet de noter quelques remarques :

- Il est aujourd'hui possible de disposer d'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 12 K€,
- Un intranet peut être mis en place en deux mois,
- L'intranet modifie l'activité des DRH et dépasse le cadre de l'outil réservé à cette même fonction,
- Ces intranets sont développés par toutes les fonctions de l'entreprise, avec ou sans l'appui de la fonction RH,
- L'ouverture d'un espace réservé aux syndicats est plus fréquent,
- Le Knowledge management laisse place à des intranets d'animation de réseau.

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 réalisations les plus novatrices en matière de nouvelles technologies au service des stratégies et compétences des entreprises, dans les domaines suivants :

- *Information sur les métiers et compétences de l'entreprise*
- *Capitalisation et transfert des savoirs ou des pratiques professionnelles (Knowledge Management)*
- *Aide au management*
- *Mobilité et bourse interne de l'emploi*
- *Formation en ligne, solutions e-learning*
- *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 premières. Mais plusieurs autres critères semblent particulièrement importants et peuvent retenir toute l'attention du jury :

1^{er} critère : L'utilité de l'intranet pour ses utilisateurs

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 ? Y-a-t-il des résultats mesurables de son succès dans l'entreprise ?

2^{ème} critère : le rapport entre la technique employée et le budget investi

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 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'innovation apportée par la réalisation dans l'entreprise et dans le monde des intranets

Au-delà des caractéristiques techniques, le candidat a-t-il innové au sein de son entreprise transformant ainsi les modes de management, et initiant une nouvelle culture via l'outil intranet ? A-t-il donné accès à des informations à des catégories de personnes qui en étaient dépourvues ?

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 :

- la fonction communication
- des intranets RH
- le partage des bonnes pratiques, la gestion des connaissances ainsi qu'un travail de réseau
- formation à distance

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 2003 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.

En synthèse

Il est aujourd'hui possible de disposer d'un intranet dès l'instant où l'on a un logiciel adapté (plusieurs ont installé leur intranet en interne avec l'aide des webmasters) :

- pour un intranet statique, la mise minimale est de 12 K€,
- un intranet de ce type peut être mis en place en 2 mois.

L'intranet modifie l'activité des DRH et dépasse le cadre de l'outil réservé à cette même fonction :

- Il a permis à la fonction RH de se **recentrer** sur des tâches à forte valeur ajoutée, de réduire ses coûts, voire dans certains cas ses effectifs.
- Ce qui se traduit par des **outils de travail** partagés par **l'ensemble des fonctions** de l'entreprise : achat, gestion, marketing, commercial, technique...
- L'intranet permet une **uniformisation** et une **transparence** des processus RH (congrés, évaluation, mobilité...) tout en le déléguant au **management de proximité**.

Ces intranets sont développés par toutes **les fonctions de l'entreprise**, avec ou sans l'appui de la fonction RH :

- DSI, Direction Communication, DAF, Direction commerciale, Direction Technique.
- Ces intranets spécifiques se fédèrent autour d'un portail central mais sont indépendants.

Du point de vue **technique**, quelques évolutions sont à noter :

- Les intranets sont de plus en plus mixés avec des solutions extranet ce qui permet un **accès réservé** à des nouvelles populations distantes (adhérents d'une association, syndicalistes, prestataires de services...)
- L'apparition **d'interface Web** autour d'applications standards du marché (SIRH développé autour de modules d'ERP ...) facilite leur utilisation : meilleure ergonomie, adaptation plus facile, moins de contraintes « éditeurs ».
- Il y a de plus en plus de portails **personnalisables**, qui s'inspirent du lauréat 2002 des Intranet d'Or : Air Liquide avec « MyAl » sans toutefois aller jusqu'à une logique « webservices ».
- L'utilisation des **bornes interactives** se démocratise (6 dossiers cette année) : le premier dossier apparu était celui des Autoroutes du Sud de la France (ASF), intranet d'or 2000.

Du point de vue des fonctionnalités :

- L'ouverture d'un espace réservé aux **syndicats** est plus fréquent : 5 entreprises nous ont signalé l'ouverture d'un espace dès la page d'accueil, contre une seule lors de l'édition 2002.
- Le **e-learning** s'est introduit dans les entreprises via des modules standards du commerce (essentiellement de la bureautique) mais rares sont les entreprises avec des modules spécifiques (un seul dossier).
- Le **Knowledge Management** laisse place à des intranets **d'animation de réseau** : en plus de la simple gestion documentaire, l'intranet sert à gérer les projets, communiquer et travailler ensemble (notion d'espace collaboratif).

Enfin pour les entreprises de plus de 10 000 salariés :

- La volonté d'avoir un **portail unique** avec une même charte est présente partout : après une décentralisation et une liberté de création de sites par « services », il y a volonté de réunifier sous une même charte (avec des contenus différents).
- Le contenu des intranets est de plus en plus **délégué** à des **experts métier** qui peuvent mettre en ligne directement de l'information via des outils d'administration simplifiés.
- Par conséquent, les **intranets des grands groupes internationaux sont très semblables** : même offre de service, utilisation d'applications transactionnelles connectées au SI global ou SIRH, ...

Les membres du jury

Benoît POTIER
Président du Directoire
Groupe AIR LIQUIDE

Jean-Marc AMBROSINI
Responsable de l'unité politiques transversales, projets et innovation
RATP

Robert DAPERÉ
Vice président, département opérations industrielles
ARCELOR
Lauréat 2002

Bertrand DELAMOTTE
Directeur des Ressources Humaines
SODEXHO SANTE

Yves DESJACQUES
Directeur Général
VEDIORBIS

Myriam DUBERTRAND
Rédactrice en chef
ENTREPRISE & CARRIERES

Françoise de GIVENCHY
Directeur des Ressources Humaines
GROUPE LIXXBAIL

Arnaud GRAISSAGUEL
Chef de projet informatique Intranet
AIR LIQUIDE
Lauréat 2002

Marc HEIMERMANN
Directeur des Ressources Humaines
MERCK SA
Lauréat 2002

Michel KALIKA
Professeur, Directeur de l'executive MBA
UNIVERSITE PARIS-DAUPHINE

Patricia MULLER
Chef du département central formation
GROUPE RENAULT