

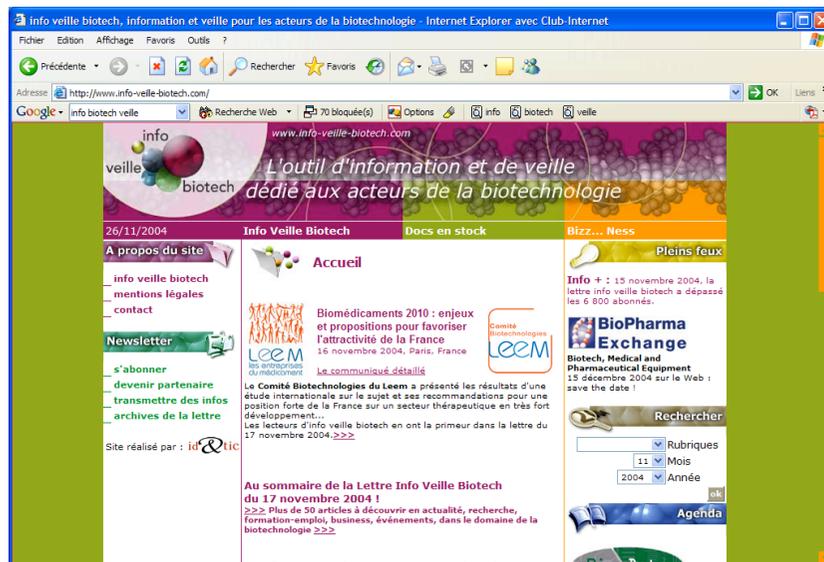
# Veille stratégique Gestion de l'information

Les étapes de la veille, méthodes et outils

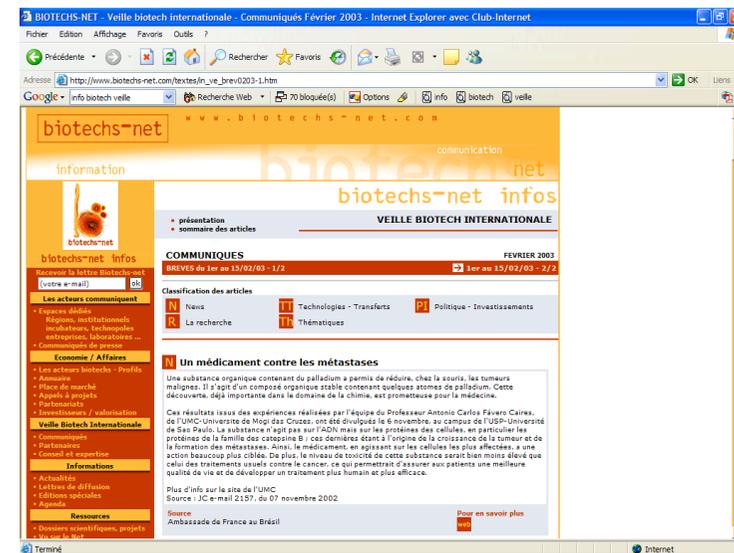
FlashInfoBiotech-owner@yahoogroupes.fr  
[FlashInfoBiotech] FIB 26112004



<http://www.info-veille-biotech.com/>



<http://www.biotechs-net.com/>



D'après vous ?

La gestion de projet pour faire de la veille - Rappel

## Introduction

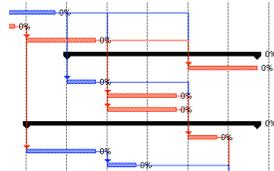
- ORGANISATION / MANAGEMENT
  - coordination
  - hiérarchie
  - communication
  - conflits
- TECHNIQUES
  - Pert
  - Gantt
  - Gestion des risques, coûts et délais



Facteurs humains



Outils et techniques



## Projets et activités traditionnelles

### Projet

Fournir un produit nouveau connu

Début et fin définis

Equipe temporaire

Unicité et complexité du projet

Date de fin et coûts totaux sur difficiles à prévoir

### Activités traditionnelles

Fournir un produit

Continu

Organisation stable

Répétitif et bien compris

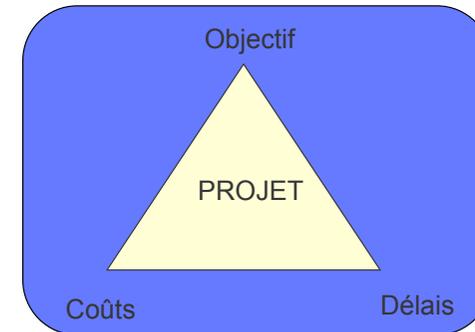
Temps et coût basés sur l'expérience des années antérieures

## Définitions : Projet

- Selon [Wysocki]  
Une séquence d'activités uniques, complexes et connectées, avec pour but d'atteindre un objectif. Ceci doit être réalisé à l'intérieur d'un cadre temporel, d'un budget et en respect de spécifications.
- Selon le PMI (Project Management Institut)  
Un projet est une entreprise temporaire visant à créer un produit et/ou un service unique

## Le triangle O-C-D (Objectif -Coûts-Délais)

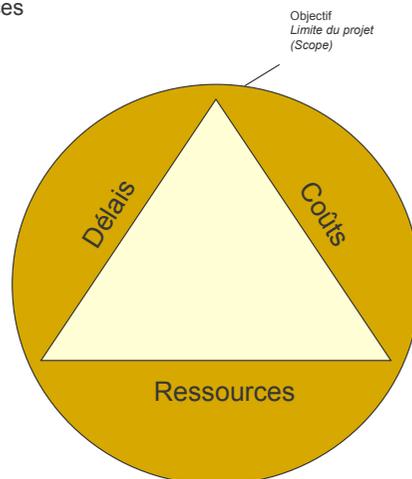
- Un projet comprend un objectif défini devant être livré dans un délai et à un coût convenu
- Un système dynamique à maintenir en équilibre
  - Chaque changement déséquilibre le projet



[Buttrick]

## Le triangle revisité

- Différenciation Budget - Ressources
- Frontières (Scope)
  - Ce qui sera réalisé
  - Ce qui ne sera pas réalisé
  - Base du projet
- Délais
- Coûts
  - Budget disponible
- Ressources
  - Personnes et équipements



## Définitions : Management de projet

2 définitions...

- Le management de projet consiste à planifier, organiser, suivre et maîtriser tous les aspects d'un projet, de façon à atteindre les objectifs en respectant les coûts, les délais et les spécifications prédéfinies.
- Application de connaissances, compétences, outils et techniques dans des activités de projet en vue d'atteindre ou de dépasser les attentes des parties impliquées dans le projet.

## Actualité du management de projet

- Diminution du cycle de vie
- Prise de conscience du secteur tertiaire
- Evolution rapide de l'environnement
- Croissance exponentielle du savoir de l'humanité

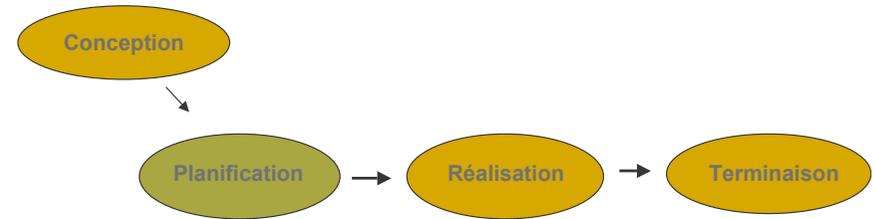
### Plusieurs signes

- le chef de projet envahit les entreprises
- augmentation de l'utilisation de partenaires externes
- importance donnée aux aptitudes des collaborateurs

## Principes (I)

**Projet:** Non répétitif, mais il y a des invariants

**Un des invariants:** Possibilité de découper tout projet en quatre phases



Chaque phase pourra être découpée en étapes et en tâches

## Principes (II)

- Le découpage en phase permet de
  - mettre en place une démarche "projet"
  - fixer des points de repères
  - développer et appliquer des techniques de gestion de projet
- donne une structure; facilite l'évaluation des différentes étapes
- contrôle de la fin des étapes essentielles avant le début des étapes suivantes
- contrôle de l'avancement

## La gestion de projet

- Norme AFNOR - certification européenne en Maîtrise de Projets (norme AFNOR X50-105)
- Outil de la gestion de projet
- Diagramme d'ISHIKAWA :  
**outil qui permet d'identifier les causes possibles d'un effet constaté et donc de déterminer les moyens pour y remédier**



## L'innovation

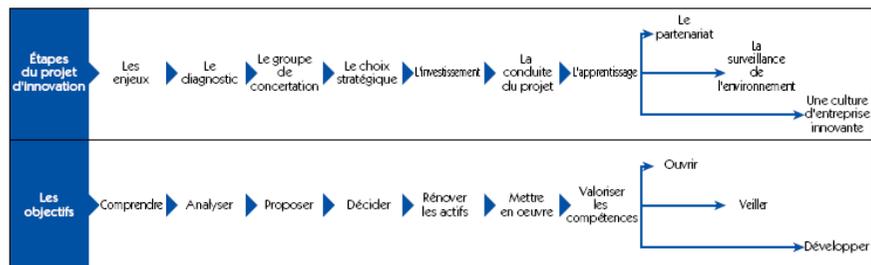
L'innovation a donc deux faces distinctes :

- un nombre limité de « grands projets » visibles =>
  - des opportunités et des risques majeurs ;
- un nombre illimité d'améliorations mineures de la production proprement dite =>
  - culture d'amélioration continue de la compétitivité de l'entreprise.

## Cinq caractéristiques de l'Innovation

- elle est entièrement liée au marché ;
- elle constitue un acte volontaire qui vise à faire mieux avec l'existant.
- l'innovation peut être considérée comme un pari
- une innovation réussie se transforme en passage obligé et en routine
- L'innovation appelle l'innovation.

## Modèle de base : piloter l'innovation



## TROIS TYPES D'INNOVATIONS

- Les innovations incrémentales
- Les innovations radicales
- Les révolutions technologiques

## Modèle : les types d'innovations selon leur degré d'incertitude

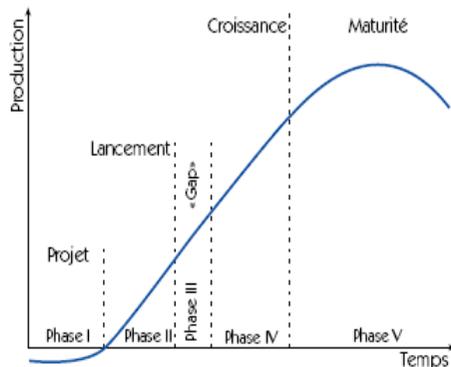
1 - Incertitude totale	Révolutions technologiques (société de l'information)
2 - Haut degré d'incertitude	Innovations radicales de produits, de processus (fusée Ariane, voiture Smart)
3 - Degré moyen d'incertitude	Nouvelle génération de produits connus (nouveau loto de la Française des Jeux)
4 - Faible incertitude	Innovation sur licence Imitation d'innovation de produit Modification de processus ou de produit Adoption rapide de processus connus (introduction en France d'un produit ou d'un procédé qui a réussi aux Etats-Unis)
5 - Incertitude quasi nulle	Nouveaux « modèles » Différenciation de produits Adoption lente de processus connus Améliorations techniques minimales sur demande du client

## Phases qui séparent deux innovations majeures

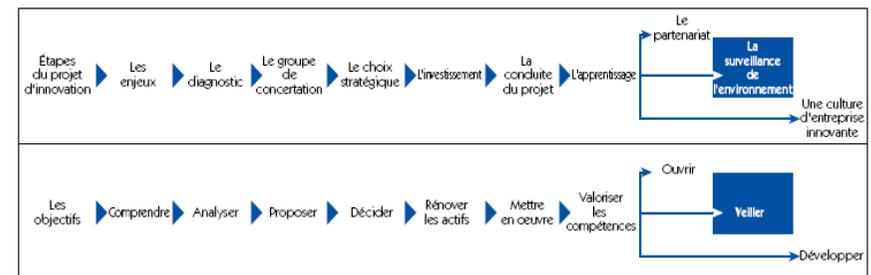
Elles ont trois fonctions:

- Elles constituent des plages d'amortissement au cours desquelles s'atténuent les déséquilibres liés à la dernière innovation introduite dans l'entreprise.
- Elles permettent de préparer les mutations suivantes en détectant les évolutions significatives.
- Elles doivent aider à transformer l'essai, à imposer sur le marché et dans l'entreprise une nouvelle façon de faire, qui provient d'une multitude de petits changements permanents dans toutes les fonctions.

## Modèle : les grandes phases du cycle de vie de l'entreprise



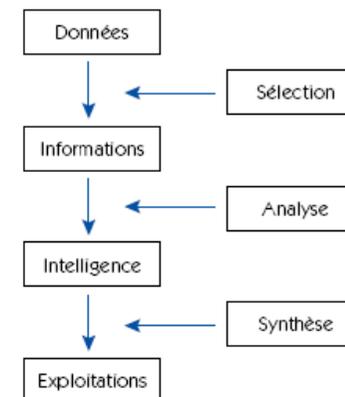
## Modèle : la surveillance de l'environnement dans le projet d'innovation



**Film Carpi :  
Innovation, anticipation et information**

**Innovation et information**

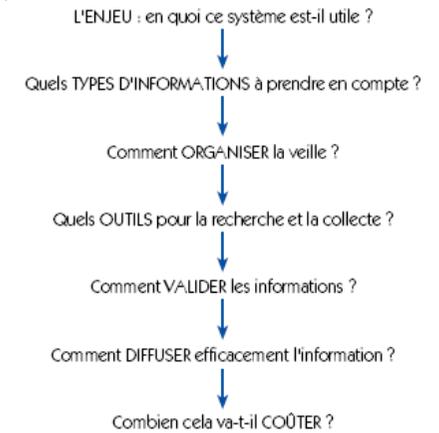
### **Modèle : le cheminement classique de l'information**



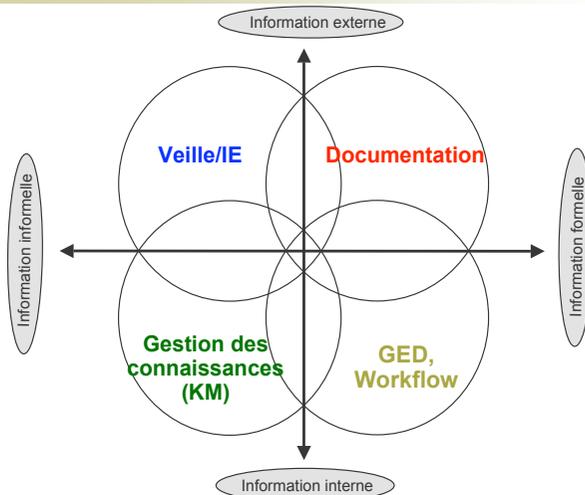
## La veille stratégique

## QUESTIONS PRÉALABLES À LA VEILLE

- Modèle : une approche pragmatique de la veille stratégique



## Synthèse: De la Documentation à la Gestion des connaissances...



## De l'information au renseignement

*Définition*

### Quelques définitions :

- ❁ **Donnée** : recouvre ce qui est brut (copie, papier, signal, image)
- ❁ **Information** : est une association de *données* désignées comme présentant un caractère générique
- ❁ **Renseignement** : est le résultat de l'exploitation de ces *informations*

## Documentation

« La Documentation est l'activité qui regroupe les recherches ponctuelles ou régulières d'information demandées par les utilisateurs ainsi que la mise à disposition du fonds documentaire de l'entreprise pour l'ensemble des collaborateurs »

AFNOR

- **Objectif** : renseigner efficacement l'utilisateur
- **Moyens** : gestion du fonds documentaire, recherches sur besoins particuliers

## GED

« La GED regroupe un ensemble important de technologies et d'outils dont la finalité est de classer, d'indexer, d'archiver, de stocker, de gérer, de consulter ou de partager des informations »

J.Y. PRAX

- **Objectif** : accès dynamique (et automatisé) à la documentation d'entreprise
- **Moyens** : technologies et outils spécifiques : logiciels & hardware

## Gestion des connaissances

"La Gestion des connaissances (Knowledge Management – KM) correspond à la gestion consciente, coordonnée et opérationnelle de l'ensemble des informations, connaissances et savoir faire des membres d'une organisation, au service de cette organisation."

RENÉ CHARLES TISSEYRE, CAP GEMINI

- **Objectif** : cartographier le patrimoine informationnel de l'entreprise pour construire un « référentiel de connaissances ». Mesurer les forces et faiblesses de l'entreprise
- **Moyens** : méthodes et outils spécifiques de capitalisation des connaissances

## Veille / Intelligence Économique

« La Veille peut-être définie comme l'ensemble des **actions coordonnées** de recherche, de traitement et de distribution de l'information utile à la **prise de décisions stratégiques** »

Rapport Martre - Commissariat Général au Plan  
Groupe de travail " Intelligence économique et stratégie d'entreprise "

- **Objectif** : actions stratégiques (arbitrage des axes de recherches, gestion des budgets, politique d'alliances...) et innovation
- **Moyens** : coordination du système en réseaux, apport de valeur ajoutée à l'information

## Veille stratégique

- **Élément-clé pour doter l'organisation d'un "radar corporatif" et "d'intelligence d'action"**
  - Anticipation
  - Identification des signaux faibles
- **Définition générique de la veille**
  - Processus à valeurs ajoutées de collecte, transmission, analyse et diffusion d'information publiquement disponible, obtenue éthiquement et légalement, pour produire de la connaissance d'action, ainsi que la production de cette intelligence d'action pour réduire l'incertitude, supporter une meilleure prise de décision et l'action dans l'organisation

## Définition de l'Intelligence Économique (IE)

*L'intelligence économique peut-être définie comme l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution (en vue de son exploitation), de l'information utile aux acteurs économiques.*

D'après Rapport Martre - Commissariat Général au Plan - Groupe de travail " Intelligence économique et stratégie d'entreprise"

## Définition de la veille

Surveiller en permanence votre environnement

- technologique,
- concurrentiel
- commercial

afin de détecter les opportunités et les menaces et orienter ainsi votre stratégie de développement.

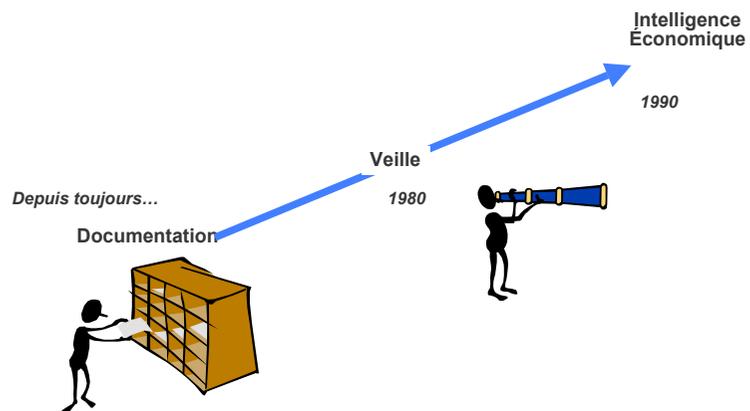
Le terme général de veille stratégique regroupe

- la veille technologique,
- la veille concurrentielle,
- la veille commerciale, etc. ...

## En résumé la Veille est un outil qui permet :

- D'évaluer les forces et les faiblesses des concurrents (méthode SWOT par exemple : [Matrice SWOT](#))
- De mieux connaître les besoins et les comportements des consommateurs
- De pénétrer un nouveau marché ou un nouveau territoire
- De lancer un nouveau produit
- D'analyser les brevets et les droits dans ce secteur d'activité
- D'acquérir un nouvelle technique ou une nouvelle capitalisation
- De définir l'innovation
- Etc.

## De la Documentation à l'IE



## Vers l'Intelligence...

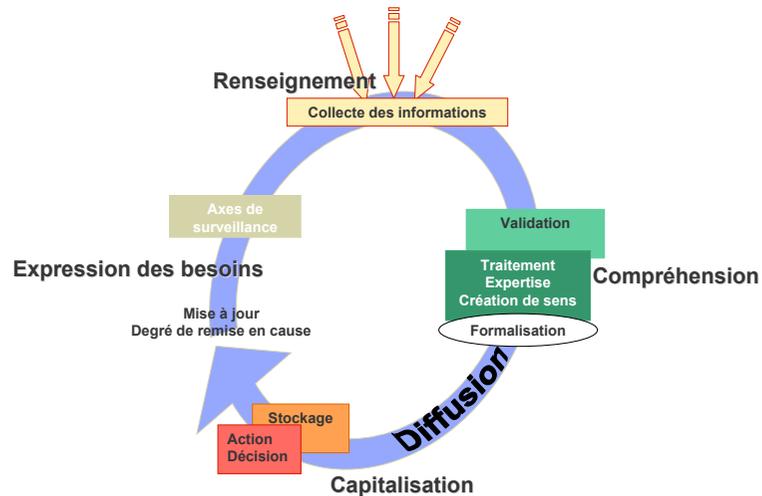
	1945 →	années 60	1973 →	Depuis les années 90
Il faut savoir	fabriquer	distribuer	gérer	réagir vite
L'objectif est d'	augmenter la capacité de production	accroître les débouchés commerciaux	abaisser le seuil de rentabilité	adapter à la nouvelle demande
Le chef d'entreprise est un	ingénieur	vendeur (homme produit)	gestionnaire	stratège
La fonction leader est la fonction	production	commercialisation	contrôle de gestion	gestion du potentiel humain
L'attention est portée sur	la technique	le marketing	les finances	la vigilance

Source : *Vigilance et stratégie*, F. Cantegreil

## Les quatre phases de la veille

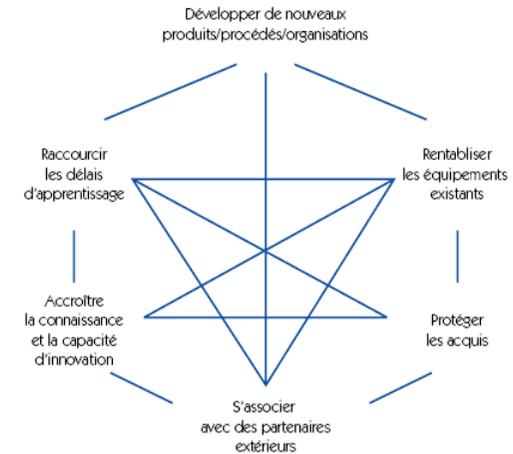
- L'expression des besoins
- La recherche et la collecte
- Le traitement de l'information
- La diffusion

## Cycle de la veille



C'est un processus itératif composé de quatre dimensions:

## Modèle : pourquoi veiller ?



## Les enjeux

Contexte

- Quelque soit l'appellation que l'on donne à la veille, l'enjeu reste toujours la **survie de l'entreprise**.
- En raison de la surabondance des écrits, les décideurs sont confrontés à des problèmes de
  - sur information
  - sous information.
- Il y a croissance exponentielle du nombre de sources d'information
- L'édition électronique + les réseaux offrent un accès direct à toutes sortes de Bases de Données Documentaires

## Gestion stratégique de l'information et des connaissances

Contexte

- Approche convergente aux problèmes d'information
- Maximisation de la disponibilité de l'information utile
- Résolution des problèmes informationnels des individus et des organisations
- Vers une écologie de l'information

## Veille dans l'organisation

Contexte

- Praxis de la gestion stratégique d'information
- Doit être alignée sur la stratégie de l'organisation
- Doit stimuler la créativité, l'innovation et la volonté de changer dans l'organisation
- Doit soutenir la volonté de l'organisation de devenir une organisation intelligente et apprenante.

## Place de la veille dans l'organisation

Contexte

- **Selon son mandat**
  - Pour l'ensemble de l'organisation
    - PDG ou plus haut niveau possible responsable de la stratégie
  - Pour une unité ou secteur particulier
- **Selon différentes enquêtes, les unités de veille relèvent généralement de planification stratégique, marketing, R&D ou études économiques**
  - MAIS manque d'études et de modèles validés d'adéquation
- **Besoin de maintenir équilibre délicat entre besoins stratégiques et tactiques**
- **Besoin de l'appui du dirigeant responsable + champion(s) dans l'organisation**

## Orientation à la fois stratégique et tactique de la veille

Contexte

### Orientation stratégique

- Mode continu d'identification des signaux faibles de l'environnement pour en créer du sens dans une perspective stratégique ou à long terme

### Orientation tactique

- Approche ad hoc, à court terme, pour répondre à des questions plus immédiates ou aider à résoudre des problèmes qui surviennent, pour évaluer la capacité de l'organisation à réaliser sa stratégie, ses objectifs annuels.

## Caractéristiques d'un veilleur

- Curieux, attentif et discret
- Parle peu et analyse beaucoup
- Capable de lire en diagonale
- Capable de lire entre les lignes
- Capable de synthétiser l'information
- Possède un bon carnet d'adresses
- Est en harmonie avec les décideurs

## Les tâches d'un veilleur

- Évaluation des besoins des clients
- Inventaire des sources et des outils
- Planification des intervenants
- Collecte
- Évaluation et élagage
- Analyse
- Synthèse et mise en forme
- Diffusion / Suivi

## Animation de la veille

- stimuler la "créativité";
- coordonner les réflexions
- intégrer les pratiques individuelles
- suggérer de nouvelles sources d'information éventuelles ;
- assurer le suivi
- Faire vivre et évoluer le dispositif de veille stratégique.

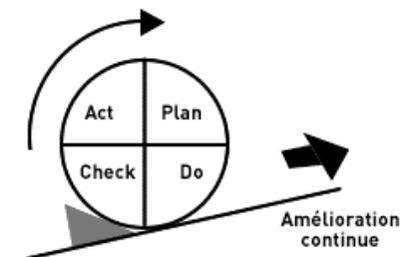
## Conclusion

### Veille et planification: une alliance nécessaire?

- Surveillance de l'environnement: au cœur de l'activité de veille et de la planification
- Objet de la veille, mais support à la planification
- Veille ne peut être possible que si alignée sur la stratégie de l'organisation
- Alliance essentielle et "gagnante-gagnante" si:
  - "vraie" veille
  - planification ouverte à éviter les pièges qui la guette
  - organisation apprenante

## L'évaluation des performances

### Roue de Deming



## Mesures des résultats de la veille

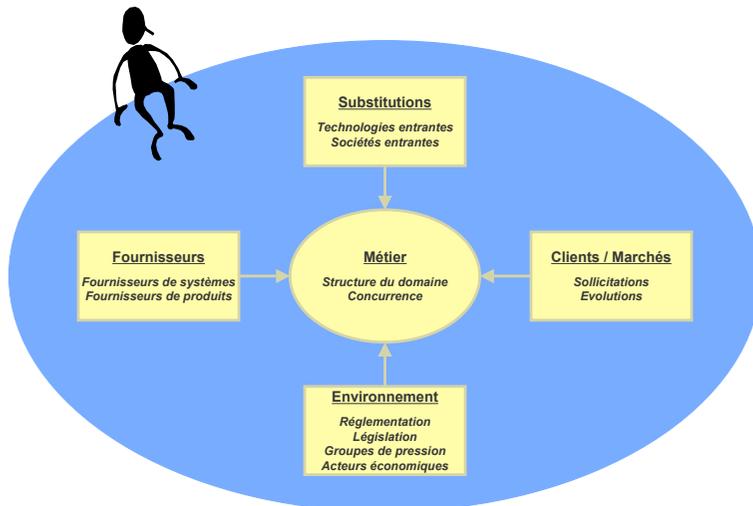
Outils et méthode.

- la qualité des informations
- la satisfaction perçue des « clients de la veille »
- la satisfaction perçue des traqueurs d'informations

## Les principaux avantages du cycle du renseignement

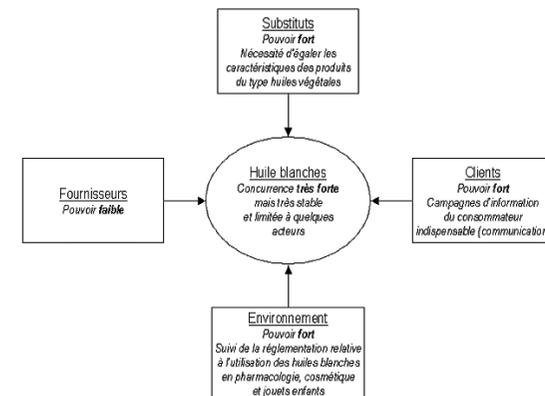
- corrige les dysfonctionnements par un feed-back efficace
- évite d'assimiler trop rapidement l'intelligence économique avec la collecte d'informations
- permet la transposition aux systèmes d'information et par conséquent l'amélioration technologique du cycle

## Les entreprises et leur environnement Contexte

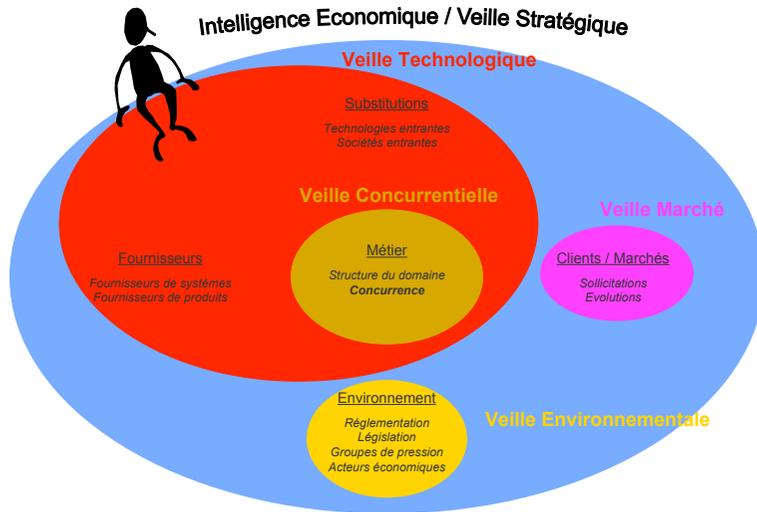


## L'analyse des forces Contexte

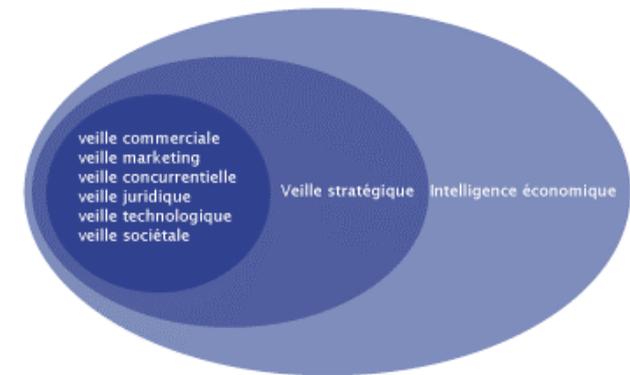
ESSO SAF 1995 : huiles blanches pétrolières



## Les entreprises et leur environnement



## Typologie de la Veille



## la veille technologique

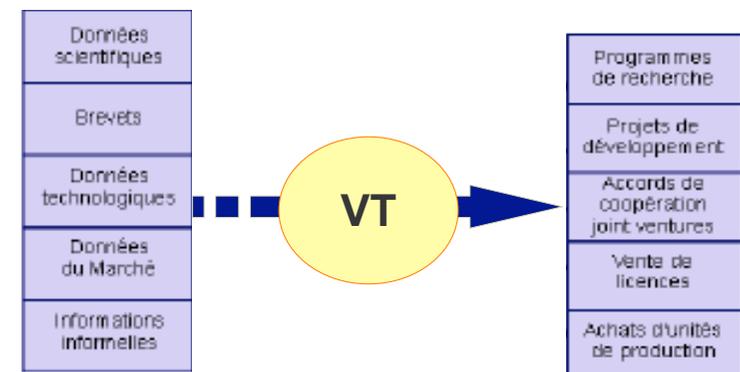
### Qu'est-ce que la veille technologique ?

aux informations technologiques ou ayant trait aux acquis scientifiques et techniques, aux produits et aux procédés de fabrications.

### Cette veille consiste à surveiller :

- les dépôts de brevets
- l'évolution des normes
- l'évolution des technologies
- les ruptures technologiques
- les procédés de fabrication
- la recherche fondamentale
- les articles scientifiques
- les thèses, les rapports scientifiques

## À quoi sert la veille technologique ?



## la veille concurrentielle

### Qu'est-ce que la veille concurrentielle ?

à la concurrence de l'entreprise. Il s'agit de surveiller les concurrents directs et indirects, actuels et potentiels.

### Cette veille consiste à surveiller :

- leur stratégie, leur politique tarifaire, leurs nouveaux produits ou services
- leurs résultats financiers, leurs recrutements
- leurs clients, leurs nouveaux contrats, - leurs communiqués ou articles de presse
- leurs accords, partenariats, rachats, alliances
- l'arrivée de nouveaux concurrents

### Cette veille permet de :

- ajuster son argumentation commerciale
- mettre en place des stratégies commerciales plus efficaces
- identifier les concurrents les plus menaçants

## la veille commerciale

### Qu'est-ce que la veille commerciale

-à l'environnement commercial de l'entreprise. Il s'agit de surveiller ses clients, ..

### -Cette veille consiste à surveiller :

- l'actualité de ses clients
- les besoins de ses clients
- les appels d'offres privés et publics
- la santé financière de ses clients
- l'actualité de ses fournisseurs
- la sortie de nouveaux produits fournisseurs
- la santé financière de ses fournisseurs

### -Cette veille permet de :

- identifier de nouveaux prospects
- optimiser ses achats (délais, prix, etc.)

## la veille marketing

### -Qu'est-ce que la veille marketing ?

aux marchés de l'entreprise.

### -Cette veille consiste à surveiller :

- l'évolution de son marché
- son image
- le comportement des consommateurs
- les axes de communication de vos concurrents
- les retombées d'une campagne de communication

### -Cette veille permet de :

- identifier de nouveaux marchés
- proposer des produits nouveaux à ses clients
- accompagner le lancement d'un nouveau produit

## la veille juridique

### Qu'est-ce que la veille juridique ?

-C'est la recherche, le traitement et la diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements relatifs à la législation et la réglementation.

### -Cette veille consiste à surveiller :

- les lois et décrets, la jurisprudence
- les débats parlementaires, les propositions de lois
- les propositions patronales
- la fiscalité - accompagner le lancement d'un nouveau produit

### Cette veille permet de :

- anticiper tout changement lié à l'adoption d'un texte de loi
- pénétrer, en toute légalité, des marchés étrangers soumis à des règles nationales spécifiques

## la veille sociétale

### -Qu'est-ce que la veille sociétale ?

-C'est la recherche, le traitement et la diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements relatifs aux aspects socio-économiques, politiques, géopolitiques et socioculturels de la société.

-Cette veille est aussi appelée veille socio-politique ou veille environnementale.

### -Cette veille vise à surveiller :

- l'évolution des moeurs, des mentalités
- le comportement des consommateurs
- l'environnement, les risques (désordres, conflits, etc.)
- les mouvements sociaux, les mouvements de protestation
- le dépôt de pétitions - accompagner le lancement d'un nouveau produit

## LES TEMPS DE LA VEILLE

### -La veille ponctuelle

« un état de l'art » ou une analyse de l'existant à un moment donné, dans un contexte donné.

### La veille occasionnelle

-Surveillance organisée sur des thèmes-cibles.

### -La veille périodique

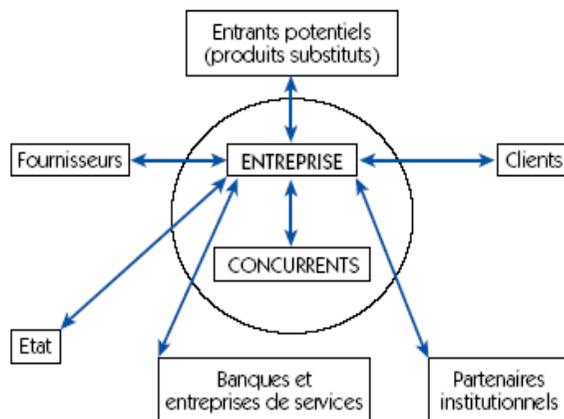
-Surveillance régulière de la cible selon la question et la périodicité des sources à surveiller.

### -La veille permanente

-Permet de capter les signaux faibles, les informations dites d'alerte dans l'ensemble de l'environnement.

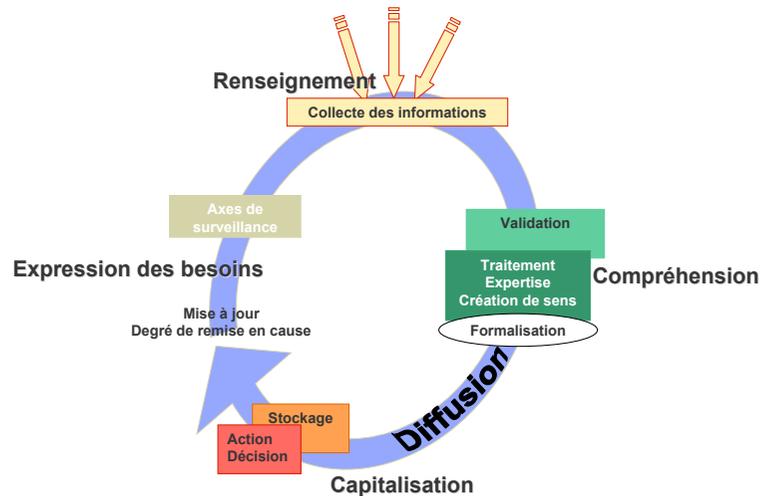
## Les différents types de veille

Modèle : l'entreprise et son environnement



L'information dans le processus de veille

## Cycle de la veille



## Stratégies de recherche : question de choix...

- **Sujet** (réfléchir à ce qu'on cherche) :
  - Synonymes, niveau, domaine
  - Quelle(s) langue(s)?
  - Quelle région?
  - Quelle période?
- **Outils** de recherche :
  - Fenêtre d'interrogation : dialogue avec le moteur
  - Langage d'interrogation : mots clés; requêtes complexes
  - Recherche simple (page accueil) : lancer une requête composée de plusieurs mots clés
  - Recherche avancée : raffiner la requête
- **Méthodes** de recherche : navigation, interrogation
  - Ouvrir deux ou plusieurs écrans de recherche
  - Utiliser engins différents
  - Lancer requête(s) simultanément

## Les typologies d'information

**Veille stratégique** : du ressort de la Direction Générale

Touche aux objectifs et à la stratégie de l'entreprise !

Les Facteurs Critiques de Succès (FCS) sont les points à surveiller sur lesquels réunir un maximum d'information.

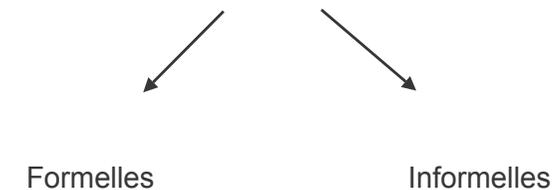
Déterminer les FCS puis identifier les sources d'information à disposition et celles à surveiller...

**3 grandes catégories :**

- Information blanche = information directement et librement accessible,
- Information grise = information que l'on peut acquérir de manière indirecte ou détournée, mais d'accès légal,
- Information noire = obtenue de manière illégale par l'espionnage industriel.

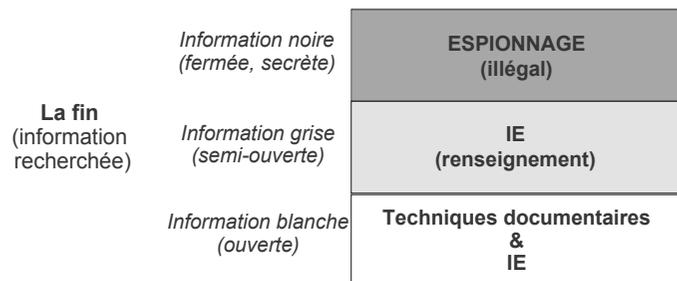
## Les sources d'information

SOURCES D'INFORMATION



## Le renseignement

« 95% de l'information utile peut être obtenue légalement »



D'après B. Martinet, Y.M. Marti  
« L'intelligence économique »  
Les éditions d'organisation, 1995

Les moyens utilisés

## Protection des informations

*Il existe des règles simples*

- Appliquer la politique du bureau propre
- Ranger systématiquement tous les documents
- Fermer à clefs les armoires et structures de rangement
- Forcer la mise en veille des ordinateurs
- Déchiqueter les documents confidentiels périmés
- Récupérer rapidement les documents imprimés et photocopiés
- ...

## Outils

- Annuaire/ répertoires
- Moteurs de recherche
- Méta-moteurs
- Agents d'alerte
- Agents intelligents

## Quelques Règles d'or de la recherche d'information

- Maîtriser les outils de recherche et de navigation sur internet
- Choisir les **bons mots-clés**
- Rester clair sur ses objectifs
- Conjuguer harmonieusement les différents outils de recherche
- Toujours analyser l'information
- Savoir se limiter dans le temps : ne pas se rendre esclave d'une recherche exhaustive

## Outils - Internet

---

- Annuaires
- Moteurs de recherche
- Push information
- Agents d'alerte
- Agents intelligents
- Sociétés spécialisées dans la veille

## Les limites

---

- l'accès difficile à l'information.
- la fiabilité limitée de l'information
- le manque de spécificité de l'information collectée
- les problèmes de traitement de l'information liés aux problèmes d'organisation interne.

**Expression de besoins - Recherche d'information**

**Mind Map - Cartes heuristiques**

## Cartes Heuristiques

Le principe du Mind Mapping, traduit en français par **schéma heuristique** ou **carte de pensées**, élaboré par **Tony Buzan** au début des années 1970.

Etres Humains n'utilisent qu'entre 10 et 15% des capacités de leur cerveau et en s'inspirant de recherches sur son Fonctionnement:

T. Buzan a conclu qu'il existait un autre moyen de poser sur le papier nos idées, pensées, réflexions : le mind mapping.

## L'UTILISATION DES HEMISPHERES DU CERVEAU

Les travaux de T. Buzan ont mis en évidence:

à privilégier l'hémisphère gauche du cerveau, siège de la logique, de la pensée rationnelle, du classement séquentiel, du langage au détriment du droit.

L'hémisphère droit : lié à notre créativité, à la pensée holistique, à la capacité de synthèse

Parallèlement, des études sur les processus de mémorisation et la linguistique ont montré que seuls certains mots-clés dits de rappel sont porteurs de valeur ajoutée. Ces mots clés constituent environ 10% des mots d'un texte ou d'un discours, et ont pour propriété de canaliser une série d'images.

## PRINCIPE DU MIND MAPPING

Les **mind maps**, ou **schémas heuristiques**, sont donc nés de la volonté de stimuler l'hémisphère droit de notre cerveau pour rendre sa collaboration avec le gauche plus efficace. Les mind map fonctionnent sur le principe de l'imagination et de l'association d'idées et d'images. Les schémas heuristiques s'architecturent en trois niveaux :

- 1. **Coeur**, au centre de la page, qui représente le sujet abordé ;
- 2. **Branches principales**, qui rassemblent les idées fortes se rapportant au coeur ;
- 3. **Branches secondaires**, émanant des principales et venant illustrer celles-ci. A noter : il y a autant de niveau de branches que d'idées ou de sous-thèmes à explorer.

## BENEFICES DES MIND MAP

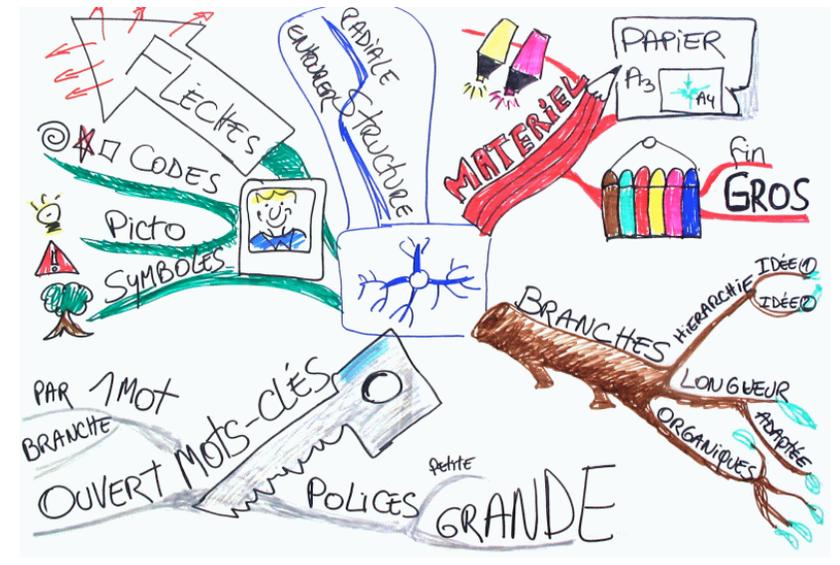
- La structure : toile d'araignée.  
Elle permet cependant de **faire ressortir** avec force **le contenu**, qui n'est plus noyé dans du texte inutile. La structure ouverte des cartes de pensées permet aussi d'ajouter librement de nouvelles informations et d'exprimer ainsi son potentiel et sa créativité à l'infini.
- La **mémorisation** en est **facilité** puisque les concepts et les Connexions entre concepts apparaissent clairement sur les **mind map**.
- Les associations et les images provoquent une réactivation rapide de la mémoire. En effet, 1 image évoque autant que 10 000 mots. La relativité entre différents concepts est mise en lumière par l'architecture même des **schémas heuristiques**. Les idées importantes sont proches du coeur, et les idées secondaires sont réparties sur la périphérie.

## APPLICATIONS DU MIND MAP

Les applications du **schéma heuristique** sont quasiment illimitées. Citons les plus courantes :

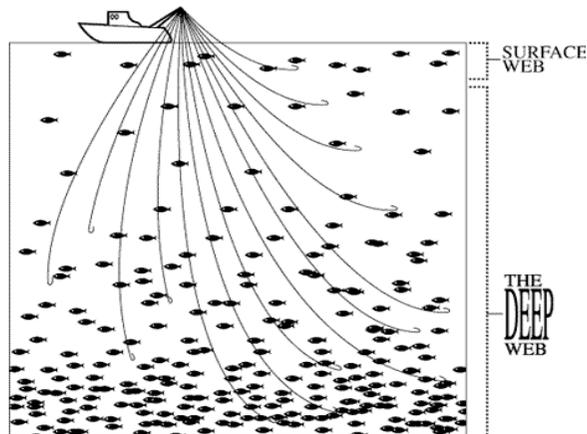
- **Conduite de réunion** : chaque point de vue peut être recueilli et positionné sur le schéma ; l'information est ainsi conservée et non déformée.
- **Prise de notes** : en identifiant les mots clés d'un discours et les images évoquées, le contenu est valorisé ; et cela s'applique à un contexte scolaire, universitaire ou professionnel.
- **Présentations orales** : les points principaux sont numérotés ; les ramifications permettent de suivre une idée jusqu'à son dénouement.
- **Conversation téléphonique** : les branches marquent les différents points abordés ; les détails sont identifiés par des codes et des images
- **Planning familial** : chaque type d'évènement trouve sa place (quotidien, hebdomadaire, spécial) ; un lieu de consultation visible permet la consultation par tous les membres de la famille/

## Schéma heuristique de la méthode



## Auto-enrichissement de l'Internet

Rotation périodique par les moteurs pour indexer le Web *visible*



## Recherche sur le Web

- ne pas perdre de temps !
- ne pas prendre pour argent comptant une information trouvée sur Internet
- on ne trouve pas tout sur Internet  
mais on trouve de Tout !!

## Exploiter le web visible

### *Agents intelligents (de recherche d'informations)*

- Logiciel qui accomplit les tâches sur internet de façon **automatisée** à la place de l'utilisateur : recherche d'information dans plusieurs moteurs et annuaires simultanément, analyse des informations récupérées, tri, navigation hors ligne dans les pages ou sites téléchargés
- Caractéristiques : autonomie, communiquer et coopérer, réagir à l'environnement, mobilité
- Intérêt : mise en place d'une **veille**
- **Complément** utile aux techniques traditionnelles de recherche sur internet
- Exemples :
  - Copernic (existe en version gratuite),
  - WebFerret (existe en version gratuite),
  - WebSeeker (existe en version démo)

## Introduction aux outils de recherche sur Internet

### *Annuaire ou répertoire*

- Index = quelques dizaines à quelques centaines de milliers de sites web
- Information **organisée** hiérarchiquement en grandes catégories
- Sites soumis par leur auteur pour un **référencement** dans les annuaires
- Evaluation et classification par des **documentalistes** (« à la main »)
- Annuaires généralistes ou annuaires spécialisés
- Utilisés en début de recherche documentaire, permettent de connaître les sites de référence sur un sujet donné : recherche thématique.
- Exemples : Yahoo, Nomade, Voilà, Lycos

## Introduction aux outils de recherche sur Internet

### *Moteurs de recherche*

- Index = plusieurs centaines de millions de pages web
- Création automatique de la base de données par des logiciels **robots** qui parcourent régulièrement l'ensemble du web
- Indexation du **texte intégral** → recherche par mots-clés (dans le contenu)
- Classement propre à chaque moteur (pertinence, popularité, etc)
- Pour faire des recherches spécifiques et précises sur tous les sujets
- Exemples : Google, AltaVista, Voilà, Fast, Lycos, Hotbot
- Exemples de moteurs de recherche spécialisés en science : Scirus <http://www.scirus.com>, Search 4 Science <http://www.search4science.com>, I civil engineer <http://www.icivilengineer.com> (génie civil), liste de moteurs scientifiques <http://searchenginewatch.com/links/science.html>

## Introduction aux outils de recherche sur Internet

### *Métamoteurs de recherche*

- Utilisent les index de **nombreux annuaires et moteurs de recherche**
- Création automatique de la base de données par des logiciels **robots** qui parcourent régulièrement l'ensemble du web
- Classement propre à chaque métamoteur (pertinence, popularité, etc)
- Pour avoir une liste de résultats la plus exhaustive possible sur un sujet
- Exemples : Metacrawler, Vivisimo, Killerinfo, Kartoo (interface graphique)

## Exploiter le web visible

### Sites ressources : Répertoires spécialisés

- Sites dont la banque de données est sous la responsabilité **d'experts** dans leur domaine qui **sélectionnent, compilent et évaluent**.
- Ces répertoires puisent leurs ressources dans une banque de données moins importante que les moteurs ou répertoires généraux, recommandés en **début de recherche**.
- Souvent produits par des bibliothèques (webographies) et les banques de données spécialisées.
- Exemples :
  - Répertoires thématiques (méta-index) : WWW Virtual Library (+ de 300 bibliothèques virtuelles), Signets de la BNF (sélection commentée de ressources choisies par les bibliothécaires de la BnF), The Internet Public Library, Infomine
  - Répertoires de forums : Google Groups pour explorer les groupes de discussion, Francopholistes répertoire francophone de listes de diffusion

## Exploiter le web visible

### Sites ressources : Portails

- Définition
  - Espace internet qui donne accès à un **ensemble de services** communs à une clientèle donnée
  - point d'entrée et de retour du client sur Internet
  - environnement personnalisable
- Exemples de portails **spécialisés** :
  - **ConnectSciences** portail CNRS d'information scientifique et technique qui propose l'ensemble des ressources et services produits par l'INIST et ses partenaires. Accès à des informations scientifiques sélectionnées, notamment à la BD Pascal pour les 3 derniers mois et à la BD Francis pour 1 an, ainsi qu'au catalogue du fonds INIST.
  - **SciCentral de SciQuest** portail d'accès à + de 50 000 sites concernant + de 120 spécialités en science.

## Exploiter le web visible

### Sites ressources : Catalogues de bibliothèques

- **RUGBIS** Catalogue du réseau des **bibliothèques scientifiques de Grenoble**  
<http://bus-cyberpac.ujf-grenoble.fr/cyberpac/>
- **SUDOC** interrogation simultanée des catalogues des **bibliothèques universitaires françaises**  
<http://www.sudoc.abes.fr>
- **SIBEL** Catalogue des **bibliothèques francophones** (classement thématique des bibliothèques)  
<http://sibel.enssib.fr/index.php3?m=c&c=334>
- **Gateway to library catalogs** Catalogue de la **Library of Congress** et répertoires d'autres catalogues de bibliothèques dans le monde  
<http://www.loc.gov/z3950/>
- **IFLA** Catalogue des **bibliothèques nationales** dans le monde  
<http://www.ifla.org/VI/2/p2/natlibs.htm>
- **Webcat** Index de 18 000 **bibliothèques** dans le monde  
<http://www.libdex.com>

## Exploiter le web visible

### Sites ressources : Bases de données gratuites

- Sélection de **bases de données en sciences** – BU Sciences Nice  
<http://www.unice.fr/BU/sciences/bases.html>
- **DADI** Bases de données gratuites sur internet - J.P Lardy, Urfist de Lyon. Classement thématique de **835 bases**  
<http://urfist.univ-lyon1.fr/gratuits/index.php>
- **Article@INIST**: catalogue des **Articles et Monographies du Fonds INIST**
  - Base revue : 25 000 références (base numéro de revues : 560 000 réf)
  - Base article : 2,5 millions de réf
  - Base monographie : 120 000 réf
  - Consultation du document payante  
<http://form.inist.fr/public/fre/conslt.htm>
- **Ingenta** : recherche bibliographique gratuite parmi 17 000 journaux multidisciplinaires : sciences et techniques et domaine biomédical
  - dépouillement d'environ 20 000 journaux
  - notices bibliographiques de 7 000 000 d'articles (depuis 1988)
  - Consultation payante pour le texte intégral  
<http://www.ingenta.com/>

## Exploiter le web visible

*Sites ressources : Bases de données gratuites (suite)*

- **SearchLight** : University of California - Recherche multibase pour retrouver livres, articles ou textes intégraux : **Physical Sciences Engineering & Technology, Biological & Medical Sciences**  
<http://searchlight.cdlib.org/cgi-bin/searchlight?Science>
- **PubScience**, Department of Energy, plus de **1 000 journaux indexés**
  - journaux scientifiques et techniques
  - liens vers le texte intégral si disponible<http://pubsci.osti.gov/html/pubsci/srchfrm.html#revue>
- **Civil Engineering Database**, American Society of Civil Engineers
  - plus de **90 000 références** depuis 1973
  - journaux, actes de conférence, livres, normes, manuels, magazines et newsletters de l'ASCE<http://www.asce.org/publications/cedatabase.cfm>

## Exploiter le web visible

*Sites ressources : Presse technique*

- **Engineering E-journal Search Engine** : Moteur cherchant sur plus de 70 journaux gratuits, en texte intégral en **ingénierie**  
<http://www.eevl.ac.uk/eese/>
- **Publist** : Recherche gratuite de titres de périodiques sur une base de données de plus de 150 000 périodiques
  - Consultation payante<http://www.publist.com/>

## Exploiter le web visible

*Documentation technique : Normes*

- **AFNOR** : Recherche de normes et projets de normes, recueils et ouvrages  
<http://www.afnor.fr/portail.asp>
- **ISO** : source des normes ISO 9000 et de plus de 13 000 normes internationales (économie, gouvernement, société)  
<http://www.iso.ch/iso/fr/ISOOnline.openerpage?firstTime=true>

## Exploiter le web visible

*Littérature grise : Prépublications ou preprints*

- Articles acceptés pour parution dans des revues à comités de lecture ou articles n'ayant pas été validés par les pairs.
- Mode de parution qui tend à pallier les délais de parution des revues papier
- Très souvent en texte intégral
- Exemples :
  - **Los Alamos** : (site miroir en France) <http://fr.arxiv.org/>
  - **APS E-print Server** : Serveurs de prépublications de société savante <http://publish.aps.org/eprint/>
  - **CERN Preprints** : Recherche des articles et prépublications dans le catalogue du CERN :  
[http://weblib.cern.ch/Home/Library\\_Catalogue/Articles\\_and\\_Preprints/index.php](http://weblib.cern.ch/Home/Library_Catalogue/Articles_and_Preprints/index.php)

## Exploiter le web visible

*Littérature grise : Prépublications ou preprints (suite)*

- KISS** : Prépublications et rapports techniques, formulaire de recherche [http://www-lib.kek.jp/KISS/kiss\\_prepri.html](http://www-lib.kek.jp/KISS/kiss_prepri.html)
- Preprint Network** : recherche simultanée sur divers sites de preprints <http://www.osti.gov/preprints/ppnsearchall.html>
- Etc...

## Exploiter le web visible

*Littérature grise : Thèses / Signalement*

- SUDOC** : pour les thèses soutenues en France <http://www.sudoc.abes.fr>
- Thesa** : pour les thèses en préparation dans les grandes écoles (sc. de l'ingénieur, éco, gestion). Banque de données française accessible gratuitement sur internet. <http://thesa.inist.fr>
- Epices

## Exploiter le web visible

*Littérature grise : Thèses / Consultation du texte intégral*

- Cybertheses** : Publication et diffusion en ligne des thèses <http://mirror-fr.cybertheses.org/>,
- Cyther** : Consultation en texte intégral des thèses de l'INSA Lyon depuis janvier 1997 (format .pdf) <http://csidoc.insa-lyon.fr/these/index.html>
- Thèses IMAG** : <http://bibliotheque.imag.fr/bibliotheque/collections-electroniques/publications/index.html>
- Networked Digital Library of Theses and Dissertations** : près de 60 projets de diffusion des thèses en texte intégral par Internet. <http://www.theses.org/>
- Dissertations** : mémoires de thèses américains, service payant (une partie du document est gratuite) <http://dissertation.com>
- Catalogue des thèses de l'Institut Fourier - Grenoble : [http://www-fourier.ujf-grenoble.fr/THESE/these\\_if.html](http://www-fourier.ujf-grenoble.fr/THESE/these_if.html)

## Exploiter le web visible

*Littérature grise : Thèses / Consultation du texte intégral (suite)*

- IRISA** : Institut de recherche en automatique et systèmes aléatoires <http://www.irisa.fr/bibli/publi/theses/theses02.html>
- ENST** : Ecole Nationale Supérieure de Télécommunications, depuis 1990 <http://doc.enst.fr/theses.html>
- Thèses en ligne** : Serveur de thèses multidisciplinaire du CCSD Centre pour la Communication Scientifique Directe et la cellule MathDoc : <http://tel.ccsd.cnrs.fr>
- INRA** : Institut National de la Recherche Agronomique : <http://www.inra.fr/theses/theses-integral.html>
- MIT** (Massachusetts Institute of Technology) Theses Online : <http://theses.mit.edu/>

## Exploiter le web visible

### Littérature grise : Archives en ligne

Initiative des Archives ouvertes : Open Archives Initiatives (OIA) :  
<http://www.openarchives.org>

- articles de recherche parus dans des revues à comité de lecture,
- auto-archivage en ligne par les auteurs/organismes dans les archives électroniques de leur institution
- affranchissement vis à vis des obstacles liés à l'abonnement
- articles auto-archivés accessibles à tous
- protocole d'étiquetage des méta-données pour l'interopérabilité
- recherche dans toutes les archives ouvertes avec :
  - Cite-Base <http://citebase.eprints.org/cgi-bin/search>
  - ou ARC A Cross Archive Search Service :  
<http://arc.cs.odu.edu/>

## Exploiter le web visible

### Littérature grise : Actes de congrès - conférences

- Pour les actes non publiés : retrouver les organisateurs ou un participant au congrès
- Annonce de congrès sur les sites des périodiques
- Des pistes pour identifier actes de congrès et autres manifestations :  
<http://csidoc.insa-lyon.fr/sapristi/fristi22.html>
- Voir aussi <http://www.expoworld.net/> et les catalogues de grandes bibliothèques
- Eventline : base de données recensant les congrès, accès payant à <http://newfirstsearch.oclc.org/>
- Amazon : référencement des CR de congrès <http://www.amazon.com/>

## Exploiter le web visible

### Sites ressources : Répertoires spécialisés

- Sites dont la banque de données est sous la responsabilité d'**experts** dans leur domaine qui **sélectionnent, compilent et évaluent**.
- Ces répertoires puisent leurs ressources dans une banque de données moins importante que les moteurs ou répertoires généraux, recommandés en **début de recherche**.
- Souvent produits par des bibliothèques (webographies) et les banques de données spécialisées.
- Exemples :
  - Répertoires thématiques (méta-index) : WWW Virtual Library (+ de 300 bibliothèques virtuelles), Signets de la BNF (sélection commentée de ressources choisies par les bibliothécaires de la BnF), The Internet Public Library, Infomine
  - Répertoires de forums : Google Groups pour explorer les groupes de discussion, Francopholistes répertoire francophone de listes de diffusion

Les bases de données gratuites - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente → Recherche Favoris Média

Adresse [http://dadi.ensib.fr/index.php?page=nav&action=list\\_sub&num=600&show=no](http://dadi.ensib.fr/index.php?page=nav&action=list_sub&num=600&show=no) OK Liens

**DADI** répertoire des Bases de données gratuites Disponibles sur Internet

**répertoire des bases de Données Disponibles sur Internet**

**Navigation - étape 2**

Sélectionnez l'une des catégories secondaires suivantes pour afficher les notices de bases de données qui lui sont associées. Cliquez sur "nouveau!" pour ne lister que les dernières bases référencées, c'est-à-dire depuis 10 jours. Le nombre de notices associées à chacune des catégories est indiqué entre parenthèses.

600 Techniques (sciences appliquées) (28)	[nouveau!]
610 Sciences médicales (74)	[nouveau!]
620 Art de l'ingénieur, activités connexes (7)	[nouveau!]
630 Agriculture et techniques connexes (22)	[nouveau!]
640 Art ménagers et sciences ménagères (5)	[nouveau!]
650 Sciences de la gestion et techniques connexes (4)	[nouveau!]
660 Génie chimique et techniques connexes (8)	[nouveau!]
670 Fabrication industrielle (3)	[nouveau!]
680 Fabrications diverses (3)	[nouveau!]
690 Bâtiments (3)	[nouveau!]

English version

http://dadi.ensib.fr/index.php

Internet

Démarrer 16:46

## Recherche par mots clés

= moteur de recherche

Principe :

repose sur la simple recherche de la présence des mots clés dans les pages d'un site

Classement par pertinence !

## Moteurs de recherche par mots clés

Alta Vista	<a href="http://www.altavista.com/">http://www.altavista.com/</a>
Hotbot	<a href="http://www.hotbot.com/">http://www.hotbot.com/</a>
Excite	<a href="http://www.excite.com/">http://www.excite.com/</a>
Infoseek	<a href="http://www.infoseek.com/">http://www.infoseek.com/</a>
Lycos	<a href="http://www.lycos.com/">http://www.lycos.com/</a>
Web Crawler	<a href="http://www.webcrawler.com/">http://www.webcrawler.com/</a>
Google	<a href="http://www.google.com/">http://www.google.com/</a>

Autres de recherche  
(répertoires et index) :

- WiseNut. <http://www.wisenut.com>



- Teoma. <http://www.teoma.com/>



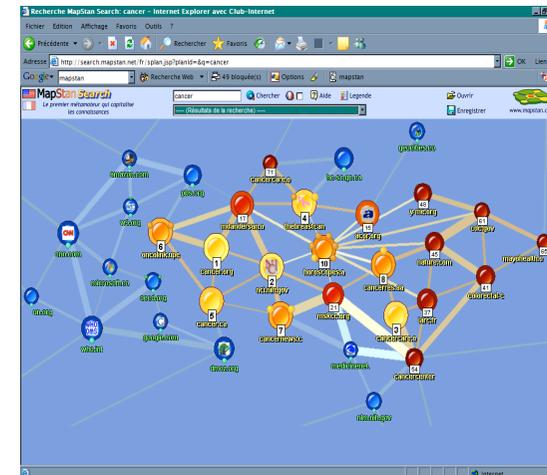
- Mirago. <http://www.mirago.fr/>



- AllTheWeb. <http://www.alltheweb.com/>



- Open Directory. <http://www.dmoz.org/>

<http://search.mapstan.net>

## Les moteurs d'indexation (Moteurs de recherche)

Outils de recherche dont la base de données est alimentée de façon automatique par des robots qui indexent les pages Web.

Exemples:



Avantages :

- permet de rechercher de manière précise un mot ou une expression dans toutes les pages Web répertoriées par le moteur;
- permet de formuler des requêtes plus ou moins complexes.

Désavantages :

- beaucoup de «bruit»;
- seulement une partie du Web est indexée.

## Agents Intelligents

### Copernic Agent Professionnel

- 1000 sources d'information organisées en catégories,
- Classement des résultats selon pertinence, actualisation, etc.
- Nouveauté = surveillance automatique du contenu des sites + alertes,
- Surveillance de l'arrivée de nouveaux résultats,
- Surveillance du Web Invisible.

### Strategic Finder

- 4000 sources d'informations,
- Une version gratuite basique et téléchargeable,
- Une version payante avec possibilité d'ajouter des plugs-in payants,  
Exemple : *AerospaceFinder* = plus de 200 sources dans l'industrie aéronautique.

### Vigilus Plus 2.0.1 et Vigilus de Base (Pragtec)

- surveillance du web,
- surveillance des fichiers et dossiers locaux,
- planification et alertes.

## Les métamoteurs

Moteurs de recherche qui consultent différents outils (autant de type moteur que de type annuaire) et donnent les résultats à travers une interface unique.

Il en existe des gratuits sur le Web :



Et d'autres qu'il faut installer sur notre poste :



*Métamoteurs de recherche en ligne :*

**élaborer et lancer requêtes sur plusieurs moteurs en même temps**

- Vivisimo. <http://vivisimo.com/>  
18 moteurs.



- Metacrawler. <http://www.metacrawler.com/>  
7 moteurs.

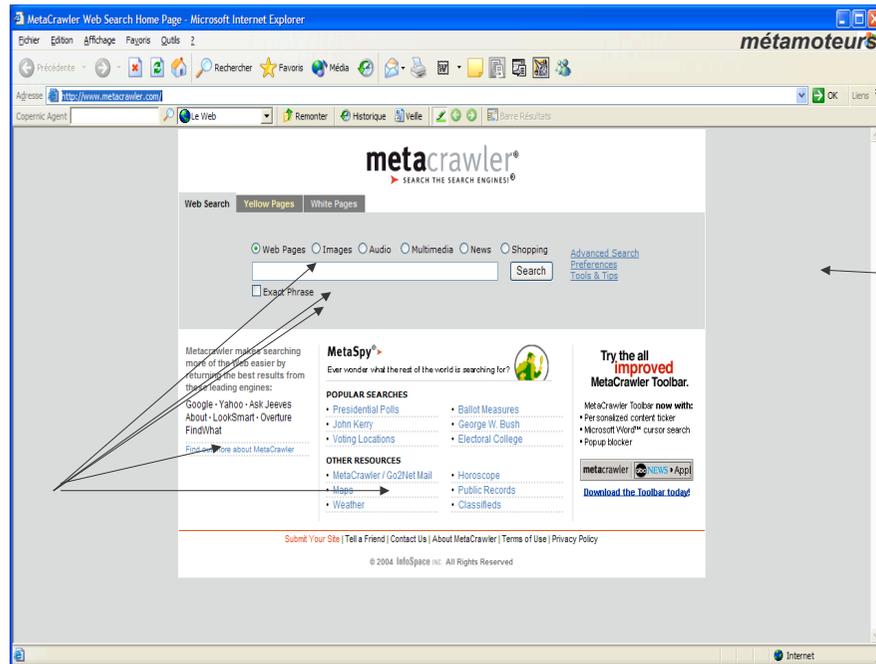


- Eo. <http://www.eo.st>  
10 moteurs.

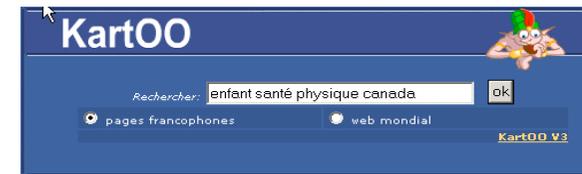


- Kartoo. <http://www.kartoo.com/>  
14 moteurs. Représentation graphique.





■ KartOO



- Kartoo présente les résultats sous la forme d'une carte.
- Pour un exemple de métamoteur « régulier », voir MetaCrawler

## Introduction aux outils de recherche sur Internet

### Pour le web invisible

#### Définition :

Ensemble des documents (textes, vidéos, images...) non indexé par les outils de recherche (moteurs, annuaires...).

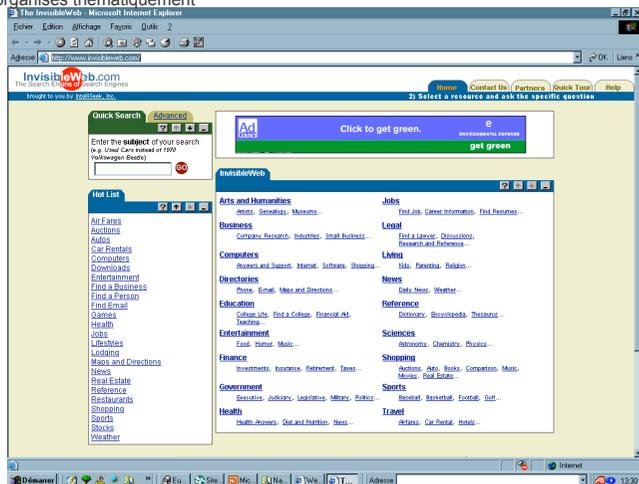
- Données non indexables (animations, contenu des bases de données, catalogues des bibliothèques, sites protégés par mot de passe, etc),
- Données non référencées (volontairement ou non, l'auteur d'un site peut faire en sorte que son site ne soit pas visité par les robots ou les indexeurs humains),
- Données dynamiques (pages web alimentées par des bases de données dont le contenu ne peut être indexé),
- Sites très récents.

## Le Web invisible

- Par exemple:
  - sites Web dont une inscription est nécessaire;
  - sites Web construits autour d'une base de données (interrogeable uniquement par un moteur de recherche interne);
  - pages Web accessibles par un formulaire de recherche (catalogues de bibliothèques);
  - pages Web protégées par un mot de passe;
  - intranets et extranets (réseaux sécurisés).

## Pour le web invisible

<http://www.invisibleweb.com/>  
recherche parmi plus de 10 000 bases de données d'archives, des catalogues...  
organisés thématiquement



## Pour le web invisible

<http://www.completeplanet.com/>  
Outil de recherche spécialisé dans le Web invisible

<http://www.invisible-web.net> Répertoire des principales sources du web invisible

<http://www.adbs.fr/site/repertoires/sites/lardy/outils.htm>  
Répertoire des banques de données et outils de recherche sur internet

<http://www.bnf.fr/pages/liens/index.htm>  
Les Signets de la Bibliothèque nationale de France proposent une sélection commentée de ressources accessibles par Internet, choisies par les bibliothécaires de la BnF, qui les classent et tiennent à jour leur description.

### La pertinence des sources d'information

Principal écueil de la veille = la pertinence et la fiabilité des sources !

Problèmes rencontrés pour la valorisation de l'information :

- La difficulté à identifier les sources d'information
- Le manque de pertinence de l'information
- La fiabilité de l'information (auteur, date de l'information, etc.)
- La rapidité de renouvellement de l'information

Quelques conseils pour rechercher sur Internet :

- Prendre le temps de préparer sa recherche et éviter de se disperser.
- Bien identifier ce que l'on cherche et sur quel type de site débiter son investigation.
- Se mettre à la place de l'auteur et identifier des mots-clés caractérisant l'information.
- À la vue de la page de résultats garder à l'esprit ce que l'on cherche et ne pas dévier de sa recherche.

### 3 sources d'information étudiées

- 1- les données sur les entreprises
- 2- Les études de marché
- 3- La presse

## 1- Données sur les entreprises

- Informations légales obligatoires  
Comptes déposés, statut juridique ...
- Producteurs d'annuaire  
Recensement thématique, géographique ...

Les informations légales

Bilan et comptes de résultat des sociétés déposés aux tribunaux de commerce.

Analyse de la situation financière d'une société,  
Évaluer la tendance d'un secteur d'activité

### Quelques exemples

#### Sur abonnement :

Diane (France)  
Amadeus (Europe)  
Dun and Bradstreet...

#### A la carte :

www.infogreffe.com  
www.societe.com  
www.coface.com

...

## b- Les répertoires d'entreprises

Recensement d'entreprises dans un annuaire (papier ou électronique) généraliste ou thématique réalisé par des producteurs de répertoires

- + Liste d'entreprises correspondant à des critères de sélection (CA, département, effectif, activité ...)
- Attention à la source d'information, auto déclaratif, mise à jour

### Quelques exemples :

- Kompass.fr	bottin.fr	kompass.com
- pagesjaunes.fr	yellow.com	europages.com
- laposte.net		

## 2- Les études publiques réalisées par des prestataires

En général, l'information de qualité est traitée en vue répondre à une question précise (étude de marché, état de l'art d'une technologie)

- + Il est possible de personnaliser l'étude par des questions complémentaires auprès de l'auteur

Coût de l'étude parfois élevé

- Pas exhaustive : pas disponibles sur tous les sujets au moment où on en a besoin



### 3- La presse

- Publique : accès simple sauf pour la presse interne des entreprises
- + Bon marché
- Exhaustive : plus d'un million de revues ST dans le monde

Sélection nécessaire face à la multitude

■ Obsolète => peu prospective

■ Subjectivité des publications pour vendre le journal

➡ Rendre la presse utile à l'entreprise en la retraitant

### La presse électronique

Gain de temps – recherche élargie .....

Recherche sur plusieurs titres à la fois. La revue de presse peut-être généraliste ou spécialisée.

#### Quelques exemples :

Bases payantes

www.europresse.com

www.pressed.com

Delphes (CCI)

Proquest (anglo-saxonne) ....

Bases gratuites

www.google.fr actualités

portails fédérateurs

Consignes pour les TP

### Étape 1

- **Je cerne le sujet**
  - Je comprends la nature, les objectifs et l'étendue du travail à exécuter
  - Je précise la question de recherche
  - Je me lance dans un remue-méninges
  - Je dégage les idées importantes et les mots-clés
  - Je détermine l'angle sous lequel je vais aborder mon sujet
  - Je formule mon idée directrice
  - J'esquisse un plan provisoire
  - Je réfléchis aux ressources dont j'aurai besoin
  - Je planifie mon travail

### Étape 2

- **J'interroge des sources d'information**
  - Je choisis les ressources dans lesquelles faire ma recherche
  - Je construis des équations de recherche à partir de mes mots-clés
  - J'amorce la recherche à l'aide de mes mots-clés à la bibliothèque, sur Internet
  - Je juge de l'efficacité de mes équations de recherche et je les ajuste au besoin
  - Je repère les documents et les ressources qui me semblent pertinents
  - J'échange et je partage des idées avec différents interlocuteurs

### Étape 3

- **Je sélectionne des documents**
  - J'organise les documents que j'ai retenus
  - J'évalue la qualité de l'information selon des critères posés
  - J'examine différents points de vue
  - J'identifie les éléments d'information nécessaires à mon travail
  - Je note la référence et les caractéristiques des documents retenus

### Étape 4

- **J'extrais des informations**
  - Je lis, j'écoute, je visionne attentivement et je prends des notes
  - J'indique mes sources d'information et je respecte les règles de la vie privée
  - J'organise mes notes de manière cohérente et j'ajuste mon plan provisoire
  - Je fais le point sur ma progression et je reprends une étape au besoin

### Étape 5

- **Je traite les informations**
  - J'analyse les informations prélevées au regard de la question de recherche
  - J'envisage différentes solutions permettant de traiter mon sujet
  - Je synthétise les idées et les informations provenant de sources variées
  - Je confronte des opinions et je construis la mienne selon l'objectif du travail
  - Je confirme ou je reformule mon idée directrice
  - Je réfléchis à l'organisation de l'ensemble de ma production

### Étape 6

- **Je produis un travail**
  - Je construis mon travail en fonction de mes objectifs et du public-cible
  - J'exprime mon opinion si l'objectif du travail le demande
  - Je m'assure que le contenu de ma production est cohérent
  - Je révise la qualité de la langue
  - Je vérifie si j'ai respecté les consignes
  - Je gère le matériel et les appareils dont je peux avoir

## Fils RSS

Un flux RSS ou fil RSS ("RSS Feed" en anglais), sigle de **Really Simple Syndication** (*syndication vraiment simple*), ou de **Rich Site Summary** (Sommaire d'un site enrichi) est un format de syndication de contenu Web.

## Définition du RSS

C'est un fichier XML dynamique dont un lecteur RSS (ex: [Safari](#), [Mozilla Firefox](#), [Mozilla Thunderbird](#)) affiche le contenu qui est mis à jour en permanence.

Ce système est très utilisé pour diffuser les nouvelles des sites d'information (actualités, sciences, informatique, etc.) ou des [blogs](#), ce qui permet de les consulter sans visiter le site, ou bien de les formater à sa guise, etc.

Il existe sept formats différents de RSS, ce qui rend indispensable l'établissement d'une norme.

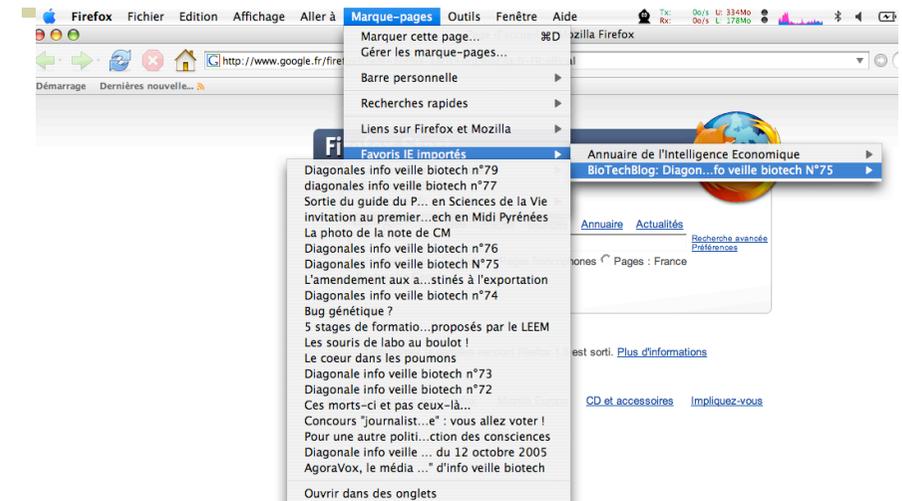
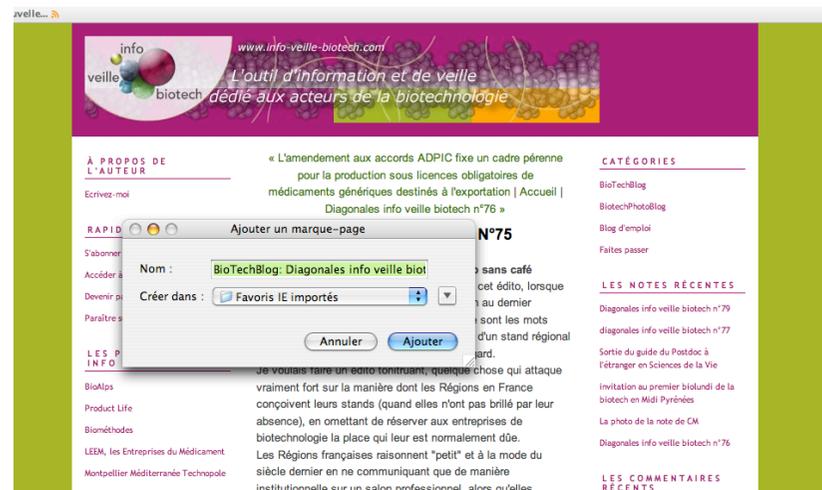
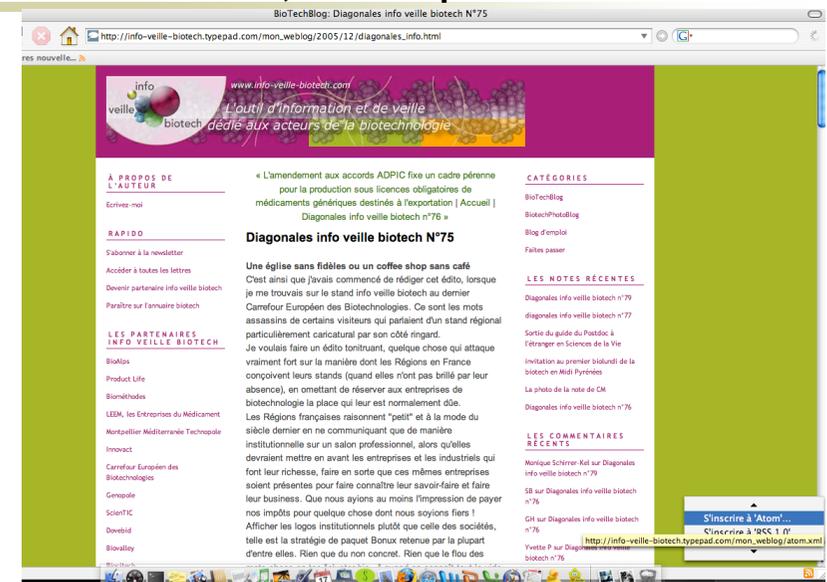
Il est à noter que Syndicate, en anglais, est en rapport avec le journalisme et la vente d'un article à plusieurs journaux.

Mais en fait le standard permet de diffuser toutes sortes d'information, d'alertes, de mise à jour de listes ou d'éléments.

Really Simple Syndication se rapproche donc d'une diffusion journalistique simplifiée.

Utile pour la Veille

## Dans Mozilla, un exemple





## Collecte et le traitement de l'information

---

- La veille technologique, axée sur les savoirs technologiques et scientifiques disponibles ou escomptés.
- La veille concurrentielle, axée sur le suivi des concurrents actuels ou potentiels.
- La veille commerciale, axée sur la connaissance des clients, l'analyse de l'évolution de leurs besoins, de leur solvabilité ; mais également celle des fournisseurs, de leurs produits et de leurs prix.
- La veille juridique, axée sur les réglementations et autres décisions publiques.
- La veille brevets.
- La veille consacrée à la question des organisations et du management.
- La veille environnementale, centrée sur les facteurs politiques, sociaux et culturels.

## Le cycle du renseignement 3ème étape: le traitement de l'information

---

- Mobilisation des compétences internes
- Gestion des expertises externes
- Grilles de traitement
- Schéma de validation des informations

## Validation de l'information

---

- Principes:
  - identification de la source
  - contrôle de la procédure utilisée pour obtenir des données statistiques ;
  - croisement de l'information
- Méthodes:
  - Grilles de traitement
  - Mobilisation des compétences internes
  - Gestion des expertises externes

## Les outils d'analyses

---

- le modèle des cinq forces de Porter,
- le profilage des concurrents
- l'analyse des brevets et les techniques d'évaluation des performances
- La scientométrie



## Diffusion

## Le cycle du renseignement 4ème étape : La diffusion

- 
- Réalisation des formats de diffusion en fonction des destinataires
- Choix des informations à mémoriser dans l'entreprise
- Création d'un processus de mémorisation de l'information

## La diffusion de l'information

*diffusion*

" Une information ne devient un renseignement que si elle parvient a temps et dans la forme voulue au décideur qui en a l'emploi "

Général Guyaux, 1993

Les composantes de la diffusion :

- 1- Les destinataires
- 2- L'instant / le support

## A qui doit-on diffuser l'information ?

*diffusion*

L'efficacité :

- Réseau restreint
- Hauts niveaux hiérarchiques

La complémentarité :

- R & D
- production
- Marketing, vente
- ...

## Quand et comment doit-on diffuser l'information ?

diffusion

- régularité ou irrégularité ?
- adapter le produit à la cible
- homogénéiser les supports
- utiliser des vecteurs différents

## Typologie des produits d'information

diffusion

PRODUITS PÉRIODIQUES		PRODUITS PONCTUELS	
Ciblés	Diffusion large	Ciblés	Diffusion large
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veilles concurrentielles</li> <li>• Veilles technologiques (scientifiques, brevets, normes, réglementation...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bulletins de sommaire</li> <li>• Listes d'acquisition</li> <li>• Bulletins bibliographiques</li> <li>• Revues de presse</li> <li>• Bulletins périodiques d'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bulletins d'alerte</li> <li>• Monographies d'acteur</li> <li>• Avis d'expert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profils bibliographiques</li> <li>• États de l'art</li> <li>• Études bibliométriques</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bases groupware avec accès réservés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivis de sites</li> <li>• Bases groupware</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Signets thématiques</li> </ul>

## Comment améliorer la circulation ?

diffusion

- Sélectivité des destinataires
- L'oral, vecteur de communication
- L'exemplarité
- Susciter la culture des réseaux
- L'importance du feed-back
- Formats de diffusion adaptés

## Les outils de diffusion

diffusion

**Outils de Knowledge Management** (Cartographie de l'information, Collaboration, outil d'analyse stratégique, etc.)

⇒ **SEE-K** de Trivium >>>

⇒ **Lotus Discovery Server** de Lotus >>>

⇒ **Arisem KM Server** d'Arsem (surveillance du web, analyse le sens de 15000 documents/heure et classe les documents pertinents dans une arborescence thématique) >>>  
etc.

**Logiciels de gestion documentaire** (Diffusion sur profils/DSI, Push)

⇒ **Alexandrie** de GB-Concept >>> <http://www.gbconcept.com>

⇒ **Cindoc** de Cincom >>> <http://www.cindoc.fr>

⇒ etc.

Autres moyens de diffusion :

- ✓ Le réseau informatique de l'entreprise,
- ✓ La lettre d'information interne,
- ✓ L'e-mail,
- ✓ etc.

## Stockage de l'information

*diffusion*

- Plan de classement des informations
- Équipements
- Confidentialité et protection des informations
  - Classement 1
  - Classement 2
  - Classement 3

## Et au bout ?

Anticiper / Innover, c'est :

- éviter de « ré-inventer » la roue, mieux utiliser ce qui existe pour augmenter la qualité et la fonctionnalité des produits,
- détecter plus vite les évolutions du marché, les besoins des consommateurs,
- ne plus subir l'univers normatif et législatif de l'entreprise, mais
- au contraire l'utiliser...

## Les limites

- l'accès difficile à l'information.
- la fiabilité limitée de l'information
- le manque de spécificité de l'information collectée
- les problèmes de traitement de l'information liés aux problèmes d'organisation interne.

## Animation de la veille

- stimuler la "créativité";
- coordonner les réflexions
- intégrer les pratiques individuelles
- suggérer de nouvelles sources d'information éventuelles ;
- assurer le suivi
- Faire vivre et évoluer le dispositif de veille stratégique.

## Mesures des résultats de la veille

Outils et méthode.

- la qualité des informations
- la satisfaction perçue des « clients de la veille »
- la satisfaction perçue des traqueurs d'informations

## Caractéristiques d'un veilleur

- Curieux, attentif et discret
- Parle peu et analyse beaucoup
- Capable de lire en diagonale
- Capable de lire entre les lignes
- Capable de synthétiser l'information
- Possède un bon carnet d'adresses
- Est en harmonie avec les décideurs

## Les tâches d'un veilleur

- Évaluation des besoins des clients
- Inventaire des sources et des outils
- Planification des intervenants
- Collecte
- Évaluation et élagage
- Analyse
- Synthèse et mise en forme
- Diffusion / Suivi

## Formations IE / Veille stratégique

### **DESS Intelligence économique et développement des entreprises**

Université de Poitiers, site du futuroscope, Téléport 5, B.P. 64, 86130 Jaunay-Clan.05 49 49 46 59.

### **DESS Intelligence économique de Toulouse**

Université des Sciences Sociales Place Anatole France 31042 TOULOUSE cedex.05 61 63 35 11

### **DESS Gestion des systèmes documentaires d'information scientifique et technique**

LVI, Université d'Aix-Marseille III, 13997 Marseille Cedex

### **DESS Ingénierie de l'Intelligence économique**

CESD, 2 Allée de Promontoire, 93166, Noisy le Grand.01 49 32 91 12.

### **DESS Information Scientifique et Technique de Nancy**

### **DESS Information stratégique et innovation technologique**

ISTIA, 62 avenue Notre Dame du Lac, 49000 Angers.02 41 36 57 55.

### **DESS Veille stratégique, culture et management japonais**

Centre Franco-Japonais de Management. IGR/IAE (univ. Rennes 1), 11 rue Jean Macé, BP 1997, 35019 Rennes Cedex.02 99 84 78 78.

### **Management des systèmes d'information et organisation. Option veille stratégique**

Ecole supérieure des affaires, Université Pierre Mendès France , BP 47, 38040 Grenoble Cedex

### **Mastère Management de l'information stratégique du CNAM**

### **Mastère spécialisé en Intelligence économique**

ESC Dijon Bourgogne, 29 rue Samblin, 21000 Dijon.03 80 72 59 00.

#### Formations suite

**Mastère spécialisé en Intelligence scientifique technique et économique**  
ESIEE (Ecole Supérieure d'Ingénieurs en Electronique), Cité Descartes, B.P. 99, 93162 Noisy-le-Grand cedex.01 45 92 65 81.

**Mastère spécialisé Intelligence économique et management de projets complexes**  
CERAM, 60 rue Dostoïevski, BP 085, 06902 Sophia-Antipolis Cedex.04 93 95 45 45.

**International MBA "Knowledge Management"**  
CRRM, Université d'Aix-Marseille III, 13997 Marseille Cedex 20.  
04 91 28 80 50.

## Annuaire

**Mots clés veille & IE : Lexique Français / Anglais / Espagnol** [Veille\(s\)](#)  
Proposé par l'équipe de Tetralogie.

**AFDIE Associations**  
L'Association française pour le développement de l'Intelligence Economique.

**Stratenet Veille(s)**  
Annuaire présentant concepts et outils de veille .

**Veille Technologique Britta IE en région**  
Veille technologique collective dans le secteur alimentaire animale, IAA, Nutrition, Cosmétique.

**Webrecherche Moteurs spécialisés**  
Le moteur des laboratoires de recherche bretons impliqués en chimie et biotechnologie.

**Russia Intelligence International**  
Russia Intelligence s'intéresse aux dirigeants et aux stratégies de tous les grands secteurs de l'économie russe : énergie, industries aéronautique et de défense, banque, marchés financiers, médias...

**Researchbuzz Weblogs**  
(Tara Calishain's blog) provides almost daily updates on search engines, new data managing software, browser technology...

#### Derniers sites ajoutés à l'annuaire

**Secrets2Moteurs**  
**Portails sur les moteurs et le référencement**  
Plate-forme de veille et d'information sur le référencement et les outils de recherche.

**Indicateur**  
**Portails sur les moteurs et le référencement**  
Site d'information sur les outils de recherche sur internet. Actualité, dossiers et guides.

**Global Watch on line International**  
Global Watch missions form a key part of the DTI's commitment to helping British businesses to identify, access and transfer technology from around the world.

## Liens utiles

### Adresses web

Akooe : <http://www.akooe.com>  
Arisem : <http://www.arisem.com>  
ARIST : <http://www.aristnpsc.org>  
Cindoc : <http://www.cindoc.fr>  
Comité pour le Dvlpt de l'Intelligence Economique et Stratégique : <http://www.cdies.org>  
Copernic : <http://www.copernic.com>  
GB-Concept : <http://www.gbconcept.com>  
Grimmersoft : <http://www.grimmersoft.com>  
Ixquick : <http://ixquixk.com>  
Kartoo : <http://www.kartoo.com>  
Lotus : <http://www.lotus.com>  
Pragtec : <http://www.pragtec.com>  
Strategic Finder : <http://www.strategicfinder.com>  
Spirit : <http://212.157.152.11/index2.html>  
Tetralogie : <http://atlas.irit.fr>  
Trivium : <http://www.trivium.fr>  
Veille : <http://www.veille.com>  
Web Data Mining : <http://www.web-datamining.net>

### Type de logiciel ou site web

Meta-moteur  
Knowledge Management  
Site d'information  
Gestion documentaire  
  
Site d'information  
Meta-moteur / Agent Intelligent  
Gestion documentaire  
Data Mining  
Meta-moteur  
Meta-moteur (carte des résultats)  
Knowledge Management  
Agent intelligent  
Agent Intelligent  
Logiciel de veille  
Logiciel de veille  
Knowledge Management  
Site d'information  
Site d'information Data Mining

## PROTECTION ET VALORISATION DES RESULTATS DE LA RECHERCHE

### Veille BREVET

## Historique

- 1867: J. MONIER dépose le 1<sup>er</sup> brevet sur le béton armé
- 1885: Carl BENZ invente la 1<sup>ère</sup> automobile à essence
- 1879: EDISSON éclaire son laboratoire de fabricant d'horloges avec un éclairage électrique inventé par GOEBBEL (hanovre) qui n'avait pas protégé son invention (brevet US EDISSON lampe à filament de carbone)
- 1886: John Pemberton met au point une boisson thérapeutique qu'il conserve secrète mais qu'il protège sous la marque Coca Cola ®
- 1934: R JOSEPH fabriquant de paniers à salade invente un chariot (actuellement 160 brevets sur Caddie®)
- 1970: 3M invente un adhésif qui colle sans coller tout en collant
- 1981: Arthur FRY cherche un moyen de marquer ses partitions il colle une mince couche d'adhésif 3M (Post-IT ®)
- 1995: EVIAN invente la bouteille compactable (R.E.C. déposée comme marque et le matériau P.E.T. comme brevet)
- JVC invente le système VHS et l'impose en tant que standard (tout fournisseur dans le monde paie des redevances à JVC)

## I.N.P.I. : INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE

Office français chargé de la propriété industrielle, sous tutelle du Ministère de l'Industrie

**Siège:** Paris (450 personnes)

**Annexes:** Nanterre et Compiègne (150 personnes)

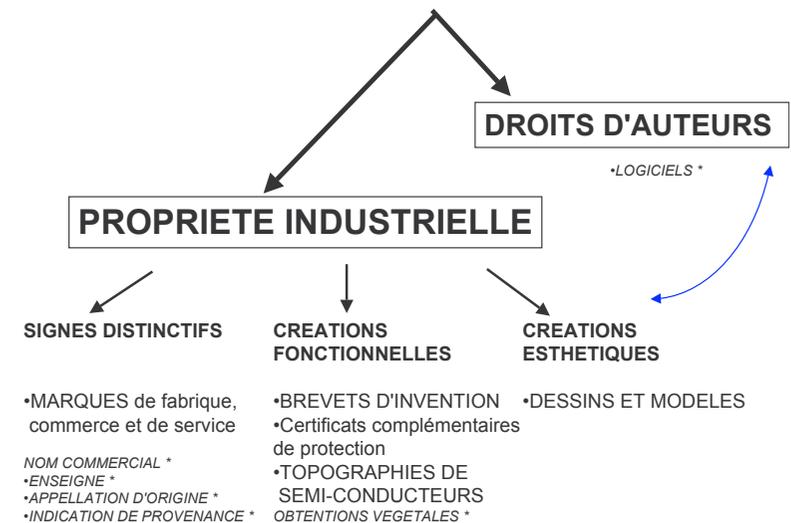
**Centres régionaux** de documentation et de dépôt

### MISSIONS

- DELIVRER** les titres nationaux de propriété industrielle (Brevets, Marques, Dessins et Modèles)
- INFORMER** par la mise à disposition d'un important fonds documentaire et par une action de sensibilisation
- ENREGISTRER** les actes de la vie économique (registres nationaux, répertoire des métiers)
- PARTICIPER** à l'élaboration des textes législatifs en matière de propriété industrielle

Janv 2000

## PROPRIETE INTELLECTUELLE



\* Titres non enregistrés à l'INPI

## Critères de brevetabilité :

« Les brevets sont délivrés pour toute invention qui est **nouvelle**, implique une **activité inventive**, et est susceptible d'**application industrielle**. »

## a) La nouveauté

« Une invention est considérée comme **nouvelle** si elle n'est pas comprise dans **l'état de la technique**. »

Etat de la technique = Tout ce qui a été rendu accessible au public avant la date de dépôt de la demande de brevet, et ce par TOUT moyen (écrit, oral, usage....)

## NOUVEAUTE

*Art.L611-11 CPI:*

La nouveauté suppose la **comparaison** de l'invention à **l'état de la technique**

L'état de la technique contient toutes les informations **accessibles au public**

L'accessibilité est la condition suffisante de l'antériorité

peu importe:

- la forme de la divulgation
- la date de la divulgation
- le lieu de la divulgation
- l'auteur de la divulgation

avec une date et preuve de la divulgation

Exceptions:

- divulgation antérieure résultant d'un abus, d'une exposition officielle reconnue
- divulgation couverte par un droit de priorité : priorité unioniste, priorité interne

## ACTIVITE INVENTIVE

*Art.L611-14 CPI:*

L'activité inventive suppose la **non-évidence** de l'invention par rapport à **l'état de la technique**

- La **non-évidence** doit-être appréciée à la **date du dépôt**
- La **non-évidence** doit-être appréciée par **l'homme du métier**
- La **non-évidence** peut être appréciée par des indices

## b ) L'activité inventive

« Une invention est considérée comme impliquant une activité inventive si pour l'homme de l'art, elle ne découle pas de manière évidente de l'état de la technique »

L'homme de l'art = Technicien qui sait tout du domaine concerné mais « sans imagination »

## c ) Application industrielle

« Une invention est susceptible d'application, industrielle si son objet peut-être fabriqué ou utilisé dans tout genre d'industrie, y compris l'agriculture. »

Exception : sont exclus, les actes médicaux

	INDICES FAVORABLES	INDICES DEFAVORABLES
EN AMONT DE L'INVENTION	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etat de la technique très ancien</li> <li>Invention répondant à un besoin insatisfait de longue date</li> <li>Problème abordé différemment</li> <li>Nouveauté du problème technique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Problème déjà posé de façon identique</li> </ul>
AU NIVEAU DE L'INVENTION	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préjugé technique vaincu</li> <li>Invention allant dans une direction contraire à celle généralement suivie dans le domaine en cause</li> <li>Difficultés techniques surmontées</li> <li>Sélection parmi un grand nombre de solutions possibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Essais systématiques et de pure routine</li> <li>Choix entre un petit nombre de solutions connues,</li> <li>Substitution d'équivalents bien connus</li> <li>Emploi nouveau d'une matière bien connue, en faisant usage de ses propriétés connues</li> <li>Association de moyens connus</li> </ul>

[procédure](#)

## Procédure à suivre ....

- Dépôt d'une demande
- Respect des formes et des conditions :
  - Forme de la demande
  - Paiement des taxes
  - Procédure de délivrance
  - .....



## LES REVENDECTIONS = Elles définissent l'étendue de la protection conférée

**Revendication principale**  
*préambule* (objet de l'invention)  
+ *partie caractérisante*  
(caractéristiques techniques essentielles de l'invention)

→ **Clares et concises**

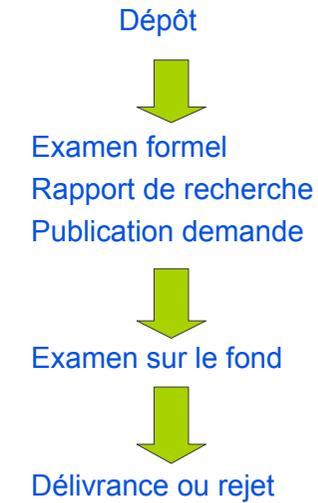
**Revendications secondaires**  
caractéristiques additionnelles s'ajoutant aux caractéristiques de la revendication principale

→ **Supportées par la description**

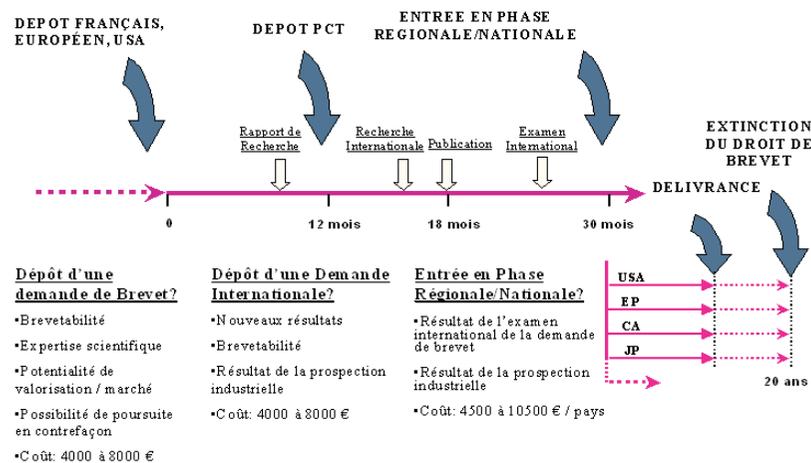
→ **Unitaires**  
Les revendications doivent concerner un seul concept inventif

procédure

## Procédure de délivrance



## Vie du brevet



### VOIE EUROPEENNE

pour **30** pays d'Europe (01/07/02)

une seule demande  
une seule procédure  
un seul mandataire  
pour tous les pays désignés

**brevet européen** (ou refus)

Eclatement en **brevets nationaux**

### VOIE INTERNATIONALE

environ **115** pays dans le monde

une seule demande  
une seule procédure préliminaire  
pour tous les pays désignés

**autant de procédure nationales**  
ou régionales (OEB, OEAB, OAPI)  
que de pays ou de régions désignés

---

## le brevet est un outil stratégique, qui possède des fonctions variées et étendues.

- La gestion de brevets au sein de l'entreprise sert à :
  - se protéger
  - surveiller l'état de l'art et la concurrence
- mais aussi à :
  - **préserver un segment** technologique que l'on va ou projette d'occuper
  - **acquérir ou accéder** à une nouvelle technologie,
  - se **procurer un savoir-faire** externe nécessaire au développement des activités ou à l'assise et au verrouillage de ces activités,
  - **diffuser sa technologie** et son savoir-faire en toute protection (tout le monde regarde les nouveaux brevets),
  - **communiquer** une image innovante et dynamique.

---

## Surveiller les Brevets

- Pour protéger son Patrimoine
  - **repérer les utilisations abusives ou contournées**
- Pour ne pas réinventer
- Pour mesurer le Potentiel Technologique (du Marché et des Concurrents)
- Comment surveiller les Brevets ?

---

## Comment surveiller les Brevets ?

- Etablir une cartographie
- prédéfinir des requêtes
- alimenter le tableau de bord

---

## Stratégies en œuvre autour des Brevets

- Stratégie de Protection-Défense
- Stratégie de Blocage
- Stratégie d'Attaque
- Stratégie de licences, de Partenariat
- Stratégies connexes

---

## Stratégie de Protection-Défense

- *Protection juridique et concurrentielle*
  - La stratégie de protection d'un brevet à mettre en œuvre dépend des législations de protection
- *Stratégie du Filet de Brevets*
  - maillage judicieux sur un domaine technologique pour éviter les conflits et mieux protéger un brevet fondamental déposé.
- *Stratégie d'Achat de Brevets*

---

## Stratégie de Blocage

- tresser un filet de brevets, utilisé à des fins offensives de manière à bloquer le développement et l'accès à des champs technologiques par des concurrents

---

## Stratégie d'Attaque

- *Stratégie du Brevet Fondamental pour*
  - **marginaliser les concurrents**
  - **négocier des partenariats**
- *Stratégie de Combinaison Brevet-Norme*

---

## Stratégie de licences, de Partenariat

- *Licence contre licence*
  - accord de licences croisées (cross-licensing)
- *Patent pool*
  - mise en commun des brevets utiles à tous
- *Stratégie de licences*
  - stratégie financière et/ou marketing (royalties)

## Stratégies connexes

- *Stratégie de Réputation*
  - image de compétitivité et de créativité
- *Stratégie de Motivation*
- *Contrepartie de ces Stratégies*
  - ces stratégies dévoilent néanmoins le nom des personnels innovants et les axes de recherche de l'entreprise

## Exploiter le web visible

Documentation technique : Brevets / Ressources gratuites

- **INPI** : brevets français  
<http://www.inpi.fr/>
- **Espace Net** : Recherche dans les brevets européens (EP)  
Recherche dans les brevets internationaux PCT (WO)  
[http://fr.espacenet.com/espacenet/fr/fr/e\\_net.htm](http://fr.espacenet.com/espacenet/fr/fr/e_net.htm)
- **QWAM** : accès gratuit à tous les brevets français depuis 1966 et leur schéma depuis 1989  
<http://www.qwam.com/>
- **OMPI** : liens vers de nombreux sites et des textes juridiques  
<http://www.OMPI.org/index.html.fr>
- **Intellectual Property network** : brevets américains depuis 1971 et européens depuis 1979  
<http://www.delphion.com/>
- **USPTO** : brevets américains  
<http://www.uspto.gov/>

## L'analyse des brevets Profilage des concurrents

The screenshot shows the Esp@cenet website interface. At the top, it says 'Office de la Propriété Industrielle'. The main header features the 'esp@cenet' logo and 'Europe's Network of patent databases'. There are three search sections on the left: 'Recherches rapides' (with a 'Texte simple' option), 'Consulter une demande de brevet', and 'Recherche par le nom du déposant'. On the right, there is a section 'Utilisez le réseau esp@cenet pour rechercher:' followed by 'Demandes de brevets dans leur langue d'origine de:' with links for 'Belgique', 'Autres pays européens', 'l'Office européen des brevets', and 'l'OMPI (demandes int. PCT)'. Below that, it says 'Brevets et demandes de brevets avec un abrégé en anglais:' with links for 'Au niveau mondial - 30 millions de documents' and 'Japan'. At the bottom, it says 'et regarder les documents complets: 150 millions de pages' and 'Esp@cenet'.

### Trouver :

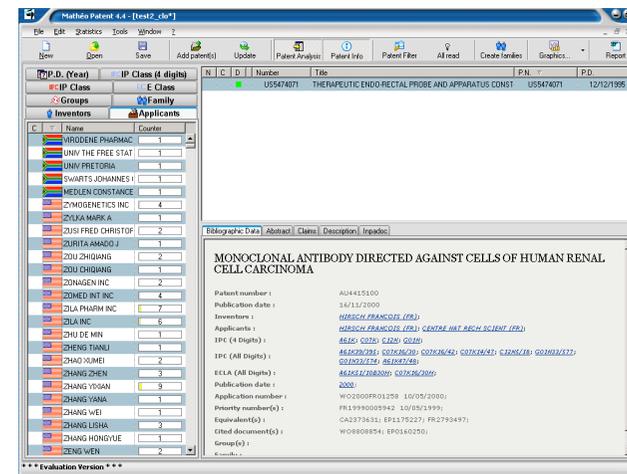
- une marque ou un brevet = consulter le site de L'INPI [www.icimarques.com](http://www.icimarques.com) et [www.plutarque.com](http://www.plutarque.com) = Bases de donnée recommandée par l'INPI. La liste des résultat est consultable gratuitement mais la notice complète est facturée 3 euros HT
- une entreprise = [www.euridile.com](http://www.euridile.com) et [www.societe.com](http://www.societe.com) (paiement à l'acte)
- un site internet d'entreprise ou nom de domaine = essayer sur AFNIC [www.afnic.fr](http://www.afnic.fr)

### Connaître le profil d'un concurrent :

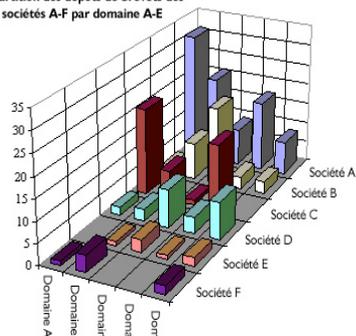
- Profil complet = <http://fr.transnationale.org/>
- Financier = voir les sites d'Euridile et Societe.com
- Produits = surveiller les marques et brevets sur les BDD ou la presse spécialisée
- Technologique = surveiller les brevets, la presse spécialisée, etc.
- Actualité presse = Interroger régulièrement les sites en ligne de la presse nationale mais aussi spécialisée avec le nom du concurrent. Attention aujourd'hui les quotidiens font payer leur archives (x euros pour x articles consultés voire l'édition de la veille).

THERAPEUTIC ENDO-RECTAL PROBE AND APPARATUS CONSTITUTING AN APPLICATION THEREOF FOR DESTROYING CANCER TISSUE, IN PARTICULAR OF THE PROSTATE, AND PREFERABLY IN COMBINATION WITH AN IMAGING ENDO-CAVITARY-PROBE

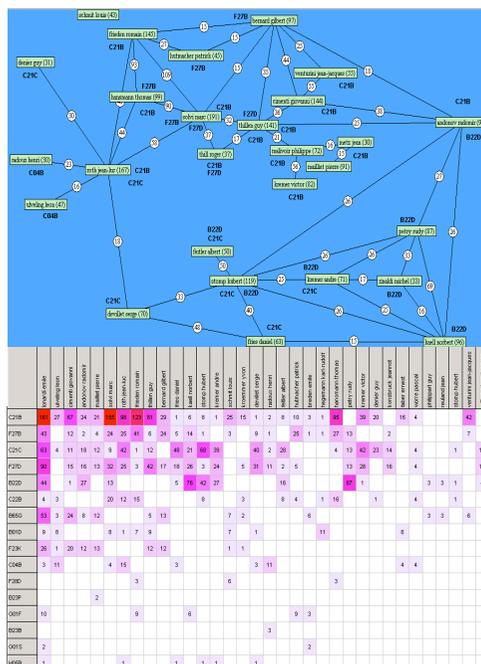
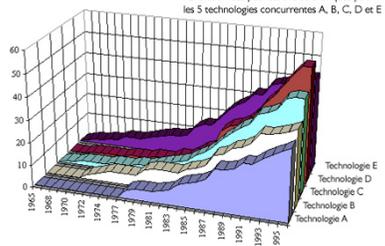
Patent number : US5474071  
 Publication date : 12/12/1995  
 Inventors : CATHIGNOL DOMINIQUE (FR); BLANC EMMANUEL (FR); CHAPELON JEAN Y (FR); GELET ALBERT (FR);  
 Applicants : TECHNOMED MEDICAL SYSTEMS (FR); ISERM INST NATIONAL DE LA SANT (FR);  
 IPC (4 Digits) : A61B;  
 IPC (All Digits) : A61B8/12;  
 ECLA (All Digits) : A61B17/22B2; A61N7/02; A61N7/02C; A61B17/22B2D;  
 Publication date : 1995;  
 Application number : US19940200877 22/02/1994;  
 Priority number(s) : US19940200877 22/02/1994; FR19910002620 05/03/1991; FR19910009197 19/07/1991; US19910795197 19/11/1991;



Répartition des dépôts de brevets des sociétés A-F par domaine A-E



Evolution des publications scientifiques pour les 5 technologies concurrentes A, B, C, D et E



## ADRESSES UTILES

MINISTRE DELEGUE A LA RECHERCHE ET AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES /  
 DIRECTION DE LA TECHNOLOGIE  
 1, Rue Descartes – 75005 Paris

<http://www.recherche.gouv.fr>

ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE  
 34, Chemin des Colombettes – 1211 Genève – Suisse

<http://www.wipo.org>

UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE  
 2011, Crystal Drive – Arlington, Virginia 22204 – USA

<http://www.uspto.gov>

## ADRESSES UTILES

---

### OFFICE EUROPEEN DES BREVETS

Erhartstrasse 27 – 80331 Munich – Allemagne

<http://www.epo.org/>

### INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE

26 bis, Rue de Saint-Petersbourg – 75008 Paris

<http://www.inpi.fr>

### COMPAGNIE NATIONALE DES CONSEILS EN PROPRIETE INDUSTRIELLE

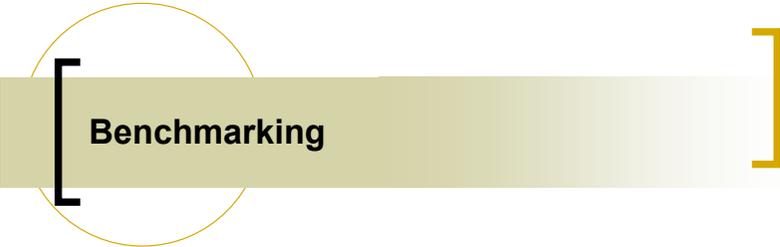
92, Rue d'Amsterdam – 75009 Paris

<http://www.cncpi.fr>

### RESEAU CURIE

(Association de services de valorisation d'universités)

<http://www.curie.asso.fr>



## Benchmarking

## Définition

---

- processus continu et systématique d'évaluation des produits, des services et des méthodes par rapport à ceux des concurrents les plus sérieux et des entreprises reconnues comme leaders ou chef de file, dans le but de les améliorer

ou

- Recherche, Echange et Utilisation des Bonnes Pratiques

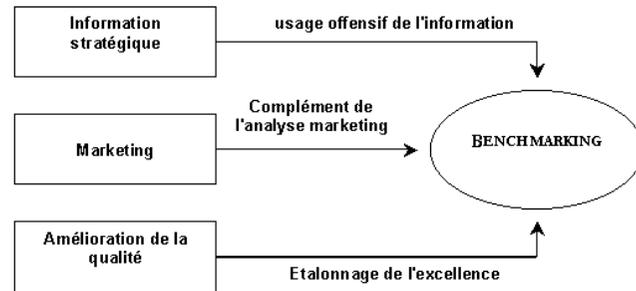
Il consiste à :

- Bien analyser ses propres processus ou approches
- Comparer ses processus, pratiques, et résultats avec les meilleurs
- Agir pour égaler ou dépasser les meilleurs

...pour :

- Accroître les profits et l'efficacité
- Accélérer et orienter le changement
- Etablir des buts ambitieux
- Permettre de réaliser des sauts de performance
- Créer un sens de l'urgence
- Forcer à regarder ailleurs
- Créer un consensus sur la performance

## Les trois voies d'accès au benchmarking



## Le benchmarking

- un processus de fixation des objectifs.
- un outil pour identifier, établir et parvenir à des critères d'excellence.
- un processus continu d'évaluation des services, des produits et des méthodes par rapport aux meilleurs reconnus dans leurs catégories, secteurs d'activités ...

## Objectifs du Benchmarking

- aider la direction à aborder ou supporter des changements stratégiques.
- valider le progrès réalisé à l'intérieur d'une démarche d'amélioration de l'efficacité.
- améliorer la compétitivité.
- réduire les coûts.
- améliorer le niveau de satisfaction de la clientèle.
- ...

## Les raisons du benchmarking

Le benchmarking : démarche continue, méthodique, qui vise à :

- valoriser l'entreprise par rapport aux concurrents ;
- identifier les meilleures pratiques;
- évaluer les produits, services, process, performances, par rapport aux plus performants ;
- modéliser, expliquer, afin de transférer les éléments de progrès dans sa propre entreprise dans l'objectif d'améliorer sa propre position stratégique.

Le benchmarking répond aux exigences des 3 P :

- Performance
- Pérennité
- Productivité

## Les dix étapes du processus de benchmarking

- Identifier les sujets et l'objet du benchmarking
- Identifier les meilleurs compétiteurs
- Fixer les méthodes de cueillette de données et recueillir les données internes et externes
- Analyser les performances et identifier les causes de variance
- Planifier les niveaux de performance futurs
- Communiquer les résultats de l'analyse
- Etablir les objets fonctionnels
- Développer un plan d'action
- Implanter et suivre les résultats
- Recalibrer le benchmarking

## Les neuf critères d'excellence choix des benchmarks

FACTEURS D EXCELLENCE (50 %)		RESULTATS (50 %)	
Processus	4	Satisfaction des clients	20
Leadership	10	Résultats opérationnels	15
Gestion du personnel	9	Satisfaction du personnel	9
Ressources	9	Intégration à la vie de la collectivité	6
Politique et stratégie	8 %		

