

Pour recevoir gratuitement tous les mois la lettre de la Direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services www.industrie.gouv.fr/abonnementlettre

Votre opinion est primordiale. Un questionnaire d'évaluation de La Lettre est en ligne sur www.industrie.gouv.fr ou directement sur www.arenet.com/runet/client/Reponse?i=33707931&s=6D721

DOSSIER : « LE « WEB 2.0 », UN ATOUT POUR LES ENTREPRISES », Voir p. 2.

EN BREF

Lancement des appels à projets web 2.0 et *Serious Game**

Suite à la présentation en Conseil des ministres en mai dernier, du volet numérique du plan de relance, Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'État chargée de la Prospective et du développement de l'économie numérique, a lancé deux appels à projets dédiés au « *serious game* » et au web 2.0. Dotés respectivement de 10 et de 20 M€, ces appels à projets subventionneront les investissements dans la R&D et l'innovation. Dépôt des candidatures jusqu'au 6 juillet pour une signature des conventions de financement avant la fin 2009.

Dossier de candidature et informations :

- www.telecom.gouv.fr/rubriques-menu/soutiens-financements/programmes-nationaux/volet-numerique-du-plan-relance/397.html
- julien.chaumont@finances.gouv.fr
- laure.duchaussoy@finances.gouv.fr

* Application informatique combinant des aspects d'apprentissage à contenu utilitaire ("*serious*"), avec des ressorts ludiques et/ou technologiques issus du jeu vidéo ("*game*")

Assurance-crédit : création du dispositif CAP+

Le Premier ministre a présenté le mois dernier le dispositif CAP+ et signé le décret d'application le mettant en œuvre. Ce dispositif permet la couverture, grâce à une garantie publique, de risques considérés comme non assurables dans la situation économique actuelle. Ainsi, des entreprises, décotées du fait de la crise, peuvent retrouver une couverture d'assurance-crédit leur donnant accès au crédit interentreprises. Le dispositif complète le dispositif CAP, mis en place en début d'année sur les risques assurables. Afin d'assurer la diffusion la plus large possible de ces dispositifs, les assureurs-crédit se sont engagés à proposer systématiquement le CAP en cas de diminution d'encours garanti, et le CAP+ en cas de retrait ou de refus de garantie pour les clients éligibles, à procéder à un examen individuel de la situation des entreprises, à renforcer leur collaboration sur le terrain avec la Médiation du crédit, à motiver les réductions ou les coupures de

garanties vis-à-vis de leurs assurés et à respecter un préavis d'un mois pour les réductions et annulations de garantie des dispositifs.

- www.gouvernement.fr/presse/soutien-aux-entreprises-qui-font-face-a-des-difficultes-d-assurance-credit

Les Commissaires à la réindustrialisation

Le président de la République a installé, début mai, les nouveaux Commissaires à la réindustrialisation afin de leur préciser leur feuille de route pour les prochains mois. Ces derniers ont vocation à intervenir dans les territoires les plus en difficulté pour prévenir les restructurations, accompagner les entreprises et les salariés afin que le maintien de l'activité et de l'emploi soient les objectifs prioritaires lorsque des restructurations sont inévitables, assurer le meilleur accompagnement aux salariés licenciés économiques et coordonner l'ensemble des actions permettant la réindustrialisation et la revitalisation des bassins touchés. Pour mener à bien leur action, les Commissaires interviennent sous l'autorité des préfets, avec l'appui des services de l'État et en liaison étroite avec l'ensemble des acteurs, notamment les collectivités territoriales et les partenaires sociaux. Ils s'appuient plus spécifiquement sur l'expertise du Comité interministériel de restructuration industrielle (CIRI, pour les entreprises de plus de 400 salariés) et des Comités départementaux d'examen des problèmes de financement des entreprises (CODEFI, pour les entreprises de moins de 400 salariés). Ils disposeront de moyens accrus et pourront mobiliser les différents moyens prévus par exemple dans le cadre des contrats de site existants ou du Fonds national de revitalisation des territoires. Ils pourront en outre s'appuyer sur les 100 M€ supplémentaires de capacité de prêts du CIRI et des CODEFI décidés dans le cadre du projet de loi de finances rectificative.

- www.diact.gouv.fr/fr_1/amenagement_du_territoire_44/mutations_economiques_333/commissaires_reindustrialisation_2523.html
- yan.rovere@finances.gouv.fr

18,35 M

C'est le nombre d'abonnés au haut débit au 31 mars 2009, soit en un an, une hausse de 13,13 %.

(Source : Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, Arcep).

www.ie.bercy.gouv.fr

Ce site du Service de coordination à l'intelligence économique a pour vocation de sensibiliser et de former les chefs d'entreprise à la démarche d'intelligence économique.

DOSSIER

« Le « web 2.0 », un atout pour les entreprises »



Par Julien Chaumond, chargé de mission réglementation, usages mobiles et web à la Dgcis.

Les nouveaux usages d'internet, fondés sur une forte interaction des usagers, se sont développés à l'origine autour de dimensions privées. Ils intègrent progressivement l'univers professionnel et bien des entreprises pourraient gagner en compétitivité en utilisant les atouts du « web 2.0 ».

Communautaire et interactif, le web 2.0, une nouvelle manière d'utiliser internet, a très vite séduit les usagers dans leurs usages privés. Les blogs, les réseaux sociaux du type Facebook (qui compte d'ores et déjà 200 millions d'utilisateurs), les bases de connaissances type Wikipedia, rencontrent un incontestable succès. Ces usages, à l'origine personnels, se diffusent dans la sphère professionnelle. Les outils collaboratifs et sociaux qui font le web 2.0 sont susceptibles d'améliorer pour les entreprises le travail en équipe, la diffusion de l'information et donc leur efficacité et leur créativité. EDF a, par exemple mis en place une plateforme de veille collaborative – Hermès – dont le résultat semble prometteur avec 7 000 sources d'informations, 25 000 posts (commentaires) publiés et 90 wikis créés. Car, dans ce type de réseau, la diffusion de l'information ne se fait plus uniquement de manière hiérarchique et s'opère donc de manière beaucoup plus fluide. Le recours à ce type d'outils semble particulièrement pertinent dans trois domaines : la gestion de la connaissance, la communication et la diffusion d'informations. La disponibilité et la facilité d'accès et de mise à jour des connaissances est en effet un facteur clé de la compétitivité de toute entreprise dont la valeur ajoutée réside dans la production et/ou l'assemblage de contenus intellectuels. Cette diffusion des connaissances peut être interne à l'entreprise (base interne) ou externe (essor des blogs d'entreprises). Les systèmes de gestion de contenus les plus adaptés à un usage interne sont aujourd'hui les wikis qui permettent à tous les employés de participer à un même document et de l'améliorer au cours du temps.

Dans le domaine de la communication, de nombreux outils issus du web 2.0 induisent des transformations dans les usages : le précurseur dans ce domaine a été le forum de discussion, moyen simple de permettre les échanges entre les employés d'une même entreprise ou administration. Ces outils ont ensuite évolué vers ce que l'on appelle les réseaux sociaux. Ils s'intègrent progressivement aux outils existants avec, par exemple, des systèmes de gestion de contenu qui proposent également des modules de forum et de messagerie interne. Chaque utilisateur possède par ailleurs une page de profil qui permet aux autres utilisateurs de voir qui il est, d'accéder à ses derniers articles ou commentaires et de le contacter. Enfin, la diffusion de l'in-

formation, en perdant sa dimension hiérarchique, évolue profondément. Les outils web 2.0 les plus emblématiques en la matière sont les outils de *social bookmarking* et de *microblogging*. Les outils de *social bookmarking* permettent de noter des articles web jugés intéressants, voire de les commenter brièvement, ce qui fait remonter automatiquement les articles les plus intéressants pour l'ensemble de la communauté, selon le principe du « *crowdsourcing* ». Une application naturelle de ces outils est donc la veille collaborative. Par ailleurs, les outils de *microblogging* du type Twitter reposent sur le même principe de partage d'information et d'engagement de conversations.

Aujourd'hui, les grandes fonctions d'entreprise particulièrement impactées par les usages collaboratifs sont la communication entre l'entreprise et ses clients (gestion de la relation client),

les relations publiques, la communication, le travail collaboratif interne, et donc notamment la R&D. Dans le domaine de la relation client par exemple, une étude Coleman Parkes Research démontre le caractère stratégique de l'adoption de ce type d'outils : plus de 80 % des sondés estiment que les contenus sociaux créés par les clients vont, dans les prochaines années, avoir un impact important sur leur manière de travailler. De même, dans le travail collaboratif de conception et de R&D, les bénéfices sont réels même s'il est encore difficile de présenter des données chiffrées.

L'adoption d'outils du web 2.0 dans les entreprises représente donc d'importants enjeux de compétitivité. Certaines sociétés françaises l'ont bien compris et les bénéfices en termes de communication, de créativité et de réactivité, justifieraient sûrement que les autres s'y attardent davantage.

➤ julien.chaumond@finances.gouv.fr

Glossaire

Web 2.0 : il correspond aux nouvelles formes d'utilisation d'internet, plus participatives et sociales. Cette évolution renvoie aussi bien aux technologies employées qu'aux usages qu'en font les internautes. Il permet à ceux-ci de produire et d'interagir avec le contenu des pages web (sites de partage de vidéos, par exemple) mais aussi entre eux (forums, blogs...).

Blog : est un site web constitué par de multiples billets écrits au fil du temps par le blogueur. Sorte de « journal intime » d'un internaute, d'un employé voire d'une entreprise toute entière, le blog peut être enrichi par les commentaires laissés par les autres utilisateurs.

Wiki : est un logiciel qui permet de gérer le contenu d'un site web. Il permet à tous les visiteurs autorisés de modifier les pages web directement. Il rend donc possible l'écriture collaborative, où chaque internaute peut contribuer et déposer ses connaissances. Le wiki le plus connu à ce jour est l'encyclopédie Wikipédia.

Réseaux sociaux : il s'agit de services permettant à des ensembles d'individus d'être reliés entre eux par des liens. Le web 2.0 a vu la multiplication et l'essor de réseaux sociaux. Facebook en est un bon exemple.

Microblogging : c'est un dérivé du blog, plus proche du SMS dans son format, mais public. Il permet de publier des textes très courts (moins de 140 caractères, par exemple). Le but est de partager de l'information avec n'importe quelle personne intéressée. Twitter en est le meilleur exemple.

Social bookmarking : ou « marque-page social ». Ces services permettent aux internautes de classer, trier, stocker et échanger leurs liens préférés. Les utilisateurs vont ainsi pouvoir enregistrer les ressources web qu'ils trouvent utiles, et les rendre accessibles aux autres internautes.

Podcast : contraction de « iPod » et de « broadcast ». Terme générique désignant la possibilité de publier via un blog et ses fils RSS du contenu audio ou vidéo, à destination d'un baladeur numérique.

Crowdsourcing : consiste à utiliser la créativité, les connaissances et les savoir-faire d'un grand nombre d'internautes. Cette « intelligence des foules » ou « intelligence collective » est très utilisée dans le web 2.0. Wikipédia est un exemple de « *crowdsourcing* ».

LES INTERVIEWS

« Les collaborateurs de terrain doivent s'approprier l'outil »



Jean Leroux, directeur organisation et systèmes d'informations du Groupe Aelia.

Aelia, spécialisée dans la gestion des zones commerciales détaxées, a lancé « aeliapedia » à destination de ses points de vente. Explications.

Quelles sont les caractéristiques du groupe Aelia ?

Aelia est une entreprise du groupe Lagardère qui dispose d'un large portefeuille d'activités dans les principaux réseaux de voyage, notamment les activités classiques du commerce hors taxes : parfums & cosmétiques, alcools & tabacs, gastronomie, multimédia, mode & accessoires. Aelia est présent dans 22 aéroports en France, Grande-Bretagne, Irlande, Pologne, Espagne, Hong Kong et bien sûr en Australie. En particulier, Aelia opère dans les activités *duty free* des aéroports de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly, deux des premières plateformes aéroportuaires d'Europe Continentale. Ce groupe compte 2 100 salariés et réalise un chiffre d'affaires annuel de 650 M€, dont une partie à l'étranger.

Qu'est-ce qui vous a fait créer « aeliapedia » ?

Nous avons lancé ce wiki en mars dernier après un gros travail de préparation sur le

contenu et l'usage. Nous avons délibérément choisi de mettre en ligne un contenu riche, car nous ne croyons pas au lancement d'une coquille vide. Nous avons décidé d'opter pour un périmètre assez large puisque, en plus des informations de l'intranet classique, essentiellement basées sur tout ce qui était ressources humaines et légales, nous avons rajouté des informations liées à la formation. Nous avons également élaboré une partie consacrée au développement d'affaires car nous avons besoin d'échanger avec nos filiales et de collecter un certain nombre d'informations. Dès le premier jour, 2 000 fiches produits étaient disponibles. Cela a été une véritable révolution, car auparavant nos points de vente n'avaient pas accès à l'intranet. Nous sommes donc passé de 300 à 2 000 usagers du jour au lendemain puisque les vendeurs peuvent accéder à aeliapedia depuis leurs caisses.

Cette expérience est-elle une réussite ?

C'est indéniable. Ce qui m'apparaît indis-

pensable, pour que l'on soit vraiment dans le web 2.0, c'est qu'il y ait une appropriation par le *business*, dans les processus opérationnels du groupe. Aujourd'hui, les points de vente ont accès en temps réel aux mêmes informations que les collaborateurs du siège, dans la limite de leurs droits. Les promotions sur les produits, par exemple, sont directement accessibles. Auparavant elles étaient transmises par mél et, la hiérarchie étant elle-même très occupée, les points de vente ne recevaient pas toujours l'information. Les échanges de méls avec pièce jointe sont désormais proscrits et les classeurs papier de fiches produits sont voués à disparaître. De fait, un vendeur peut à tout moment consulter en ligne ces fiches pour mieux conseiller un client. Nous dénombrons 15 à 20 pages vues par mois et par collaborateur, ce qui est relativement important. L'objectif, aujourd'hui, est de continuer à faire vivre ce réseau afin qu'il entre véritablement dans les habitudes de travail.

« Des gains de temps non négligeables »



Jacques Froissant, fondateur-dirigeant d'Altaïde

Altaïde est un spécialiste du recrutement web 2.0. Une approche du conseil et de la gestion des ressources humaines qui intègre l'utilisation des blogs, des réseaux sociaux ou des podcasts. Explications.

Quelle est l'activité de votre entreprise ?

Altaïde est une société de conseil en recrutement et en gestion des ressources humaines (RH) essentiellement tournée vers les *start-up*, notamment les éditeurs de logiciel et les spécialistes du web. Nous effectuons, pour ces sociétés, des missions de recrutement, mais aussi de conseil : mise en place de stratégies RH, audit organisationnel, préconisations, accompagnement dans le développement RH, conduite du changement, communication interne, référentiels emplois/compétences, externalisation de fonctions RH... Créée en 2000, l'entreprise compte aujourd'hui une dizaine de salariés. L'une de nos caractéristiques est d'avoir été pionniers du web 2.0 avec une approche du recrutement intégrant tout d'abord l'utilisation des blogs, puis celle des réseaux sociaux ou des *podcasts*...

Comment utilisez-vous un réseau social comme BlueKiwi dans votre entreprise ?

Nous l'utilisons tout à la fois en interne et

en externe. Au niveau interne, ce réseau nous sert d'outil de gestion de la connaissance. Nous y déposons les contrats, les descriptifs de postes ou les processus internes à l'entreprise, accompagnés de commentaires des salariés. Nous partageons également les découvertes que l'on peut faire sur internet lorsque nous faisons de la veille. Cela nous permet d'en garder une trace et de retrouver l'information beaucoup plus facilement qu'avec les onglets des systèmes de navigation classiques. Par ailleurs, nous avons développé des usages avec nos clients. Tout d'abord, ils peuvent suivre le déroulement des missions qu'ils nous ont confiées au travers d'ateliers dédiés auxquels n'ont accès que le client, le consultant et éventuellement le chargé de recherche. De plus, le réseau nous permet de partager avec nos clients des informations sur les thématiques liées au recrutement mais aussi d'échanger avec eux sur nos *process* et les améliorations qu'ils aimeraient que nous y apportions.

Quels sont les apports de ce réseau dans la vie de l'entreprise ?

Nous réalisons des gains de temps non négligeables. Lors d'une mission, il est possible de trouver très facilement des descriptifs de poste similaires à celui recherché et d'en construire un nouveau à partir de cet existant. De plus, en phase de prospection, nous pouvons indiquer à un client le nombre de missions similaires que nous avons déjà réalisées. Par ailleurs, nous nous sommes aperçus que, grâce aux ateliers, nous parvenions à mieux gérer nos clients qu'au travers des méls. Ils sont plus réactifs, plus impliqués, et les délais sont de ce fait beaucoup mieux respectés. Enfin, nous avons une bien meilleure traçabilité de nos missions. Si un candidat a été écarté, nous pouvons lui en expliquer les motifs car le client nous fait part de ses commentaires dans l'espace qui lui est dédié sur le réseau.

Fonds national de revitalisation des territoires

Financé par le ministère de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi et par la Caisse des dépôts et consignations, le Fonds national de revitalisation des territoires (FNRT) complète le dispositif actuel de revitalisation économique venant en aide aux territoires touchés par des restructurations d'entreprises. Il doit permettre, d'ici trois ans, l'octroi via Oseo de 135 M€ de prêts sans garantie aux entreprises créant ou préservant de 10 à 500 emplois dans les territoires touchés par des restructurations économiques qui ne donnent pas lieu à des actions de revitalisation de la part de grandes entreprises. À cet effet, l'État et la Caisse des dépôts ont doté Oseo d'un fonds de garantie de 45 M€ et lui ont confié la gestion financière du dispositif. Afin de faciliter la formalisation des projets de développement des entreprises, une enveloppe d'assistance technique de 5 M€ au total sur 3 ans sera mise à disposition au niveau déconcentré. L'objectif est de parvenir dès 2009 à l'accompagnement de 30 territoires, permettant ainsi le soutien de plus de 50 projets correspondant à la réalisation de plus de 75 M€ de dépenses des entreprises. Quatre premiers territoires viennent d'être retenus à ce titre : le Villeneuveois-Fumelois (47), le Centre-Isère (38), le Sud Deux-Sèvres (79), et le Pays Adour-Chalosse-Tursan (40) pour un montant total de 6,5 M€ de prêt bonifiés mobilisables.

- yan.rovere@finances.gouv.fr
- patrick.williate@finances.gouv.fr

Consultation publique sur l'internet du futur

Une consultation publique sur l'internet du futur a été lancée fin mai en vue de recueillir l'avis de l'ensemble des acteurs concernés par le thème, universitaires, chercheurs, grandes entreprises, PME et société civile... Elle porte notamment sur l'identification des thématiques liées au concept d'internet du futur, l'organisation de la recherche en France dans ce domaine, la coordination des plateformes d'expérimentation, l'organisation des pôles de compétitivité concernant cette thématique, la normalisation et les actions à mettre en œuvre pour préparer l'industrie française à ces changements importants...

- www.telecom.gouv.fr/internetdefutur

Un centre de référence pour la santé à domicile et l'autonomie

Luc Chatel a annoncé fin mai la création d'un centre de référence national pour la prise en charge de la santé à domicile et de l'autonomie.

Le centre de référence retenu est celui porté par les pôles de compétitivité *Eliopsys*, *Cancer Bio Santé*, *SCS*, *Minalogic*, et les CHU de Limoges, Toulouse, Nice et Grenoble. Il a pour siège la ville de Nice. Un budget de 4 M€ sur trois ans a été prévu par le ministère chargé de l'Industrie pour le soutenir. Le centre devrait être opérationnel dès la fin de l'année. Sa mission sera de donner toutes les informations nécessaires au développement et à la diffusion de solutions à l'ensemble des acteurs de la prise en charge de la santé à domicile et de l'autonomie, et en particulier aux PME. Il mènera des missions d'intérêt général (information et sensibilisation des acteurs, coordination d'initiatives collectives, contribution à la normalisation, suivi des évolutions légales et réglementaires, etc.) et pourra également assurer des prestations commerciales (formation, veille, conseil, etc.), qui lui permettront à terme de financer son fonctionnement.

- anne.laurent@finances.gouv.fr

Lancement du guichet unique de la création d'entreprises

Hervé Novelli a signé une convention avec l'ACFCI, l'APCM, l'ACOSS et les Greffes, l'APCE et l'INPI pour la création d'un portail internet unique de création d'entreprises qui sera ouvert en janvier 2010. Ce nouveau site permettra à tous les entrepreneurs de créer leur entreprise en ligne et d'accomplir les procédures et formalités nécessaires à l'exercice d'une activité industrielle, commerciale, artisanale ou de service. Après l'expérience de l'auto-entrepreneur, c'est la première fois en France que les créateurs d'entreprises auront la possibilité de réaliser sur un site unique toutes les démarches de création d'une activité, y compris les demandes d'autorisations administratives.

- daniele.fagot-vermeulen@finances.gouv.fr

Un nouveau dispositif pour soutenir l'innovation duale des PME

Christine Lagarde et Hervé Morin ont annoncé le lancement d'un dispositif de soutien aux projets d'innovation stratégique de PME, baptisé « RAPID » (Régime d'appui aux PME pour l'innovation duale). Ce dispositif soutiendra des projets de recherche industrielle ou de développement expérimental à fort potentiel technologique, présentant des applications militaires mais aussi des retombées pour les marchés civils. Toute PME de moins de 250 salariés, seule ou en consortium peut faire acte de candidature, pour bénéficier d'une subvention « RAPID ». Le dispositif est conçu pour accorder un financement aux projets sé-

lectionnés dans un délai de quatre mois entre le dépôt du dossier et le début des travaux. « RAPID » est mis en œuvre par la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (Dgcis) et la Délégation générale pour l'armement (DGA), qui expertiseront conjointement les projets proposés.

- www.ixarm.com/Projets-d-innovation-duale-de-PME
- dispositif.rapid@dga.defense.gouv.fr
- michel.ferranderry@finances.gouv.fr

Un guide de l'affichage environnemental

Pour clarifier l'information du public et développer l'éco-consommation et les éco-industries, le Grenelle de l'environnement et l'étude sur les éco-industries rendue publique en décembre dernier, ont conclu que l'affichage de l'impact environnemental des biens de consommation devrait être progressivement développé d'ici fin 2010. Afin que le consommateur puisse s'y retrouver, il fallait définir des règles pour que tous les opérateurs utilisent les mêmes méthodes. L'Ademe prépare, en collaboration avec l'Afnor et les professions concernées, un guide de bonnes pratiques harmonisant les méthodes d'élaboration de cet affichage. Le site <http://affichage-environnemental.afnor.org> permet de télécharger les documents de la plateforme générale Ademe/Afnor (calendrier et comptes rendus de réunions) ainsi que d'autres documents (réglementation, documents utiles...). La prochaine réunion de la plateforme générale se tiendra le 3 juillet 2009 à 9h30 dans les locaux de l'Afnor. La participation de toutes les entreprises intéressées doit faire l'objet d'une inscription préalable auprès de l'Afnor.

- www.afnor.fr
- claire.bellini@finances.gouv.fr

Atout France, nouvelle agence au service du tourisme français

Le nouveau Groupement d'intérêt économique, *Atout France*, l'Agence de développement touristique de la France, est né du rapprochement de Maison de la France et d'ODIT France. La nouvelle agence est désormais l'opérateur unique de l'État dans le secteur du tourisme. De nouvelles missions lui seront prochainement confiées, notamment dans le domaine du classement des hébergements touristiques et de la tenue du registre des opérateurs de voyage. L'agence continuera à assumer les fonctions d'ingénierie touristique, d'observation économique et de promotion et développera son action à l'international et dans le domaine de la formation.