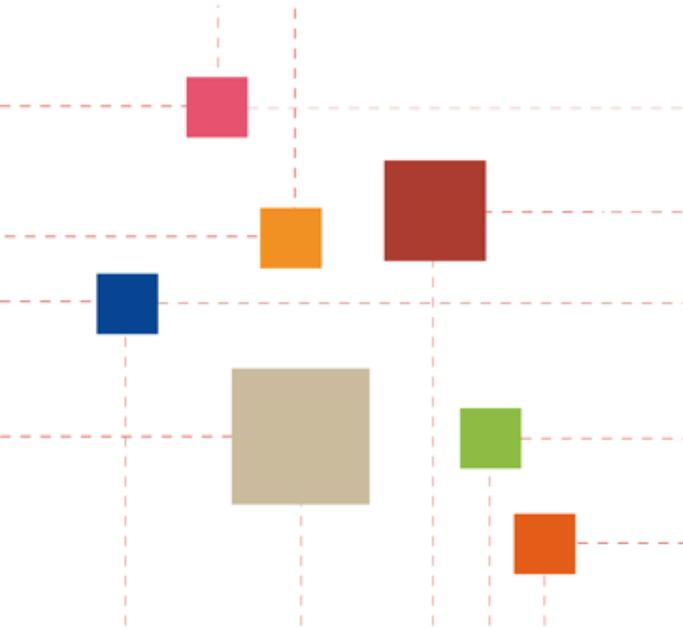


# **observatoire de l'intranet et de la stratégie numérique**

[www.observatoire-intranet.com](http://www.observatoire-intranet.com)



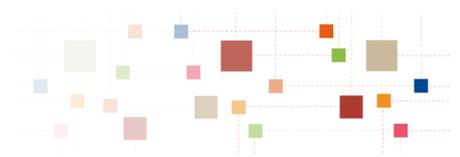
**Tendances 2012**

Méthodologie de l'enquête

**Résultats 2012**

**Socio-types de l'entreprise**

**Prospective**

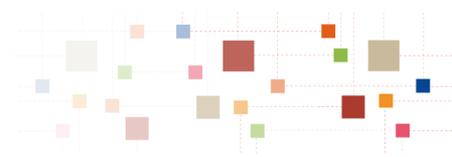


## Principales tendances 2012

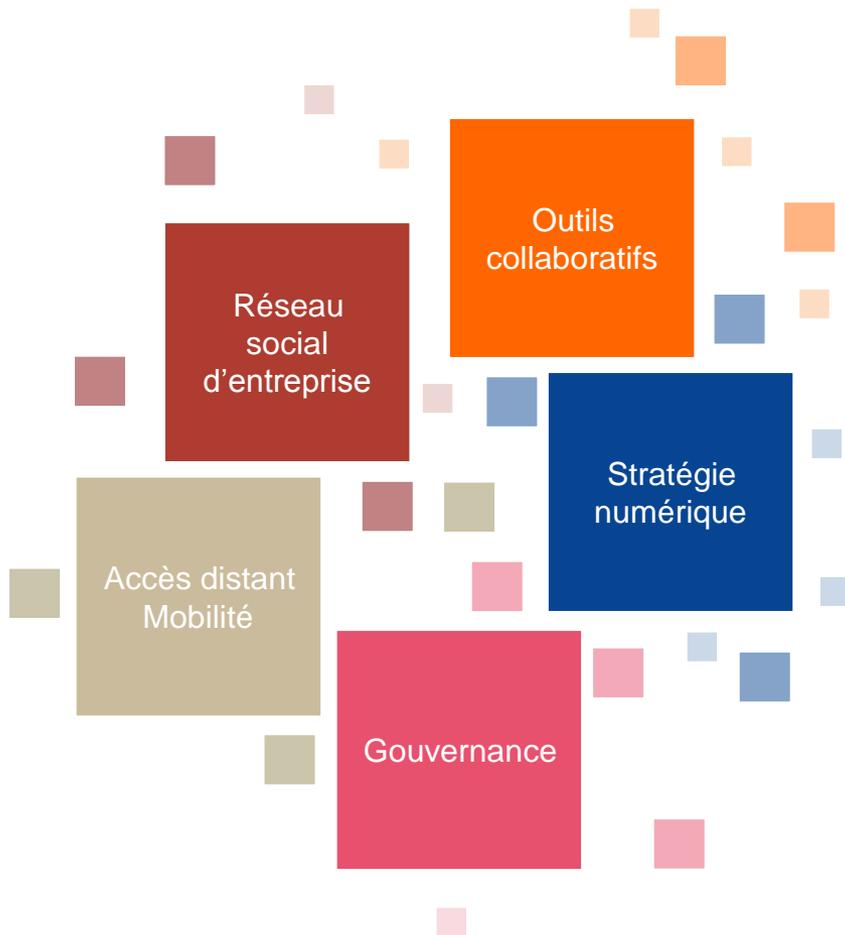
- La crise n'aura pas épargné nos sujets, à moins que l'attentisme identifié dans le déploiement des **réseaux sociaux d'entreprise** s'explique plus par une volonté de voir comment les leaders s'adaptent à ces nouveaux outils, avant de basculer eux aussi.
- Les avancées principales sont à noter dans le déploiement étendu des **outils collaboratifs**, avec notamment une croissance très forte de messagerie instantanée ou de la web conférence. Qu'il s'agisse des espaces collaboratifs, dont le déploiement est désormais très organisé, ou de la **gouvernance** qui s'installe autour des compétences, on identifie bien une approche réfléchie et structurée où l'entreprise à su utiliser le potentiel des outils tout en s'adaptant aux nouveaux usages.

Les **accès distants** pour tout type d'interaction (administrative, experte), en écriture comme en lecture, sont possibles dans la moitié des cas désormais, et l'ergonomie des sites s'adapte à la consultation sur terminaux légers dans près d'un tiers des organisations . La **mobilité** est un moyen d'accès à l'entreprise qui fait partie désormais de son écosystème ; nous verrons les chiffres grimper dans ce sens dans les années à venir.

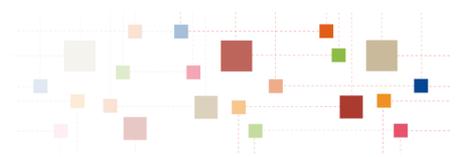
Enfin, la **stratégie numérique**, où la façon dont l'entreprise appréhende de manière organisée le recours aux outils numériques pour son quotidien, a sans doute de belles heures devant elle. Il faut laisser encore quelques mois voire un ou deux ans aux organisations pour leur permettre de prendre la mesure du potentiel de ces nouveaux outils, avant de les voir largement déployées, jusqu'aux prochaines innovations ...



## Tendances de l'intranet 2012



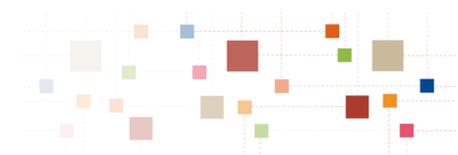
- Les **outils collaboratifs** se déploient inéluctablement.
- Le **réseau social d'entreprise** s'installe lentement.
- La **mobilité** et les **accès distants** se confirment.
- Nette progression de la **gouvernance** dans les dispositifs intranets.
- L'entreprise commence à intégrer la **stratégie numérique** dans son organisation et son fonctionnement.



## Les outils collaboratifs se déploient inéluctablement



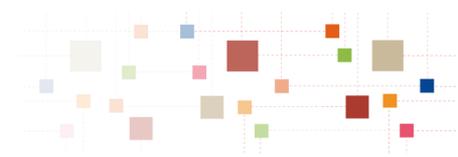
- On note une présence désormais dominante des **espaces collaboratifs** disponibles dans 80% des intranets (+33/ par rapport à 2011).
- Les espaces sont de plus en plus équipés **d'outils pratiques** (actualités, bibliothèques, agendas,...) : + 20 points.
- Les **usages collaboratifs étendus** sont de plus en plus fréquents : presque 10% des cas.
- La **messagerie instantanée et la web conférence** sont en forte progression (X2).



## Le réseau social d'entreprise s'installe lentement



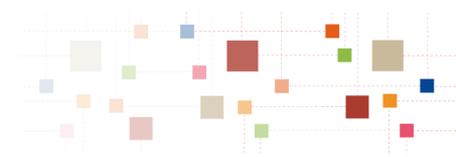
- La **fiche personnelle enrichie** progresse modérément : disponible dans 23% des cas.
- Le rôle et le profil du **community manager** est bien identifié : 37% en ont nommé et 27% vont en augmenter le nombre.
- La majorité des entreprises sont disposées à tenter l'expérience du **réseau social d'entreprise** : 14% l'utilisent régulièrement. 86% sont favorablement disposés.
- La **Dircom** et la **DSI** sont pilotes du déploiement de ces projets de RSE : 20% des cas avant la **DRH** : 12%.



## La mobilité et les accès distants se confirment



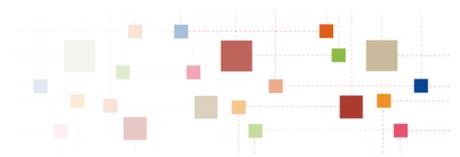
- Une majorité, toujours croissante, d'intranets sont **accessibles à distance** : 67% des entreprises contre 65% en 2011.
- L'**adaptation de l'ergonomie** pour consultation sur Smartphone est proposée dans 28% des cas (contre 17% en 2011).
- La **tactilité** est prise en compte dans 27% des intranets.
- Les **transactions distantes** s'étendent de la lecture vers l'écriture (40%) - y compris dans des applicatifs métiers.



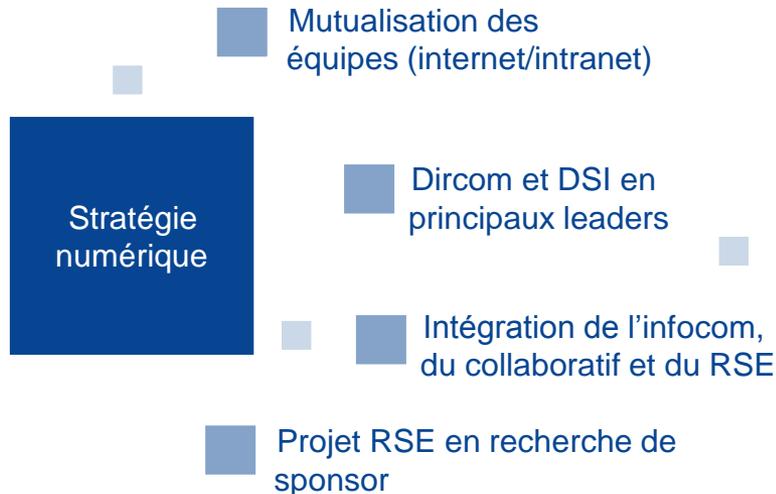
## Nette progression de la gouvernance des dispositifs intranet



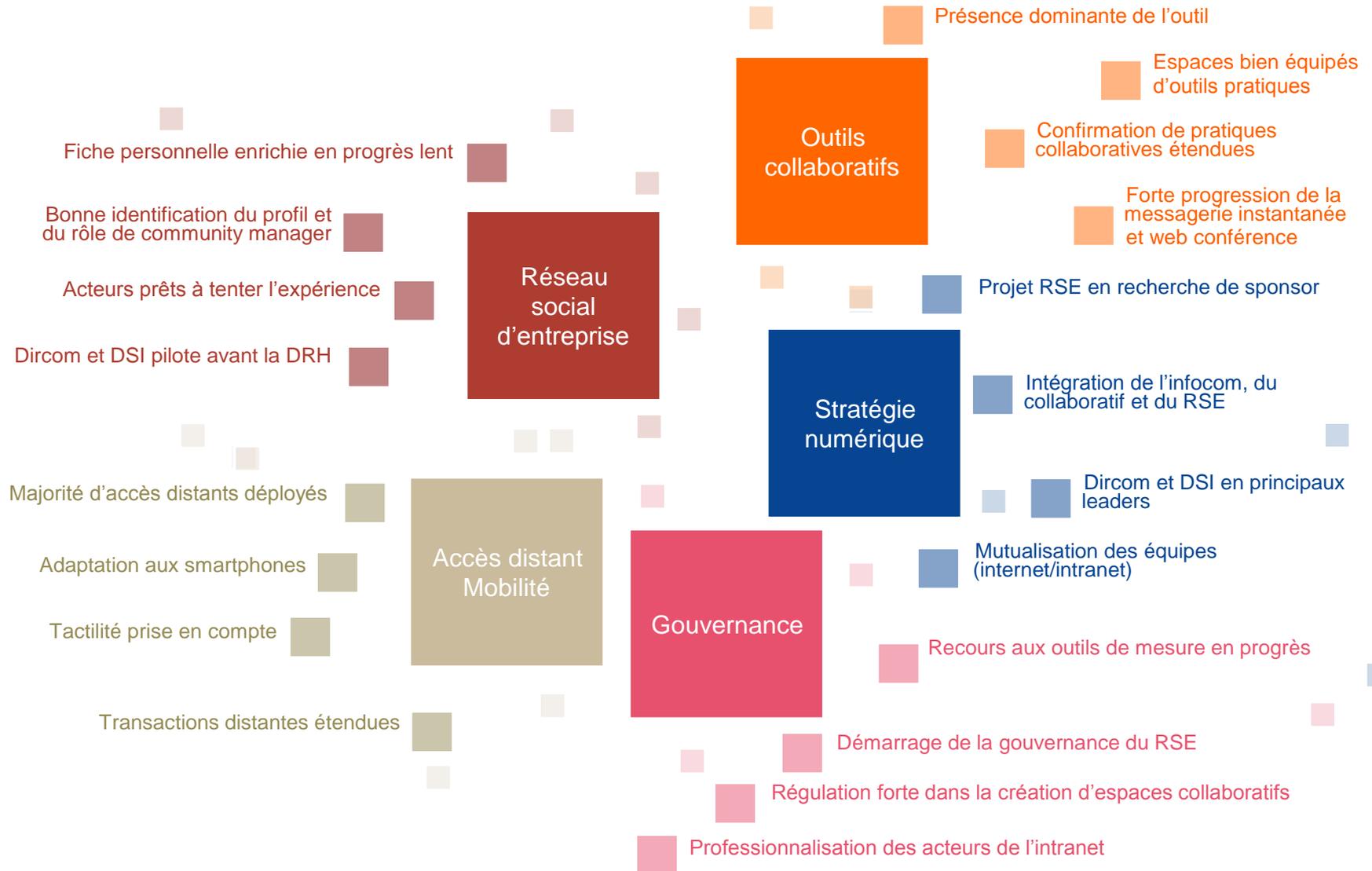
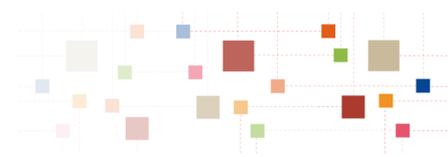
- Le recours aux **outils de mesure** est en progrès : tous les outils sont en progression (analyse de logs 58%).
- La **gouvernance dédiée** au réseau social d'entreprise fait son entrée : existence de netiquette dans 30% des cas.
- Une **régulation** forte autour du déploiement des **espaces collaboratifs** est identifiée : ouverture d'espaces sous condition, dans plus de 60% des cas.
- La **professionnalisation des acteurs** de l'intranet se confirme : 50% ont défini le profil de contributeur, x2 pour la définition des KM managers.

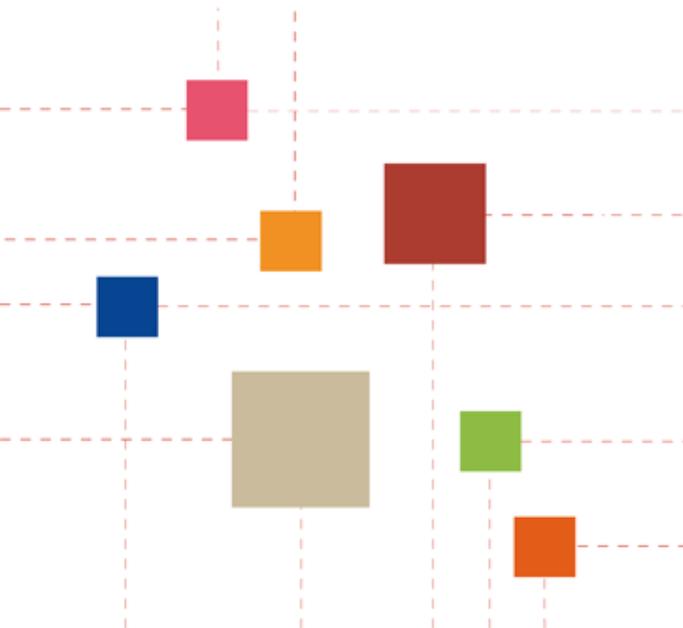


## Intégration progressive de la stratégie numérique



- La mutualisation des ressources internet/intranet s'affirme : 54% des entreprises l'ont mis en place.
- La Dircom et la DSI sont les principaux leaders des projets numériques (respectivement 53 et 44%)
- On note l'intégration progressive dans un même dispositif des outils infocom, collaboratifs et du réseau social d'entreprise.
- Les projets de RSE sont en recherche de sponsor.



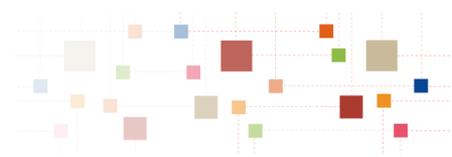


Méthodologie de l'enquête

Résultats 2012

Socio-types de l'entreprise

Prospective

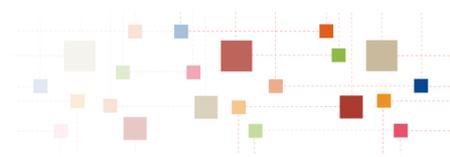


## L'Observatoire de l'intranet

- Etude de référence sur les évolutions de l'Intranet
- Depuis 1999 : 13ème édition
- Analyse la progression de l'intranet et des technologies de l'information dans les organisations du travail privées et publiques
- Cette observation régulière permet de dégager les principales tendances et relève les évolutions significatives, dans la durée
- Finalité : Observer l'intranet pour comprendre les tendances, les anticiper, afin de professionnaliser, comparer et faire évoluer ce dispositif

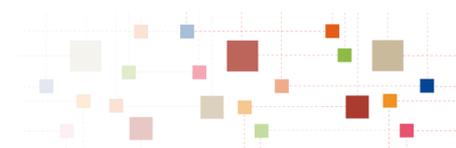


Nous remercions **les associations** : ClubNet, AFCI, ADBS et Communication & Entreprise (Ujjef) qui ont encore cette année fidèlement relayé l'Observatoire de l'intranet et de la stratégie numérique. Ainsi que Emergenceweb, le blog canadien influent dédié à la communication interactive.

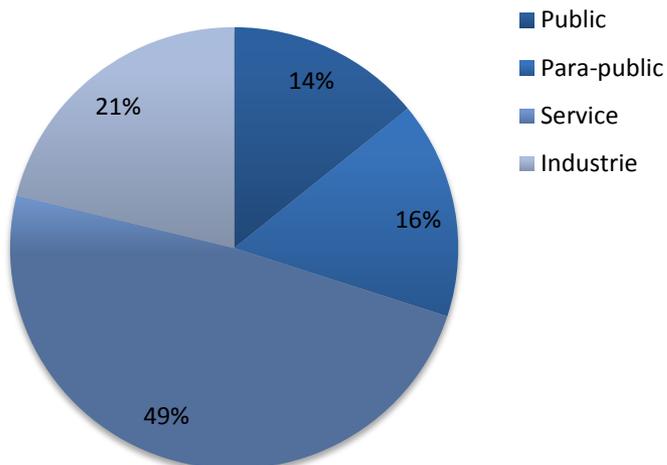


## Méthodologie de l'enquête

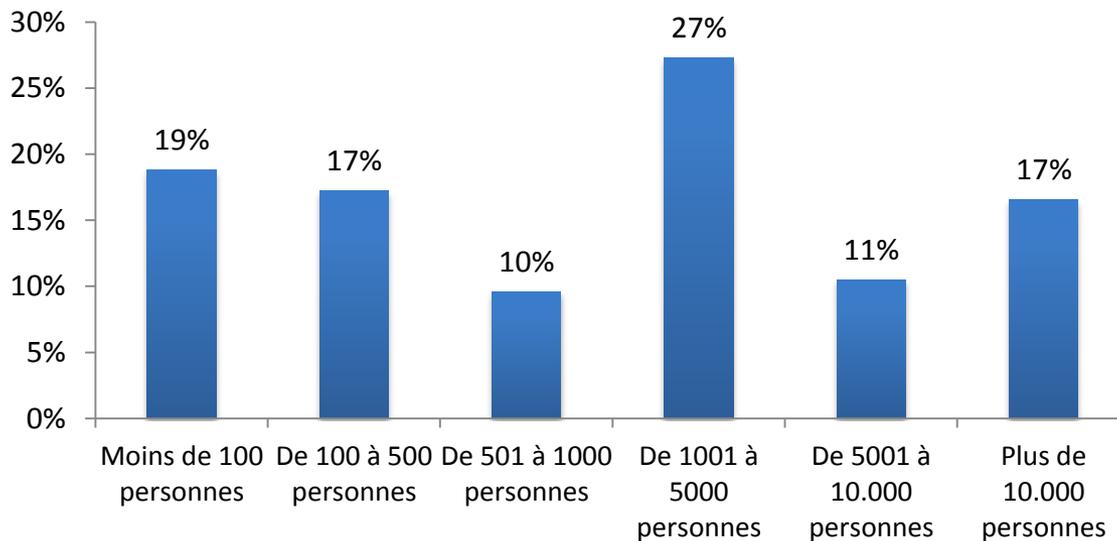
- L'enquête s'est déroulée du 4 janvier au 13 avril 2012 sur le site [www.observatoire-intranet.com](http://www.observatoire-intranet.com)
- **447** réponses valides ont été traitées
  - L'échantillon de l'édition 2012 correspond à un équivalent de salariés représentés de près de **7,1 millions**
- 88% des répondants sont français. 12% en provenance de pays francophones d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Afrique.
- Le questionnaire, auto-administré, proposait **48 questions** qui s'articulaient autour de **4 thèmes**
  - **Information et communication**
  - **Collaboration**
  - **Réseau social d'entreprise et fonctions sociales**
  - **Stratégie numérique**
- Nous avons pris le parti cette année d'ouvrir un nouveau volet de question autour de la stratégie du numérique. Conscients des enjeux technologiques, nous avons également étendu les questions autour du choix des outils dans les domaines, infocom, collaboratifs et réseaux sociaux d'entreprise.
- Enfin, nous avons enrichi les socio types qui sont désormais au nombre de 9 comprenant désormais les consciencieux et les concepteurs, chaque catégorie étant bien représentée.

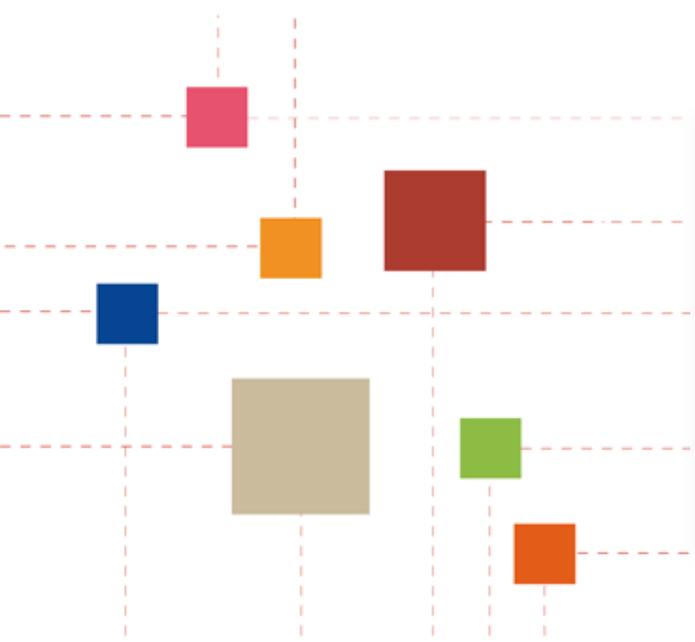


## Un panel représentatif

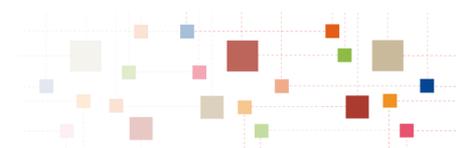


- Une représentation de tous les secteurs de l'économie
- Une représentation de toutes les tailles d'entreprises
- Les organisations de 1000 à 5000 personnes sont majoritaires

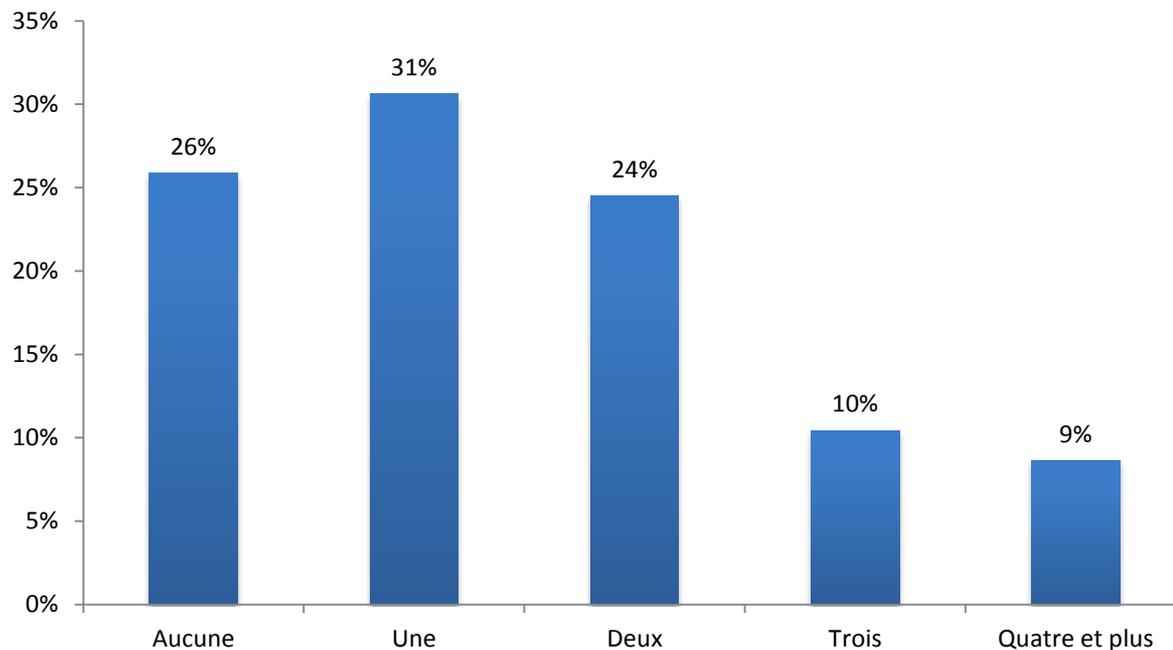




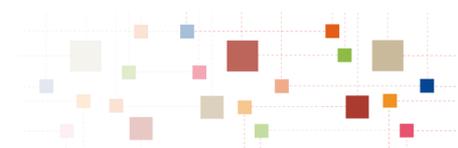
Intranet « Info/Com »



## L'intranet est un corps vivant

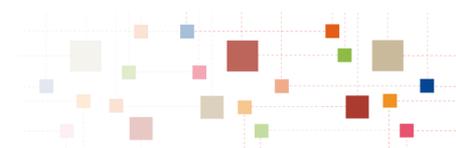


- Le premier intranet remonte en moyenne au début des années 2000
- 74% des intranets ont déjà vécu au moins une refonte majeure
- 43% en sont déjà au moins à la 3ème version



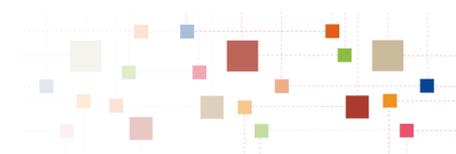
## Métiers et fonctions qui publient dans l'intranet

1. Communication	85%	11. Qualité	36%
2. Ressources Humaines	75%	<b>12. Organisation</b> (8 <sup>ème</sup> place en 2011)	<b>32%</b>
3. Informatique	66%	<b>13. Commercial, relation client</b>	<b>32%</b>
4. Direction générale	55%	14. Comité d'entreprise et IRP	32%
5. Formation	47%	15. Développement durable	32%
6. Documentation	48%	16. Commercial, relation client	32%
<b>7. Marketing</b> (15 <sup>ème</sup> place en 2011)	<b>39%</b>	<b>17. Achats</b> (13 <sup>ème</sup> place en 2011)	<b>28%</b>
8. Services généraux	39%	18. Recherche et développement	25%
9. Finances	38%	19. Contrôle de Gestion	22%
10. Juridique	38%	<b>20. Logistique</b> (17 <sup>ème</sup> place en 2011)	<b>21%</b>
		21. Production biens/services	13%

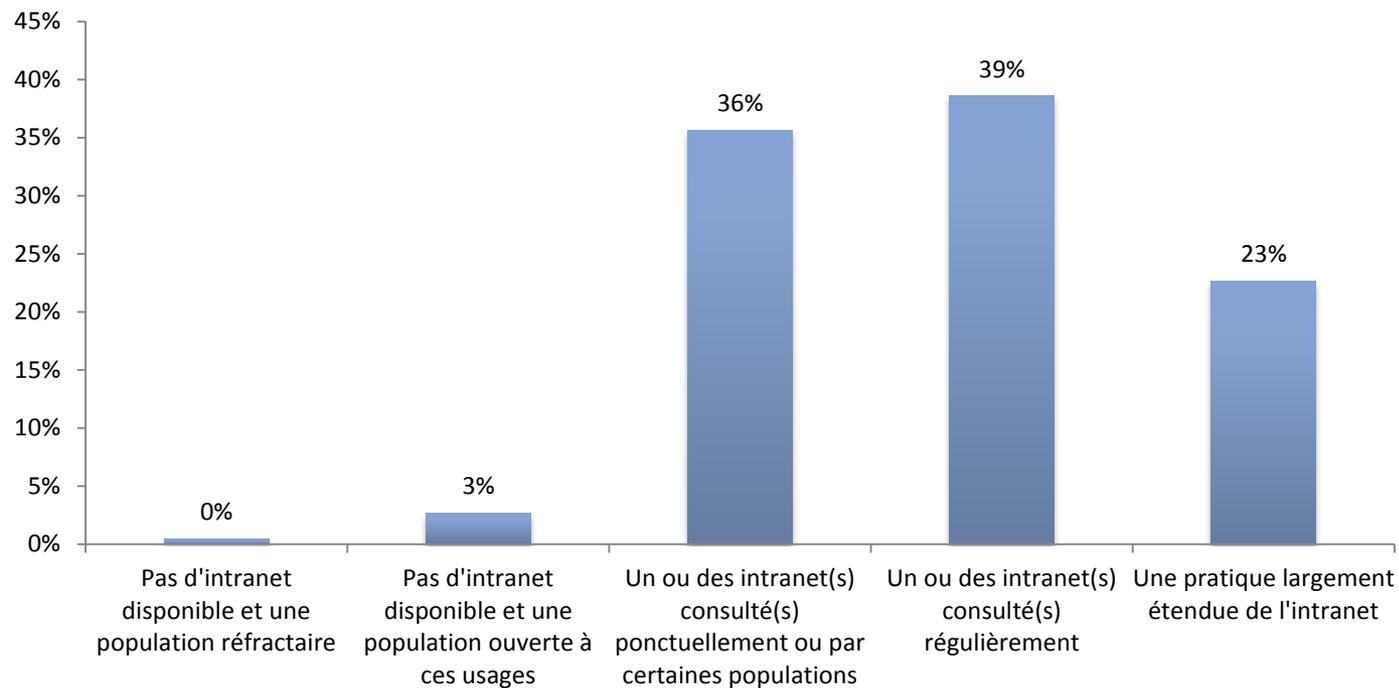


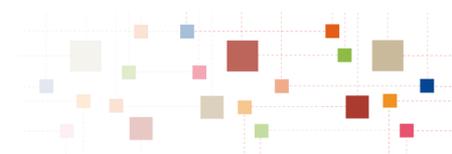
## Top 10 des contenus de l'intranet

<b>1. Information sur l'actualité de l'entreprise</b>	<b>90%</b> ↗
2. Information sur les procédures administratives	82%
3. Information sur les procédures et la documentations techniques	68%
4. Information institutionnelle	68%
5. Information sur les projets	63%
6. Information sur les produits et les services	55%
7. Information sur les métiers	53%
8. Information juridique et contractuelle	47%
<b>9. Information pratique</b>	<b>45%</b> ↘
10. Information financière	40%
<b>11. Tableaux de bord</b>	<b>35%</b> ↗
<b>12. Information sur les clients et partenaires</b>	<b>28%</b> ↗

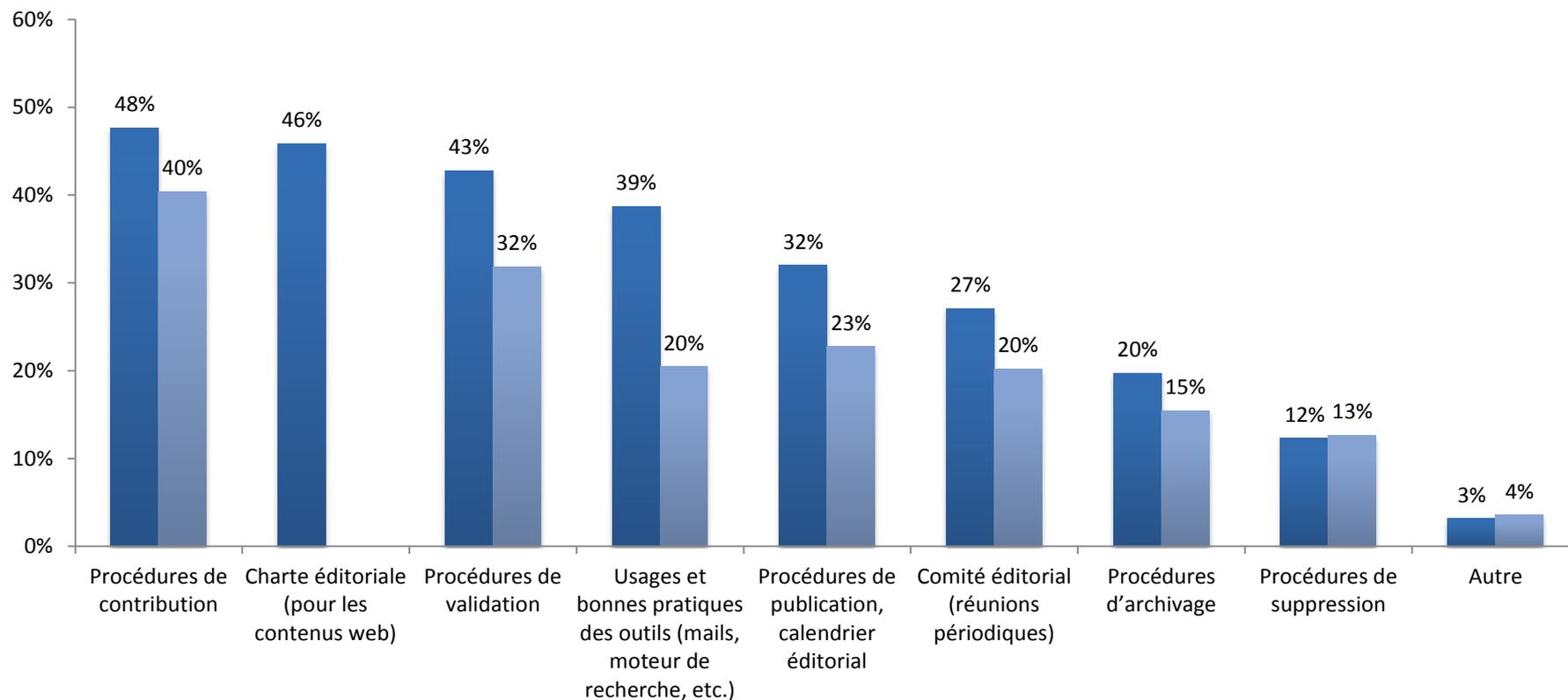


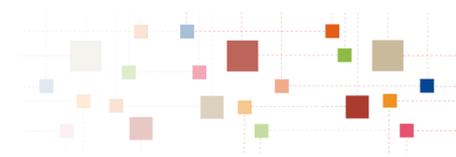
## L'intranet : un dispositif installé





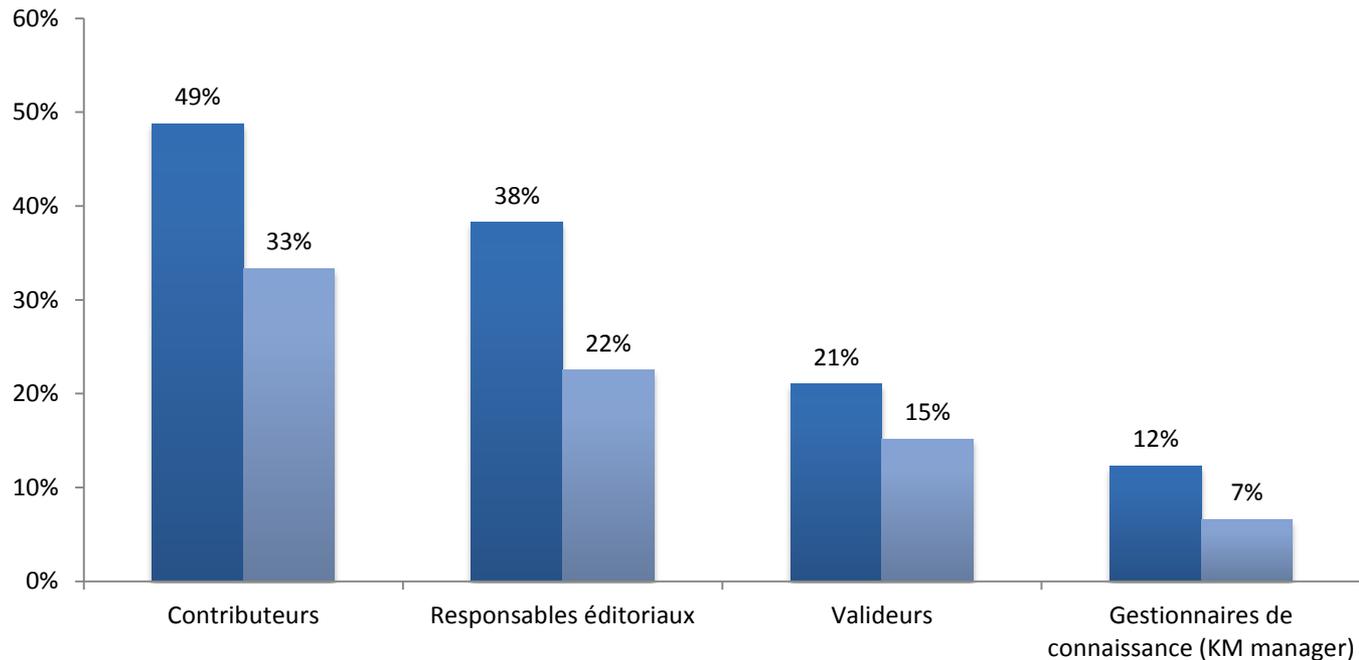
## Nette progression des outils de la gouvernance de l'intranet



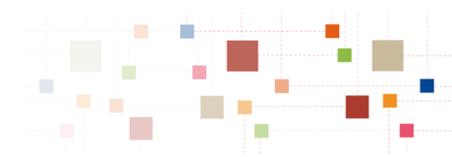


## Professionnalisation des acteurs de l'intranet

Quels profils de postes avez-vous défini en amont du déploiement de vos intranets ?

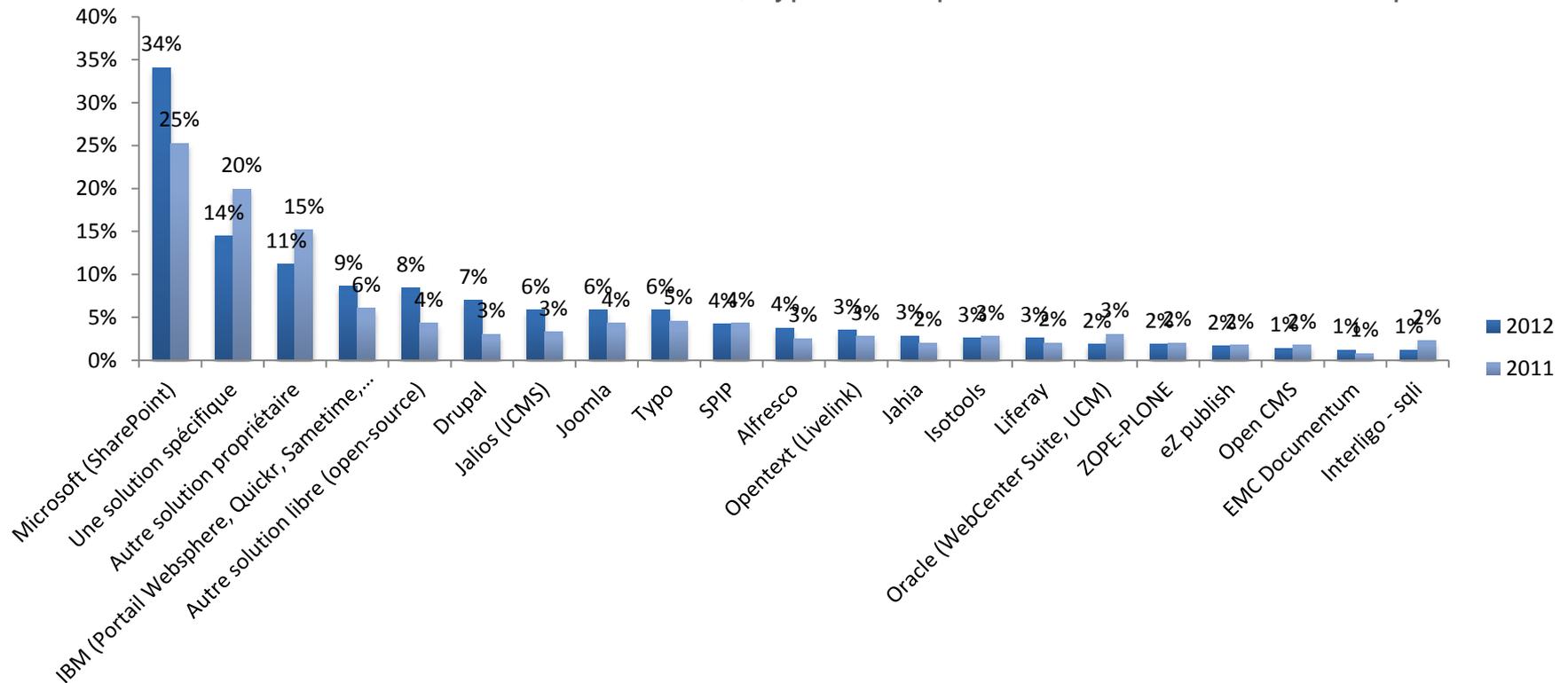


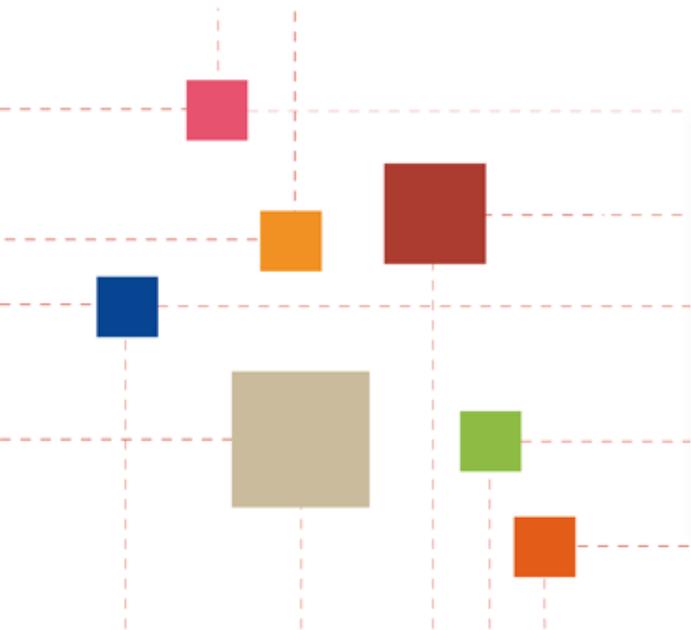
- Presque 50% des entreprises ont défini le profil de poste des contributeurs
- La définition des postes des KM managers a doublé, ainsi que pour les responsables éditoriaux



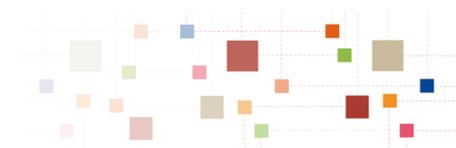
## Socle technique de l'intranet

- Les solutions Microsoft continuent à dominer le marché
- Les solutions développées spécifiquement en interne sont en fort retrait au profit notamment éditeurs comme IBM, Typo ou Drupal ou de solutions libres non spécifiées



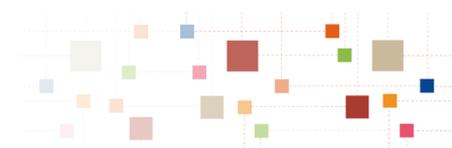


Collaboratif

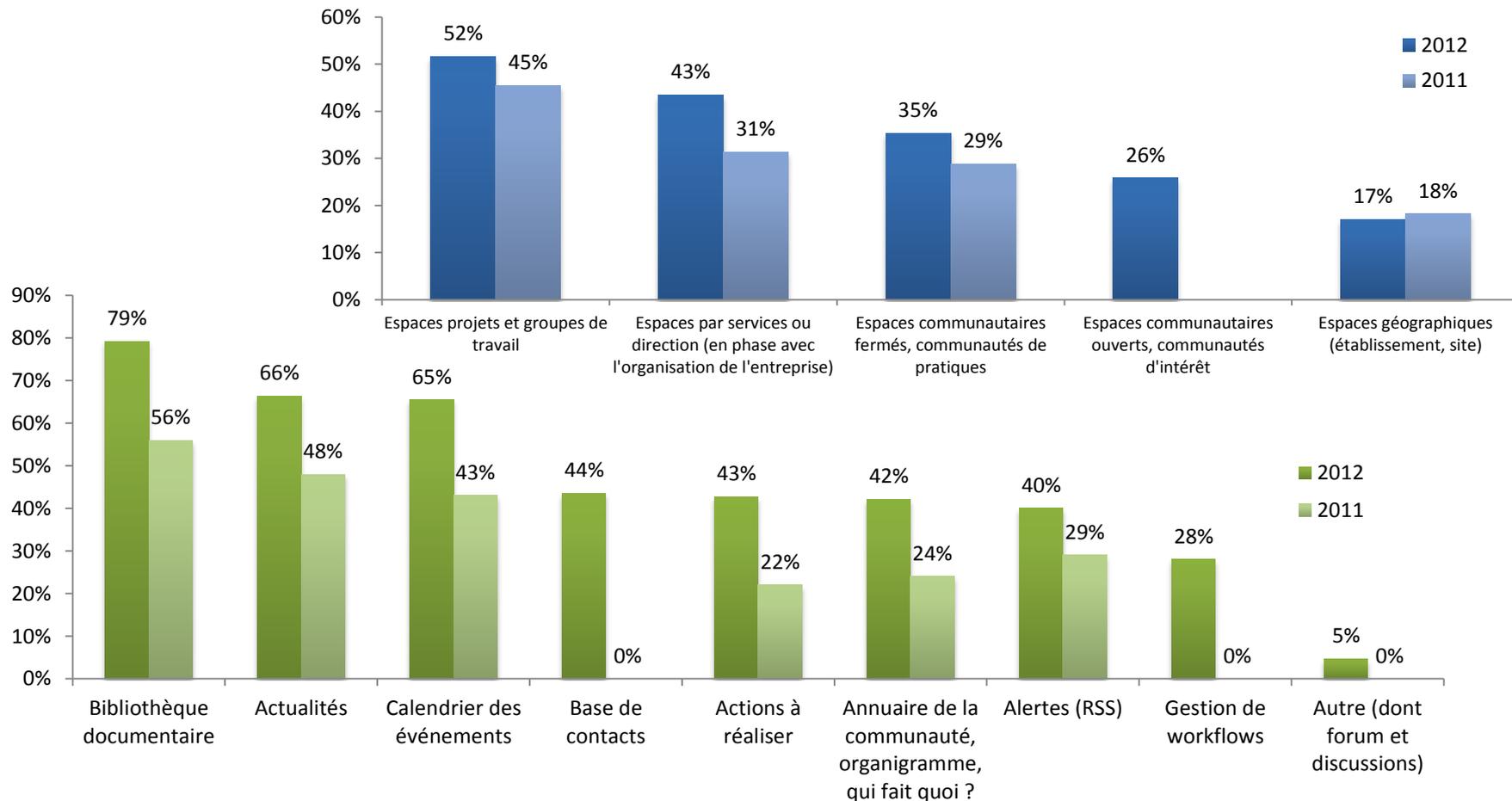


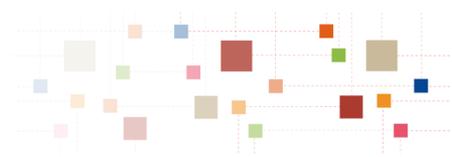
## Top 15 des fonctionnalités disponibles

1.	Annuaire interne	84%	
2.	Moteur de recherche simple	79%	
3.	Web mail	78%	
4.	Base documentaire	71%	
5.	<b>Agenda partagé</b>	<b>65%</b>	<b>↗</b>
6.	Gestion de processus génériques	64%	
7.	<b>Organigramme</b>	<b>63%</b>	<b>↘</b>
8.	<b>Espaces de travail collaboratif</b>	<b>56%</b>	<b>↗</b>
9.	<b>Messagerie instantanée</b>	<b>44%</b>	<b>↗ x2</b>
10.	Gestion de processus spécifiques	42%	
11.	<b>Forum</b>	<b>41%</b>	<b>↗ +7%</b>
12.	Moteur de recherche multicritères	40%	
13.	<b>Web conférence</b>	<b>40%</b>	<b>↗ x2</b>
14.	<b>Blogs</b>	<b>30%</b>	<b>↗ +10%</b>
15.	<b>Wikis</b>	<b>29%</b>	<b>↗ +10%</b>

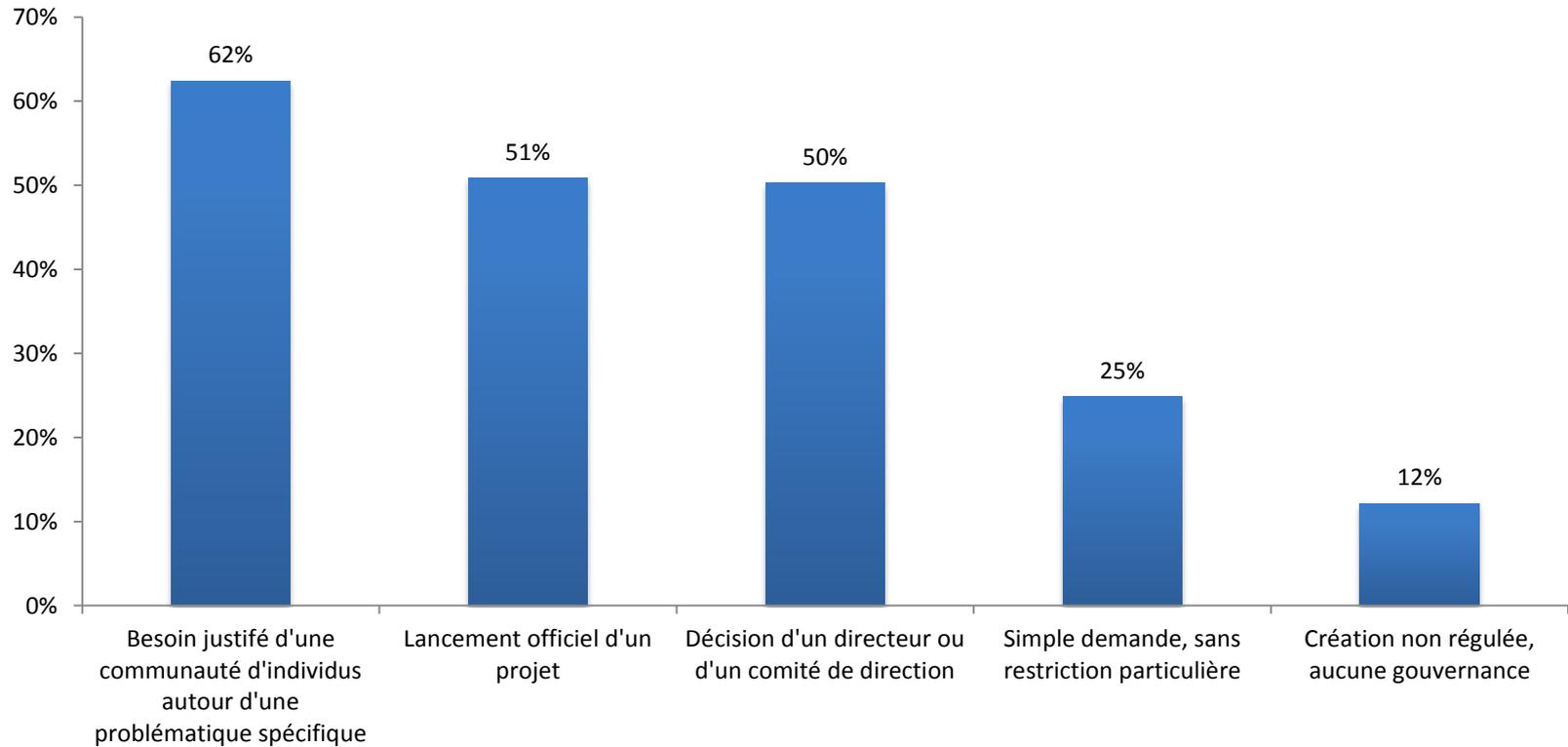


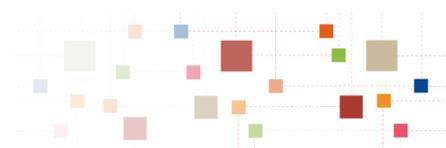
# Le déploiement des espaces collaboratifs se poursuit Les fonctionnalités de ces espaces s'enrichissent régulièrement



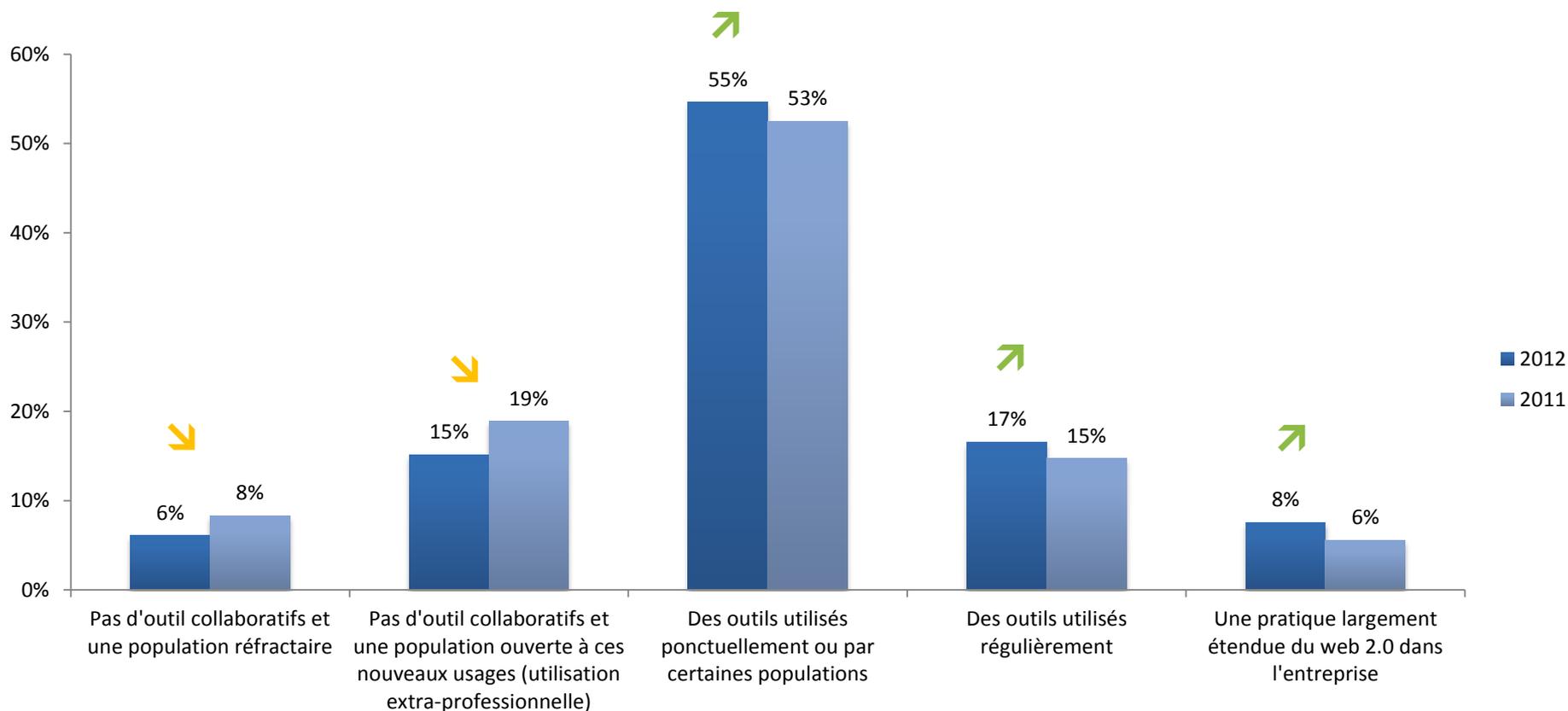


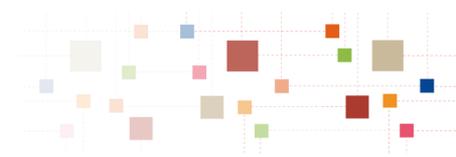
## Critères de création des espaces collaboratifs : une préférence nette pour une régulation forte



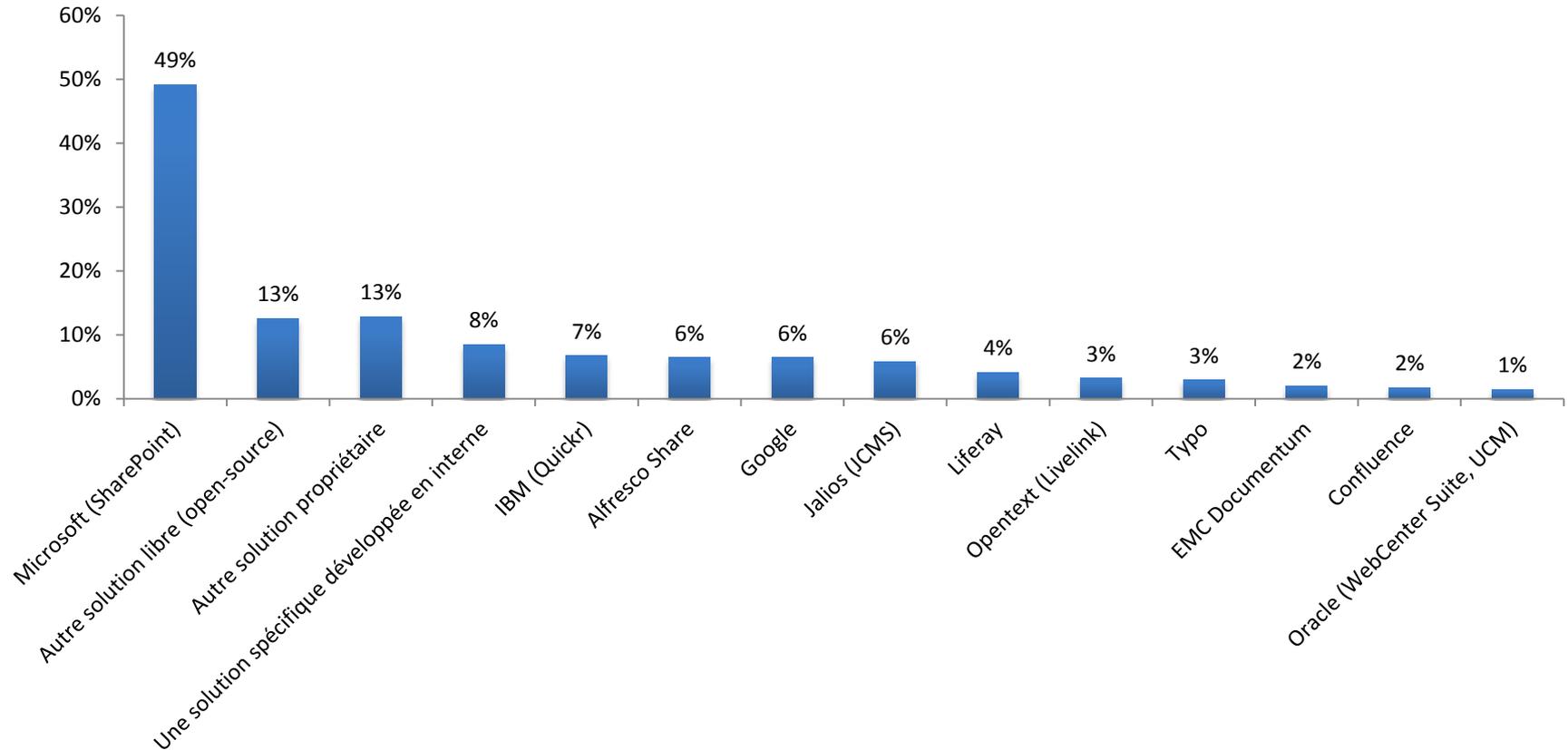


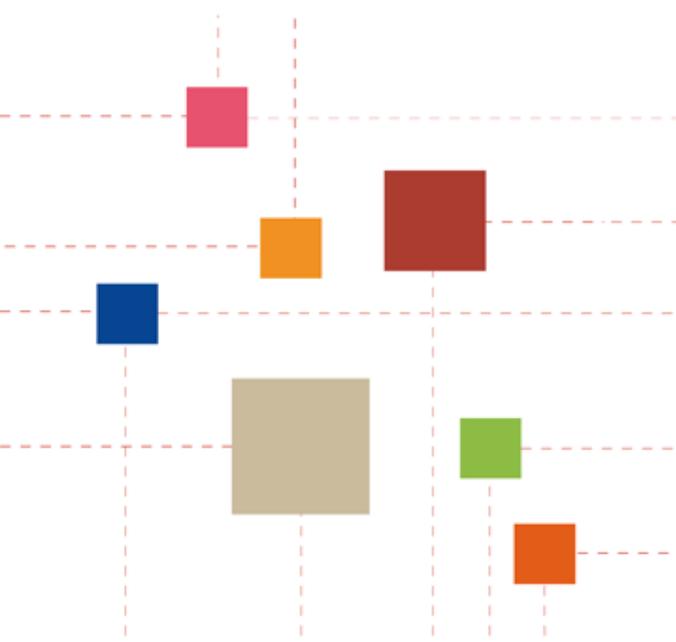
## Lente mais régulière progression de l'appropriation des outils collaboratifs



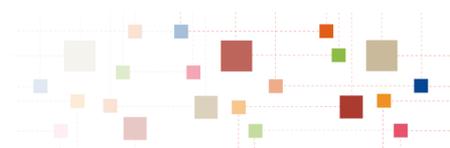


## Les solutions Microsoft dominent largement le marché de la collaboration



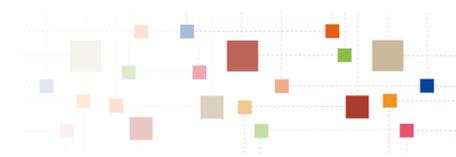


# Réseau Social d'Entreprise

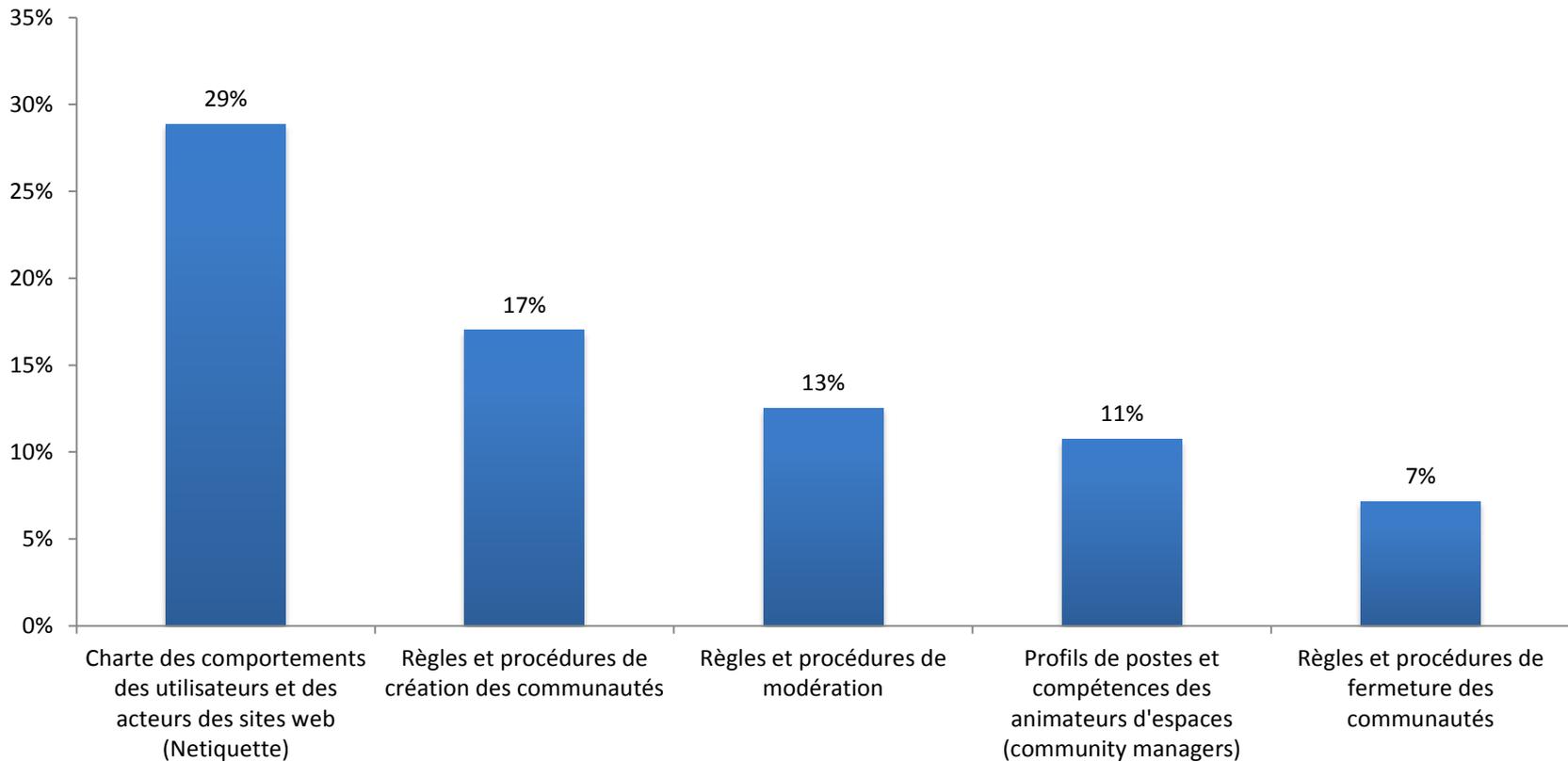


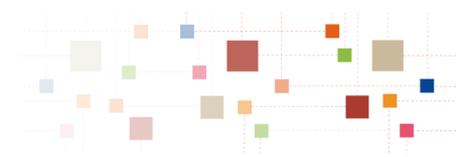
## La diffusion des fonctionnalités sociales se poursuit tout en restant dans des niveaux faibles

1.	Alertes mail	32%
2.	RSS	23%
3.	<b>Fiche annuaire enrichie</b>	<b>23%</b> ↗
4.	Partage de ressource (publications, documents, photos, etc)	21%
5.	Gestion de ses relations et contacts (mon réseau)	17%
6.	Présentiel (indicateur de présence)	17%
7.	E-opinion (Commentaires)	14%
8.	E-voting (Evaluation de contenu)	12%
9.	Publication et partage de mini-messages	11%
10.	Suivre des personnes (s'abonner à des personnes)	10%
11.	Outil de mise en relation (par affinité, par intérêt)	7%
12.	Site web personnel	6%



## La gouvernance du réseau social d'entreprise reste encore à bâtir





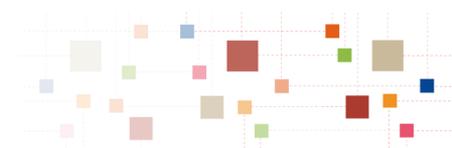
## Les compétences du community manager

### Le profil type

1. Bonne culture générale de l'entreprise ou de l'organisation
2. Maîtrise des principes et des techniques de la communication (off-line et on-line)
3. Pratique des outils du Web 2.0
4. Goût pour l'échange et le dialogue

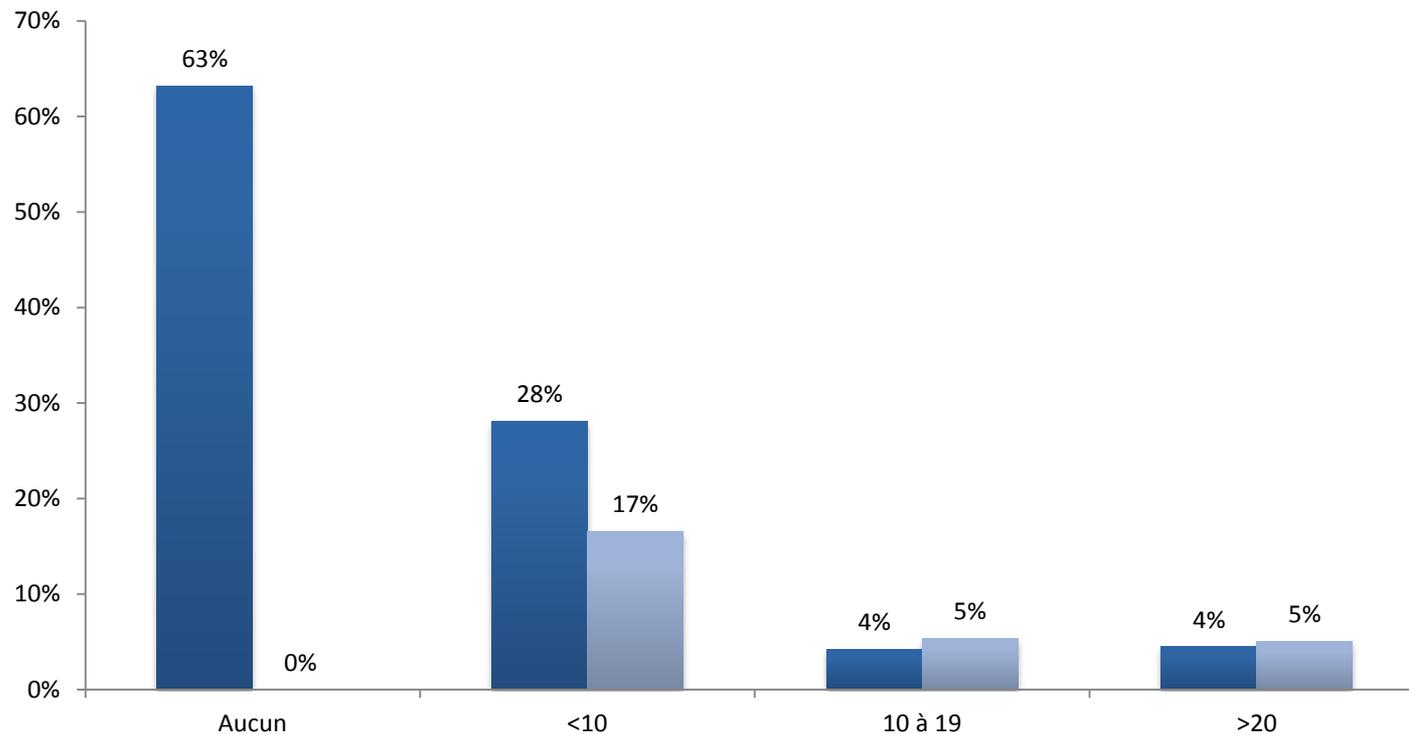
### Les autres compétences importantes pour les répondants

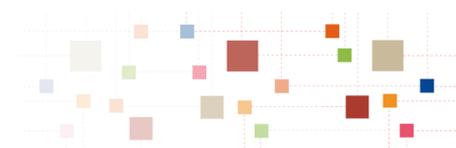
1. Bonne vision globale, hauteur de vue, sens politique
2. Ouverture d'esprit et capacité d'adaptation au changement
3. Capacité de conseil, force de proposition, savoir convaincre
4. Bonnes capacités d'analyse et de synthèse



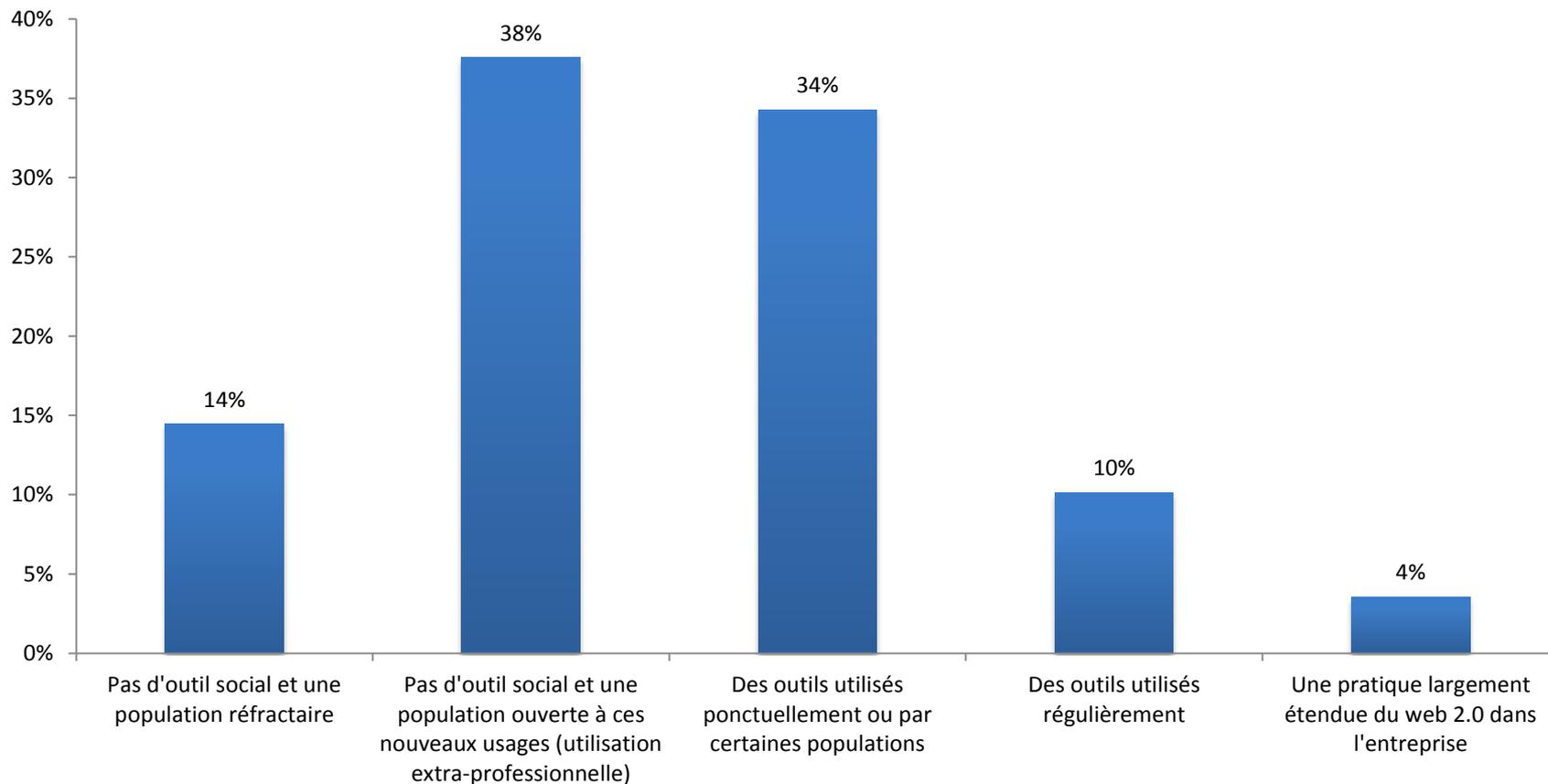
## Community manager : métier en émergence

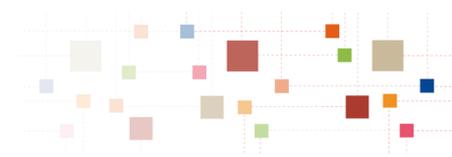
37% des entreprises ont nommé des Community Managers  
27% des entreprises vont en augmenter le nombre



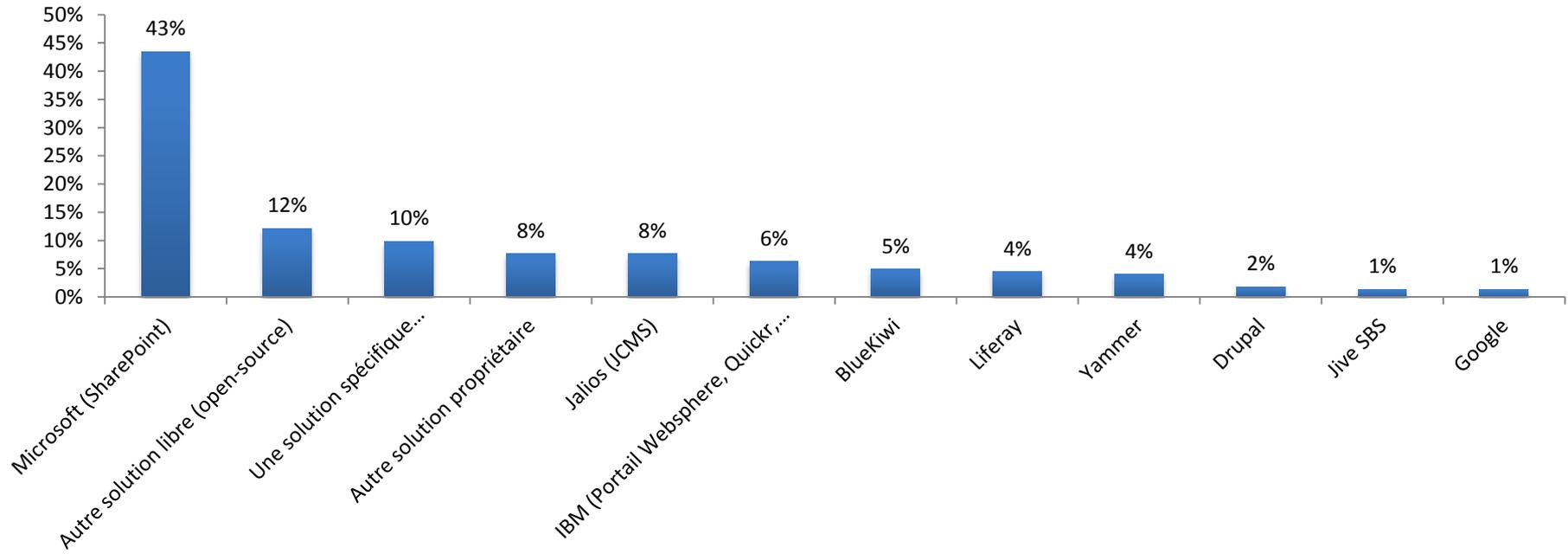


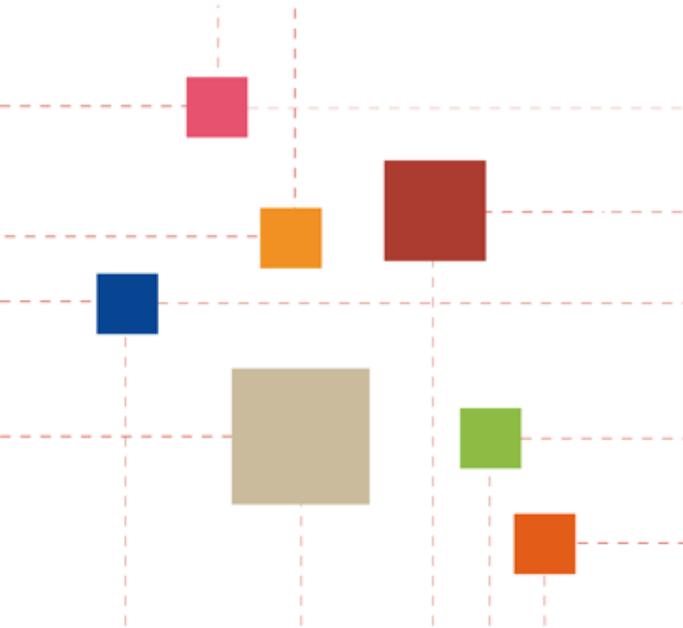
## Le RSE doit encore trouver ses utilisateurs Les populations internes sont prêtes à tenter l'expérience



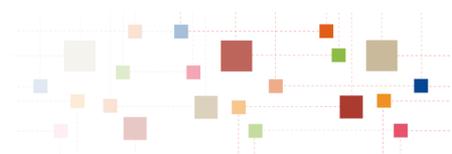


## Un marché encore mouvant malgré le poids du leader





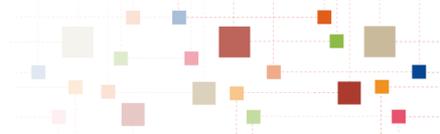
Stratégie numérique



## Quels sont les sponsors des projets numériques ?

- RSE cherche sponsor désespérément
- Très forte présence des DSI notamment dans le collaboratif
- DRH trop rarement sponsor des projets de Réseau Social d'Entreprise

	Info-Com	Collab	RSE
PDG, DG, DGS	39%	23%	12%
Direction Générale (collectivement)	43%	26%	12%
Directeur de la Communication	53%	26%	20%
Directeur des Systèmes d'Information	35%	44%	19%
Directeur des Ressources Humaines	28%	16%	12%
Directeur de l'organisation	6%	9%	3%
Autres	7%	9%	5%

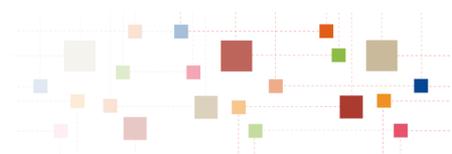


## Organisation en amont des projets : peu d'écoute, peu de vision !

A la question « En amont de vos projets de création et/ou d'évolution avez-vous ? », les réponses expriment la tendance suivante :

- Plus un cadrage stratégique a été réalisé au préalable, plus la solution technique est choisie en amont

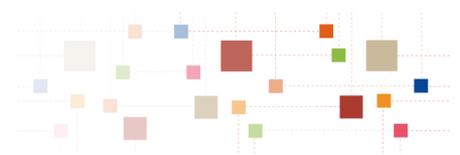
	Info-Com	Collab	RSE
Réalisé un cadrage initial (étude stratégique et de positionnement)	55%	35%	19%
Choix d'une solution technique en amont	49%	43%	21%



## Les cibles des projets numériques

- La majorité des projets numériques concernent l'ensemble des organisations
- Les chantiers de RSE semblent réservés à l'interne

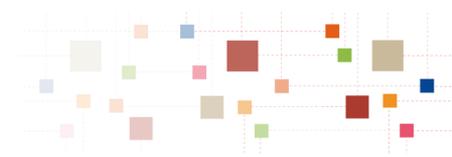
	Info-Com	Collab	RSE
L'ensemble de l'entreprise	60%	42%	23%
L'ensemble du groupe	49%	33%	22%
Des partenaires externes (clients, fournisseurs, experts)	18%	22%	6%
Un métier	15%	20%	6%
Une communauté	15%	25%	12%
Une direction	15%	17%	4%
Une division, une business unit	12%	17%	6%
Un pays	9%	6%	3%



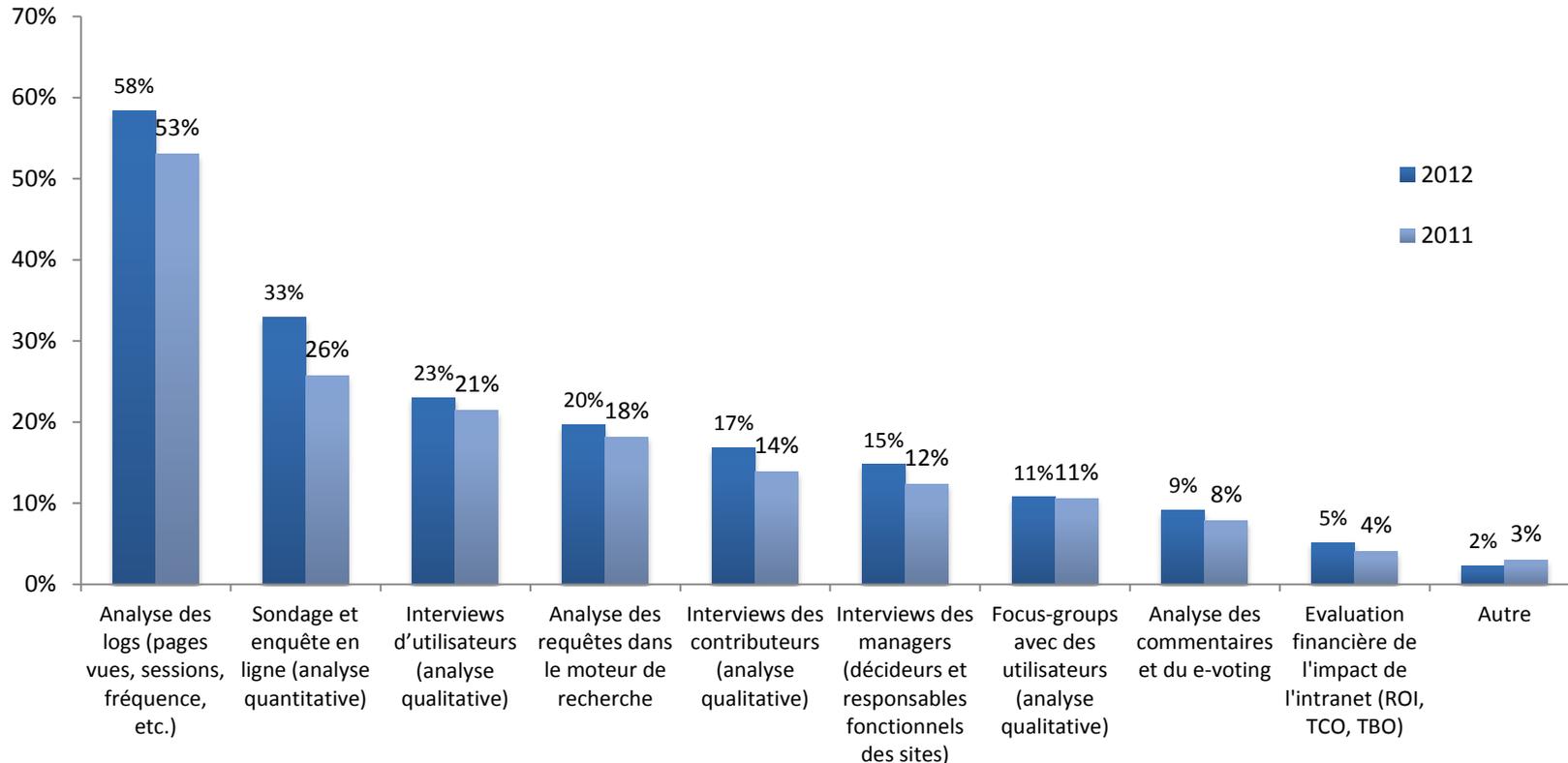
## L'organisation (département, service, direction) qui est responsable des dispositifs numériques

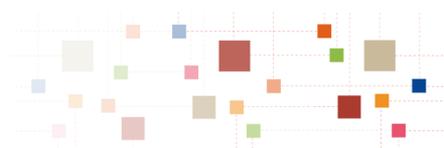
- Plus des 1/3 des projets info-com relèvent d'une responsabilité partagée
- C'est également le cas pour la moitié des projets collaboratifs

	Info-Com	Collab	RSE
La direction de la communication	38%	15%	12%
Responsabilité partagée	36%	28%	16%
La direction des systèmes d'information	32%	21%	12%
La direction générale	23%	13%	8%
La direction de la communication et la DSI	17%	12%	7%
La direction de la communication, la DSI et la DRH	13%	10%	7%
La direction des ressources humaines	10%	7%	6%
Un groupement de plusieurs directions co-proprétaires	6%	6%	2%
Autres	4%	4%	8%
Aucun propriétaire identifié	3%	2%	3%



## Progression des outils de mesure du dispositif intranet

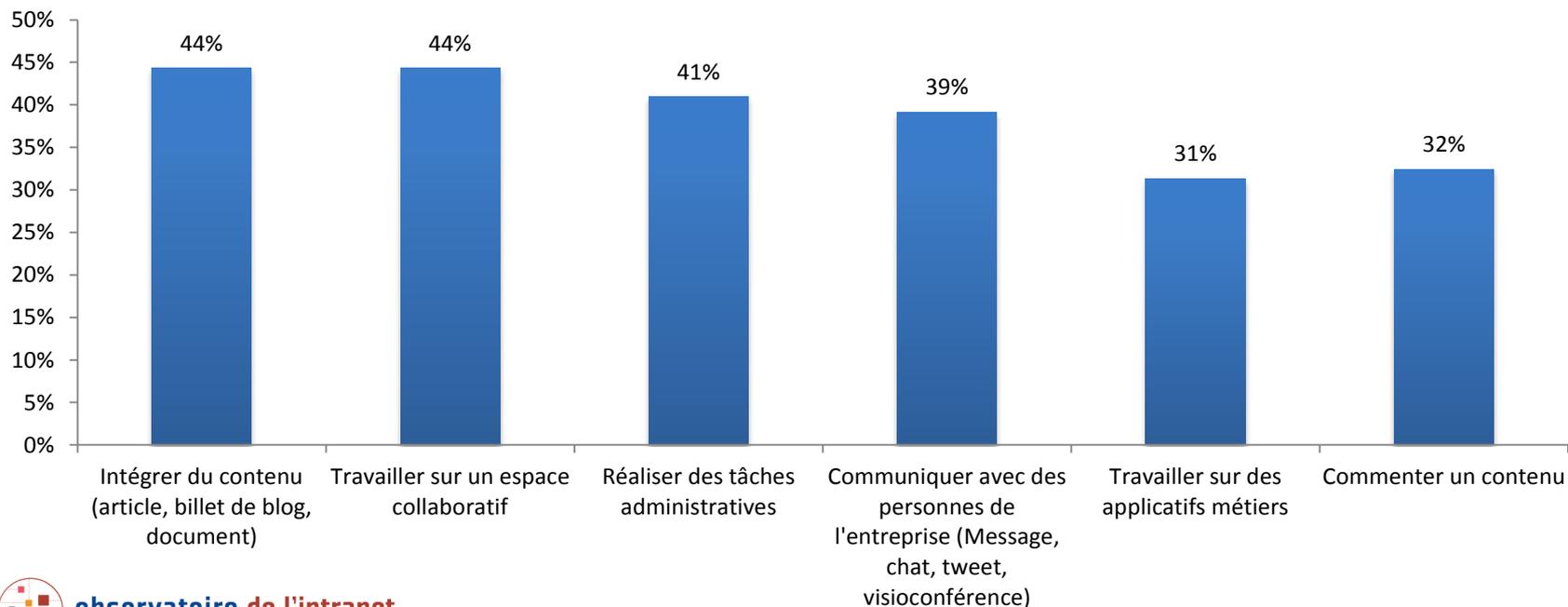


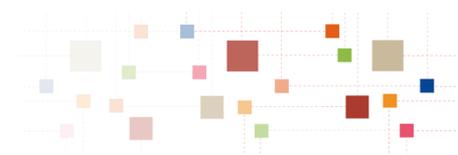


## L'intranet mobile continue sa croissance régulière

### L'offre de services mobiles est de plus en plus diversifiée

- 68% des intranets sont accessibles à distance (Ordinateur portable, PC personnel) contre 66% l'an dernier et 61% en 2010
- 29% des intranets sont accessibles via un Smartphone ou un PDA contre 17% l'an dernier et 7% en 2010
- 28% des intranets sont accessibles via une tablette tactile

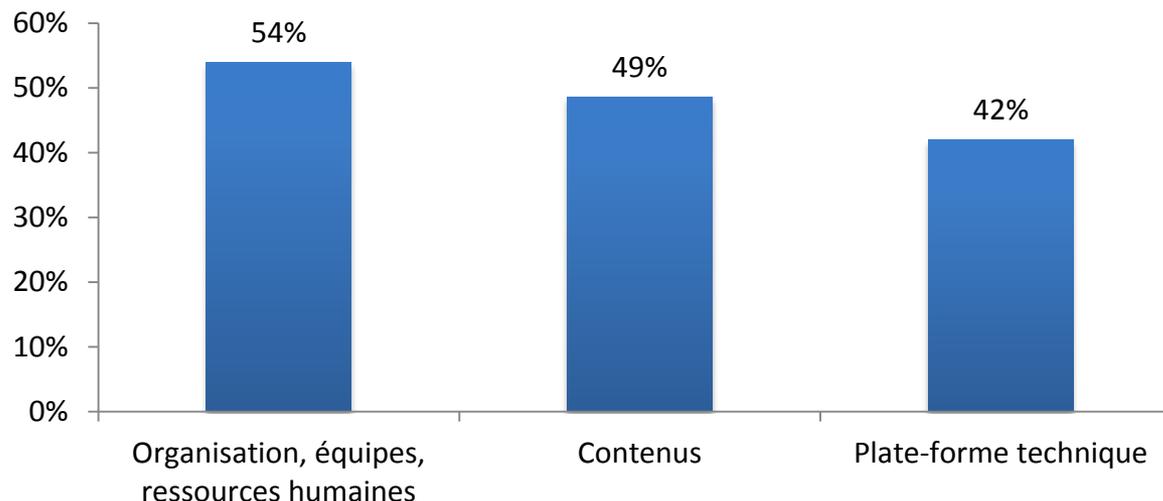


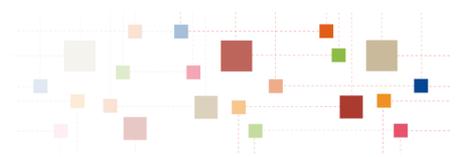


## Stratégie numérique: encore loin du XNet

A la question de la mutualisation de certains éléments entre les dispositifs intranet et internet (web), les réponses sont positives pour :

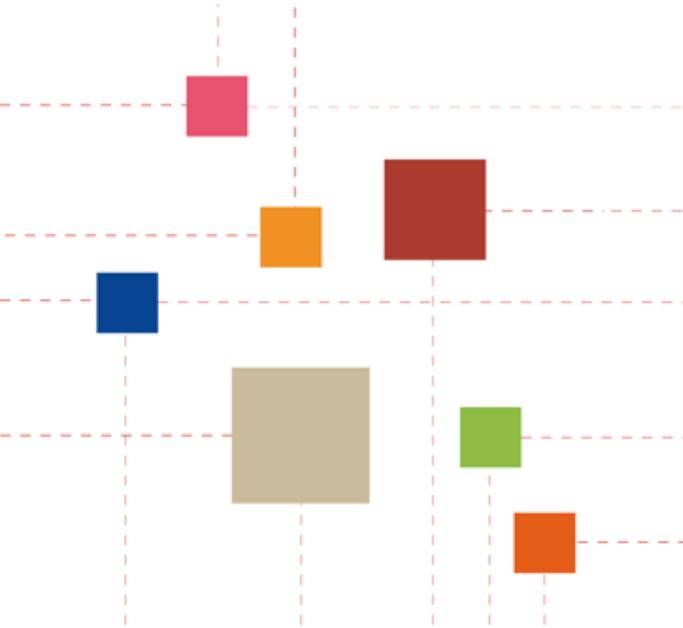
- 54% des répondants mutualisent les équipes qui travaillent sur ces dispositifs
- 49% partagent les contenus entre l'intranet et internet
- 42% utilisent les même plates-formes techniques pour les sites web internes et externes



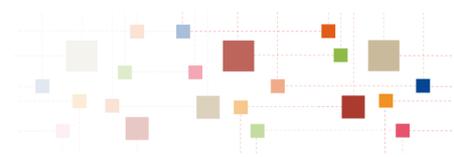


## Facteurs clefs de succès et les freins des projets numériques ?

- Facteurs clefs de succès
  1. **L'implication des directions**
  2. **La définition des besoins, des utilisateurs et des objectifs du dispositif**
  3. **Conduire le changement**
  4. Une bonne communication avant pendant et après le projet
  5. Des moyens spécifiquement alloués au projet
  6. L'implication du management intermédiaire utile pour accompagner les utilisateurs (changement des modes et méthodes du management de proximité)
  7. Impliquer les utilisateurs finaux le plus en amont possible
  8. la formation est moins une priorité (les usages sont plus matures et/ou appropriation plus simple des outils par les utilisateurs)
  9. L'importance de la gestion de projet et d'une MOA qualifiée
- Risques
  - Trop d'outils
  - Résistance aux changements
  - Disparités des usages et niveaux de pratique interne (fracture numérique)

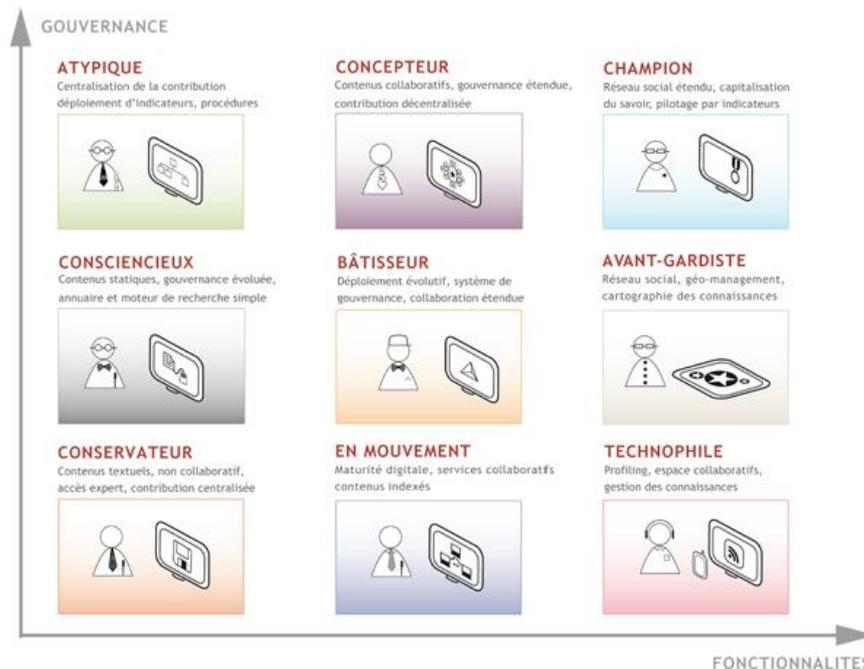


Les socio-types  
Quelle est la maturité  
numérique de votre entreprise ?



## A propos des socio-types

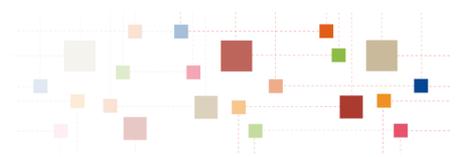
- Pour classifier les différents stades de maturité des intranets, nous avons pris le parti d'évaluer les réponses en prenant en compte le niveau de services proposé dans les sites, couplé au niveau de gouvernance implémenté.



Nous avons isolé **9 grands types de socio-types** :

- **conservateur,**
- **consciencieux**
- **atypique,**
- **en mouvement,**
- **bâtitseur,**
- **concepteur**
- **technophile,**
- **avant-gardiste,**
- **champion,**

- En regard de chacun de ces profils nous avons décrit l'intranet correspondant complété par des précisions apportées par les répondants.



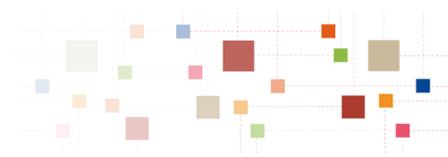
## Les socio-types de l'entreprise

### Par secteur :

- Les administrations sont plus souvent présentes chez les concepteurs (23% vs 17%) et un peu plus chez les consciencieux et atypiques
- Les services sont très majoritaires chez les avant-gardistes (92% vs 62%) et les champions (71% vs 62%)
- L'industrie est étonnement sur représentée chez les atypiques (60% vs 21%) et les technophiles (33% vs 21%) ce qui montre la dispersion large de ce secteur

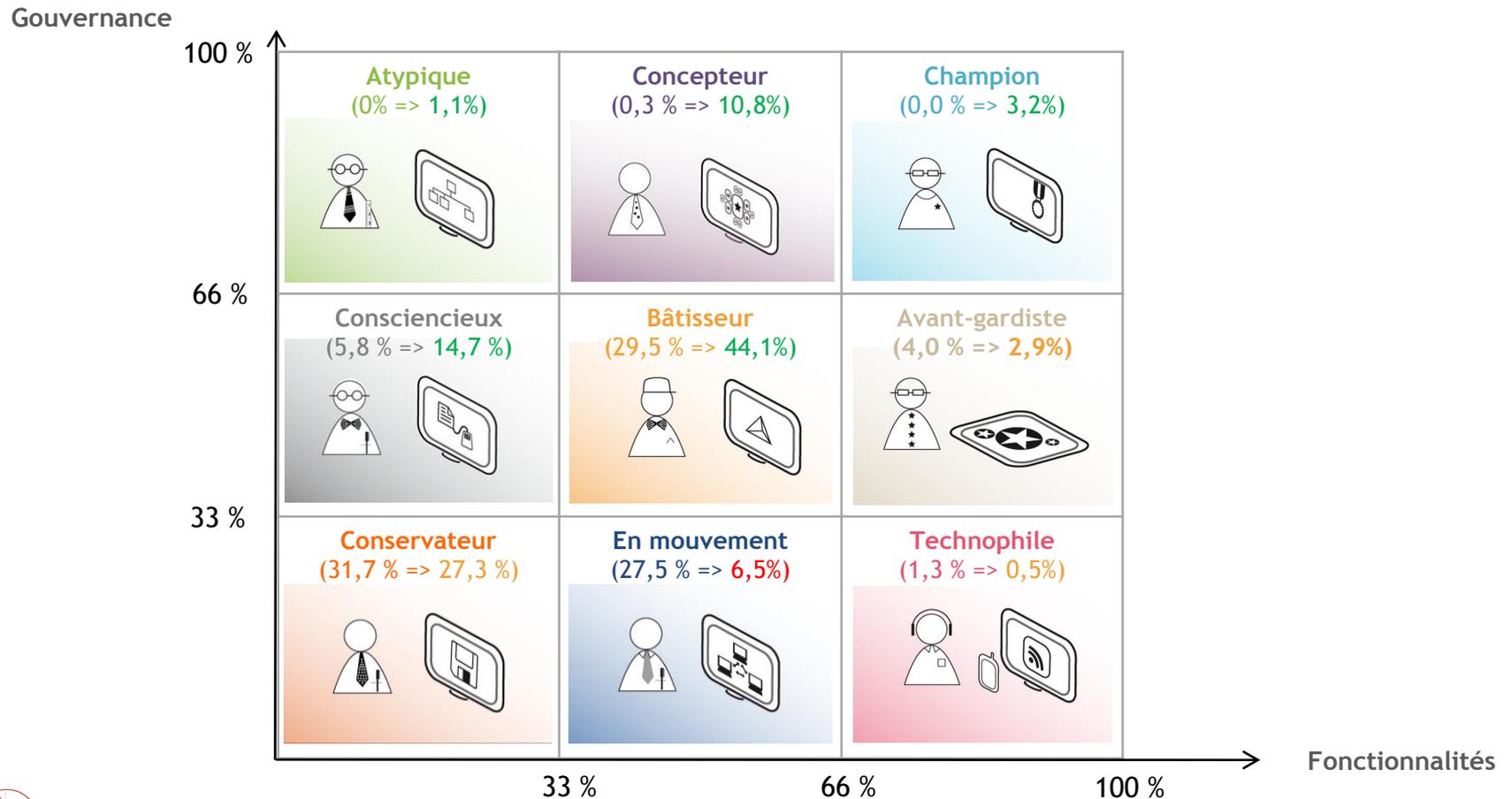
### Par effectif :

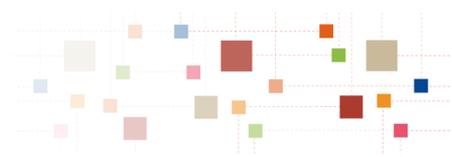
- Les >10000 sont surreprésentés dans les champions (43% vs 18% dans le panel), les concepteurs (29%) et technophiles (33%)
- Les <500 sont majoritairement des avant-gardistes (85% vs 34% dans le panel)
- Les 500 à 5000 sont surreprésentés chez les conservateurs, consciencieux et atypiques



## Les socio-types de l'entreprise en 2012

Chaque organisation est positionnée sur la matrice en fonction de son degré de maturité en terme de fonctionnalités proposées et de gouvernance implémentée dans l'intranet.

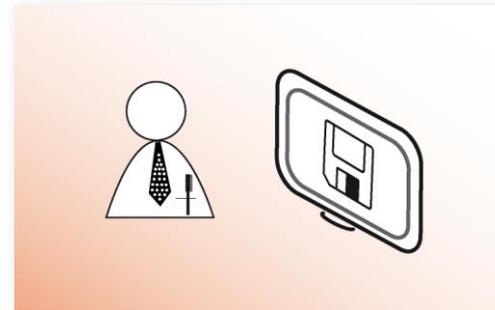




### Le profil **conservateur**

**Mots clés : contenus textuels, non collaboratif, accès expert, contribution centralisée**

Prudent dans votre manière d'appréhender les évolutions technologiques, vous n'avez pas encore investi le territoire de l'intranet sous l'angle des services qu'il peut vous apporter, du moins pas de manière intensive. Les contenus le plus souvent textuels proposés couvrent un périmètre spécifique de l'entreprise et ne sont pas ou peu enrichis de métadonnées. La base de gestion documentaire, quand elle existe, est technique et réservée aux experts, l'intranet est encore assez centralisé dans son administration et l'ensemble de son contenu est accessible à tous. Vous pourriez tirer un vrai bénéfice en élargissant la couverture documentaire à l'ensemble des domaines de l'entreprise, en enrichissant les services proposés (moteur de recherche, annuaire,...) et en offrant des espaces de collaboration et une contribution décentralisée.



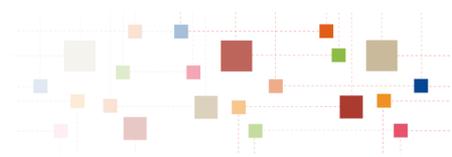
**27,3%**

2011 : 31,7%

Les conservateurs représentent **27,3%** des répondants.

Cette catégorie n'est plus majoritaire contrairement aux années précédentes, preuve de la maturation globale des entreprises en termes d'intranets. Ce groupe est composé d'organisations dans le premier tiers pour le niveau d'avancement de la gouvernance, tout comme pour les services proposés dans l'intranet. Ce groupe est en recul de près de 6 points, comme l'année précédente.

Au premier stade de l'intranet, ce groupe constitue un vivier d'entreprises qui doivent évoluer vers un statut plus avancé. Ces organisations appartiennent plus souvent au secteur public.



# Le profil consciencieux

**Mots clés : contenus statiques, gouvernance évoluée, annuaire et moteur de recherche simple**

Le souhait de mettre à disposition des informations et de la communication à jour dans un contexte bien cadré au sein de votre intranet a guidé votre action. Vous avez sans doute pris soin de définir en amont les profils de base qui animent l'intranet : contributeurs, valideurs et administrateurs. Votre intranet appartient encore au monde 1.0, mais la maîtrise du circuit de validation déjà en place pose naturellement les bases pour l'appliquer au déploiement d'espaces collaboratifs.

Les contenus postés sont peut-être déjà indexés, ce qui optimise la qualité des recherches. Le contenu publié dans l'intranet n'est pas toujours le reflet de l'exhaustivité des domaines de l'entreprise. En étendant le périmètre à l'ensemble de l'organisation vous pourrez développer la transversalité avec plus de facilité, chaque individu ayant le même niveau d'information. La prochaine étape va consister à proposer un accès personnalisé à l'intranet pour que chacun s'approprie l'outil selon ses besoins et puisse interagir sur le contenu dans la mouvance du web 2.0.



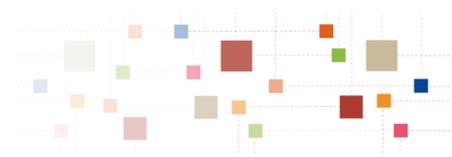
14,7%

2011 : 5,8%

Désormais représentés par **14,7%** des répondants, nous avons fait le choix de leur créer une catégorie distincte de celle des bâtisseurs. .

Cette catégorie correspond à des intranets disposants d'une gouvernance de bon niveau mais proposant un niveau de service appartenant au premier tiers de l'échantillon.

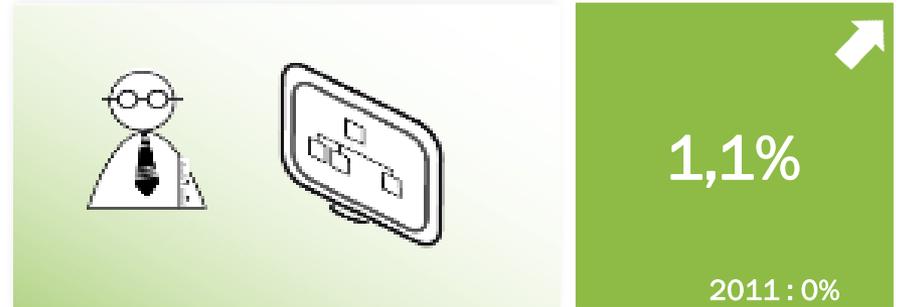
En enrichissant le niveau de service proposés, ils deviendront rapidement des bâtisseurs.



### Le profil **atypique**

**Mots clés : centralisation de la contribution, déploiement d'indicateurs, procédures**

Vous êtes concernés avant tout par le contrôle et l'organisation du système que vous avez mis en place. Ceci se traduit par le déploiement d'une gouvernance avancée voire très en pointe. Les règles déployées peuvent freiner l'expansion de votre intranet. Pour capitaliser sur le travail de formalisation des rôles des différents acteurs, sur la mise en place de règles de gestion et l'identification des indicateurs de performance de votre site, vous devriez échanger avec les différents acteurs du dispositif intranet afin d'offrir des services en phase avec les attentes des utilisateurs. Ceci notamment de permettre une contribution progressivement décentralisée qui justifie l'activation des principes de gouvernance dessinés. Il s'agit ici avant tout de mettre des hommes en face des structures et des règles que vous avez définies, quitte à les modifier pour vous adapter aux besoins des salariés. Une fois l'appropriation effective, vous pourrez avancer vers la mise à disposition de services plus élaborés dans l'intranet.

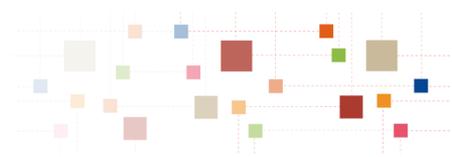


Près de **1.1%** de l'échantillon des répondants disposent d'un intranet « Atypique ».

Ces intranets offrent un niveau de service basique et une gouvernance très significativement plus évoluée. Ils sont donc en cela « Atypiques » .

En recul de plus de 5 points ils ont migrés vers des profils de « Bâtisseurs » après avoir étendu le nombre et la qualité des fonctionnalités proposées dans l'intranet.

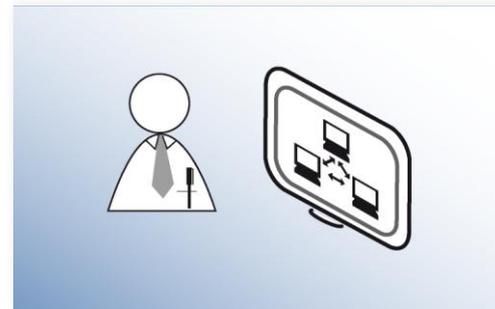
Il restent des profils marginaux.



# Le profil en mouvement

### Mots clés : **maturité digitale, services collaboratifs, contenus indexés**

Vous avez capté la tendance des trois dernières années qui impose la mise en place de services collaboratifs via l'intranet dans l'entreprise. Les principales fonctionnalités comme l'annuaire, le moteur de recherche, une base documentaire sont disponibles. Il est également possible d'accéder à des outils pour le traitement de processus génériques (notes de frais, congés en ligne) et spécifiques (applications métiers). Les contenus sont souvent multimédias et facilement localisables grâce à des contenus indexés. Pour gagner en maturité, il est nécessaire de déployer une gouvernance associée aux principes publication, collaboration et gestion des connaissances. Grâce à la mise en place de ces processus vous pourrez, de manière fluide et évolutive, continuer à décentraliser la contribution et renforcer le déploiement de la transversalité au travers de votre dispositif intranet. Votre Direction générale devrait être sensibilisée à ces enjeux.



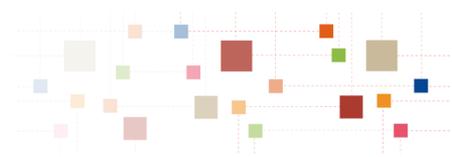
6,5%

2011 : 27,5%

Les organisations du travail dont l'intranet est « En mouvement » représentent **6,5%** de l'échantillon. Cette catégorie en fort retrait – plus de 20 points par rapport à 2011 - est issue des « Conservateurs ».

Ces acteurs proposent un niveau de service qui se situe dans le deuxième tiers, avec en revanche une gouvernance balbutiante.

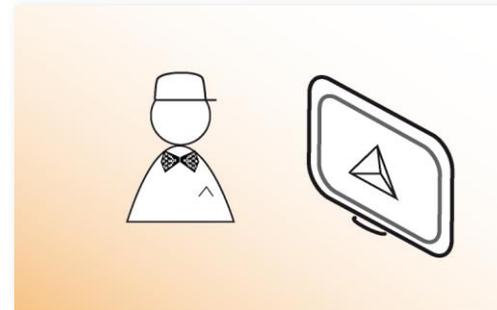
Leur évolution naturelle doit les amener vers un intranet de « Bâisseur » une fois leur gouvernance plus structurée.



# Le profil bâtisseur

### Mots clés : déploiement évolutif, système de gouvernance, collaboration étendue

L'approche robuste que vous avez choisie face aux nouvelles technologies vous permet d'assurer le déploiement évolutif de votre intranet en phase avec la culture et l'organisation mise en place, notamment grâce au déploiement d'un système de gouvernance déjà sophistiqué qui s'illustre dans une responsabilité partagée de l'intranet (plusieurs directions : SI, RH, Dircom,...) avec une mobilisation identifiée de la direction générale dans ce projet considéré comme stratégique. Les acteurs de l'intranet sont clairement identifiés et reconnus, les services de collaboration sont déjà largement proposés. Vous pourriez désormais accéder à un stade supérieur en offrant, en complément des fonctionnalités standard, un réseau social d'entreprise. Ceci devrait permettre d'étendre la collaboration à tous les niveaux de l'entreprise. Cet exercice, complété par la mise en place de statistiques et de suivi des usages, devrait vous permettre d'identifier les prochains axes de progrès pour votre intranet.



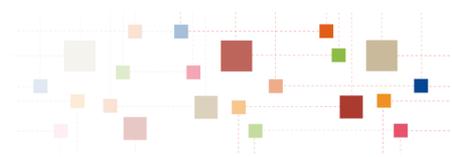
44,1%

2011 : 29,5%

Ils sont plus de **44%** dans l'échantillon à disposer d'un intranet de « Bâtisseur » avec un niveau de service et de gouvernance en correspondance c'est-à-dire de niveau évolué. Leur représentation est en augmentation significative par rapport à 2011. Il constitue désormais le groupe le plus fortement représenté.

Ces entreprises construisent le système intranet sur des **bases solides et se donnent les moyens d'une évolution optimisée pour leur dispositif..**

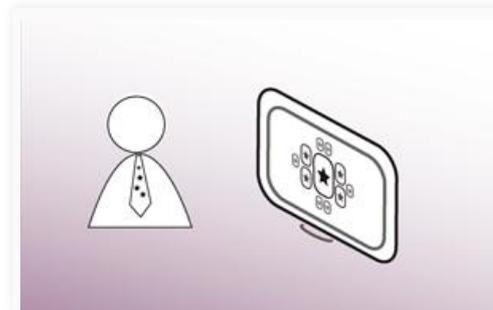
Ils tendent vers la prochaine étape pour le déploiement d'un système « Avant-gardiste » avec un niveau de service encore plus riche ou un profil de « Concepteur ».



### Le profil concepteur

**Mots clés : contenus collaboratifs, gouvernance étendue, contribution décentralisée**

Vous avez déployé une gouvernance de haut vol dans la perspective d'un dispositif intranet évolutif qui s'inscrit dans la durée. L'ensemble des acteurs de l'intranet est clairement identifié : contributeurs, valideurs, administrateurs et même experts de la gestion des connaissances. La création de vos espaces collaboratifs est gouvernée et vous savez tirer toute la quintessence de l'information produite, à la clôture des espaces projets. Les contenus mis en ligne sont indexés et chaque intranaute dispose d'un accès personnalisé à son contenu. Vous avez déjà mis en place un pilotage par les indicateurs, qui permet l'adaptation des contenus aux usages. La prochaine étape consiste dans la mise à disposition d'un intranet dont l'ergonomie est adaptée à la lecture sur PDA. Le système de sécurité que vous aurez mis en place permettra une contribution à distance autorisant une interaction sur le contenu de l'intérieur comme de l'extérieur du réseau de confiance. Une fois le niveau de service à vos intranauts enrichi vous aurez atteint le statut de champion.



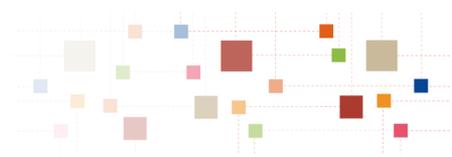
10,8%

2011 : 0,3%

Désormais représentés par **10,8%** des répondants, nous avons considéré important de leur créer une catégorie distincte de celle des bâtisseurs .

Les concepteurs font le choix de renforcer d'abord leur gouvernance avant de déployer un panel de services complet.

Leur prochaine étape devrait les mener vers la catégorie des champions.



### Le profil **technophile**

**Mots clés : profiling, réseau social d'entreprise, nomadisme**

Amateurs par essence de nouvelles technologies, vous avez su capter l'importance du déploiement des outils numériques dans l'entreprise. Votre intranet propose une gamme étendue de services disponibles de manière profilée et accessible aussi bien dans le domaine de la collaboration qu'en matière de gestion des connaissances. Pour que cette « vitrine technologique » s'enracine dans l'entreprise il est essentiel désormais de se pencher sur l'organisation associée à mettre en place pour optimiser le service aux utilisateurs. Avec une gouvernance structurée, l'ensemble des fonctionnalités, et notamment le réseau social d'entreprise pourra prendre toute son ampleur, relayé par une capitalisation du savoir agrégée dans les espaces collaboratifs, il permettra à chaque salarié de devenir contributeur et acteur de son information et de sa communication.



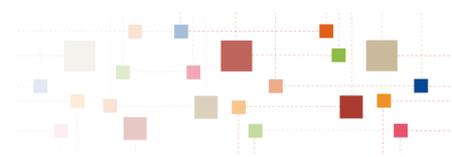
0,5%

2011 : 1,3%

Cette année **0,5%** des répondants ont été identifiés comme présentant un intranet de « Technophile » contre 1,3% en 2011.

Ce profil correspond à des organisations qui ont déployé un niveau de service très abouti en travaillant à peine leur gouvernance.

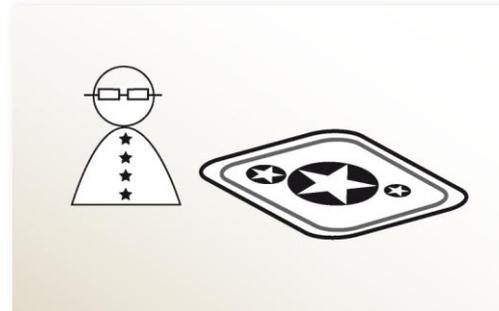
Ce résultat nous conforte dans l'idée que l'entreprise reste en contrôle et ne laisse pas le foisonnement technologique se déployer sans règles, en tous cas en France .



# Le profil avant-gardiste

**Mots clés : réseau social, géo-management, cartographie des connaissances**

Votre attirance naturelle pour les nouvelles technologies vous a conduit à intégrer dans l'intranet les outils les plus avancés du marché : moteur de recherche indexé, réseau social, géo-management, cartographie des connaissances. Accessible de l'intérieur comme de l'extérieur du réseau de confiance, les espaces collaboratifs sont déployés par direction tout comme par projet, ou communauté. Ils peuvent comprendre tous les outils d'interaction disponibles : blog, wikis, annuaire dédié, planning. Le réseau social d'entreprise est déployé de manière étendue, permettant lui aussi le partage et la mise en commun de connaissances. La gouvernance mise en place est parfaitement intégrée dans le fonctionnement de l'entreprise au quotidien. Le suivi des usages de l'intranet est également une réalité qui vous permet d'envisager une évolution adaptative de votre site. Vous allez pouvoir tirer tout le bénéfice du travail déjà accompli en y associant un pilotage par les indicateurs statistiques et en mettant en place un mécanisme d'évaluation des managers en fonction de leur contribution directe et indirecte à l'intranet.



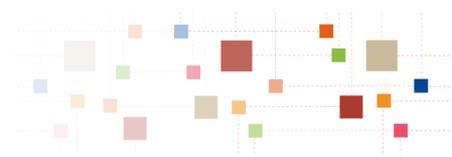
2,9%

2011 : 4%

Les intranets « Avant-gardistes » correspondent à près de **3%** de l'échantillon. Les entreprises qui le constituent sont actives dans le domaine IT, télécoms), dans l'industrie et les dans les autres services marchands. Ce sont très majoritairement des entreprises de plus de 10 000 salariés.

Les moyens dont elles disposent tant au plan financier que sectoriel expliquent leur positionnement.

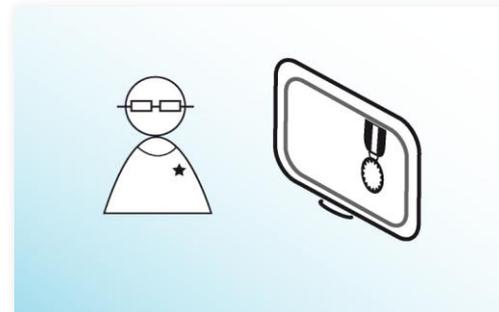
Elles proposent une intégration très avancée des services web dans leur intranet et un niveau de gouvernance déjà bien établi qui gagnerait à se structurer encore un peu afin d'atteindre l'ultime stade de « Champion ». Ce groupe est en léger retrait par rapport à 2011.



# Le profil champion

**Mots clés : réseau social étendu, capitalisation du savoir, pilotage par les indicateurs**

Structurellement en avance vous êtes en permanence à la recherche de tous les nouveaux usages et services que peuvent apporter les nouvelles technologies. Vous êtes donc doté d'un intranet qui propose l'ensemble des fonctionnalités existantes aujourd'hui à tous les salariés et ce, en fonction de leur profil. Vous avez sous-tendu ce déploiement technique par la mise en place de procédures abouties qui permettent une gestion fluide de l'intranet. La structure en place permet de capitaliser le savoir. Bien entendu des outils de collaboration et de gestion des connaissances sont accessibles à tous selon des règles bien formalisées, en interne comme en externe. Une version dédiée à l'ergonomie des smartphones est également existante. Chaque individu est un contributeur potentiel à l'intranet, au travers de son espace personnel accessible dans le réseau social de l'entreprise ou via ses possibilités d'interaction sur les contenus ou dans les espaces collaboratifs. Vous avez déployé une gouvernance collective qui permet une évaluation permanente et corrective. Vous êtes déjà un acteur du Web 3.0.



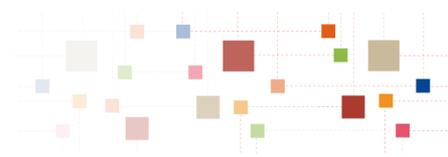
3,2%

2011 : 0%

La catégorie de « Champion » est représentée dans l'échantillon des répondants cette année à hauteur de **3,2%**.

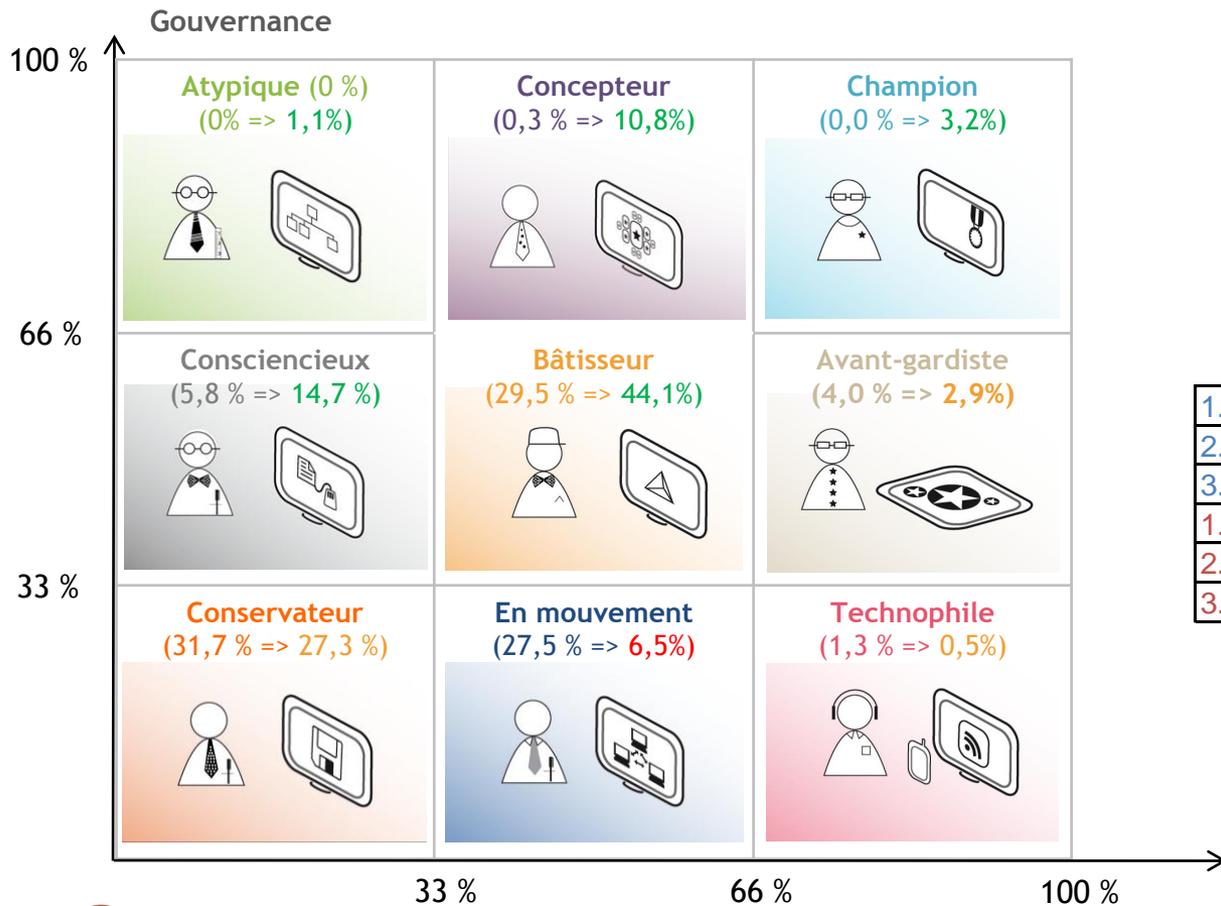
Cette catégorie correspond à des intranets disposants à la fois d'une gouvernance et d'un niveau de service abouti (dernier tiers sur les deux critères).

Il s'agit encore d'acteurs d'exception qui devraient être progressivement rejoint par un certain nombre d'entreprises appartenant aux catégories des « Concepteurs », « Bâisseurs » ou « Avant-gardistes ».

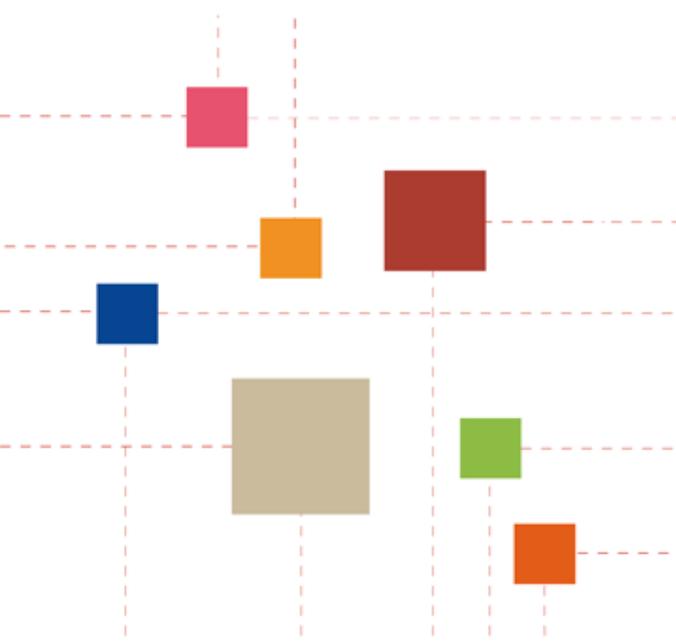


# Les socio-types de l'entreprise en 2012

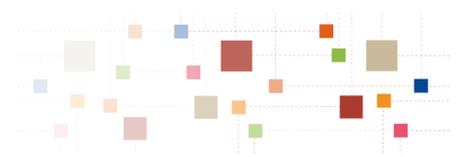
Moyenne des socio-types par taille d'entreprise et secteurs d'activité économique



	Fonc	Gouv
1. De 1001 à 5000 personnes	37%	45%
2. Moins de 1000 personnes	37%	41%
3. Plus de 5000 personnes	44%	49%
1. Administration publique	37%	48%
2. Industrie	39%	44%
3. Service	40%	44%

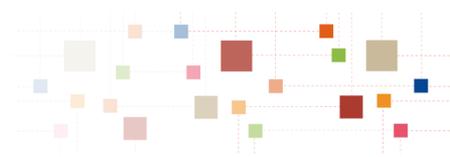


## Synthèse & perspectives



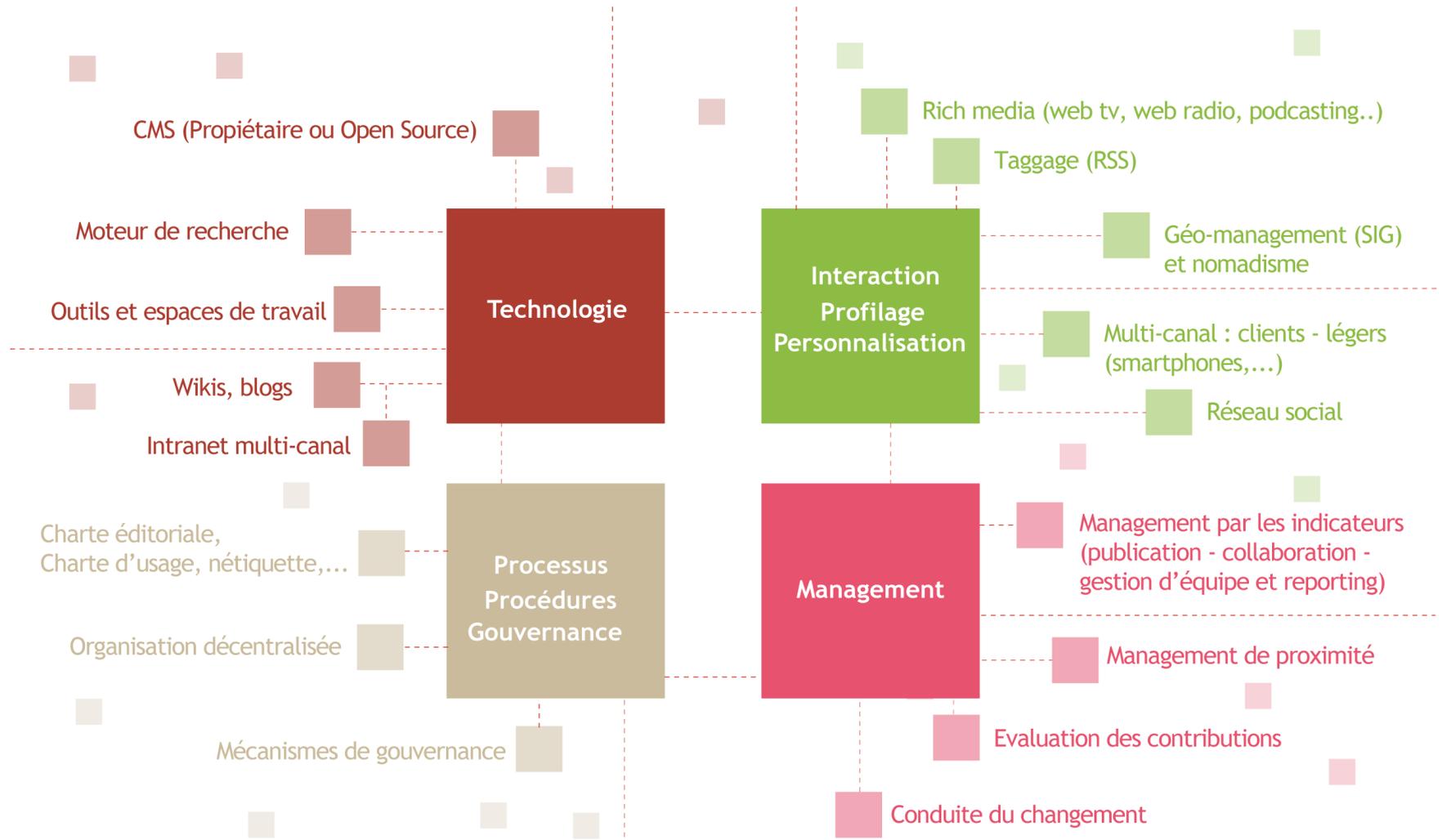
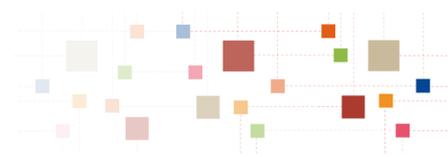
## Synthèse

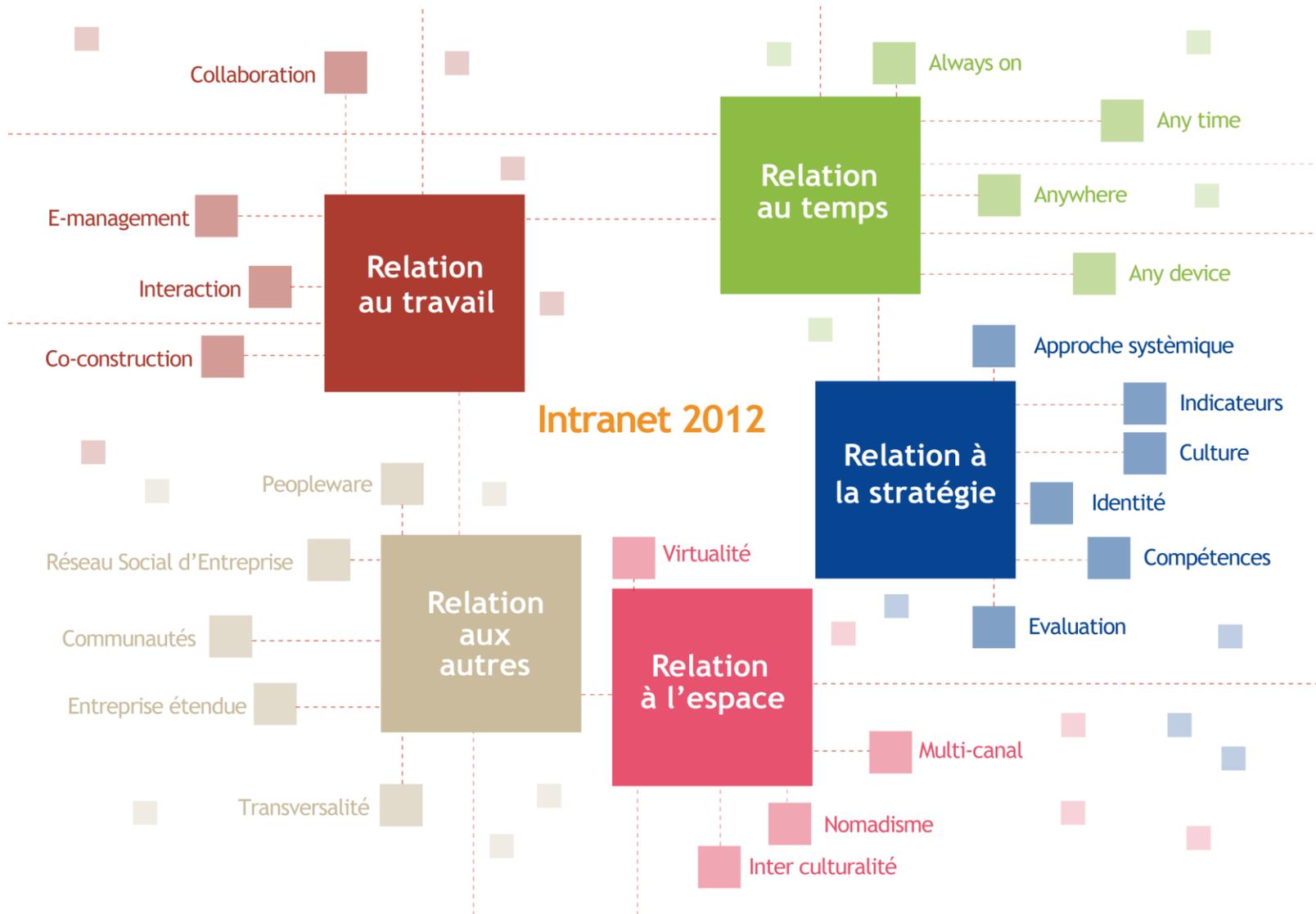
- Les constats de l'édition 2012 de l'Observatoire confirment la maturité de l'intranet avec néanmoins des progressions de niveaux divers en fonction des axes et la prise en compte systémique du dispositif sociotechnique qu'il représente dans cinq dimensions :
  - **Technologie**
    - L'atomisation des solutions disponibles sur le marché répond à la diversité de forme des organisations du travail, comme des objectifs qu'elles visent . On note néanmoins une rationalisation progressive du marché et la recherche de solutions intégrées par les entreprises. Un leader se détache clairement.
  - **Processus/procédures**
    - Des progrès significatifs sont identifiés dans le déploiement de règles et d'actions de gouvernance notamment au niveau du collaboratif et des acteurs de l'intranet. L'ensemble du spectre des outils à disposition est loin d'être totalement utilisé.
  - **Management**
    - Les projets collaboratifs et encore plus les projet de réseau social ne sont encore que peu souvent portés par la direction générale. Le management intermédiaire continue d'être peu mobilisé dans ces chantiers d'évolution, il doit être plus systématiquement associé aux projets intranet afin de garantir le déploiement en profondeur et dans la durée des nouveaux usages voulus par les équipes dirigeantes et demandées par les utilisateurs.
  - **Interaction**
    - L'interaction se fait principalement autour de la collaboration que ce soit dans des espaces collaboratifs ou grâce à des outils d'échanges instantanés (webconférence, instant messaging). L'installation du réseau social d'entreprise frileuse confirme la réserve de l'organisation à donner la parole au salarié dans des cadres moins maîtrisés.
  - **Évaluation**
    - La mise en place d'indicateurs (utilisation des ressources, usages, pratiques, etc.) induit l'évolution vers la notion de « pilotage par les indicateurs ». Élément indispensable d'une gouvernance bien comprise et bien déployée, cet axe apparaît le moins travaillé encore aujourd'hui. Ceci est sans doute dû en grande partie à la faiblesse des services proposés nativement par les outils qu'il s'agit de CMS, d'outils collaboratifs ou du réseau social d'entreprise.

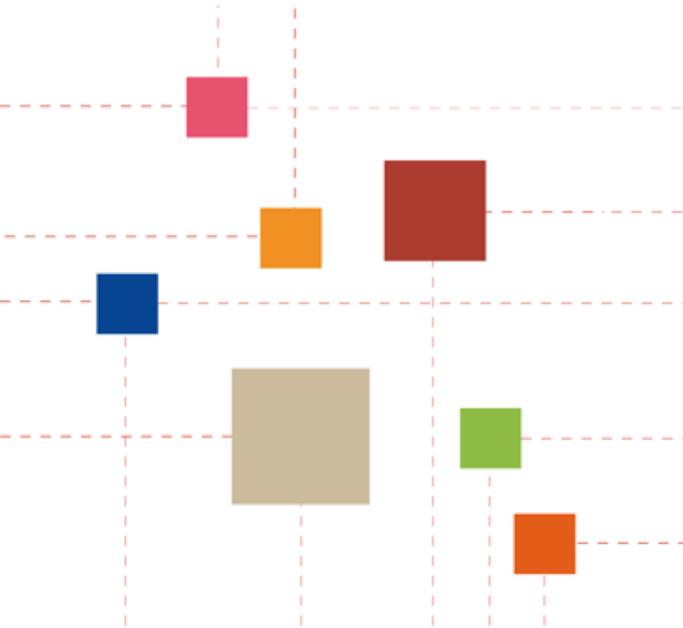


## Prospective

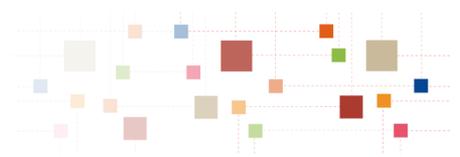
- Au-delà des tendances que cette édition, cette année les courants principaux identifiés sont au nombre de trois :
  - **Un accent majeur est mis sur la collaboration, préalable au réseau social d'entreprise**
    - Le collaboratif fait l'objet de beaucoup d'attention tant en termes de gouvernance qu'en termes d'outils mis à disposition.
    - Les contenus collaboratifs constituent des premiers éléments à partir desquels les acteurs de l'entreprise peuvent échanger à propos d'un sujet commun.
    - Cette collaboration constitue un préalable au partage de données plus personnelles (compétences, expériences, etc..) dont la mise en commun est possible via le réseau social d'entreprise.
  - **L'accès nomade est confirmé avec ou sans les outils de l'entreprise**
    - Grâce à la convergence numérique qui permet depuis un point d'accéder à une multitude de services : vidéo, audio, webconference, messagerie instantanée, voix sur IP, se développer très rapidement. L'instantanéité de l'échange prend le pas sur des contenus plus construits.
    - Le Bring your Own Device doit être adressé et va faire bouger les politiques sécuritaires.
    - Le mouvement de webisation et l'accès au cloud computing va s'intensifier.
  - **La stratégie numérique est envisagée**
    - On le voit, l'échantillon des répondants est globalement en progrès. Un déplacement « vers le haut » des socio-types, sur l'axe de la gouvernance indique bien une prise en compte des outils dans le fonctionnement quotidien de l'organisation et notamment au niveau de la collaboration.
    - Il reste désormais à convaincre les directions générales du potentiel dont elles disposent avec les nouvelles technologies. C'est à cette condition que le web social pourra véritablement se déployer dans l'entreprise.







## Le cabinet Arctus



## A propos des rédacteurs de l'enquête



Arctus - **éclaireur en e-transformation** - 4, rue de l'Abbé Hazard 92000 - Nanterre - [www.arctus.com](http://www.arctus.com)

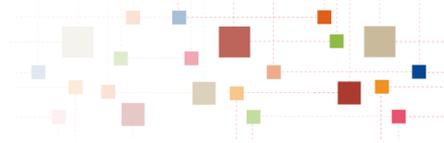
### ***Isabelle Reyre, Directrice Associée - Arctus***

Co-fondatrice d'Arctus, Isabelle Reyre dispose de 20 ans d'expérience en communication technique et sciences humaines exercés d'abord dans de grandes entreprises (L'Oréal, CCF, BNP Paribas, KBC). Ecole de Commerce, MBA, Analyste financier diplômée, formation au coaching et à l'approche systémique.

### ***Marc Lippa, Directeur Associé - Arctus***

Ingénieur Civil des Mines, Marc Lippa est expert en conduite de projets liés aux TIC.

Il possède une connaissance approfondie du secteur industriel, secteur dans lequel il a assumé durant 15 ans des responsabilités dans le management commercial, dans le management du processus de l'innovation et de projets innovants et dans la conduite de projet SI et web.



## Avant-projet

- Cadrage stratégique
- Audit de dispositif
- Etude des besoins
- Cahier des charges
- Choix d'outil et de prestataire

- Impacts organisationnels
- Principes de gouvernance

## Projet

- Assistance à Maîtrise d'ouvrage
- Arbitrages délai, coût, fonctionnalités
- Reprise de l'existant
- Recette

- Principes d'organisation
- Mécanismes d'animation
- Procédures internes
- Formalisation des pratiques

## Déploiement

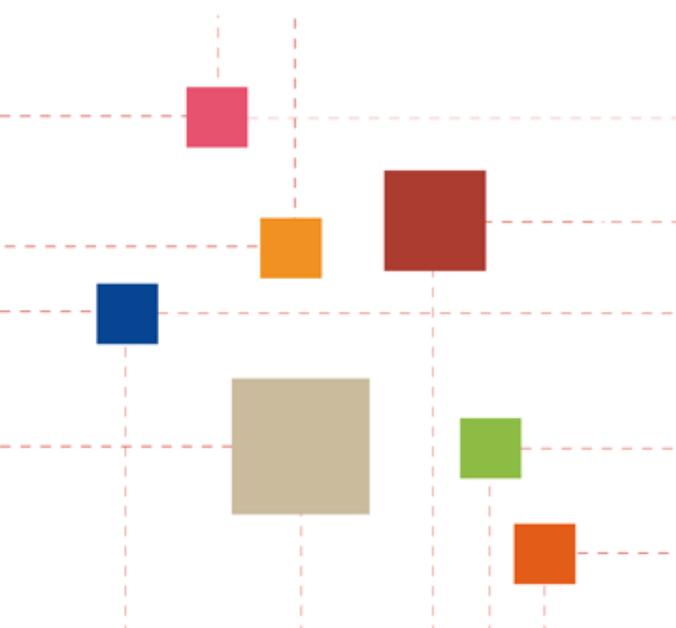
- Sensibilisation, Formation et Professionnalisation
- Impacts sur l'environnement managérial
- Animation de dispositif web

- Indicateurs et outils de mesure de l'efficience
- Animation de la gouvernance
- Coaching

Gouvernance

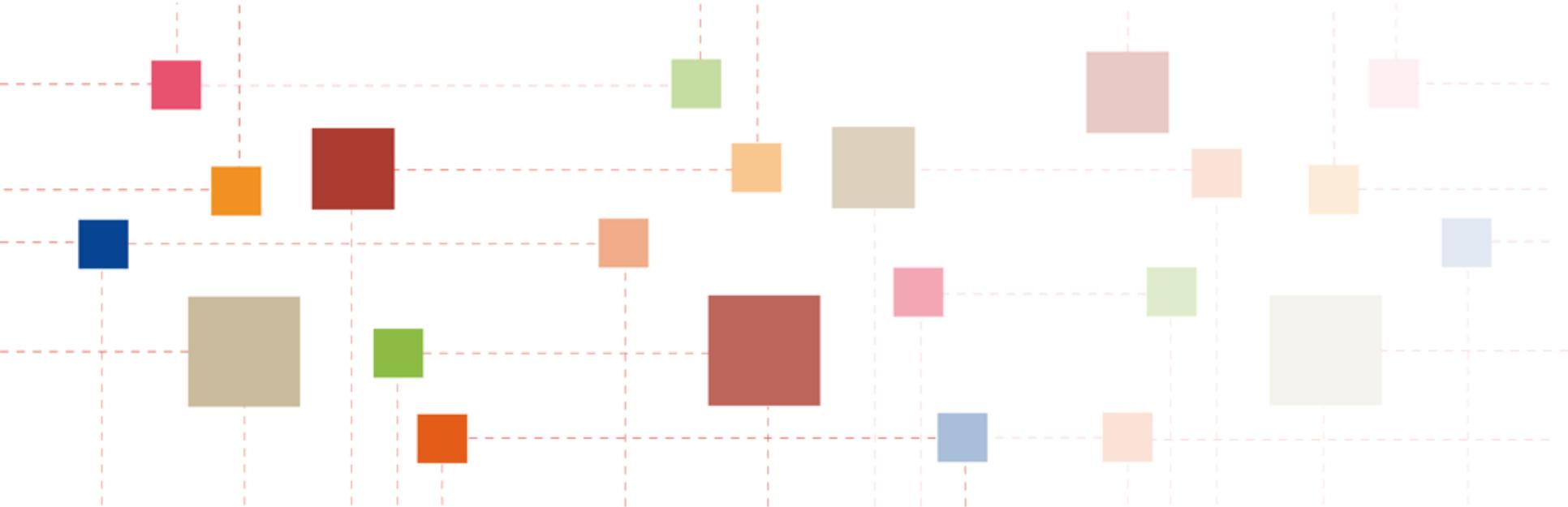


@Arctus\_Conseil



Suivez Arctus  
sur les réseaux sociaux

[www.observatoire-intranet.com](http://www.observatoire-intranet.com)



# **observatoire de l'intranet et de la stratégie numérique**

**EN SAVOIR PLUS**

[www.observatoire-intranet.com](http://www.observatoire-intranet.com)