



**HAL**  
open science

## Comment penser l'amélioration du portail documentaire d'un intranet recherche et développement d'un groupe international ?

Manuela Duhamel

### ► To cite this version:

Manuela Duhamel. Comment penser l'amélioration du portail documentaire d'un intranet recherche et développement d'un groupe international ?. Sciences de l'information et de la communication. 2008. dumas-01556494

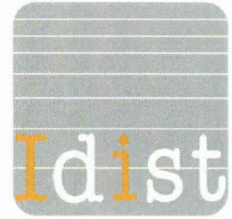
**HAL Id: dumas-01556494**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01556494v1>**

Submitted on 9 Jan 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Manuela Duhamel

MASTER 2

Gestion de l'Information et du Document en Entreprise

Mémoire de stage

Effectué du 14 avril au 30 septembre 2008

Au sein du Centre de Recherche Pernod Ricard

**COMMENT PENSER L'AMELIORATION DU PORTAIL  
DOCUMENTAIRE D'UN INTRANET RECHERCHE ET  
DEVELOPPEMENT D'UN GROUPE INTERNATIONAL ?**

Sous la direction de :

Melle Katia Thébaut, responsable professionnelle

M. Christian Wallyn, responsable universitaire





*Je remercie Katia Thébaut et Sophie Holm de m'avoir accueillie, conseillée et suivie durant mon stage, Fabienne Suard pour ses remarques avisées, ainsi que Sébastien Gosselin pour ses conseils.*

*Enfin, je voudrais remercier M. Wallyn pour ses enseignements et ses encouragements bienveillants.*



## SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	3
I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE.....	5
1. Le groupe Pernod Ricard .....	5
1.1 Historique.....	5
1.2 Organisation.....	5
2. Le Centre de Recherche Pernod Ricard (CRPR) .....	7
II. DEFINITION DE LA MISSION .....	9
1. Présentation du service .....	9
2. L'offre de stage .....	10
3. Conduite de la mission.....	10
III. LE PERISCOPE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT ET SON INFOCENTRE .....	13
1. Les Périscope du Groupe Pernod Ricard.....	13
2. Le Périscope R&D .....	13
2.1 Présentation et définition .....	13
2.2 La partie collaborative .....	16
2.3 Le moteur de recherche.....	17
2.4 Le profil utilisateur .....	18
2.5 L'Aide .....	18
3. L'Infocentre du Périscope R&D .....	18
3.1 Le premier cahier des charges : conception de l'Infocentre .....	18
3.2 Les contenus et fonctionnalités de l'Infocentre .....	20
3.2.1 L'Infocentre côté utilisateur.....	21
3.2.2 L'Infocentre côté « coulisses » .....	23
3.3 Définitions.....	26
3.4 L'Intranet dans l'organisation : changements et conséquences .....	27
IV. L'EVOLUTION DU PORTAIL DOCUMENTAIRE.....	30
1. Pourquoi envisager un audit ?.....	30
2. L'audit de l'Infocentre .....	31
2.1 Démarche et méthodologie suivies .....	31
2.1.1 Méthodologie des entretiens .....	31

2.1.2 Analyse des entretiens.....	33
2.2 Dysfonctionnements observés .....	34
2.3 Synthèse des besoins.....	35
2.4 Benchmark .....	35
2.4.1 Benchmark d'extranets .....	36
2.4.2 Les autres Périscope du Groupe Pernod Ricard .....	37
2.5 Recommandations.....	37
3. Le cahier des charges fonctionnel.....	38
3.1 Faciliter la navigation en rendant visible l'information.....	39
3.1.1 Faciliter l'appréhension de l'architecture .....	39
3.1.2 Une navigation claire .....	40
3.1.3 Etre homogène et cohérent.....	41
3.2 Impliquer l'Intranaute .....	42
V. ALIMENTER UN PORTAIL DOCUMENTAIRE .....	43
1. Définitions des contenus .....	43
2. Des freins à la mise en ligne .....	47
3. Les obstacles possibles à l'élaboration de contenus .....	47
3.1 Comment gérer les contradictions d'un grand groupe ? .....	48
3.2 Comment gérer l'information à un niveau international ?.....	48
3.3 Comment gérer l'information dans un contexte concurrentiel, en respectant la confidentialité ?.....	49
3.4 Comment impliquer le personnel ?.....	50
4. Dépasser les obstacles.....	50
4.1 L'ISO 9001 au CRPR .....	51
4.2 Qu'est ce qu'un mode opératoire et pourquoi le mettre en place ? .....	54
4.3 Comment le concevoir ? .....	55
CONCLUSION.....	57
BIBLIOGRAPHIE.....	59

## Introduction

Le partage de connaissances entre professionnels d'une même organisation constitue à l'heure actuelle un enjeu non seulement nécessaire mais indispensable pour les entreprises soumises à une rude concurrence. Le Groupe Pernod Ricard étant présent mondialement et son système décisionnel étant décentralisé, une structure est d'autant plus nécessaire pour organiser et coordonner la diffusion d'informations scientifiques et techniques provenant de diverses sources vers les filiales du Groupe.

Chargé d'assurer cette mission de mise à disposition des informations, le Centre de Recherche Pernod Ricard a établi différentes démarches dont celui de proposer aux filiales un Intranet commun consacré à la Recherche et au Développement.

Au sein de cet Intranet est mis à disposition un portail documentaire intitulé Infocentre, centralisant informations et documents finis dans les domaines Scientifiques et Techniques.

Cet Infocentre a été l'objet de mon stage de fin d'études d'avril à septembre 2008. Ma mission consistait en l'amélioration et l'alimentation de cet Infocentre. Celle-ci s'est donc déroulée sur deux grands axes partant finalement d'une même problématique : *comment partager des informations et connaissances dans un contexte concurrentiel ?* Question centrale et déterminante pour l'Intranet R&D, tant pour penser les fonctionnalités à mettre en œuvre que pour penser l'élaboration et la mise à disposition des contenus. Il faut préciser que l'objet de ce mémoire ne consistera pas à définir et délimiter les termes d'*information* et de *connaissance* mais à exposer une méthodologie établie dans un contexte particulier. Il constituera donc une étude de cas.

Mettre en place un Intranet exige de combiner deux formes de problématiques :

- les problématiques générales de tout site Web : définition des cibles, architecture et visibilité de l'information, ergonomie, etc.,
- mais aussi les problématiques spécifiques à l'entreprise elle-même, à son organisation *interne*.

C'est ce que mettra en lumière ce mémoire de stage. Dans une première partie, je présenterai le Groupe Pernod Ricard, le Centre de Recherche et le service au sein duquel j'ai effectué mon stage pour ensuite définir ma mission. Dans une troisième partie, il s'agira d'exposer

l'Intranet R&D et plus particulièrement son Infocentre. Enfin, pour des raisons de méthodes et de clarté, je traiterai en deux parties l'aspect d'amélioration de l'Infocentre puis le travail sur l'alimentation de celui-ci.

# **I. Présentation de l'entreprise**

## **1. Le groupe Pernod Ricard**

### **1.1 Historique**

Le Groupe Pernod Ricard est né en 1975 de la fusion des deux entreprises spécialisées dans les spiritueux anisés, Pernod, créée en 1805 et Ricard, fondée en 1932 à Marseille. Le groupe comprend à l'époque House of Campbell, société de Scotch Whisky ainsi que les jus de fruits Orangina - Pampryl. En 1978, Patrick Ricard prend la Direction et adopte une stratégie visant l'internationalisation et la diversification des produits du groupe. Le portefeuille s'est depuis encore élargi par d'autres produits et marques internationales : sociétés de vins et spiritueux (whiskies, alcools blancs, rhums, amers, cognacs, vins et anisés). En 2000, Pernod Ricard rachète la branche spiritueux de l'américain Seagram ce qui entraîne l'abandon d'activités jugées non stratégiques (activités de transformation de fruits et de distribution de gros). En 2006, le Groupe acquiert Allied Domecq et passe au troisième rang mondial.

En 2008, grâce à ses marques stratégiques et à la récente acquisition du groupe suédois Vin & Spirit, détenteur de la marque de vodka Absolut, Pernod Ricard consolide sa place au second rang mondial dans le secteur des Vins et Spiritueux, juste derrière le britannique Diageo, avec un chiffre d'affaires de 7.6 milliards d'euros, grâce à 112 sites de productions dans plus de 70 pays.

### **1.2 Organisation**

Le Groupe fonctionne sur le modèle de la décentralisation. « Les filiales de la Holding Pernod Ricard sont divisées en deux grandes catégories:

- Les propriétaires de marques assurent non seulement la production mais aussi la conception de la stratégie mondiale de marketing et de commercialisation pour leurs marques,



- Les filiales de distribution adaptent cette stratégie aux réalités de leur marché local, en accord avec les propriétaires de marques.

La Holding, elle, fixe les priorités stratégiques, détermine les budgets et met en place des procédures de contrôle de la marche des filiales.<sup>1</sup> »

Aujourd'hui, la stratégie de Pernod Ricard s'articule autour de quatre axes majeurs :

- un investissement fort sur les marques stratégiques à vocation mondiale,
- la Premiumisation<sup>2</sup> du portefeuille,
- le développement sur les marchés émergents (Chine, Inde, Russie, Brésil, Mexique, Europe Centrale, etc.),
- la poursuite de la croissance externe.



*La stratégie du Groupe consiste notamment à miser sur 45 marques stratégiques ou locales.*

<sup>1</sup> GOSSELIN, Sébastien. *Etude pour la mise en place d'un portail*. Mémoire DESS SID, Université Charles de Gaulle, Lille 3, 2003.

<sup>2</sup> Miser sur les marques dites « de luxe ».

## **2. Le Centre de Recherche Pernod Ricard (CRPR)**

Le Centre de Recherche Pernod Ricard est une structure d'environ 50 personnes. Elle est rattachée à la holding Pernod Ricard et en dépend donc en partie financièrement, mais elle se trouve sur le site de la filiale Pernod à Créteil et lui est donc rattachée administrativement : le Centre loue donc certains services à Pernod comme les locaux, la gestion des salaires, la restauration, etc.

Le CRPR a dû s'adapter aux évolutions du Groupe Pernod Ricard et s'ouvrir, s'adapter à de nouvelles stratégies, délaissant des activités de recherche « fondamentale » au profit de recherche finalisée.

Le CRPR doit aujourd'hui encore rendre compte de son travail et recenser les travaux réalisés pour les filiales et ainsi définir ses domaines d'expertises.

La Direction du Groupe a pris conscience des nouveaux enjeux qui se présentaient pour le CRPR en termes de positionnement par rapport aux filiales, d'efficacité, de partage des connaissances. La notion de réseau fut initiée en 2002 : le CRPR décidait alors de mieux articuler ses travaux avec les besoins des filiales et organisait ses premiers réseaux d'experts, reconnaissant ainsi l'apport des grandes filiales au savoir-faire et à la compétence collective, par simple effet de synergie. Depuis 2006, le Centre s'insère dans une organisation en réseau s'appuyant sur 4 centres techniques à travers le monde. En effet, l'un des objectifs voulu par la direction est de créer de véritables réseaux d'experts permettant de favoriser une circulation et un partage des connaissances et compétences au sein du Groupe, et notamment envers les filiales les plus « démunies » de ce point de vue. On comprend donc l'intérêt d'un « parrainage » entre les grandes et les petites filiales, les premières épaulant les secondes pour favoriser le progrès collectif.

Aujourd'hui, les missions principales du Centre de Recherche sont donc :

- de fournir et partager des expertises scientifiques et techniques : gestion des projets de recherche, veille scientifique ;
- de proposer des nouveaux produits et des innovations packaging ;
- d'effectuer des études techniques sur demande des filiales ;
- de contribuer aux études d'Assurance Qualité ;
- de préserver les formules des principales marques Pernod Ricard et d'en vérifier la qualité.

Le CRPR tend donc désormais à se positionner comme un prestataire expert dont les services sont facturés aux filiales, qui sont libres de faire appel au Centre ou à un prestataire extérieur. Dans ce cadre, le CRPR est en pleine mise en place de la norme qualité ISO 9001 afin de répondre au maximum aux exigences des filiales.

Les prestations du CRPR s'articulent donc autour de travaux en « Réseaux », en « Assistances Techniques » (qui constituent des interventions ponctuelles sur des points précis pour les filiales) ainsi que des « Projets ». Ces prestations peuvent être d'ordre technique (sur le terrain) mais aussi intellectuel (fournir des documents à forte valeur ajoutée : des veilles, des synthèses, etc.)

Pour cela, le CRPR est divisé en 8 grands services<sup>3</sup> :

- Direction (qui comprend les systèmes d'information et réseaux),
- Analyses Physico-chimiques,
- Microbiologie,
- Matières Premières,
- Packaging,
- Affaires Scientifiques et Règlementaires (qui comprennent l'unité InfoDoc),
- Analyses Sensorielles et Développement Nouveaux Produits,
- Technologie.

Chaque service est sous la responsabilité d'un Chef de Service. Au sein de chacun, collaborent des cadres, des ingénieurs, ainsi que des techniciens de laboratoire et des agents de maîtrise.

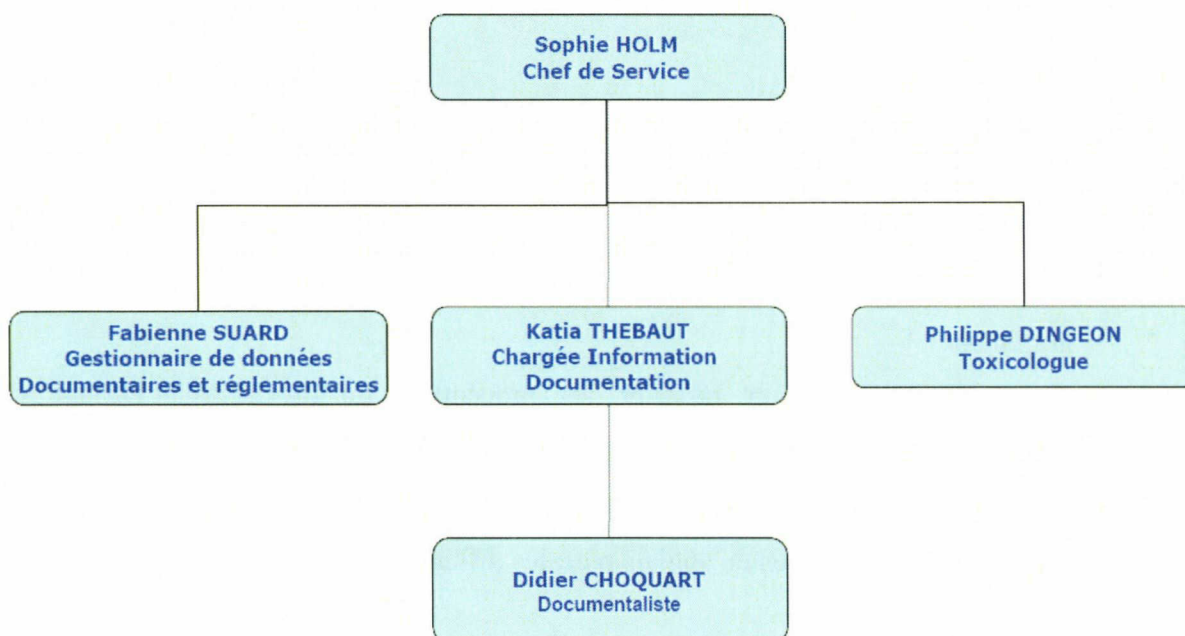
---

<sup>3</sup> Voir l'organigramme en annexe I p.2.

## II. Définition de la mission

### 1. Présentation du service

C'est au sein du service Affaires Scientifiques et Règlementaires, comprenant l'unité InfoDoc du Centre de Recherche, que j'ai effectué mon stage, sous la tutelle de Katia Thébaut, responsable de cette unité. Ce service est actuellement composé de 5 personnes, réparties comme suit :



Les missions du service Affaires Scientifiques et Règlementaires au sein du Groupe :

- La sécurité des produits : garantir la sécurité exigée par la réglementation et les exigences des consommateurs.
- Le Projet « Contaminants » : réalisation d'une base de données sur les polluants potentiels dans les matières premières et pendant les processus de fabrication.
- La contribution à l'analyse de risque : évaluation toxicologique et maîtrise du risque.
- Veille scientifique à l'appui des projets.

### Les missions de l'InfoDoc au sein du Groupe :

- L'information scientifique : collection de livres et magazines scientifiques. Bases de données d'informations. Base de connaissance interne (les ressources du CRPR).
- Des services : achats de documents, recherches bibliographiques, veilles scientifiques et techniques.

Le toxicologue est aussi, à mi-temps (voire plus), responsable de la mise en place de l'ISO 9001 au sein du CRPR et dépend pour cela de la Direction.

## **2. L'offre de stage**

L'offre affichée en février au sein de l'UFR IDIST avait pour objet « l'organisation et l'alimentation d'un portail documentaire sous Intranet R&D » et portait sur 4 missions principales :

1. « Proposer des présentations des différents produits documentaires (en cohérence avec le graphisme),
2. Solliciter le personnel et rappeler les procédures du processus « Partage des connaissances » pour récupérer des contenus et alimenter l'Infocentre,
3. « Audit » de l'Infocentre (voire du Périscope R&D) pour des évolutions à venir,
4. Rédiger les aides en lignes en anglais pour les différents outils proposés. »

## **3. Conduite de la mission**

La DSI de la holding Pernod Ricard souhaitant établir des contacts durant l'été avec le futur prestataire informatique chargé des nouveaux développements des Intranets, un cahier des charges a été demandé dès le premier jour de mon stage (le 14/04/08) pour fin juin environ. J'ai dû alors me focaliser sur cet aspect d'audit de l'Infocentre.

Début juillet, la chef de service a émis le souhait que ma mission se recentre vraiment sur les contenus à mettre en ligne sur l'Intranet, ce qui était évidemment urgent. Nous verrons plus loin que l'élaboration et la mise en ligne de contenus présentaient certains « obstacles »

de tous ordres, dont certains devaient être résolus par les nouveaux développements informatiques. Ainsi, à l'heure où je rédige ce mémoire, l'audit et la rédaction du cahier des charges ont constitué la majeure partie de ma mission.

Après avoir davantage compris la problématique générale, j'ai établi un plan d'action suivi d'un rétro-planning<sup>4</sup>. Les grandes phases de l'étude devaient donc être les suivantes (en parallèle) :

- 1) Connaissance du contexte : connaissance de l'organigramme, des services du CRPR ;
- 2) Connaissance du contexte de création de l'Infocentre : cahier des charges, études, maquettes, recettes etc.
- 3) Analyse de l'existant : manipulation de l'Intranet et de son administration ;
- 4) Bibliographie et webographie, lectures ;
- 5) Etablissement d'un calendrier ;
- 6) Benchmark, analyse ou état de l'art d'autres sites Intranet ou Internet ;
- 7) Recueil des besoins des utilisateurs du CRPR et des filiales, si possible, et des responsables ;
- 8) Hiérarchisation de ces besoins ;
- 9) Rédaction d'un cahier des charges ;
- 10) Synthèse sur le droit de l'information (demandée par Katia Thébaut) ;
- 11) Proposition de produits documentaires ;
- 12) Rédaction de l'aide en ligne et du guide utilisateur.

Ce planning était bien sûr « grossier » et était utile pour poser quelques repères. Dépendants de la DSI holding, nous n'étions pas maîtres de la totalité du calendrier. Les « deadlines » étaient donc à ce moment un peu floues et ne se sont éclaircies que bien plus tard.

Dans les faits, et j'y reviendrai plus loin, ma mission s'est donc surtout articulée en deux temps :

- une première partie a porté sur l'audit de l'Infocentre et la rédaction du cahier des charges pour les nouveaux développements,
- une seconde partie axée sur le rassemblement de contenus, l'étude et la rédaction de modes opératoires pour leur mise en ligne.

---

<sup>4</sup> Voir en annexe II p.3.

Enfin, je voudrais préciser que j'ai, comme tout stagiaire débutant, rencontré quelques difficultés durant mon stage :

- liées à ma formation :

- n'ayant pas de connaissances assez abouties en termes d'ergonomie et de graphisme, il m'a été difficile d'être force de proposition durant la rédaction du cahier des charges,
- venant d'une filière de lettres, j'ai parfois eu quelques difficultés à appréhender les aspects scientifiques et techniques,

- liées à ma position :

- arrivant en cours de projet, il faut réussir à comprendre au plus vite le fonctionnement du Groupe et de l'organisation, très complexes, mais aussi les travaux réalisés précédemment, les différentes responsabilités, etc.,
- le statut de stagiaire induit parfois une difficulté à se positionner face aux différents interlocuteurs pouvant avoir des idées et objectifs différents, qu'il faut écouter et prendre en compte. Il faut alors essayer de trouver le juste milieu : nous sommes là pour réaliser concrètement des travaux demandés par l'entreprise, mais aussi pour apprendre et apporter certaines compétences et idées, positions parfois délicates à mettre en avant.

Je me suis efforcée de corriger ces lacunes durant mon stage, et espère continuer dans cette voie par la suite.

### **III. Le Périscope Recherche et Développement et son Infocentre**

#### **1. Les Périscope du Groupe Pernod Ricard**

Depuis le lancement du projet en 2001, les Périscope sont les Intranets métiers du groupe Pernod Ricard. Ainsi, chaque branche possède son propre Intranet partagé avec les correspondants des filiales : communication, achats, industrie, marketing... Ainsi, à partir du Périscope du Groupe (nommé Périscope Holding), on peut accéder, si l'on y est autorisé, aux Périscope Sales and Marketing (PSAM), Legal, Purchasing, R&D, etc. Tous ces Périscope ne reposent pas sur les mêmes technologies, qui changent d'ailleurs tous les 2, 3 ou 4 ans selon les Intranets. Le Périscope R&D, au même titre que ceux du Marketing, des Achats et des Procédés Industriels, a fait partie d'un lot d'évolution commun. En 2007, la Direction des Systèmes d'Information de la holding a en effet décidé, en accord avec la stratégie du Groupe, de faire passer ces quatre Intranets sous la technologie Plumtree (devenu aujourd'hui BEA Aqualogic) par le prestataire Unilog (devenu Logica). Plumtree est une solution de portail d'entreprise collaboratif entre différents groupes de travail, systèmes informatiques et processus métiers. Les Périscope reposent ainsi sur les mêmes fonctionnalités (travail collaboratif, moteur de recherche...) et partagent des outils (annuaire du Groupe).

#### **2. Le Périscope R&D**

##### **2.1 Présentation et définition**

Le Périscope R&D est constitué de deux grandes parties, accessibles à partir de la page d'accueil<sup>5</sup> : une partie collaborative (intitulée actuellement « rubriques », mais bientôt renommée « Communautés ») et une partie « Infocentre ». Pour répondre aux exigences internationales du Groupe, l'Intranet est disponible en deux langues : français et anglais.

---

<sup>5</sup> Voir copie d'écran en annexe III p.4.



La partie collaborative, et l'ensemble de l'Intranet, sont administrés par Sébastien Gosselin, Webmaster du Péricope R&D, qui est d'autre part « Administrateur Fonctionnel en charge des applications et des données » rattaché à la Direction du Centre de Recherche.

La partie Infocentre est quant à elle administrée par Katia Thébaut, chargée, nous l'avons vu, de l'InfoDoc, aidée par l'assistante du service, Fabienne Suard et supervisée par Sophie Holm, chef de service.

Le Péricope R&D a pour but de « rendre la R&D globalement plus efficace au service de l'innovation, en favorisant la mutualisation des savoirs et des bonnes pratiques et en valorisant l'expertise du CRPR.[...] Dans une démarche de solidarité, les experts alimentent le Péricope pour aider les moins experts. »<sup>6</sup>

Selon Michel Germain<sup>7</sup>, « l'Intranet recouvre par convention l'espace délimité à l'entreprise (ou à toute autre forme d'organisation du travail, collectivité territoriale, institution, etc.) où s'élabore - à travers un réseau partagé - un système composite d'information, de collaboration et de mutualisation des connaissances. » On peut dire que le Péricope R&D tend à répondre à cette définition.

Les technologies utilisées dans les entreprises, comme les Intranets ou les portails, peuvent être classées selon une typologie s'appuyant sur le terme de « e-business ». Celui-ci « prend en compte, de manière extensive, la « webisation » des différentes applications d'information, de communication, de collaboration, de gestion des connaissances et d'intelligence collective des organisations du travail, dans un but d'efficacité interne et de performance. Le terme de « e-business » s'applique aussi aux entreprises publiques ou privées.<sup>8</sup> » On distingue alors 5 positionnements de ces technologies dans l'environnement de l'organisation :

- Le "Business to Employee" (BtoE): souvent concrétisé sous forme d'Intranet, « il offre aux collaborateurs de l'entreprise un accès unique à un ensemble de ressources documentaires diversifiées, de fonctionnalités d'échange et de communication, d'applications de collaboration, d'outils de mutualisation des connaissances.<sup>9</sup> »

---

<sup>6</sup> Citation tirée du premier cahier des charges de l'Infocentre.

<sup>7</sup> GERMAIN, Michel. *Conduite de projet Intranet*. Paris: Economica, 2004, p.5.

<sup>8</sup> *Ibidem*, p.5.

<sup>9</sup> *Ibid.*, p.6

- Le "Business to Business" (BtoB) : « il s'attache aux relations entre l'entreprise, ses partenaires et ses fournisseurs, avec les mêmes fonctionnalités que le BtoE, mais dans des configurations d'échange et de transaction commerciale.<sup>10</sup> »
- Le "Business to Business to Consumer" (BtoBtoC) : « il concerne les échanges variés entre une entreprise et d'autres entreprises qui commercialisent ses services ou ses produits auprès du consommateur final.<sup>11</sup> »
- Le "Business to Consumer" (BtoC) : « il intègre la relation, les échanges et l'activité commerciale de l'entreprise avec ses clients finaux.<sup>12</sup> »
- Le "Business to Administration" (BtoA) : il évoque la relation entre une entreprise et une administration.

S'il est permis de situer un seul outil dans cette typologie et non la globalité des outils de l'entreprise (internet, Intranet, extranet), comment se positionne alors le Périscope R&D dans son environnement ?

L'Intranet R&D a été créé pour coller au plus près des nouvelles missions du CRPR (évoquées au I.2.). On voit alors que l'Intranet est pris dans une « contradiction » :

- D'un côté le Centre de Recherche fournit des services facturés aux filiales, gérant des marques concurrentes. L'Intranet est donc un site « vitrine », qui requiert un aspect « commercial » pour vendre ou, au moins, mettre en avant leurs travaux, compétences et expertises.
- D'un autre côté, il y a aussi une volonté de la part de la direction de créer un réseau R&D et de *partager* les connaissances.

L'Intranet est donc le reflet de l'ambiguïté qui peut exister dans un grand groupe international dont le fonctionnement décentralisé entraîne parfois des contradictions ou du moins quelques distorsions lors de la poursuite des objectifs. En effet, comment partager des connaissances dans un contexte concurrentiel ? Nous le verrons plus loin, la question de la confidentialité au sein du Groupe Pernod Ricard et au sein du CRPR est problématique et délicate.

---

<sup>10</sup> GERMAIN, Michel. *Conduite de projet Intranet*. Paris: Economica, 2004, p.6.

<sup>11</sup> *Ibidem*, p.6

<sup>12</sup> *Ibid.*, p.6

## 2.2 La partie collaborative

Cette zone, développée sous Plumtree, est un *groupware*, un espace de travail collaboratif où les filiales et les centres techniques travaillent ensemble à résoudre des questions techniques au moyen du travail de groupe. Elle porte pour le moment mal son nom, « Rubriques » (Cf. copie d'écran de la page d'accueil en annexe, titre qui va être changé, nous l'avons vu). Cette partie est essentiellement en anglais. Son développement différent ne permet pas de le rendre disponible en deux langues. Les membres ont la possibilité de créer des groupes de travail dans chacune des rubriques.

Des groupes thématiques, métiers ou filiales, administrés et animés par un leader permettent l'échange et le partage de documents, de calendrier, de forum entre membres autorisés afin de préserver d'éventuelles confidentialités. Trois profils existent :

- le leader, qui a tous les droits (créer, supprimer des documents, gérer les membres, etc.),
- le membre actif qui peut gérer et supprimer les seuls fichiers qu'il a chargés,
- l'invité, en lecture seule.

Les groupes de travail sont répartis en 4 rubriques<sup>13</sup> :

1. Les « Réseaux » : 3 réseaux de thématiques produits (Distilled and Aged Spirits, Flavoured Spirits, Wine) et 3 réseaux centrés métiers (Food Safety and regulations, Physical and chemical analysis, Sensory Analysis). Ces réseaux sont animés par des ingénieurs du CRPR. Les membres appartiennent à différentes filiales. On y trouve de nombreux types de documents : comptes-rendus de réunion, guides de bonnes pratiques, présentations, C.V des membres, etc. sous format Word, PDF, Powerpoint, ...
2. Les « Assistances Techniques » (AT) : il s'agit d'une rubrique très critique car en partie confidentielle. Elle n'est donc pas ouverte à tous, contrairement aux autres rubriques. La concurrence entre filiales oblige à ne pas dévoiler leurs besoins ni les prestations réalisées par le CRPR auprès de ces filiales. Elles sont classées par filiale et animées par le Directeur adjoint du CRPR et un

---

<sup>13</sup> Voir copies d'écran en annexe IV p.5 et 6.

responsable de filiale ou du Centre. On y trouve les fiches de demandes d'AT, des comptes-rendus de réunion, des rapports intermédiaires et finaux (résultats)...principalement sous format PDF.

3. Les « Projets » : les thèmes de ces projets sont communs à plusieurs filiales. Leur contenu est ouvert à toutes les filiales. Ils concernent par exemple la part des anges, les substances contaminantes, etc. Là encore, les types de documents sont divers : revues de projets, présentations, guidelines, bibliographies, rapports d'études, etc. sous différents formats.
4. Les « Communautés » : cette partie est totalement ouverte. Elle est en grande majorité constituée de veilles thématiques réalisées par les ingénieurs du CRPR afin de les mettre à disposition des filiales : alcool et santé, anti-contrefaçon, tendance des boissons, etc.

N'ayant que peu travaillé sur cette partie du Périscope, je ne peux être plus exhaustive.

### **2.3 Le moteur de recherche**

Le moteur se situe en haut à droite du Périscope, il est donc accessible sur chaque page. Il s'agit d'un moteur plein texte très basique qui ne permet pas de recherche avancée ni de tri dans les résultats d'une requête. De plus, nous avons découvert au cours de mon stage que la recherche ne pouvait s'effectuer sur la totalité du Périscope, contrairement à ce qui est indiqué (« Recherche dans le site »). Ainsi, le moteur recherche par défaut dans la partie collaborative. On peut rechercher dans la partie Infocentre en cochant la case « Dans l'Infocentre », mais jamais les deux en même temps. Il s'agit d'une erreur de développement du prestataire qui n'a pas été détectée au cours des recettes.

## 2.4 Le profil utilisateur

Au dessus du moteur de recherche se trouve un lien « Bienvenue Prénom Nom » qui permet à l'utilisateur d'accéder à sa fiche profil<sup>14</sup>. Celle-ci est utile à l'annuaire du Groupe, partagé par plusieurs PÉRISCOPEs. Elle permet aussi de choisir sa langue de navigation.

## 2.5 L'Aide

Une rubrique dénommée « Aide » a été créée : elle contient les liens utiles de type accueil, déconnexion, contact, ainsi qu'une petite FAQ pour les questions « techniques ».

## 3. L'Infocentre du PÉRISCOPE R&D

C'est sur cette rubrique que ma mission de stage était centrée. Dès le début, j'ai pris connaissance du premier cahier des charges qui avait été rédigé, puis de l'Infocentre en lui-même, en manipulant tout d'abord l'interface utilisateur, puis l'interface d'administration.

### 3.1 Le premier cahier des charges : conception de l'Infocentre

Comme défini dans le premier cahier des charges, l'Infocentre se conçoit comme une "bibliothèque virtuelle" permettant l'accès à des *documents non confidentiels* et, par là, rend accessible *les savoirs collectifs pérennes et transversaux* au niveau du Groupe et des réseaux de R&D. Cette partie est accessible à tout le monde, sans condition, contrairement à la partie collaborative, parfois confidentielle. L'Infocentre s'adresse à « tous les personnels du Groupe appelés à utiliser pour leurs travaux les résultats de la recherche sur les produits et les métiers, ou qui demandent un éclairage interne sur l'état de la connaissance scientifique. »

---

<sup>14</sup> Voir copie d'écran en annexe V p.7.

Selon le premier cahier des charges, rédigé en 2007, l'Infocentre cible donc 3 publics :

1. « La cible R&D, prioritaire : les chercheurs du Groupe de la fonction R&D, une cinquantaine de personnes.
2. La cible technique : tous les métiers associés à la production : industrie, QSE, voire Achats, et membres des réseaux, 200 à 300 personnes.
3. La cible marketing puis les cadres et dirigeants utilisateurs d'expertise : le marketing a souvent besoin d'information technique pour promouvoir ses produits, imaginer de nouvelles formules, étiqueter, etc. Son besoin en information scientifique est du même niveau que celui des dirigeants et autres cadres non techniques. On la chiffrera à 500-600 personnes. »

Dans ce premier cahier des charges, l'Infocentre avait été pensé selon quatre types de besoins ou d'entrée :

#### « SCIENCE » : CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES UTILES

Donner accès aux connaissances scientifiques et techniques structurées et pérennes et aux sources d'expertise utiles à l'ensemble de la communauté R&D (connaissances et expertises externes au Groupe).

Cette fonction serait l'équivalent de la fonction « littérature » et « bibliographie » classiquement connue des chercheurs. Elle concerne toutes les ressources, et l'accès à ces ressources, de type bases de données, revues en ligne, etc....

#### BASICS : CULTURE PROFESSIONNELLE

Permettre l'acquisition, la consolidation et la mutualisation de la culture spécialisée du Groupe sur les vins et spiritueux.

Cette fonction est la mise à disposition du Groupe de tous les savoirs scientifiques et techniques élémentaires (les BASICS) que tout un chacun, salarié du Groupe peut prétendre connaître, du seul fait de son appartenance au Groupe.

#### EXPERT : EXPERTISE & BONNES PRATIQUES

Partager, capitaliser et faire connaître les bonnes pratiques innovantes, les compétences et l'expertise propre des diverses entités de la R&D du Groupe pour optimiser leur utilisation au service de l'innovation et de la qualité des produits.

Cette fonction correspond à la production des réseaux, des projets et des AT, dès lors que cette production est parvenue à un stade avancé et non confidentiel, est mise à disposition de l'ensemble de la communauté R&D, et acquiert une valeur de patrimoine. Elle représente la base de connaissances propres au Groupe issues de sa R&D et est donc à forte valeur ajoutée.

Il s'agit par exemple :

- 1) de tous les travaux dont il est fait communication dans le rapport annuel du CRPR,
- 2) du partage des bonnes pratiques et savoirs acquis dans les communautés,
- 3) des savoirs spécifiques du CRPR et des centres techniques,
- 4) du catalogue de compétences à disposition.

#### WATCH : ALERTE TRANSVERSALE

Assurer une alerte transversale, sur les sujets scientifiques et techniques d'intérêt collectif pour la communauté de la R&D et les responsables de filiales.

Cette fonction principalement destinée à toute la communauté technique est l'éducation permanente ou la formation continue de ces acteurs de la recherche. »

Ces différentes possibilités d'entrée sont en réalité « disséminées » dans toutes les rubriques de l'Infocentre.

### **3.2 Les contenus et fonctionnalités de l'Infocentre**

La mise en production de l'Infocentre s'est faite au mois de mars 2008. Il a fait l'objet d'un développement spécifique avec le module « Publisher » de Plumtree, qui permet une « gestion de contenu », plus ou moins aboutie. Les fonctionnalités demandées n'avaient pas été précisées dans le premier cahier des charges, les responsables souhaitant avoir des propositions de la part du prestataire. Celui-ci a donc appliqué « au pied de la lettre » les maquettes accompagnant le cahier des charges.

### 3.2.1 L'Infocentre côté utilisateur

L'Infocentre qui a été « livré » comporte au final 4 grandes rubriques, divisées elles-mêmes en 4 sous rubriques, puis en thématiques<sup>15</sup>. Je présenterai ici, et dans tout le rapport, les rubriques sous leur nom *français*.

De manière générale, ces rubriques divisées en thématiques (packaging, organismes institutionnels, etc. selon les contextes) donnent accès à des fichiers ou à des liens, hormis l'annuaire d'experts. Les utilisateurs ne peuvent que consulter ces documents ou ces liens.

On peut donc schématiser l'arborescence de l'Infocentre : celle-ci étant assez profonde, j'ai dû la représenter au moyen d'un tableau.

1 <sup>er</sup> niveau	2 <sup>nd</sup> niveau	3 <sup>ème</sup> niveau	4 <sup>ème</sup> niveau	5 <sup>ème</sup> niveau
A C C U E I L	BOITE A OUTILS	Annuaire d'experts	Formulaire de recherche	Résultats
		Fournisseurs R&D	Microbiologie	<a href="#">Lien</a>
			Packaging	<a href="#">Lien</a>
			Etc.	...
		Contacts clés externes	Organismes professionnels	<a href="#">Lien</a>
			Organismes officiels	<a href="#">Lien</a>
			Etc.	...
		Vade Mecum R&D	Alcool	<a href="#">Fichier</a>
			Santé	<a href="#">Fichier</a>

<sup>15</sup> Voir les copies d'écran en annexe VI p. 8 à 23.



			Etc.	...
RESSOURCES SCIENTIFIQUES	Revue en ligne = Lien direct vers le portail EBSCO	Portail		Liens vers journaux OU recherche
	Bases S&T	<u>Lien</u> <u>Lien</u>		
	Bookmark Web	Packaging	<u>Lien</u> <u>Lien</u> Etc.	
		Règlementation	<u>Lien</u> Etc.	
		Etc.		
	Documents externes clés	Moteur de recherche		Résultats
QUOI DE NEUF ?*	Veille	Tendances des boissons	<u>Fichier</u> <u>Fichier</u> Etc.	
		Sécurité alimentaire	<u>Fichier</u> Etc.	
		Technologie du Whisky	<u>Fichier</u> Etc.	
		Technologie du vin	<u>Fichier</u> Etc.	
		Etc.	...	
	FAQ News	Packaging	<u>Fichier</u> Etc.	
		Microbiologie	<u>Fichier</u> Etc.	
		Etc.	...	
	Alertes	Packaging	<u>Fichier</u> Etc.	
		Microbiologie	<u>Fichier</u> Etc.	



RECHERCHE GROUPE			Etc.	...
	Corporate Data		Packaging	<u>Fichier</u> Etc.
			Microbiologie	<u>Fichier</u> Etc.
			Etc.	...
	Références groupe		Packaging	<u>Fichier</u> Etc.
			Microbiologie	<u>Fichier</u> Etc.
			Etc.	...
	Bonnes pratiques R&D		Packaging	<u>Fichier</u> Etc.
			Microbiologie	<u>Fichier</u> Etc.
			Etc.	...
	Expertises R&D		Packaging	<u>Fichier</u> Etc.
			Microbiologie	<u>Fichier</u> Etc.
			Etc.	...

\* La rubrique contenait au début une « Revue de presse », sous-rubrique qui a été supprimée durant mon stage.

### 3.2.2 L'Infocentre côté « coulisses »

Seuls les responsables sont pour le moment habilités à publier des contenus. La partie administrative est accessible en changeant l'URL dans la barre d'adresse.

Publisher permet, d'une part, de créer :

- des rubriques,
- des thématiques.

D'autre part, il permet de publier :

- des liens,
- des fichiers.

Un outil de CMS « est un site web disposant de fonctionnalités de publication et offrant en particulier une interface d'administration (back-office) permettant à un administrateur de site de créer ou organiser les différentes rubriques<sup>16</sup>. ». Publisher permettrait donc une gestion de contenus.

« La gestion de contenu permet de prendre en compte :

- les documents statiques (bureautique, graphiques, audio/vidéo, etc.) stockés dans des fichiers. Ces documents formés d'un bloc sont considérés comme des documents non-structurés,
- les documents dynamiques : agencement d'éléments (texte, graphiques) issues de bases de données ou d'autres outils. Ces documents sont dits structurés. »<sup>17</sup>

De plus, la gestion de contenu s'intéresse à la production et à la diffusion d'informations, par « la saisie ou l'importation de données. Le contributeur saisit des données dans des champs prédéfinis (titre, sous-titre, corps du texte, etc.). Ces champs ont été établis par le gestionnaire lors de la création de l'interface de saisie. Selon M. Dominique Cotte, cela permet d'offrir « à un utilisateur « opérationnel » des outils simples de saisie de l'information sans qu'il ait à s'occuper de mise en forme ». Chaque champ correspond à une unité d'information. Toutes les données saisies sont stockées dans un entrepôt de données. Un outil de gestion de contenu structure donc la saisie. L'utilisateur peut également être amené à importer des données.<sup>18</sup> »

Publisher permet ici de publier des documents bureautiques : Word, Excel, mais surtout PDF. A ces documents non structurés, Publisher permet d'associer des champs prédéfinis : un titre et une description en français et en anglais, un auteur, une date. Les descriptions se font dans un champ de saisie libre mais ne se font pas en mode WYSIWYG<sup>19</sup>. (Voir la copie de l'écran d'administration pour la mise en ligne d'un fichier, page suivante.)

---

<sup>16</sup> Le site de « Comment ça marche » à l'adresse suivante : <http://www.commentcamarche.net/www/cms.php3> consulté le 21/08/08.

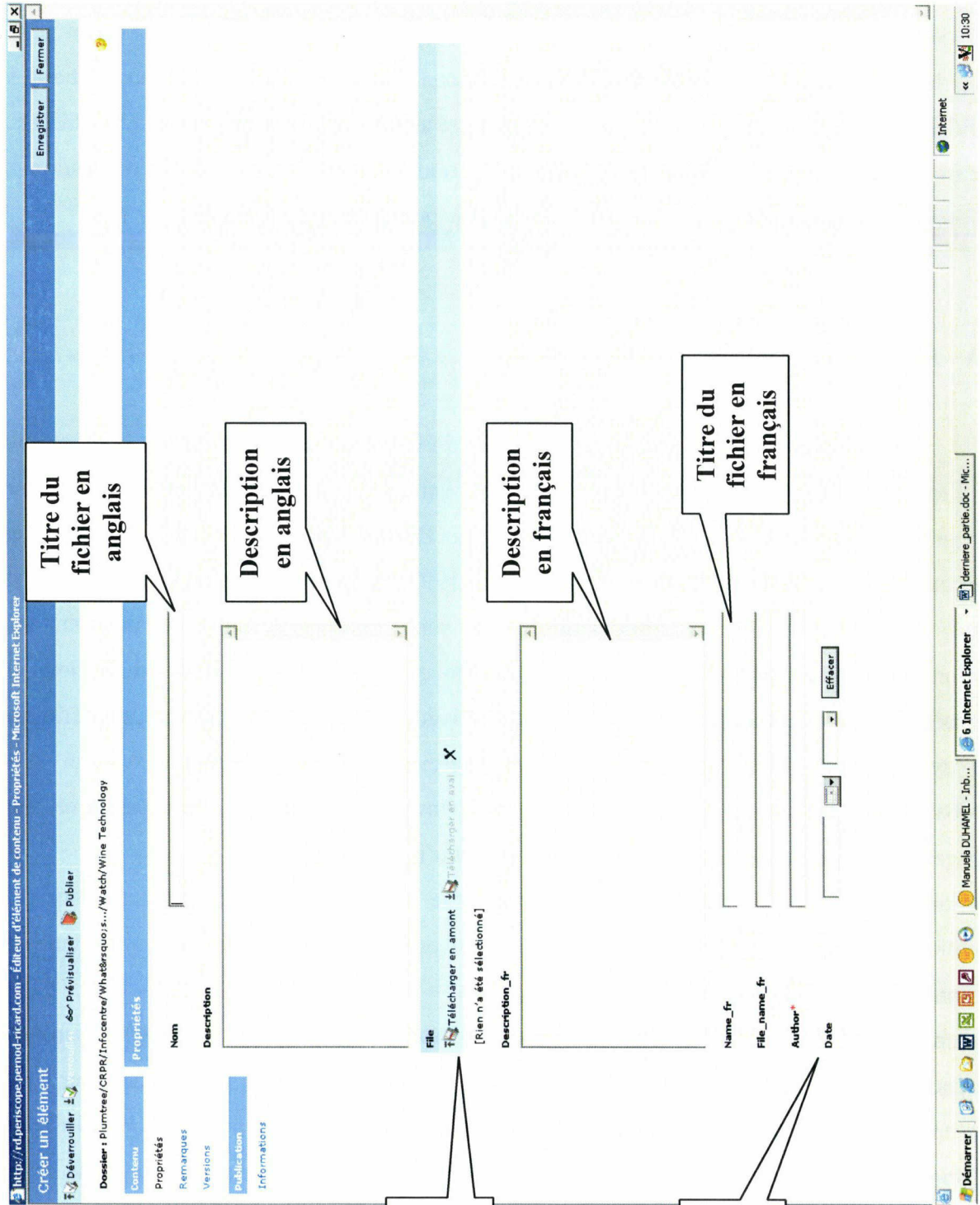
<sup>17</sup> Dossier sur la gestion de contenu :

[http://observatoire.tic.free.fr/pdf/dossiersThematiques/3\\_Gestion\\_de\\_contenu.pdf](http://observatoire.tic.free.fr/pdf/dossiersThematiques/3_Gestion_de_contenu.pdf) p.7.

<sup>18</sup> Dossier sur la gestion de contenu : idem, p.8.

<sup>19</sup> What You See Is What You Get.





Titre du fichier en anglais

Description en anglais

Description en français

Titre du fichier en français

Chargement du document

Auteur et date

Seulement, la formation des responsables de l'Infocentre par le prestataire n'a été que très légère, notamment par un guide d'administration très succinct. Celui-ci ne fait état que des fonctions de publication ou de création de rubriques. Bon nombre de fonctionnalités sont donc inutilisées par les responsables en raison de ce manque de formation. L'outil est, de plus, très peu intuitif, il est difficile de s'y repérer et d'essayer par soi-même. Cela est dû en partie aux développements du prestataire. Des fonctionnalités telles que la prévisualisation, la validation, la gestion des versions sont sûrement présentes mais sont inconnues et difficiles à mettre en œuvre pour des non initiés à Publisher, contrairement à certains outils de gestion de contenu, plus facilement compréhensibles, au moins pour leurs fonctionnalités de base<sup>20</sup>.

### 3.3 Définitions

Il est souvent difficile de trouver une définition claire et univoque sur les Technologies de l'Information et de la Communication, notamment en raison de la multiplicité des acteurs qui gravitent autour. C'est ce que relève Jean-Louis Bénard à propos des portails au début de son ouvrage<sup>21</sup> : « la notion de portail, apparue en 1998, est devenue très rapidement le fer de lance d'éditeurs de solutions progiciels qui se sont approprié le terme en poussant leur vision bien particulière du portail. De telle sorte que cohabitent plusieurs définitions du portail, chacune mettant l'accent sur une caractéristique plus ou moins forte. Une définition de synthèse du portail constitue donc un exercice extrêmement complexe, qui n'est probablement pas étranger aux difficultés que peuvent rencontrer les entreprises et leurs dirigeants à appréhender ce qu'est un portail et ce qu'il peut apporter. »

Portail documentaire, Intranet documentaire...De nombreux termes jalonnent articles, publicités, ou encore grilles d'évaluation d'outils. Ces termes sont-ils vraiment synonymes ou nomment-ils des réalités différentes ?

Selon Soizic d'Espinay<sup>22</sup>, « sur le terrain, si sa vocation reste inchangée, l'intranet documentaire peut porter différentes appellations. » Les deux auteurs se rejoignent sur l'idée qu'un portail est un point d'accès unique à l'information : « des informations multiples, d'origine interne ou externe, [...] il peut être un site à lui tout seul ou un espace dédié sur un

---

<sup>20</sup> On peut penser à Joomla ou encore Spip pour les Open Source, Alfresco ou Automne pour les propriétaires. Pour cela, voir encore le dossier sur la gestion de contenu déjà cité.

<sup>21</sup> BENARD, Jean-Louis. *Les portails d'entreprise, conception et mise en œuvre*. Hermès. Paris : Lavoisier, 2002, p.17.

<sup>22</sup> D'ESPINAY, Soizic. Mettre en place un intranet documentaire. *Archimag*. 2008, n°216, p. 32-34.

intranet. Selon la forme adoptée, on parle d'intranet documentaire, de portail documentaire, de site documentaire ou encore d'espace documentaire. »

Concernant les objectifs d'un intranet documentaire, S. d'Espinay explique qu'il doit « être au service de l'utilisateur et en adéquation avec ses besoins. Il doit à cet effet non seulement rendre visible et accessible au maximum l'information et faciliter sa recherche, mais également la diffuser le plus largement possible et favoriser sa circulation. » Elle ajoute que le portail documentaire va permettre de poursuivre un second objectif de promotion et de valorisation du « centre de documentation, son fonds documentaire, ses activités, services et produits [...] ». C'est donc ce à quoi l'Infocentre tente de correspondre. Il est un « facilitateur » :

- il met à disposition des filiales des ressources pour la recherche et l'information (bases de données, journaux en ligne),
- il a pour ambition d'anticiper et de traiter des questions d'actualité des vins et spiritueux et domaines connexes,
- enfin, il *centralise* les références des travaux de R&D (et du groupe) finis et non confidentiels, afin de les *mettre en valeur*.

C'est ce dernier point qui rend notre Infocentre particulier en raison des questions de confidentialité. Mais on peut donc dire qu'il est un portail documentaire dans l'Intranet ou bien encore un Intranet documentaire. Nous pourrions donc par la suite utiliser ces deux termes. Il doit mettre en valeur non seulement l'unité Infodoc et les services qu'elle propose, mais tout le CRPR et ses travaux.

### **3.4 L'Intranet dans l'organisation : changements et conséquences**

Pour conclure cette partie sur l'Intranet R&D, je souhaiterais évoquer un point particulier du point de vue organisationnel.

L'introduction d'un Intranet dans l'organisation entraîne avec elle des changements, des « déplacements », et ce, à plusieurs niveaux. A fortiori au sein d'un groupe international décentralisé où règne une grande concurrence. Selon Fr. Alin, X. Amoros et M. Saliou<sup>23</sup>, « [...] plus le nombre d'acteurs concernés par le changement est élevé, et plus ces impacts sont importants. Il devient dès lors primordial d'explorer toutes les implications et impacts du

---

<sup>23</sup> ALIN, Frédéric, Xavier AMOROS et Marc SALIOU. *L'entreprise Intranet*. Eyrolles. Paris : 2002, p.96-97.

changement et d'adapter la gestion du projet en fonction d'enjeux et de risques qui ne sont plus uniquement techniques. »

Ce changement s'opère tout d'abord du côté des responsables : être en charge de l'Intranet induit un accroissement de leurs responsabilités mais aussi de leur « visibilité ». Ils peuvent ici mettre en œuvre et en lumière leurs compétences.

Dans notre cas, l'Intranet est géré par deux personnes, s'occupant de deux parties différentes, fondées sur des technologies différentes avec des objectifs et des visions différents. Il s'agit donc de bien répartir les rôles sur le « territoire » qu'est l'Intranet : qui va prendre en charge la page d'accueil, telle ou telle rubrique ? Ne peut-on pas déplacer certains éléments d'une partie à l'autre ? Etc. Ces questions sont apparues durant mon stage et montrent que la répartition des responsabilités en amont est extrêmement importante.

De manière générale, derrière cela se posent des questions de charges de travail mais aussi de contrôle de certains éléments qui permettent une mise en lumière de la fonction occupée par les personnes, et ainsi la justifier.

Evidemment, l'Intranet influe aussi sur les contributeurs. Dans leur ouvrage sur l'Intranet, les trois auteurs nous rappellent que « dans l'entreprise, le pouvoir se manifeste principalement sous quatre formes : l'expertise, la position hiérarchique, le contrôle de l'information et le contrôle de la mise en relation.<sup>24</sup> » Notre Intranet a pour but le partage des connaissances et le transfert des expertises. Comme l'exige un système de travail collaboratif, les ingénieurs rendent leurs travaux visibles à tous, ou du moins à un plus grand nombre de personnes, sans savoir exactement qui va les consulter. Dans notre cas, il peut s'agir d'une cible R&D technique, mais aussi marketing, milieu à fort turnover, synonyme de risque. Il ne s'agit plus de transmettre un document à une personne bien identifiée, mais de mettre à disposition d'un lectorat en partie « inconnu ». Ce système entraîne trois changements principaux :

- il introduit un risque dans le périmètre de la confidentialité, et donc un risque pour la personne émettrice ou qui valide cette transmission.
- C'est aussi une nouvelle forme de contrôle ou de jugement sur le travail de l'individu qui est ici mis en lumière.
- La mise à disposition de leurs savoirs peut être ressentie comme une perte de pouvoir par certains individus. Comme le signalent nos auteurs, « les travailleurs

---

<sup>24</sup> ALIN, Frédéric, Xavier AMOROS et Marc SALIOU. *L'entreprise Intranet*. Eyrolles. Paris : 2002, p.98.

de la connaissance et les experts peuvent ressentir une perte de pouvoir dans la formalisation de leur savoir et sa mise à disposition sur un intranet, voire un portail d'entreprise ouvert à tous les collaborateurs.<sup>25</sup>»

La mise en place d'un tel système peut donc rencontrer des réticences. Celles-ci peuvent s'atténuer si les instructions de la direction sont claires et fermes : si les documents ou éléments à rendre « public » sont bien identifiés et définis par la direction qui en prend la responsabilité. Il faut aussi montrer qu'un tel système permet une mise en valeur des travaux et de leurs auteurs et, par là, un « retour sur investissement. »

---

<sup>25</sup> ALIN, Frédéric, Xavier AMOROS et Marc SALIOU. *L'entreprise Intranet*. Eyrolles. Paris : 2002, p.98.



## **IV. L'évolution du portail documentaire**

### **1. Pourquoi envisager un audit ?**

La réalisation première de l'Infocentre s'est déroulée au cours de l'année 2007, début 2008. Le prestataire Unilog ainsi que l'outil Plumtree ont été choisis par la DSI Holding pour la réalisation des Périsopes PSAM, Achats, Industrie et R&D. Chacun de ces partis a ensuite rédigé son cahier des charges indépendamment. Les responsables du Projet Infocentre ont donc rédigé leur propre cahier des charges.

Mais les responsables de l'Infocentre et les interlocuteurs de la DSI ont rencontré quelques problèmes avec le prestataire au cours du projet. Selon un responsable de la DSI, ils étaient de différentes natures :

- les compétences techniques n'étaient pas adéquates, les développeurs étant, de plus, presque tous « juniors »,
- la gestion de projet aurait manqué de clarté et de rigueur,
- les difficultés de communication avec les interlocuteurs correspondants,
- une absence totale de conseil d'un point de vue ergonomique, graphique et technologique.

Il en a donc découlé un retard dans la remise des spécifications fonctionnelles de la part du prestataire (plus de 2 mois après les premiers développements), et donc un retard important dans la réalisation, qui a été émaillée d'erreurs... Au final le projet a été livré avec plus de 6 mois de retard. Ainsi, quand je suis arrivée au CRPR mi-avril, les responsables en étaient encore à la réalisation de la dernière recette, bien que l'outil ait déjà été mis en production.

Ce cas nous enseigne que la relation avec le prestataire et la gestion d'un projet de manière méthodologique entrent fortement en ligne de compte dans la mise en place et la réussite de ce projet. Le choix du prestataire n'est donc pas à négliger.

Une offre de stage avait donc été lancée avant la mise en production par le service Affaires Scientifiques et Règlementaires afin d'alimenter l'Infocentre mais aussi dans le but d'améliorer le portail, les responsables le trouvant déjà inadéquat.

Comme je l'ai déjà mentionné en définissant ma mission, la DSI holding souhaitait établir les contacts avec le prestataire durant l'été. Un cahier des charges a été demandé dès le premier jour de mon stage (le 14/04/08) pour fin juin environ. J'ai dû alors me focaliser sur cet aspect d'audit de l'Intranet avant de pouvoir me concentrer sur l'aspect alimentation. Ce cahier des charges devait porter sur différents points d'amélioration tant du côté utilisateur que du côté administration. Ces points devaient refléter les besoins des utilisateurs et responsables.

## **2. L'audit de l'Infocentre**

### **2.1 Démarche et méthodologie suivies**

Pour établir mon étude de l'Infocentre, je me suis appuyée sur mon expérience de stage de Master 1 ainsi que sur les grandes phases de l'audit, vues en cours avec M. Cotte, consistant notamment en un recueil des besoins, une analyse de l'existant, l'établissement d'un diagnostic et de recommandations. Cette méthode n'était peut-être pas la plus adaptée pour étudier et améliorer un Intranet, mais ses grandes lignes directrices permettent de s'appuyer sur des résultats construits, et ce, grâce au recueil des besoins.

Afin de ne pas alourdir ce rapport, je présenterai ici les résultats de l'audit de manière très synthétique.

#### *2.1.1 Méthodologie des entretiens*

Nous l'avons vu, les chercheurs du Groupe de la fonction R&D constituent la cible principale de l'Infocentre. Il s'agit donc des ingénieurs des filiales et du CRPR. Les filiales se trouvant partout dans le monde, il était bien sûr impossible d'imaginer des entretiens de recueil de besoins. Nous avons donc décidé d'élaborer un questionnaire pour les filiales et de réaliser des entretiens auprès des ingénieurs du CRPR, qui constitueraient un panel suffisamment représentatif du public cible. De plus, il fallait aussi recueillir les besoins des responsables de l'Infocentre, clairement mécontents du résultat livré par le prestataire.

J'ai d'abord débuté par les entretiens. Il s'est avéré que le questionnaire que je devais envoyer aux filiales ferait « doublon » avec un questionnaire de satisfaction ISO 9001 qui devait être envoyé au mois de juillet. Le responsable n'ayant eu que peu de réponses, je n'ai pas pu exploiter ces résultats avant l'envoi du cahier des charges (les résultats devraient arriver vers la mi-septembre.)

Afin de recueillir les besoins des utilisateurs et responsables, des entretiens semi-directifs ont été préférés. Le panel a été choisi par la responsable Katia Thébaut, selon les fonctions occupées par les personnes et selon leur disponibilité. Ainsi, il a été prévu d'interroger :

- le directeur adjoint du CRPR (1)
- les chefs de services (7)
- des utilisateurs associés (7)
- les responsables de l'Infocentre (2)

Selon les disponibilités de chacun et les fonctions occupées, les entretiens se sont déroulés comme suit :

- 11 entretiens seul à seul,
- 3 entretiens avec deux utilisateurs.

Le guide d'entretien<sup>26</sup> a été élaboré en trois phases :

- une première phase d'appréhension des besoins et des pratiques documentaires des utilisateurs, qui me permettait de situer et de comprendre,
- une seconde phase plus « pratique » consistant en la manipulation du Périscope et plus particulièrement de l'Infocentre par la personne, afin de recueillir ses réactions « à chaud », selon un guide d'entretien mais en laissant surtout libre cours aux remarques et critiques,
- une dernière question avait pour but de recueillir des possibles éléments de contenus à mettre en ligne sur l'Infocentre.

Les réponses ont été plus ou moins complètes suivant le temps disponible de chaque personne. De plus, le guide a dû être adapté en fonction du statut de la personne : il a donc été

---

<sup>26</sup> Voir en annexe VII p. 24-25.

différent pour les responsables et le directeur adjoint (pour lequel des questions budgétaire et de management devaient s'ajouter).

J'ai réalisé la majorité des entretiens seule. Je pense qu'il était important que ce soit une personne extérieure qui les réalise. En effet, je précisais en début d'entretien que le but était d'entendre leurs remarques, mais aussi leurs critiques en vue d'une amélioration. Une personne m'a alors dit « C'est bien que ça soit toi en fait... ». Je pense ici aux remarques de Marie-Madeleine Salmon<sup>27</sup> lors d'une conférence à l'Université de Lille 3 sur le management des centres de documentation en entreprise, expliquant qu'elle n'avait pas recueilli les mêmes résultats lors de deux enquêtes de satisfaction portant sur son service : l'une qu'elle avait réalisée elle-même, l'autre « enquête mystère » menée par un stagiaire dit « étranger » à son service. On comprend que les gens ne souhaitent pas critiquer « de front » le travail de leurs collègues, avec qui ils s'entendent, mangent, travaillent... de peur des retombées que cela implique. Je pense donc que les besoins recueillis auraient été différents si la responsable avait été présente.

De plus, les entretiens individuels ou par petits groupes ont permis de laisser les personnes manipuler elle-même l'Infocentre, qu'elles connaissaient peu. Je pense avoir recueilli plus de remarques dans ces circonstances que si j'avais moi-même manipulé la souris dans une réunion de groupe.

### *2.1.2 Analyse des entretiens*

Afin d'analyser ces entretiens, deux « compilations » ont été réalisées, permettant d'avoir une vue synthétique :

- un premier document reprenant les éléments de la première phase de l'entretien, c'est-à-dire les grands besoins documentaires en fonction des postes occupés et leurs pratiques associées, permettant d'établir une typologie des sources et des documents,
- un tableau (Excel) reprenant les suggestions et critiques par rubrique et sous-rubrique de l'Infocentre et insistant sur leur fréquence d'apparition durant les entretiens, permettant de pointer les grands dysfonctionnements.

---

<sup>27</sup> Responsable documentation et veille, groupe Publicis. Conférence du 21/03/08, « Organiser la documentation en partant de l'utilisateur est-il possible ? »

## 2.2 Dysfonctionnements observés

« Par souci de rigueur de l'analyse, [il faut] distinguer un Intranet dans sa phase de déploiement initial et d'appropriation d'une application mature bénéficiant déjà d'un réel degré de pratique et d'acculturation.<sup>28</sup> » Dans ce sens, il faut préciser que des éléments ont pu « biaiser » cette étude :

- la récente mise en production du Périscope R&D et la non-communication autour de l'Infocentre font que les utilisateurs n'ont pu encore établir de pratiques ancrées, ils ne connaissaient que peu l'Infocentre, voire pas du tout ;
- l'Infocentre étant vide de tout document, ou presque, lors des interviews, les utilisateurs n'ont pu faire de remarques que grâce aux descriptions de rubriques données en chapô.

De manière synthétique, quelques problèmes principaux ont été relevés dans le rapport d'audit.

Tout d'abord, la profondeur de l'architecture de l'Infocentre entraîne une non-visibilité des informations qu'il contient. Les niveaux de titres semblent trop nombreux aux utilisateurs qui, de plus, compte tenu de la lenteur de connexion<sup>29</sup>, souhaitent réduire au maximum le nombre de pages à visiter.

Les titres sont aussi parfois peu informatifs, surtout face au grand nombre de produits documentaires proposés. Dans ce contexte, des titres clairs et directs, c'est-à-dire informatifs, semblent plus appropriés que des titres incitatifs (éveillant la curiosité, l'envie d'aller « voir plus loin » ce à quoi ça correspond).

Enfin, la redondance, voire la concurrence des différents documents sur tout l'Intranet étaient perçues comme perturbantes par les utilisateurs.

---

<sup>28</sup> GERMAIN, Michel. *Conduite de projet Intranet*. Paris: Economica, 2004,

<sup>29</sup> Un problème de câblage réduisait fortement la vitesse de connexion au CRPR, mais l'on peut imaginer que certaines petites filiales à l'étranger ont les mêmes problèmes.

## 2.3 Synthèse des besoins

En résumé, les grands besoins que j'ai relevé dans mon rapport d'audit étaient de :

- Proposer un Infocentre plus simple

Les critères ergonomiques indiquent qu'il faut réduire au maximum la charge de travail des utilisateurs. Il faudrait donc que cette règle soit respectée au sein de l'Infocentre. Il doit donc être basé sur une architecture moins profonde, visible plus facilement dans sa globalité, avec des informations moins « cloisonnées ».

- Renouveler l'information

Les utilisateurs ne reviennent pas sur un site qui n'a pas bougé depuis leurs dernières connexions. Ils ont bien sûr besoin d'informations récentes, qu'ils ne connaissent pas et qu'ils ne trouveraient pas ailleurs ou avec difficultés. Il faut donc éviter de mettre en avant des informations ou des « news » dépassées.

- Eviter la redondance

Pour ne pas perdre les utilisateurs, il faut éviter les doublons sur le Périscope en ciblant les utilisateurs de ces documents. Trouver un même document à deux endroits différents peut être déroutant et peut constituer, de plus, une charge de travail inutile pour le responsable.

- De communiquer et de former

Il serait judicieux de communiquer à nouveau sur les objectifs visés par le Périscope, de rappeler ceux de chaque outil au sein du CRPR, et surtout de « former » ou au moins informer quand nécessaire (certaines rubriques en particulier).

## 2.4 Benchmark

En parallèle au recueil des besoins, j'ai réalisé un benchmark succinct. Il faut dire que celui-ci n'a pas été aussi exhaustif que je l'espérais. Tout d'abord par manque de temps mais

aussi par la difficulté de trouver des cibles. Il est en effet difficile pour moi d'accéder aux Intranets d'entreprise du même type. Ce travail s'est donc concentré sur deux cibles :

- les extranets des organismes du domaine,
- les autres Périscoptes du Groupe Pernod-Ricard, notamment le PSAM. Celui-ci est en effet le plus abouti.

#### *2.4.1 Benchmark d'extranets*

J'ai trouvé de nombreux sites d'organismes du domaine. Au final, 4 extranets ont retenu mon attention sur la dizaine visitée :

- le Bureau National Interprofessionnel du Cognac (BNIC),
- le Scotch Whisky Research Institute (SWRI),
- la Confédération Européenne des Producteurs de Spiritueux (CEPS),
- la Confédération des Industries Alimentaires de l'Union Européenne (CIAA).

On y accède depuis le site public par un login et un mot de passe personnels, souvent à partir de l'adresse e-mail professionnelle, utiles pour ces sites réalisant des statistiques d'accès. Ils sont tous accessibles en anglais, voire aussi en français. J'ai étudié ces sites pour leur graphisme, leur ergonomie (succinctement), leurs fonctionnalités et les contenus proposés. Mais, étant des extranets, aucun n'offre la même configuration que le Périscope R&D.

Le benchmark confirme en quelque sorte le recueil des besoins. Les remarques exprimées lors des entretiens rejoignent l'analyse des sites extranet :

- proposer des contenus clairs et non redondants,
- mettre à disposition un moteur permettant une recherche avancée,
- proposer plusieurs modes de navigation,
- assurer une cohérence globale.

Dans tous les cas, ces sites sont difficilement compréhensibles pour des gens qui ne sont pas du domaine. Certains mettent à disposition des contenus qui peuvent s'apparenter à ceux que fournit le Périscope R&D et l'on voit là aussi la difficulté à les mettre en valeur (quelle présentation ? Quel classement adopter ? Etc.).

#### *2.4.2 Les autres Périscoptes du Groupe Pernod Ricard*

Un tour d'horizon des Périscoptes du Groupe nous a permis de nous rendre compte que le plus « abouti » (parmi les Intranets accessibles) était celui du Marketing. Les Périscoptes Industrie, Informatique, etc. sont très basiques et peu fournis dans l'ensemble.

Nous avons rencontré la responsable du Périscope Sales and Marketing (PSAM), Emmanuelle Benoist, en particulier pour qu'elle nous fasse part de son retour d'expérience sur le moteur de recherche Sinequa, utilisé sur le PSAM. En effet, le Marketing bénéficie d'un budget particulièrement important pour son Intranet, outil central de travail dans le domaine. La navigation sur le PSAM est basée principalement sur les moteurs de recherche (celui d'Aqualogic pour une partie et Sinequa en majorité). Il met à disposition des contenus statiques et dynamiques (vidéos...) et propose une personnalisation de l'Intranet, dont les informations sont mises à jour quotidiennement. Mme Benoist nous a aussi expliqué qu'elle avait travaillé conjointement avec une agence de graphisme et un ergonomiste pour réaliser son cahier des charges. La mise en place d'un moteur de recherche comme Sinequa demande un gros travail en amont et un certain budget... Cet élément a donc été pris en compte pour l'avenir de l'Infocentre et du Périscope R&D mais n'est pas possible dans l'immédiat.

#### **2.5 Recommandations**

Deux scénarios ont été proposés, mettant en avant une centralisation plus ou moins importante des outils et donc de l'information pour le CRPR (utilisateur mais surtout contributeur de l'Infocentre). En revanche, dans les deux cas, il fallait simplifier l'Infocentre en rendant l'information plus visible.

Aussi, il était recommandé qu'un administrateur anime l'Infocentre, notamment pour :

- renouveler les informations ;
- gérer les documents à mettre en ligne, en archives ou à supprimer (afin d'éviter les doublons notamment) ;
- communiquer voire former les utilisateurs.

Nous verrons la mise en œuvre de ces recommandations de manière plus précise par la suite.



### 3. Le cahier des charges fonctionnel

Au final, il ne s'agit pas d'une réelle refonte mais d'une amélioration de l'Infocentre portant sur des points précis.

En introduction, je disais que j'avais eu des difficultés à être force de proposition concernant le graphisme et l'ergonomie de l'Infocentre. Je n'ai en effet que peu de connaissances dans ces domaines qui constituent des métiers à part entière (rappelons-nous la responsable du PSAM qui a fait appel à deux agences différentes pour son Intranet). Nous avons pallié à cette absence de conseils grâce à la formation de 2 jours sur l'ergonomie Web qu'a suivie Fabienne Suard, « Gestionnaire des données réglementaires et documentaires » au service Affaires Scientifiques et Règlementaires, et par celle de ma tutrice sur la rédaction de contenus Web.

Je vais reprendre ici les grands axes d'amélioration développés dans le cahier des charges<sup>30</sup>. Je tiens à préciser que ce dernier n'a pas été aussi exhaustif et précis que je le souhaitais en raison d'un manque de temps. Il n'y a eu qu'un seul comité de pilotage durant le projet qui a été plutôt ponctué de réunions d'avancement. Les décisions n'ont été réellement prises et fixées que lors de ce comité, en présence des deux responsables de l'Intranet, qui n'a eu lieu que peu de temps avant de rendre le cahier des charges. J'ai donc rédigé cette dernière version très rapidement, en suivant la navigation de l'Infocentre et non en grandes thématiques, comme je le souhaitais au départ. Je suis consciente des lacunes de celui-ci qui ont dû peut-être dérouter les prestataires, rencontrés peu de temps après l'envoi du cahier des charges. J'ai illustré le plus possible les demandes du cahier des charges par des maquettes, réalisées sur Powerpoint : elles ne sont donc pas assez précises mais donnent au moins une idée générale de ce que nous attendions.

Certains de ces axes d'amélioration peuvent suivre les recommandations ergonomiques des auteurs Bastien et Scapin dans leur article *Ergonomic Criteria for the Evaluation of Human-Computer interfaces (INRIA)*, dont se sont inspirés de nombreux ergonomes<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> Voir le cahier des charges en annexe VIII p.26

<sup>31</sup> De nombreuses synthèses de ces critères sont disponibles, notamment sur le site <http://www.ergoweb.ca/criteres.html>

### 3.1 Faciliter la navigation en rendant visible l'information

Les utilisateurs peuvent avoir des pratiques et des « niveaux » d'aisance différents. Il faut donc aider leur navigation. C'est ce qu'invite à faire le critère d'*adaptabilité* de Bastien et Scapin.

#### 3.1.1 Faciliter l'appréhension de l'architecture

Une architecture trop profonde peut tendre à décourager les utilisateurs et à « cacher » l'information. Jean-François Nogier<sup>32</sup> explique à ce sujet que « la largeur d'un site correspond au nombre maximum de sous-rubriques accessibles depuis une rubrique donnée ou depuis la page d'accueil, tandis que la profondeur est le nombre maximum de rubriques par lesquelles il faut passer avant d'atteindre une page terminale du site. Lorsque le site est agencé en largeur d'abord, l'utilisateur comprend plus facilement où il se situe. Il trouve plus rapidement les informations qu'il cherche. » Ainsi, il faut minimiser la profondeur du site à 3 ou 4 niveaux maximum. Nous l'avons vu, l'architecture de l'Infocentre<sup>33</sup> contient en général 5 niveaux avant d'accéder au contenu d'un document. L'auteur ajoute : « Si la profondeur du site est importante, les points de choix sont nombreux et donc difficiles à mémoriser. En règle générale, au-delà du 3<sup>ème</sup> niveau, le visiteur risque de se perdre car il ne sait plus où il est dans le site. Il est donc préférable de ne pas dépasser ce niveau d'imbrication. »

Cependant, la chef de service n'a pas souhaité « casser » dans un premier temps l'architecture qui avait été pensée dans le premier cahier des charges. La solution trouvée a donc été de créer un *menu déroulant* pour le menu vertical de gauche (accessible à partir de toutes les pages) afin d'éviter un chargement de page supplémentaire, de rendre visible les informations et de faciliter la navigation de l'utilisateur, qui pourra « butiner » plus facilement. Au passage ou au clic de la souris, les sous-rubriques apparaîtront. Certaines rubriques ont tout de même été remaniées dans leurs fonctionnalités (Fournisseurs R&D, Contacts externes Clés, Bookmark Web), permettant de supprimer un niveau d'architecture et surtout des classements thématiques difficiles à réaliser.

---

<sup>32</sup> NOGIER, Jean-François. *Ergonomie du logiciel et design Web*. Paris : Dunod, 2005, p.112.

<sup>33</sup> Voir le chapitre III-3-3.2.

De plus, selon Jean-François Nogier, il faut préférer une arborescence régulière : « plus l'arborescence du site est simple, plus elle est facile à mémoriser. Lorsque la structure du site présente une topologie régulière, sans branche isolée ni bifurcation inattendue, l'utilisateur se construit aisément une image mentale du site. Il apprend plus facilement à s'en servir. » La centralisation des veilles (diffusées d'abord dans la partie collaborative) dans l'Infocentre pouvait se faire de deux manières :

- soit en chargeant le document à nouveau (ce qui se faisait),
- soit en indiquant le lien vers la partie collaborative où la veille se trouvait.

La première solution entraîne une redondance de l'information, et la seconde une structure irrégulière qui pourrait perdre l'utilisateur. Ainsi, il a été décidé que la rubrique collaborative dénommée « Communautés » serait rapatriée dans l'Infocentre, en conservant ses attributs de *groupware*. Il s'en suit une rupture dans le fonctionnement générale de l'Infocentre, dont nous sommes conscients. Mais celle-ci semblait nécessaire, les responsables de l'Infocentre souhaitant centraliser et être responsables de ces veilles.

### 3.1.2 Une navigation claire

Un bon système de navigation doit « permettre à l'internaute de savoir sur chaque page : où il est, par où il est passé et ce qu'il y a ailleurs.<sup>34</sup> » C'est ce que nous nous sommes efforcés de faire dans l'Infocentre, et le Périscope R&D en général.

Les menus déroulants et les fils d'Ariane (ou chemins de progression ou encore chemins de fer) permettent à l'utilisateur de se situer dans sa navigation, et ce d'autant plus quand l'architecture est profonde. Un moteur de recherche, accessible sur toutes les pages en haut à droite, permet encore un autre mode de recherche. Ces deux éléments existaient déjà sur l'Intranet. Un plan de site dynamique est aussi très utile pour avoir une vision d'ensemble du site. Celui-ci peut, de plus, être mis à jour automatiquement. Cet élément nouveau a été demandé dans le cahier des charges.

En outre, afin de s'adapter au contexte international, le choix de la langue a été largement mis en avant. Il se trouve pour le moment dans la fiche profil, ce qui n'est pas

---

<sup>34</sup> NOGIER, Jean-François. *Ergonomie du logiciel et design Web*. Paris : Dunod, 2005, p.125.

visible facilement. Dans le cahier, il a été demandé que le choix de la langue se fasse en cliquant sur petit drapeau, à côté de la fiche profil et donc disponible sur toutes pages. C'est une pratique courante sur les sites Internet, ce qui restera alors dans les habitudes des Intranauts.

### 3.1.3 Etre homogène et cohérent

Tout d'abord, il faut être cohérent dès la page d'accueil, qui plus est pour un Intranet, pour lequel il s'agit de l'unique point d'entrée. Au cours des entretiens est revenue une question : pourquoi différencier et séparer les « News » (au centre de la page) et les News de l'Infocentre (sur la droite) ? Le fait qu'il y ait deux « administrateurs » derrière ces parties importe peu à l'utilisateur, qui ne voit lui qu'un seul Intranet R&D. Il a donc été décidé de proposer une page d'accueil homogène, avec une partie « News » centrale proposant les actualités disponibles dans *toutes* les rubriques<sup>35</sup>.

Faciliter les recherches de l'usager passe aussi par l'utilisation des mêmes modes de navigation dans les différentes rubriques. Il s'agit des critères d'*homogénéité et de cohérence* de Scapin et Bastien qui indiquent qu'il faut réaliser des interfaces identiques pour des actions identiques, et des interfaces différentes pour des actions différentes. Ainsi, il a été défini dans le cahier des charges que certaines rubriques s'appuieraient sur le même fonctionnement<sup>36</sup> : les rubriques « Fournisseurs », « Contacts clés externes » et « Bookmark Web » constituent toutes des sortes d'annuaires. Leur fonctionnement sera donc basé sur le même principe : une recherche soit par moteur, soit par la barre alphabétique et des résultats sous forme de « fiches ». Ce fonctionnement évite un classement thématique laborieux et peu clair des ressources et permet, de plus, à l'internaute de choisir son mode de navigation et de recherche.

Les autres rubriques, en général plus « basiques », fonctionnent aussi sur des principes quasi-similaires de thématiques et d'accès à des fichiers ou liens.

---

<sup>35</sup> Voir en annexe VIII le cahier des charges p.32

<sup>36</sup> Voir en annexe VIII p.40, 42, 43 et 47.

### 3.2 Impliquer l'Intranaute

Un deuxième axe de développement a été d'impliquer l'utilisateur dans la construction des contenus de l'Intranet. Il ne s'agit pas de concurrencer la partie collaborative, mais de permettre à l'utilisateur de proposer quand même du contenu. Ceci est, nous l'espérons, un moyen de le mettre en valeur et de le fidéliser. Cette participation pourra alors se faire selon deux modes :

- un *mail to* vers le responsable pour lui proposer un contenu ou une idée,
- la possibilité de laisser des commentaires dans certaines rubriques afin de faire part de son retour d'expérience.

Cette dernière idée est aujourd'hui très souvent utilisée sur Internet et permet la plupart du temps de commenter des articles : sur les blogs, les sites de journaux, etc. Elle permettra donc de prolonger les habitudes des internautes jusqu'en milieu professionnel. Car, même s'ils n'ont eux-mêmes jamais écrit de commentaires, c'est une fonctionnalité qu'ils ont certainement déjà vue.

## **V. Alimenter un portail documentaire**

Comme je l'avais mentionné précédemment, une de mes missions consiste à alimenter l'Infocentre et surtout à réfléchir à des procédures d'alimentation.

Lorsque je suis arrivée, l'Intranet venait d'être mis en production, l'Infocentre était donc vide ou presque. Dans le premier cahier des charges, des produits documentaires avaient été décrits. Ceux-ci étaient nombreux et au final, il y avait 16 rubriques à alimenter dans l'Infocentre. Devant réaliser le cahier des charges dans des délais assez courts, je me suis d'abord attachée à cette tâche. J'ai donc réalisé les entretiens pour l'audit sur la base d'un Infocentre presque vide et devais, en fin d'interview, demander aux gens de me communiquer les documents qu'ils pensaient aptes à mettre en ligne. Mais alors plusieurs problèmes se sont posés :

- soit ces personnes déposaient déjà des documents intéressants dans la partie collaborative. Ils ne comprenaient alors pas pourquoi les répliquer dans l'Infocentre,
- soit les descriptions des produits documentaires proposés n'étaient pas comprises.

Ce dernier point a posé problème : le prestataire a réalisé l'Infocentre en reprenant exactement les titres, descriptions et présentations de rubriques donnés dans le premier cahier des charges, éléments qui ne devaient pas être définitifs selon les responsables. Ces descriptions étaient donc succinctes et demandaient à être affinées et surtout précisées : j'ai moi-même, ainsi que les responsables (pourtant en partie auteurs de ces définitions), eu du mal à cerner certains de ces produits. Le retard de la mise en production et le manque de temps nous ont empêchés de les approfondir et de les retravailler avant les entretiens.

### **1. Définitions des contenus**

Il faut revenir ici sur la présentation de l'Infocentre faite au point III.3 et préciser le contenu de chaque rubrique. La conception, sur le papier, des différents contenus et de leur répartition dans les rubriques avait constitué le principal travail du premier cahier des charges, écrit par l'administratrice Katia Thébaut, la chef de Service Sophie Holm, avec l'aide du consultant Jean Michel.

Ces différents produits avaient alors été classés de la sorte :

1. en fonction des 4 grands besoins « pressentis » définis dans la partie III.3<sup>37</sup>,
2. selon la priorité et la facilité de mise en place, la personne en charge<sup>38</sup>,
3. et définis en quelques mots avec une proposition de format possible<sup>39</sup>.

Au début de mon stage, afin de comprendre ces différents contenus, j'avais établi un tableau comparatif (voir page suivante). Celui-ci partait des différentes rubriques et sous-rubriques de l'Infocentre tel qu'il était, et faisait correspondre les contenus qui avaient été listés dans le premier cahier des charges.

Au final, on voit que seule la photothèque a été abandonnée, et que certains produits ont « fusionné ».

---

<sup>37</sup> Voir en annexe IX p.55 à 57.

<sup>38</sup> Voir en annexe IX p.58 à 60.

<sup>39</sup> Voir en annexe IX p.61 à 62.

<b>Entrée actuelle</b>	<b>Rubrique actuelle</b>	<b>Noms de départ</b>	<b>Définitions de départ Produits et services</b>	<b>Présentation</b>
<b>BOITE A OUTILS</b>	Annuaire d'experts	Annuaire d'experts	Annuaire d'experts PR par domaine (CV + mots clés) + lien vers R&D Organisation (organigramme, trombinoscope (Management))	Annuaire 2 entrées : nom + compétences
	Contacts clés externes	Contacts externes clés	Annuaire de contacts académiques	Annuaire 2 entrées : nom + compétences
	Fournisseurs R&D	Fournisseurs R&D	Fiches fournisseurs (tendances, trucs et astuces)	
	VADE Mecum R&D	Vade Mecum R&D	Dossiers thématiques PR sur les produits, technologies, marchés et consommation. Ex : Contenance d'alcool par verre, réglementation, + composition, effets biologiques (Vade Mecum)	
<b>RESSOURCES SCIENTIFIQUES</b>	Revue en Ligne	Liste des revues CRPR	Liste des revues auxquelles le CRPR est abonné	Liste sous Word
		Alertes : sommaires et RSS	Alertes / abonnement : sommaires de revues, sélection de fils RSS + Newsletters ?	Lien mail DC pour abonnement Réception par mail
		Revue en ligne	Revue électronique en ligne	Plateforme EJS (EBSCO)
	Bases S&T	Bases S&T	Plateforme Accès bases spécialisées, liste des revues	- Plateforme Toolkit (Dialog) - Lien AOAC - Lien Science Direct (Elsevier) - LFI - CCFRA
	Bookmark Web	Bases spécialisées	Sources spécialisées (Ex RIFM)	Bookmark de liens
	Bookmark Web	Bookmark web	Bookmark de sites de vulgarisation (Ex : Web des savoirs CIRAD) PI, normes	Bookmark de liens
	Documents externes clés	Documents externes clés	Documents externes clés (OMS, UE...)	Liste de titres avec liens



<b>QUOI DE NEUF ?</b>	FAQ News	FAQ News	SVP technique et FAQ (questions chaudes du moment)	
	Alertes	Alertes	Alertes ponctuelles (articles, conférences ...)	Forum (avec alerte mail)
	Veille	Veilles thématiques	Veilles thématiques S&T	Bulletin de références avec sommaire
	Lus pour vous	Liste des publications acquises au CRPR	Liste de titres + résumés + contact du lecteur au CRPR	Word ou page HTML (extraction Persist)
	Références groupe	Références Groupe	Démarche qualité, demandes QSE (bonnes pratiques environnement, OGM...), audits qualité conforme	Liste de titres avec accès aux documents (liens)
	Données Corporate	Données Corporate	Liens / renvois vers les grandes données : Marketing (données des grandes marques), innovation, développement durable, environnement, ... questions d'actualité (OGM, allergènes...)	
	Bonnes pratiques	Bonnes pratiques	Standardisation des méthodes (comme analyses chimiques et sensorielles communes)	Liste de titres avec accès aux documents (liens)
	Expertises R&D	Expertises R&D	Historique des sujets R&D abordés dans le Groupe : liste des projets	Tableau Excel liste de sujets par thèmes
		Liste des rapports R&D	Liste de titres, avec résumés éventuellement, des rapports produits au CRPR.	Word ou page html (extraction Persist)
		Rapports R&D	Accès au texte intégral des rapports élaborés R&D et CT (CR AT, missions...), CR de congrès, Documents stratégiques des réseaux... (texte intégral de Reports list)	Sur demande par mail dans un 1 <sup>er</sup> temps
	Rapport annuel CRPR	Rapport d'activité annuel du CRPR	Modèle existe	
<b>RECHERCHE GROUPE</b>				

## **2. Des freins à la mise en ligne**

L'outil Publisher utilisé pour administrer l'Infocentre fait preuve d'une administration assez lourde qui demande de publier chaque sous-rubrique, rubrique, etc. en remontant dans l'arborescence ainsi qu'une navigation peu intuitive. Ce point, dû en partie aux développements d'Unilog, a demandé à être corrigé dans le cahier des charges.

Le CRPR ayant eu des problèmes avec son câblage réseau, la lenteur de connexion a entraîné une perte de temps qui gênait grandement la mise en ligne de contenus : avec le nombre de pages à publier, chaque chargement prenait du temps, et le responsable était bien souvent déconnecté de Publisher lors de la mise en ligne d'un contenu.

Enfin, et surtout, les développements réalisés ne permettaient pas certaines mises en ligne : par exemple, la rubrique « revues en ligne » pointait directement vers le portail EJS d'EBSCO<sup>40</sup> sans avoir de page intermédiaire permettant de publier d'autres liens ou fichiers.

## **3. Les obstacles possibles à l'élaboration de contenus**

Les contenus à mettre en ligne dans l'Infocentre amènent différentes problématiques. Nous l'avons vu, la définition des produits documentaires à proposer dans le portail est déjà une tâche difficile, qui doit s'appuyer sur des besoins réels, souvent « classiques » (par exemple, proposer une veille) mais qui doit aussi faire preuve d'innovation.

De plus, bien que j'ai traité ce point en deux parties distinctes, il faut bien sûr que les fonctionnalités proposées soit cohérentes pour le contenu. Ainsi, il était difficile de remplir les rubriques d'annuaires avec de simples fichiers Word ou Excel, peu attractifs et moins efficaces pour la recherche.

---

<sup>40</sup> Electronic Journal Service proposé par EBSCO, agence d'abonnements et infomédiaires.

Comme indiqué dans les différents tableaux de contenus, l'Infocentre a pour vocation de centraliser des documents à haute valeur ajoutée, mais non confidentiels. Cette démarche pose question.

### *3.1 Comment gérer les contradictions d'un grand groupe ?*

La mise en place des PÉRISCOPIES s'est faite sous l'égide de la DSI du Groupe, qui a voulu uniformiser les outils en choisissant Plumtree (aujourd'hui BEA) sans prendre en compte les besoins spécifiques de chaque branche (Marketing, R&D, Achats etc.) qui appellent peut-être des fonctionnalités différentes. Chaque branche a donc préparé son cahier des charges après que l'outil a été choisi et sans partager ses orientations avec les autres. Il en résulte que chaque PÉRISCOPE évolue dans des sens différents, celui du Marketing étant largement plus évolué.

Surtout, certains objectifs du Groupe sont parfois à contresens de son fonctionnement global. Nous avons vu que Pernod Ricard fonctionne sur le mode de la décentralisation, spécificité qui est gage de son succès. La volonté est de garder l'autonomie et donc la concurrence entre filiales. Mais les dirigeants ont aussi compris le besoin de centralisation de l'information, notamment en Recherche et Développement et par la certification ISO 9001 du CRPR. Cette dernière inclut une procédure « englobante » dite de « Partage des connaissances » et est traduite notamment par la mise en place du PÉRISCOPE R&D. Celui-ci a donc pour objectif de faire partager l'information au milieu d'un contexte concurrentiel.

### *3.2 Comment gérer l'information à un niveau international ?*

L'Intranet R&D est disponible pour toutes les filiales, partout dans le monde, aussi petites soient-elles. Cela induit de rendre l'information compréhensible par tout le monde. Le PÉRISCOPE est donc disponible en deux langues : le français (le Groupe étant français) et l'anglais.

Comme nous l'avons vu, dans l'administration, les champs sont à remplir dans les deux langues. Mais une question s'est posée durant mon stage : les contenus mis en ligne ne

doivent-ils être qu'en langue anglaise ? Pourtant, en étudiant le portail Infodoc, accessible en interne au CRPR, et les ressources du domaine, nous avons constaté que certaines d'entre elles, en français, pouvaient être vraiment intéressantes. Ne pouvant traduire tous les contenus (documents) et surtout ne voulant pas priver les filiales françaises (ou francophones) de ces ressources, il a été décidé que certains contenus français seraient tout de même mis en ligne, mais étant moins nombreux ils seraient signalés par un petit drapeau français (les fiches fournisseurs ISO 9001, les sites Web etc.)

On voit donc que partager et surtout centraliser l'information dans un cadre international pose problème. Il faut sélectionner les informations car il ne faut ni frustrer l'utilisateur anglophone, ni léser l'utilisateur francophone en le privant de ressources intéressantes.

### *3.3 Comment gérer l'information dans un contexte concurrentiel, en respectant la confidentialité ?*

Cette dernière question est revenue constamment dans les débats sur les produits documentaires de l'Infocentre. Toute une rubrique est consacrée à la recherche du Groupe et doit donc mettre en valeur les travaux du CRPR pour les filiales. La question de la confidentialité est ici critique et demeure un frein énorme à la rédaction de ces produits. Je pense notamment à la liste des rapports que j'ai dû réaliser pour le rapport annuel du CRPR. Cette liste de références devait apparaître aussi dans l'Infocentre. Les rapports sont des documents pouvant être produits dans le cadre des projets mais aussi des assistances techniques auprès des filiales. Ces dernières sont confidentielles et certains chefs de service ne veulent pas perdre la confiance de leurs interlocuteurs en les communiquant, même sous une forme neutre (en remaniant le titre pour le rendre assez informatif sur l'expertise mise en jeu, mais sans laisser apparaître le nom de la filiale destinataire). Comment alors mettre en valeur ces travaux qui seraient une réelle « publicité » pour le Centre de Recherche ? Il a été décidé que c'est la filiale qui doit donner son accord. Au début de chaque Assistance Technique par le CRPR, il sera demandé si ses travaux sont confidentiels ou non.

### 3.4 Comment impliquer le personnel ?

Le CRPR est en pleine mise en place de la certification qualité ISO 9001, prévue pour décembre 2008, afin de répondre aux nouvelles exigences de prestations de service. Cette certification demande une forte implication du personnel dans la rédaction de procédures et de modes opératoires. Ceci demande une formalisation de pratiques, une réflexion précise, et donc beaucoup de temps... Les responsables sont alors souvent confrontés à la réticence du personnel.

Dans ce contexte, la procédure « Partage des connaissances » exige du personnel du CRPR de faire état de leur activité, de mettre à disposition leurs travaux sur le PÉRISCOPE R&D dans un objectif de *partage* et de *travail collaboratif*. Il s'agit d'un élément totalement nouveau pour le Centre qui demande, là encore, une forte implication du personnel.

Le CRPR se trouve donc dans un contexte de transition. Le personnel doit changer ses habitudes et s'adapter à de nouvelles pratiques qui ne faisaient pas partie de la culture de l'entreprise.

L'alimentation de l'Infocentre exige elle aussi une implication du personnel, et là aussi de manière totalement nouvelle. La plupart des utilisateurs du CRPR que j'ai rencontrés ne voient l'Intranet que comme un site vitrine, et ne pense donc être que des fournisseurs d'information. Il va falloir trouver comment motiver le personnel et le faire adhérer à ce projet, comme il doit adhérer à celui du *groupware*. Il faudrait donc montrer clairement le retour sur investissement que cela engendrera pour chaque contributeur : mise en valeur de ses travaux, de ses compétences, etc.

## 4. Dépasser les obstacles

La réponse principale s'inscrit dans la continuité de la stratégie du CRPR. Il s'agit de la nécessité de décrire des instructions ou « modes opératoires » pour la mise en ligne de contenus, mise en avant par la chef du service au cours de mon stage. Selon M. Germain,

« l’Intranet est en effet la conjonction d’un outil technologique et d’un système de procédures<sup>41</sup>. » Dans notre cas, ces procédures seront liées à certification qualité ISO 9001.

#### 4.1 L’ISO 9001 au CRPR

« La Norme internationale ISO 9001:2000<sup>42</sup> spécifie les exigences relatives au système de management de la qualité lorsqu'un organisme :

- doit démontrer son aptitude à fournir régulièrement un produit conforme aux exigences des clients et aux exigences réglementaires applicables,
- vise à accroître la satisfaction de ses clients par l'application efficace du système, y compris les processus pour l'amélioration continue du système et l'assurance de la conformité aux exigences des clients et aux exigences réglementaires applicables.

Toutes les exigences de la [...] Norme internationale sont génériques et prévues pour s'appliquer à tout organisme, quels que soient son type, sa taille et le produit fourni. »

Fortement mise en avant par la norme, l'approche processus réside en une démarche d'analyse importante qui prévoit un cadre rigoureusement établi par la politique et les objectifs qualité.

L’approche processus, proposée par la norme, place les clients au centre des préoccupations de l’entreprise. Cette organisation implique l’ensemble du personnel. Le Système de Management de la Qualité du CRPR est lui-même basé sur cette approche. Son fonctionnement a ainsi été traduit sous forme de 3 types de processus :

- les processus de Management : ils correspondent à la détermination de la politique et de la stratégie pour le CRPR et au pilotage des actions mises en œuvre pour atteindre les objectifs ;
- les processus Supports : ils représentent les activités internes et transversales, permettant d'assurer le bon fonctionnement du CRPR ;
- les processus de Réalisation : ils correspondent à la réalisation du service et donc à l'activité du CRPR.

---

<sup>41</sup> GERMAIN, Michel. *Conduite de projet Intranet*. Paris : Economica, 2004, p.69

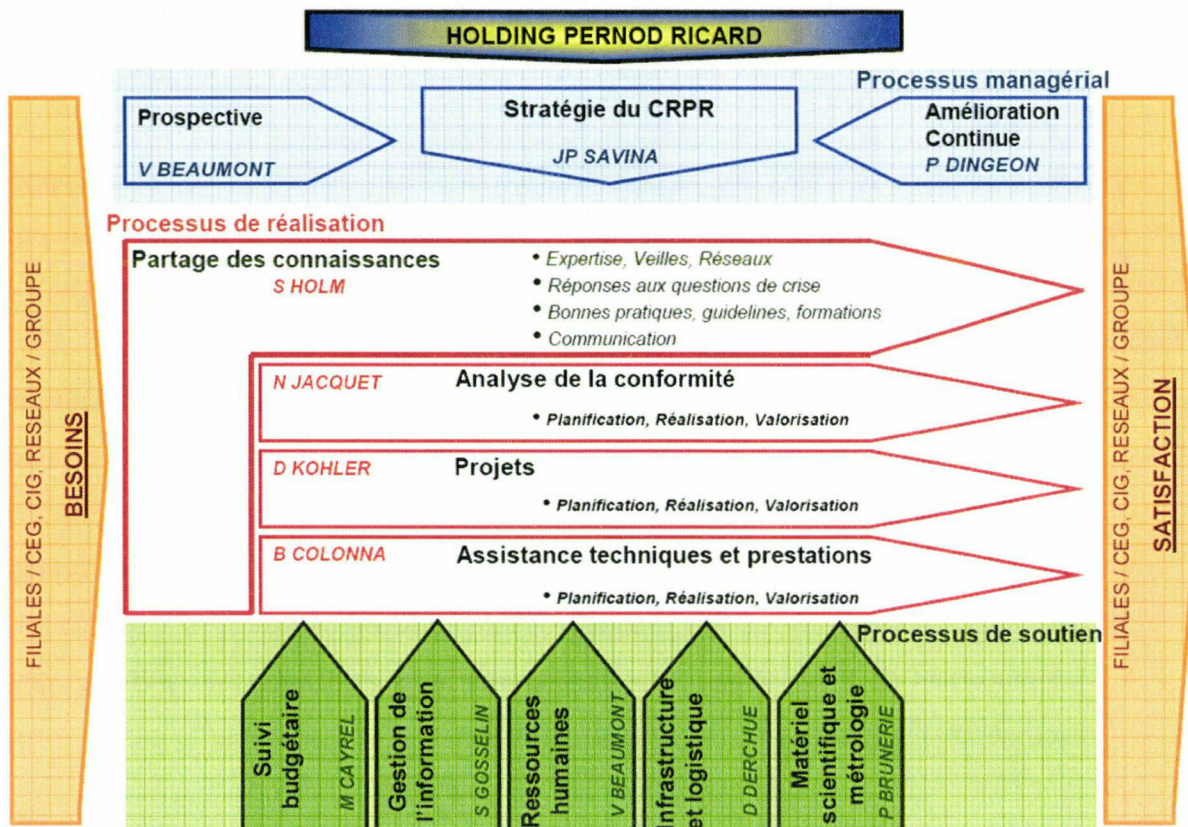
<sup>42</sup> [http://www.iso.org/iso/fr/catalogue\\_detail?csnumber=21823](http://www.iso.org/iso/fr/catalogue_detail?csnumber=21823) consulté le 21/08/08.



<b>PROCESSUS DE MANAGEMENT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Processus Stratégique</li> <li>✓ Processus Prospective</li> <li>✓ Processus Amélioration continue</li> </ul>
<b>PROCESSUS SUPPORTS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Processus Suivi budgétaire</li> <li>✓ Processus Gestion de l'information</li> <li>✓ Processus Ressources Humaines</li> <li>✓ Processus Infrastructure et logistique</li> <li>✓ Processus Matériel scientifique et métrologie</li> </ul>
<b>PROCESSUS DE REALISATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Processus Partage des connaissances</li> <li>✓ Processus Analyse de la conformité</li> <li>✓ Processus Projets</li> <li>✓ Processus Assistance technique et prestations</li> </ul>

Ces 4 derniers processus de réalisation ont été construits autour des missions du CRPR.

Voici la « cartographie » replaçant l'ensemble des processus dans leur environnement :



Parmi les processus de réalisation, on voit que le processus « Partage des connaissances » est extrêmement important car il « englobe », en quelque sorte, les autres processus. C'est la chef du Service Affaires Scientifiques et Règlementaires qui en est le pilote. Trois objectifs le définissent<sup>43</sup> :

- anticiper, acquérir et entretenir les connaissances,
- traiter, valoriser et mettre à disposition l'information aux clients concernés,
- diffuser et communiquer les savoirs acquis dans le respect de la confidentialité.

Les données de sortie nous indiquent qu'il s'agit de mettre à disposition des clients des informations, connaissances, savoirs acquis et valorisés grâce aux contributeurs : CRPR, Centres techniques internes / externes, Filiales, Réseaux, Partenaires CRPR (universités, écoles d'ingénieurs).

Le processus se traduit en deux procédures :

- la procédure Veille
  - les procédures Transfert d'expertise qui elle-même se divise en 4 axes :
- Guidelines et handbooks : ils ont pour but de produire des « normes internes pour le Groupe »,
  - Réseaux : ils ont pour objet « d'échanger les pratiques et faire circuler les savoirs, de proposer des projets de R&D, de définir les références du Groupe. Ils représentent un lieu d'expertise pour aider les filiales à résoudre leurs problèmes techniques et scientifiques. »
  - Outils supports : il s'agit de « décrire les caractéristiques des ressources matérielles, de produire des recommandations méthodologiques afin de définir des exigences minimales pour le CRPR, et de fluidifier le cycle de vie des documents internes destinés au partage des connaissances »,
  - Communication : pour « faire connaître les activités du CRPR, favoriser la circulation des connaissances de R&D du Groupe, de mettre en valeur les travaux innovants, de rendre visibles les valeurs du CRPR devant le Groupe : professionnalisme, création de valeur, ouverture. »

On voit alors que ces procédures sont mises en action dans l'Intranet R&D et son Infocentre.

---

<sup>43</sup> Voir la carte d'identité du processus en annexe p.63.



## 4.2 Qu'est ce qu'un mode opératoire et pourquoi le mettre en place ?

Toute alimentation de site Internet ou Intranet suppose un fonctionnement établi, formalisé, réglé. A fortiori lorsqu'il s'agit d'un Intranet mis en place dans le cadre d'une certification ISO. Dans notre cas, il faut donc mettre en place des procédures d'alimentation.

Chaque processus ISO se divise en différentes procédures, qui peuvent elles-mêmes appeler des modes opératoires, mais ces derniers ne sont pas obligatoires.

De manière générale, créer des procédures et des modes opératoires permet :

- d'assurer la reproductibilité d'une tâche,
- de sauvegarder un savoir-faire,
- d'harmoniser les pratiques,
- d'informer les nouveaux arrivants.

Dans notre cas, il s'agira de créer des modes opératoires d'alimentation de l'Infocentre en lien avec les procédures de référence.

Un mode opératoire a pour but de présenter différentes actions à mettre en œuvre pour effectuer une tâche. Les modes opératoires n'étant pas obligatoires dans la certification ISO, il n'y a donc pas de règles absolues en la matière. Cependant, on peut trouver quelques conseils pour leur rédaction. Les principes d'un bon mode opératoire sont :

- de décrire en détail la succession des actions pour mener à bien une tâche identifiée dans une procédure,
- de définir précisément la séquence des actions (ou opérations élémentaires) réalisées en une seule fois et/ou par un même rôle.

Dans les conseils pour rédiger un mode opératoire, on peut trouver que :

- il ne doit pas décrire l'organisation de l'activité dans laquelle la tâche s'inscrit...
- ...ni les circuits d'information, de décision ainsi que les autres tâches reliées à celle décrite dans le mode opératoire,
- les phrases doivent être courtes, directes, en langage technique (« un mode opératoire s'exécute comme une recette de cuisine »),
- il faut être précis dans l'exécution de la tâche : aucune liberté ne doit être laissée à son exécution,
- il est préférable de faire ressortir toute action importante (police de caractère etc.).

### 4.3 Comment le concevoir ?

Ma tâche va donc être de rédiger des modes opératoires pour l'alimentation de l'Infocentre, ce qui va constituer l'un des objectifs du service Affaires Scientifiques et Règlementaires pour les prochains mois.

Qu'est-ce que l'alimentation de l'Infocentre ? Derrière ce terme, je suppose qu'il s'agit de gérer tous les flux de l'Infocentre (« entrant » et « sortant »).

Au préalable de la rédaction de ces modes, je dois travailler sur la définition des produits de l'Infocentre afin de bien les cerner, les appréhender, car, comme l'indique Michel Germain, « tout contenu reste une abstraction tant que n'est pas clarifié ce qu'il nécessite comme traitement<sup>44</sup> » et comme je l'avais indiqué auparavant, la définition des produits n'était pas toujours aisée à comprendre. C'est un travail qui a été entamé durant mon stage avec la chef de service, afin de bien comprendre ce qui avait été pensé au moment de la rédaction du cahier des charges.

Notre méthodologie pour le moment consiste à :

- procéder par étapes, selon les priorités qui avaient été établies (quelques unes ont été revues en fonction des possibilités de l'Infocentre actuel) : cela se fera en trois temps, je m'attelle donc tout d'abord à concevoir et rédiger les modes opératoires du 1<sup>er</sup> tableau<sup>45</sup>.
- Je vais produire les contenus (grâce aux indications de la chef de service) et en même temps, réfléchir au mode opératoire et le rédiger. Par exemple, je vais devoir collecter des informations sur tous les Périsopes accessibles du Groupe afin d'établir un référentiel des bonnes pratiques ou des documents clés du Groupe (en QSE, etc.). Il faudra en même temps réfléchir à la mise à jour de ces informations, au meilleur moyen de les récupérer (peut-être en contactant des personnes, etc.).

Plusieurs réflexions générales sont à mener avant et pendant la rédaction :

- Il faut tout d'abord définir le point de départ du mode opératoire : s'agit-il du mode opératoire pour chaque rubrique de l'Infocentre ? Ou de chaque « type » de documents de

---

<sup>44</sup> GERMAIN, Michel. *Conduite de projet Intranet*. Paris: Economica, 2004, p.36.

<sup>45</sup> Voir le tableau en annexe p.58.

l'Infocentre qu'il aura fallu définir avant (ex : un contact (fournisseur, personne), un document patrimonial, etc.) ?

- De ce choix découlera la définition du degré de détail (un mode opératoire pour chaque veille thématique ? etc.)
- Enfin, un mode opératoire devra-t-il prendre en compte la totalité de la chaîne du contenu ou faudra-t-il rédiger des modes opératoires généraux sur l'archivage des contenus ou leur suppression de l'Infocentre ?

Dans tous les cas, chaque mode opératoire devra répondre au minimum au qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? Et donc définir précisément :

- les documents ou informations concernées,
- les acteurs concernés,
- les fréquences,
- les tâches à effectuer.

Ces modes opératoires demandent une réflexion précise si l'on veut qu'ils soient utiles et efficaces. Dans un premier temps, ils ne seront pas figés. On pourra procéder par essais et erreurs afin de les améliorer. Comme l'indique la chef du service Affaires Scientifiques et Règlementaires, il s'agit d'une tâche totalement nouvelle, qui n'existait pas avant, contrairement aux modes opératoires pour la mesure de tel ou tel gaz, pour l'utilisation de telle ou telle machine du CRPR, tâches presque quotidiennes des ingénieurs. Dans leur cas, ils doivent mettre en mots et formaliser des pratiques établies. Dans notre cas, il s'agit de planifier et de mettre en mots des pratiques totalement nouvelles.

Enfin, je pense qu'il serait bon de créer, en complémentarité de ces modes opératoires, une sorte de charte éditoriale, assez légère, pour les contributeurs extérieurs au CRPR : ils pourront en effet eux aussi contribuer, que ce soit en déposant des commentaires sur les fournisseurs et les contacts externes, mais aussi, et ce serait alors une grande réussite, en proposant des documents ou des sources.

## Conclusion

Pour conclure, nous avons étudié dans ce rapport deux grandes phases de la mise en place ou de la consolidation d'un Intranet : l'aspect fonctionnel et l'aspect « contenu », à la lumière d'un cas particulier en entreprise.

J'ai, pour des raisons de clarté, traité ces deux grands axes séparément dans mon étude, mais il va sans dire qu'elles se construisent en parallèle, en corrélation, les deux étant liées.

De mon point de vue, je tire les enseignements de ces 6 mois de stage : la mise en place d'un projet d'une telle envergure nécessite d'avoir plusieurs compétences qu'aucun individu ne peut maîtriser totalement à lui seul. L'ayant déjà remarqué au cours de mon Master par la réalisation de travaux de groupe, et notamment de la journée EGIDE, je retiendrai qu'il est indispensable qu'une équipe de travail soit pluridisciplinaire. Ceci nécessite de travailler en « mode projet », parfois difficile à mettre en place en entreprise. Il est pourtant important de définir précisément les responsabilités notamment afin de savoir qui prend les décisions.

Pour ma part, ce stage se termine positivement puisqu'il va donner suite à un CDD afin de continuer la mission qui m'a été confiée. Je m'efforcerai donc de rectifier mes erreurs, en espérant y parvenir au mieux. Et surtout, je vais tenter de relever les défis qui attendent notre projet d'Infocentre dans les jours et mois à venir, afin que ceux-ci ne deviennent pas des obstacles à sa réalisation :

- Les questions de budget : on le sait, elles peuvent influencer fortement la réalisation d'un projet NTIC. C'est le cas chez Pernod Ricard. Le CRPR a beau dépendre d'un groupe au chiffre d'affaires impressionnant, il ne dispose pas d'un budget suffisant pour faire appel à des prestations de communication par exemple, contrairement au service Marketing, sur lequel le Groupe mise beaucoup. Il s'agit alors de convaincre les décideurs (ici les directeurs du CRPR) pour qu'ils complètent le budget imparti par la DSI holding aux développements des Périsopes.

- L'implication du personnel et l'accompagnement au changement : il va s'agir de lever les résistances et démontrer le retour sur investissement en mettant en valeur les contributeurs.
- Pour cela, les modes opératoires devront être clairs et complets, tant pour les responsables que pour les contributeurs de l'Infocentre.
- Enfin, la mise en production du nouvel Infocentre, et même du nouveau Périscope R&D, va demander un plan de communication efficace. L'Infocentre était jusque là « en gestation ». Il faudra mettre en œuvre une démarche « pédagogique », de formation, pour les contributeurs du CRPR mais aussi pour les correspondants des filiales afin que ce portail donne naissance à un produit vivant et animé.

## Bibliographie

### Monographies complètes

ALIN, Frédéric, Xavier AMOROS et Marc SALIOU. *L'entreprise Intranet*. Eyrolles. Paris : 2002.

BENARD, Jean-Louis. *Les portails d'entreprise, conception et mise en œuvre*. Hermès. Paris : Lavoisier, 2002.

GERMAIN, Michel. *Conduite de projet Intranet*. Paris: Economica, 2004.

NOGIER, Jean-François. *Ergonomie du logiciel et design Web*. Paris : Dunod, 2005.

### Articles

D'ESPINAY, Soizic. Mettre en place un intranet documentaire. *Archimag*. 2008, n°216, p. 32-34.

### Rapports de stage

GOSELIN, Sébastien. *Etude pour la mise en place d'un portail*. Mémoire DESS SID, Université Charles de Gaulle, Lille 3, 2003.

### Sites complets

Alain Robillard-Bastien. *Ergoweb.ca*. [en ligne]. <<http://www.ergoweb.ca/index.html>>

### Pages de sites

Gestion de contenu. In Comment ça marche. (Consulté le 21/08/08). <<http://www.commentcamarche.net/www/cms.php3>>

DUHAMEL, Manuela, Vanessa PERCHENET. La gestion de contenu : quelles réalités pour les entreprises ? In OBTIC. *Observatoire Technologies de l'Information et de la Communication*.

<<http://observatoire.tic.free.fr/index?rubrique=dossiersThematiques&sousRubrique=synthese&id=3>>

Norme ISO 9001: 2000. In International Standard Organization. (Consulté le 21/08/08).

<[http://www.iso.org/iso/fr/catalogue\\_detail?csnumber=21823](http://www.iso.org/iso/fr/catalogue_detail?csnumber=21823)>





## **Résumé**

Le stage de fin d'études de 6 mois que j'ai effectué au sein du Centre de Recherche Pernod Ricard avait pour objet d'améliorer l'Infocentre, portail documentaire de l'Intranet Recherche et Développement du Groupe. Ma mission a donc consisté à établir un cahier des charges en vue des futurs développements après avoir étudié l'existant et recueilli les besoins. Parallèlement, il a fallu étudier la manière d'alimenter ce portail, notamment en concevant les modes opératoires d'alimentation de l'Infocentre en lien avec le processus « Partage des connaissances » de la certification ISO 9001, en cours de mise en place durant mon stage.

### **Mots-clés**

Intranet  
Portail documentaire  
Audit  
Cahier des charges  
Partage des connaissances  
Mode opératoire

---

## **Abstract**

The training of 6 months that I made within the Pernod Ricard Research Center had for object to improve Infocentre, documentary portal of the Group Research and Development Intranet. My mission consisted in establishing a condition of contract with the aim of future developments of the Intranet. At the same time, it was necessary to study the way of feeding this portal, notably by conceiving the operative modes to feed it in link with the process "Knowledge Sharing" of the ISO 9001 certification.

### **Keywords**

Intranet  
Documentary portal  
Audit  
Condition of contract  
Knowledge sharing  
Operative mode



Manuela Duhamel

MASTER 2

Gestion de l'Information et du Document en Entreprise

Mémoire de stage

Effectué du 14 avril au 30 septembre 2008

Au sein du Centre de Recherche Pernod Ricard

## ANNEXES

### **COMMENT PENSER L'AMELIORATION DU PORTAIL DOCUMENTAIRE D'UN INTRANET RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT D'UN GROUPE INTERNATIONAL ?**

Sous la direction de :

Melle Katia Thébaut, responsable professionnelle

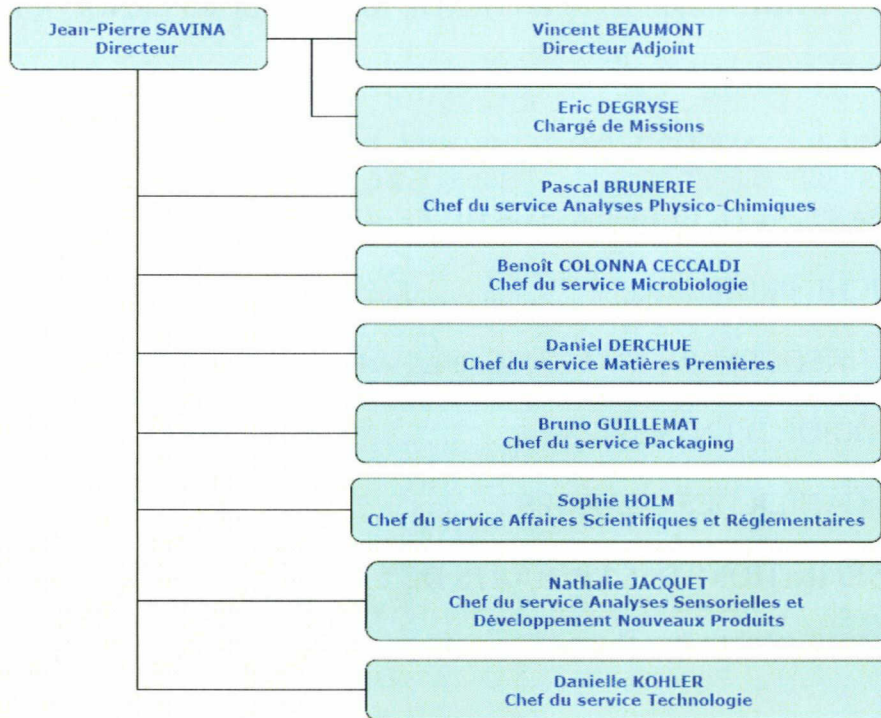
M. Christian Wallyn, responsable universitaire



## SOMMAIRE DES ANNEXES

ANNEXE I : ORGANIGRAMME DU CENTRE DE RECHERCHE PERNOD RICARD.....	2
ANNEXE II : RETRO-PLANNING .....	3
ANNEXE III : PAGE D'ACCUEIL DU PERISCOPE R&D .....	4
ANNEXE IV : PARTIE COLLABORATIVE DU PERISCOPE R&D.....	5
ANNEXE V : FICHE PROFIL.....	7
ANNEXE VI : L'INFOCENTRE DU PERISCOPE R&D.....	8
ANNEXE VII : GUIDE D'ENTRETIEN.....	24
ANNEXE VIII : CAHIER DES CHARGES .....	26
ANNEXE IX : DEFINITIONS DES PRODUITS DE L'INFOCENTRE.....	55
ANNEXE X : FICHE D'IDENTITE PROCESSUS PARTAGE DES CONNAISSANCES..	63

## ANNEXE I : ORGANIGRAMME DU CENTRE DE RECHERCHE PERNOD RICARD



## ANNEXE II : RETRO-PLANNING - Mis à jour en mai 2008

	14/04/08	21/04/08	28/04/08	05/05/08	12/05/08	19/05/08	26/05/08	01/06/08	08/06/08	15/06/08	23/06/08	30/06/08	07/07/08	14/07/08	21/07/08	28/07/08	04/08/08	11/08/08	18/08/08	25/08/08	01/09/08	08/09/08	15/09/08	22/09/08
Connaissance du contexte																								
Le CRPP, organigramme...																								
Contexte de création de l'Innocentre																								
Cahier des charges, études, maquettes																								
Analyse de l'existant																								
Premières manipulations																								
Administration Innocentre																								
Benchmark																								
Analyse des autres périscoopes																								
Analyse de sites Internet																								
Rencontre avec admin périscope Marketing ?																								
Etat de l'art																								
Etablir bibliographie / Webographie																								
Lecture																								
Synthèse																								
Synthèse sur le droit de l'information																								
Calendrier																								
Etablir retro-planning																								
Alimentation																								
Alimentation de l'Innocentre																								
Recueil des besoins																								
Constituer l'enquête																								
Constituer entretiens																								
Administrateurs																								
Utilisateurs																								
Analyse des besoins																								
Mise en forme																								
Hiériorchisation																								
Cahier des charges																								
Rédaction																								
A rendre																								
Produits documentaires																								
Propositions																								
Aide en ligne et guide utilisateur																								
Rédaction																								
Mise en ligne																								
<b>MEMOIRE M. DUHAMEL</b>	14/04/08	21/04/08	28/04/08	05/05/08	12/05/08	19/05/08	26/05/08	01/06/08	08/06/08	15/06/08	23/06/08	30/06/08	07/07/08	14/07/08	21/07/08	28/07/08	04/08/08	11/08/08	18/08/08	25/08/08	01/09/08	08/09/08	15/09/08	22/09/08
Mémoire																								
Premier bilan tuteur																								
Définition de la problématique																								
Plan du mémoire																								
Rédaction mémoire																								
Fiendre le mémoire																								
Préparation soutenance																								
Soutenance																								



# ANNEXE III : PAGE D'ACCUEIL DU PERISCOPE R&D

Copie d'écran effectuée le 02/05/08

**CRPR Periscope - Microsoft Internet Explorer**

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Recherche Favoris

Adresse [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=462&mode=2&in\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=462&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true) OK Liens

**periscope** Research & Development

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'Infocentre

**Rubriques**

- Réseaux
- Activité Technique du CRPR
- Projets
- Communautés
- Infocentre**
- Boîte à outils
- Ressources scientifiques
- Quoi de neuf ?
- Recherche groupe
- Aide**
- Accueil
- FAQ
- Contactez-nous
- Déconnexion

**News** Créer un article

**Newsletter** [Ready to Read - Janvier 2008](#) 01 05 2008

Dear All,  
A new fabulous brand to come soon in Pernod Ricard portfolio. Absolut vodka has shown impressive growth in the last 5 years due to strong innovation input: marketing, communication, packaging, flavours. We are looking forward to meet their team and know more about their best practices.  
In the mean time, as a follow up of the innovation forum, Anne Claire Rodary and I have been visiting most of the Brand Owners to discuss their innovation priorities and help them initiating the 1st innovation process step: "From ideas to projects".  
A presentation was made by Anne Claire in Les Embiez to update the marketing community on the follow up of the innovation forum and introduce the innovation management process that has been developed with the input of several brand owners. At this occasion, the "Innovation Tool Kit" was presented in the CRPR Stand in Les Embiez.  
*Créé par sgosselin*

**Newsletter** [Ready to Read - Janvier 2008](#) 31 01 2008

Dear All,  
First of all, I would like to wish you the very best for the year 2008, both for your personal and professional life. As you know, Pernod Ricard is now engaged in an effort toward innovation. The Innovation Forum represented the kick-off of these efforts and all the ideas generated are now available on Periscope. I would recommend that you visit the site and evaluate the potentialities for your brands. In January and February Jean Paul Richard, Anne-Claire Rodary and myself will visit most of the Brand Owners to identify the most promising ideas and to discuss the next steps.  
*Créé par sgosselin*

**Innovation Forum** [Interview d'Anne Claire Rodary sur le Periscope Marketing](#) 09 11 2007

Anne Claire Rodary donne une [interview](#) sur le Periscope Marketing à propos du premier Forum de l'Innovation.  
*Créé par sgosselin*

**Newsletter Ready to Read - Octobre 2007** 31 10 2007

Dear all,  
This year for the first time, the network members had the opportunity to orientate the R&D

**Depuis l'Infocentre R&D**

[Securite alimentaire mars08](#) 07 03 2008

Veille scientifique  
*Créé par P. Digeon dans Quoi de neuf ?*

[Base AOAC International](#) 25 03 2008

Méthodes officielles d'analyses  
identifiant : 73841 mot de passe :  
PERNOD  
*Créé par K.Thébaud dans Ressources scientifiques*

Démarrer | | Manuela DUHAMEL - Inb... | Windows Live Hotmail - ... | CRPR Periscope - Micr... | Internet | 10:46

# ANNEXE IV : PARTIE COLLABORATIVE DU PERISCOPE R&D

Copies effectuées le 21/08/08

**Réseaux**

Accueil > Réseaux

CRÉER UN PROJET

Réseau (7)	Responsable		
GEMMON DATA	Jérôme COGARY Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Dried and aged spirits	Benot COLONNA-CECCALI Philippe Morel	Voir les membres	Ecrire aux membres
Flavored spirits & RTD	Carole SCHLEP David DOYLE	Voir les membres	Ecrire aux membres
Food safety & regulations	Suzette HENRIOT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Physical & chemical analysis	Pascal BRUNET	Voir les membres	Ecrire aux membres
Sensory Analysis	Isabelle Rouquet	Voir les membres	Ecrire aux membres
Wine	Nicolas BRULFERT	Voir les membres	Ecrire aux membres

**Les Réseaux :  
accessibles à tous  
les  
« Périscopieurs »**

**Activité Technique du CRPR**

Accueil > Activité Technique du CRPR

CRÉER UN PROJET

Activité Technique du CRPR (24)	Responsable		
AUSTRIE/CHOCOLÉS	Benot COLONNA-CECCALI Phil COLYTS	Voir les membres	Ecrire aux membres
CASA PEDRO DOMBICO	Benot COLONNA-CECCALI Philippe Morel	Voir les membres	Ecrire aux membres
CHIVAS	Benot COLONNA-CECCALI Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres
CUSEMBER	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres
DOMBICO BODEGAS	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres
GWS	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres
IBL	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres
JAN BECHER	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres
MATELL	Pascal BRUNET Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres
BRUNO	Pascal BRUNET Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres
GWG	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres
PERROD	Benot COLONNA-CECCALI Jean-François LAESI	Voir les membres	Ecrire aux membres
PERRE JAMET	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres
PP ARGENTINA	Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres
PP CHINA	Benot COLONNA-CECCALI Philippe Morel Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres
PERISCOPE	Sylvain DU CARMET Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres
PP HOLLAND	Benot COLONNA-CECCALI	Voir les membres	Ecrire aux membres

**Les Activités  
Techniques :  
espace  
« critique »  
soumis à la  
confidentialité**



Projets - Microsoft Internet Explorer

http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4718&PageID=4371&mode=2&n\_n\_userid=4645&cached=true

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'infocentre

**Projets**

Accueil > Projets

Cet espace est prévu pour accueillir les projets ne faisant pas partie des réseaux de R&D définis.

[+ CREER UN PROJET](#)

Projets (20)	Responsable		
Alcohol & Juices	Marthe LELEU	Voir les membres	Ecrire aux membres
Analysis of Contaminants	Vincent BEAUBAINT Nathalie JACQUET	Voir les membres	Ecrire aux membres
Angel Share	Michel BRULFERT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Consumer perception of wine quality	Genevieve GULLLOT Nathalie JACQUET	Voir les membres	Ecrire aux membres
Contaminants	Gopher HOLMANGROT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Ferrous Suppliers Data Base	Marie-Laure CYPRIANI GARNIER	Voir les membres	Ecrire aux membres
Flavors of gins	Jessiah HOMELL Pascale BRUNERE	Voir les membres	Ecrire aux membres
es/Emblic	Bruno GUILLEMAT Nathalie JACQUET	Voir les membres	Ecrire aux membres
ow Alcohol Wines (VDQA)	Genevieve GULLLOT	Voir les membres	Ecrire aux membres
ow Alcohol Yeast	Fabrice GIRARD	Voir les membres	Ecrire aux membres
2 and closives	Bruno GUILLEMAT	Voir les membres	Ecrire aux membres
ak Wood for maturation	Daniel DERCHIE	Voir les membres	Ecrire aux membres
ipaque spirit	Benoit COLONNA-CECCALDI Peter Moore	Voir les membres	Ecrire aux membres
Pearl Effect	Marthe LELEU	Voir les membres	Ecrire aux membres
Sauvignon blanc	Benoit COLONNA-CECCALDI André FROST	Voir les membres	Ecrire aux membres
Sensory Analysis best practices	Nicole BREN	Voir les membres	Ecrire aux membres
Shelf Life	Danielle KOHLER	Voir les membres	Ecrire aux membres
Sparkling Spirits	Marie-Laure CYPRIANI GARNIER	Voir les membres	Ecrire aux membres

Démarrer | Manuela DUHAMEL - ... | F:\Stage\_CRPR\Mes... | U:\1-Projets\Infocen... | memoire.doc - Micros... | ANNEXES\_memoire.d... | Projets - Microsof... | 11:54

**Les Projets :**  
accessibles à tous  
les  
« Péricopeurs »

Communautés - Microsoft Internet Explorer

http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4726&PageID=4372&mode=2&n\_n\_userid=4645&cached=true

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'infocentre

**Communautés**

Accueil > Communautés

[+ CREER UN PROJET](#)

Communautés (13)	Responsable		
Alcohol & Health	Philippe DINGEON	Voir les membres	Ecrire aux membres
Anti-contaminant/water watch	Bruno GUILLEMAT Jeanette DE MONTGOLFIER	Voir les membres	Ecrire aux membres
Beverage Trends	Marie-Laure CYPRIANI GARNIER	Voir les membres	Ecrire aux membres
CEPS Update	Pascal BRUNERE	Voir les membres	Ecrire aux membres
Food & Drink Safety	Philippe DINGEON	Voir les membres	Ecrire aux membres
FOOD LAW	Fabienne STIARD Sophie HOLMANGROT	Voir les membres	Ecrire aux membres
GMO Issues	Daniel DERCHIE Vincent BEAUBAINT Sophie HOLMANGROT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Microbiology applied to industrial fermentation	Eric LEGRYSE Corinne GOETELIN	Voir les membres	Ecrire aux membres
Newsletter	Sébastien GOSSELIN	Voir les membres	Ecrire aux membres
Packaging Forum	Bruno GUILLEMAT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Packaging Best practices	Bruno GUILLEMAT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Technical Centers	Vincent BEAUBAINT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Formation - Training	Sébastien GOSSELIN	Voir les membres	Ecrire aux membres

Démarrer | Manuela DUHAMEL - ... | F:\Stage\_CRPR\Mes... | U:\1-Projets\Infocen... | memoire.doc - Micros... | ANNEXES\_memoire.d... | Communautés - M... | 12:00

**Les Communautés :**  
surtout des  
veilles  
thématiques.  
Peu de travail  
collaboratif.

# ANNEXE V : FICHE PROFIL

Copie effectuée le 21/08/08

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a user profile page. The browser's address bar shows the URL: `http://rd.perscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=297&cached=true&mode=2&userID=4645`. The page header includes the Research & Development logo and a welcome message: "Bienvenue Manuela Duhamel". A search bar is present with the text "Rechercher dans le site" and "Dans Infocentre".

The main content area is titled "Mon Profil" and contains a form for entering a description. The form fields are as follows:

- Prénom : Manuela
- Nom : Duhamel
- Email :
- Société : CRPR (selected in a dropdown menu)
- Fonction :
- Titre :
- Téléphone :
- Ligne Directe :
- Mobile :
- Fax :
- Commentaires :

Below the form, there is a language selection option: "Langue de navigation : FR / EN". A "VALIDER" button is located below this option. A link "Modifier votre mot de passe" is also visible.

At the bottom of the profile section, there is a silhouette icon for a profile picture and a link "Modifier Effacer".

Two callout boxes with arrows pointing to specific elements on the page contain the following text:

- The first callout points to the "Société" dropdown menu and contains the text: "Fiche profil rattachée à l'annuaire du Groupe".
- The second callout points to the "Langue de navigation" option and contains the text: "Le profil permet aussi de choisir la langue de navigation".

The browser's taskbar at the bottom shows several open applications, including "Manuela DUHAMEL", "F:\Stage\_CRPR\Mes...", "U:\1-Projets\Infoce...", "memoire.doc - Micro...", "ANNEXES\_memoire...", and "Internet Explo...". The system clock shows the time as 14:13.

## ANNEXE VI : L'INFOCENTRE DU PERISCOPE R&D (En « construction »)

Copies effectuées le 21/08/08

La Boîte à outils et ses 4 sous-rubriques :

The screenshot shows the 'Infocentre - Microsoft Internet Explorer' window. The address bar contains the URL: [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=46388&PageID=43598mode=28&n\\_hi\\_userid=4645&cached=true&n\\_hi\\_userid=4645](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=46388&PageID=43598mode=28&n_hi_userid=4645&cached=true&n_hi_userid=4645). The page header includes the 'Research & Development' logo and a welcome message: 'Bienvenue Manuela Duhamel'. A search bar is present with the text 'Rechercher dans le site' and an 'OK' button. The left sidebar contains a 'Rubriques' menu with the following items: Réseaux, Activité Technique du CRPR, Projets, Communautés, Infocentre, Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf?, Recherche groupe, Aide, Accueil, FAQ, Contactez-nous, and Déconnexion. The main content area is titled 'Infocentre > Boîte à outils' and features four sub-sections, each with an icon and a description:

- Annuaire d'Experts**: Annuaire d'experts PR par domaine (CV + mots clés) + lien vers R&D Organisation (organigramme, trombinoscope (Management))
- Fournisseurs R&D**: Fiches fournisseurs (tendances, trucs et astuces)
- Contacts Clés Externes**: Annuaire de contacts académiques
- Vade Mecum R&D**: Dossiers thématiques PR sur les produits, technologies, marchés et consommation. Ex: Contenance d'alcool par verre, réglementation, + composition, effets biologiques (Vade Mecum)

The Windows taskbar at the bottom shows the 'Démarrer' button, several application icons, and the system tray with the date and time '16:02'.



Boîte à outils > Annuaire d'experts :

Experts Directory - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Rechercher Favoris

Adresse http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4649&parentname=CommunityPage&parentid=288&mode=28in\_hi\_userid=4645&cached=true

periscope Research & Development

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'Infocentre

Infocentre > Boîte à outils > Annuaire d'Experts

**Annuaire d'Experts**

Annuaire d'experts PR par domaine (CV + mots clés) + lien vers R&D Organisation (organigramme, trombinoscope (Management))

Nom :  Société :

Domaine(s) d'expertise :  Fonction :

Rechercher GO

**Rubriques**

- Réseaux
- Activité Technique du CRPR
- Projets
- Communautés

**Infocentre**

- Boîte à outils
- Ressources scientifiques
- Quoi de neuf ?
- Recherche groupe

**Aide**

- Accueil
- FAQ
- Contactez-nous
- Déconnexion

Démarrer

Manuela DUHAMEL - Inb... Windows Live Hotmail - ... Experts Directory - ML... Document1 - Microsoft ... MANU (F.)

Internet

10:49

## Boîte à outils > Fournisseurs :

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the 'Infocentre' website. The browser's address bar shows the URL: `http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&PageID=4359&mode=2&an_h_userid=4645&cached=true`. The website header includes the 'Research & Development' logo and a search bar with the text 'Bienvenue Manuela Duhamel' and 'Rechercher dans le site'. The main content area is titled 'Fournisseurs R&D' and features a sub-header 'Fiches fournisseurs (tendances, trucs et astuces)' and a button labeled 'Microbiologie'. A left-hand navigation menu lists various categories such as 'Rubriques', 'Réseaux', 'Activité Technique du CRPR', 'Projets', 'Communautés', 'Infocentre', 'Boîte à outils', 'Ressources scientifiques', 'Quoi de neuf?', 'Recherche groupe', and 'Aide'. The Windows taskbar at the bottom shows several open applications, including 'Re : Mémoire et annex...', 'F:\Stage\_CRPR\Mes\_d...', 'U:\1-Projets\Infocentre\...', 'ANNEXES\_memoire.doc...', and 'Infocentre - Microsof...'. The system clock indicates the time is 10:25.

## Boîte à outils > Contacts clés externes :

Infocentre - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Rechercher Favoris

Adresse [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&parentname=CommunityPage&parentid=298&mode=2&in\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&parentname=CommunityPage&parentid=298&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true) OK Liens

periscope Research & Development

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'Infocentre

Infocentre > Boîte à outils > Contacts Clés Externes

**Contacts Clés Externes**  
Annuaire de contacts académiques

Organismes professionnels

Terminé

Démarrer

Manuela DUHAMEL - Inf... Windows Live Hotmail - ... Infocentre - Microsof... Document1 - Microsoft ... MANU (F:) 10:50

## Boîte à outils > Vade Mecum R&D :

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar contains the URL: [http://rd.periscope.period-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&parentname=CommunityPage&parentid=29&mode=2&in\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://rd.periscope.period-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&parentname=CommunityPage&parentid=29&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true). The browser title is "Infocentre - Microsoft Internet Explorer".

The website content includes:

- Logo:** "periscope Research & Development".
- Header:** "Bienvenue Manuela Duhamel" and a search bar "Rechercher dans le site" with an "OK" button and a dropdown menu "Dans l'infocentre".
- Navigation Menu (left):**
  - Rubriques:** Réseaux, Activité Technique du CRPR, Projets, Communautés.
  - Infocentre:** Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf?, Recherche groupe.
  - Aide:** Accueil, FAQ, Contactez-nous, Déconnexion.
- Breadcrumb:** "Infocentre > Boîte à outils > R&D Vade Mecum".
- Main Content:**
  - Icon:** A folder icon representing a document.
  - Section Header:** "Vade Mecum R&D".
  - Description:** "Dossiers thématiques PR sur les produits, technologies, marchés et consommation. Ex: Contenance d'alcool par verre, réglementation, + composition, effets biologiques (Vade Mecum)".
  - Section Header:** "Alcool".

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the time "10:50" and the date "Terminé". The taskbar includes icons for "Démarrer", "Manuela DUHAMEL - Inb...", "Windows Live Hotmail - ...", "Infocentre - Microsof...", "Document1 - Microsoft...", and "MANU (F:)".

## La rubrique Ressources scientifiques et ses 4 sous-rubriques :

The screenshot displays a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar shows the URL: [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&PageID=4360&mode=2&in\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&PageID=4360&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true). The page content includes:

- Header:** "Research & Development" logo and "periscope". A search bar on the right says "Bienvenue Manuela Duhamel" and "Rechercher dans le site" with an "OK" button.
- Navigation Menu (Left):**
  - Rubriques:** Réseaux, Activité Technique du CRPR, Projets, Communautés
  - Infocentre:** Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf?, Recherche groupe
  - Aide:** Accueil, FAQ, Contactez-nous, Déconnexion
- Main Content Area (Title: Infocentre > Ressources scientifiques):**
  - Revue en ligne:** Lien vers EBSCO
  - Bases S&T:** Liens vers CIAA et Dialog Toolkit
  - Bookmark Web:** Bookmark de liens
  - Documents Externes Clés:** Documents externes clés (OMS, UE...)

The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, several application icons, and the system tray with the time 10:50.



Ressources scientifiques > Revues en ligne :

Les revues en ligne ouvrent directement (sans page intermédiaire) un portail d'abonnements.

The screenshot displays a Microsoft Internet Explorer browser window. The main page is titled 'periscope Research & Development' and features a navigation menu on the left with sections for 'Rubriques', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area is titled 'Revues en ligne' and includes a search bar and a 'Lien vers EBSCO' link. An inset window shows the EBSCOhost Electronic Journals Service (EJS) login page, which includes a login form with fields for 'Customer Code', 'Username', and 'Password', and a 'Login' button. Below the login form, there are 'Quick Links' and a list of features for students, researchers, faculty, and librarians.

**periscope** Research & Development

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'Infocentre

Infocentre > Ressources scientifiques

**Revues en ligne**

Lien vers EBSCO

EBSCOhost Electronic Journals Service - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse <http://ejournals.ebsco.com/Login.asp>

**EBSCO HOST** Electronic Journals Service

ATHENS Login

Need help?

Customer Code:  Username:  Password:  Login

**Quick Links:**

- ▶ [EJS Brochure \(PDF\)](#)
- ▶ [Complete List of Journals on EJS](#)
- ▶ [Publisher License Agreements](#)
- ▶ [Read our Privacy Policy](#)
- ▶ [Terms and Conditions](#)

**Student** Researcher Faculty Librarian

For students, EJS can help you quickly find the articles you need to get your research papers and other assignments done in record time. EJS puts all the e-journals made available to you by your library in a single place on the Web, so you don't have to jump all over the place to find the articles you need. With EJS, you can:

- **Find a specific journal** quickly by using the Find Journals feature.
- **Browse through a list of all journals** available with the Browse feature.
- Browse a list of **subject categories**, then view a list of all journals that fall in a category of interest. This allows you to easily find journals that cover specific topics.
- **Find specific articles** quickly using the Find Articles feature. Search by article title or by the author's name.
- **Find articles that cover a specific topic** by searching for keywords in the titles, abstracts, and even full text of millions of articles.
- Read article abstracts and **link directly to full text** of the articles you find.
- **Create your own personal storage area** on EJS and fill it with links to journals, issues, or articles

Internet

Manuela DUHAMEL ... Windows Live Hotm... Infocentre - Microso... EBSCOhost Electr... Document1 - Micros... MANUJ (F:) 10:51

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the 'Infocentre' website. The browser's address bar shows the URL: [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=46386&PageID=43608mode=28in\\_hi\\_userid=46458&cached=true#](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=46386&PageID=43608mode=28in_hi_userid=46458&cached=true#). The website header includes the 'periscope' logo and 'Research & Development' text. A search bar in the top right corner contains the text 'Bienvenue Manuela Duhamel' and 'Rechercher dans le site' with an 'OK' button. A navigation menu on the left lists categories such as 'Rubriques', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area features a blue header 'Infocentre > Ressources scientifiques > base S&T' and a section titled 'Bases S&T' with the subtext 'Liens vers CIAA et Dialog Toolkit'. Below this, there is a link for 'Base AGAC International' with the note 'Méthodes officielles d'analyses identifiant : 73841 mot de passe : PERNOD'. The Windows taskbar at the bottom shows the user 'Manuela DUHAMEL' and the time '10:51'.

Ressources scientifiques > Bookmark Web :

Infocentre - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente - Recherche Favoris

Adresse http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=4360&mode=2&hi\_userid=46458&cached=true#

Research & Development  
periscope

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'infocentre

Infocentre > Ressources scientifiques > Bookmark Web

**Bookmark Web**  
Bookmark de liens

**Packaging**

**Rubriques**

- Réseaux
- Activité Technique du CRPR
- Projets
- Communautés

**Infocentre**

- Boîte à outils
- Ressources scientifiques
- Quoi de neuf ?
- Recherche groupe

**Aide**

- Accueil
- FAQ
- Contactez-nous
- Déconnexion

Terminé

Démarrer

Manuela DUHAMEL - Inb... Windows Live Hotmail - ... Infocentre - Microsof... Document1 - Microsoft ... MANU (F-) Internet

10:52

# Ressources scientifiques > Documents Externes Clés :

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar contains the URL: [http://ird.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=465&parentName=Gateway&parentID=None&mode=2&n\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://ird.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=465&parentName=Gateway&parentID=None&mode=2&n_hi_userid=4645&cached=true). The page header includes the 'periscope' logo and 'Research & Development'. A search bar at the top right says 'Rechercher dans le site' with an 'OK' button and a link to 'Dans l'Infocentre'. A navigation menu on the left lists categories like 'Rubriques', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area has a breadcrumb trail: 'Infocentre > Ressources scientifiques > Documents externes clés'. Below this is a search box with a 'GO' button and the message 'La recherche n'a retourné aucun résultat'. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the time 10:52 and several open applications.



La rubrique Quoi de neuf ? :

N.B : entre temps, il a été décidé de supprimer la rubrique « Revue de presse », qui aurait demandé un travail trop important.

Infocentre - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Recherche Favoris

Adresse [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&PageID=4361&mode=2&in\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=463&PageID=4361&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true) OK Liens

periscope Research & Development

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'infocentre

**Rubriques**

- Réseaux
- Activité Technique du CRPR
- Projets
- Communautés

**Infocentre**

- Boîte à outils
- Ressources scientifiques
- Quoi de neuf ?
- Recherche groupe

**Aide**

- Accueil
- FAQ
- Contactez-nous
- Déconnexion

Infocentre > Quoi de neuf ?

**Veille**  
Veilles thématiques

**FAQ News**  
SVP technique et FAQ (questions chaudes du moment)

**Alertes**  
Alertes ponctuelles (articles, conférences ...) et périodiques

**Revue de Presse**  
Revue de presse (abonnements revues + compilation des alertes ponctuelles ?)

*Sécurité alimentaire\_mars08*  
Veille scientifique  
Créé par P. Dingenon  
04.04.2008

Terminé

Démarrer

Manuela DUHAMEL - Inb... Windows Live Hotmail - ... Infocentre - Microsof... Document1 - Microsof... MANU (F-)

Internet

10:53

Quoi de neuf ? > Veille :

Infocentre - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Rechercher Favoris

Adresse [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=43618mode=2&in\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=43618mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true) OK Liens

Research & Development  
periscope

Bienvenue **Manuela Duhamel**  
Rechercher dans le site  OK  
Dans l'Infocentre

Infocentre > Quoi de neuf ? > Veille

**Veille**  
Veilles thématiques

Tendances des boissons Sécurité alimentaire Technologie du whisky Technologie du vin

Terminé

Démarrer Manuela DUHAMEL - Inb... Windows Live Hotmail - ... Infocentre - Microsof... Document1 - Microsoft ... MANU (F:) 10:53

Veille (suite) :

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a web portal. The browser's address bar shows the URL: [http://rd.perscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=4361&mode=2&n\\_h\\_userid=4645&cached=true](http://rd.perscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=4361&mode=2&n_h_userid=4645&cached=true). The page header includes the 'Research & Development' logo and a search bar with the text 'Bienvenue Manuela Duhamel' and 'Rechercher dans le site'. A navigation breadcrumb trail reads 'Infocentre > Quoi de neuf ? > Veille > Tendances des boissons'. The main content area is titled 'Veille' and 'Tendances des boissons', featuring a list of two items: 'Spiritueux\_Tendances-Produits\_Fin07' (dated 22-01-2008) and 'Spiritueux\_Tendances-Produits\_Aout08' (dated 18-10-2007), both created by 'ML Cypriani'. A left-hand navigation menu lists categories such as 'Rubriques', 'Infocentre', and 'Aide'. The Windows taskbar at the bottom shows the user 'Manuela DUHAMEL' and the time '10:53'.

## Quoi de neuf ? > FAQ News :

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the 'Infocentre' website. The browser's address bar shows the URL: `http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=46386&PageID=43618&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true`. The website header includes the 'periscope' logo and 'Research & Development' text. A search bar in the top right corner contains the text 'Bienvenue Manuela Duhamel' and 'Rechercher dans le site' with an 'OK' button. A navigation menu on the left lists categories: 'Rubriques' (Réseaux, Activité Technique du CRPR, Projets, Communautés), 'Infocentre' (Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf?, Recherche groupe), and 'Aide' (Accueil, FAQ, Contactez-nous, Déconnexion). The main content area features a blue header 'Infocentre > Quoi de neuf ? > FAQ News' and a sub-header 'FAQ News' with the text 'SVP technique et FAQ (questions chaudes du moment)'. A blue button labeled 'Packaging' is centered below the text. The Windows taskbar at the bottom shows the 'Démarrer' button, several open applications, and the system clock displaying '10:54'.



Quoi de neuf ? > Alertes :

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the 'Infocentre' website. The browser's address bar shows the URL: `http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=4361&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true`. The website header includes the 'periscope' logo and the text 'Research & Development'. A navigation menu on the left lists categories such as 'Rubriques', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area is titled 'Infocentre > Quoi de neuf ? > Alertes' and features a search bar with the text 'Bienvenue Manuela Duhamel' and 'Rechercher dans le site'. Below the search bar, the page displays the heading 'Alertes' and the subtext 'Alertes ponctuelles (articles, conférences ...) et périodiques'. A central button labeled 'Packaging' is visible. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the time '10:54' and the user name 'MANU (F.)'.

## La rubrique Recherche Groupe :

Microsoft Internet Explorer - Infocentre

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Rechercher Favoris

Adresse [http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=4362&mode=2&in\\_hi\\_userid=4645&cached=true](http://rd.periscope.pernod-ricard.com/portal/server.pt?open=512&objID=4638&PageID=4362&mode=2&in_hi_userid=4645&cached=true) OK Liens »

**periscope** Research & Development

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site  OK

Dans l'infocentre

**Infocentre > Recherche Groupe**

Recherche thématique : Alcool

**Corporate Data** **Références Groupe** **Expertises R&D** **Expertises R&D**

**Rubriques**

- Réseaux
- Activité Technique du CRPR
- Projets
- Communautés

**Infocentre**

- Boîte à outils
- Ressources scientifiques
- Quoi de neuf ?
- Recherche groupe

**Aide**

- Accueil
- FAQ
- Contactez-nous
- Déconnexion

Démarrer | Manuela DUHAMEL - Inb... | Windows Live Hotmail - ... | Infocentre - Microsof... | Document1 - Microsoft ... | MANU (F:) | 10:54

## ANNEXE VII : GUIDE D'ENTRETIEN

### 1) Pratiques documentaires

- De quels types d'informations avez- vous besoin ?
- Comment recherchez-vous les informations et documents ? Quelles sont vos habitudes ?
- A quelle fréquence ?
- Quels outils utilisez-vous : Portail Infodoc, Persist, PÉRISCOPE, Internet (à préciser) ?
- Echangez-vous des infos avec vos collègues du service et des autres services (favoris Internet...)?
- Difficultés rencontrées lors des recherches ?
- Souhaits ? Qu'est-ce que vous aimeriez trouver ?

### 2) Le PÉRISCOPE R&D

- Avez-vous suivi la formation faite par SG pour la partie collaborative ?
- Avez-vous déjà utilisé le PÉRISCOPE et plus particulièrement l'Infocentre ?
- Rubriques utilisées le plus sur le PÉRISCOPE ? Pour quelles raisons ?
  - **La page d'accueil :**
    - Est-elle claire ? Les couleurs ? Le graphisme ?
    - Y a-t-il des parties qui retiennent votre attention ? Les rubriques sont-elles bien nommées ? Le menu est-il clair/compréhensible ?
  - **Fiche d'identification**
    - Les demandes sont-elles claires ?
  - **Boîte à outils :**
    - Qu'est-ce que vous vous attendez à trouver dans cette rubrique ?
    - Que penser des icônes ? Que verriez-vous comme illustration pour chaque rubrique ?
    - Les descriptions de rubriques ?
    - **Annuaire d'experts :** par quel champ recherchiez-vous le plus souvent un expert ?
    - **Fournisseurs R&D :** qu'est-ce que vous aimeriez trouver ? Est-ce que vous pourriez y participer ?
    - **Contacts clés externes :** la description vous convient-elle ? Quels contacts aimeriez-vous y trouver ?
    - **Vade Mecum R&D :** idées de thèmes ?
  - **Ressources scientifiques :**
    - Qu'est-ce que vous vous attendez à trouver dans cette rubrique ?
    - Que penser des icônes ? Que verriez-vous comme illustration pour chaque rubrique ?
    - Les descriptions de rubriques ?
    - **Revue en ligne :** difficultés avec EBSCO ?
    - **Bases S&T**
    - **Bookmark Web :** préférez-vous un classement par grands thèmes ? Par degré de spécialisation des sites ?
    - **Documents externes clés :** souhaiteriez-vous une aide pour rechercher ces documents (ex. : une liste déroulante) ?
  - **Quoi de neuf ? :**
    - Qu'est-ce que vous vous attendez à trouver dans cette rubrique ?
    - Que penser des icônes ? Que verriez-vous comme illustration pour chaque rubrique ?

- Les descriptions de rubriques ?
- **Veille** : les thèmes sont-ils adéquats ?
- **FAQ News** : à quoi vous attendez-vous avec ce titre ? le titre est-il parlant par rapport au contenu ?
- **Alertes** : idem, quelles attentes avec ce titre ?
  
- **Recherche groupe** :
  - Qu'est-ce que vous vous attendez à trouver dans cette rubrique ?
  - Choquant ou pas que l'on change de modèle par rapport aux 3 autres rubriques ?
  - Les descriptions de rubriques ?
  - Quel type de recherche adopteriez-vous ? Par thématique (arôme, etc.) ou par sous-rubrique ?
  - Les 4 sous-rubriques vous paraissent-elles pertinentes ?
  - **Corporate Data**
  - **Références groupe**
  - **Bonnes Pratiques R&D**
  - **Expertises R&D**

Enfin, auriez-vous des contenus à mettre à disposition dès maintenant ? Fournisseurs, documents, liens Web... ?

**ANNEXE VIII : CAHIER DES CHARGES**



**Pernod Ricard**  
Centre de Recherche

**CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL**  
**INFOCENTRE 2 - PERISCOPE R&D**

**28/07/08**

# SOMMAIRE

I. CONTEXTE	28
A. PERNOD RICARD.....	28
B. LES PROJETS PERISCOPES.....	28
C. LE PERISCOPE R&D / L'INFOCENTRE.....	28
1. Présentation du projet.....	28
2. Historique.....	29
3. L'équipe projet.....	29
4. Rôles des différents acteurs du projet.....	30
II. VOLUMETRIE ET FORMATS DES CONTENUS	30
III. EVOLUTIONS SOUHAITEES	30
A. PAGE D'ACCUEIL.....	32
B. RECHERCHE.....	34
C. PROFIL UTILISATEUR.....	35
D. RUBRIQUES.....	36
1. Création d'une rubrique « Veille ».....	38
2. Boîte à outils.....	39
1. Annuaire d'experts.....	39
2. Fournisseurs.....	40
3. Contacts clés externes.....	42
4. Vade Mecum.....	44
3. Ressources scientifiques.....	45
1. Revues en ligne.....	45
2. Bases S&T.....	46
3. Bookmark Web.....	47
4. Documents Externes Clés.....	48
4. Quoi de neuf ?.....	49
1. FAQ News.....	49
2. Alertes.....	50
5. Recherche Groupe.....	51
1. Corporate Data.....	52
2. Références Groupe.....	52
3. Bonnes Pratiques.....	53
4. Expertises.....	53
E. SIMPLIFICATION DE L'ADMINISTRATION.....	54

## I. Contexte

### A. Pernod Ricard

Le Groupe Pernod Ricard fonctionne sur le modèle de la décentralisation : les filiales de distribution et les propriétaires de marques (Brand Owners) sont rattachés à la holding, qui définit la stratégie du Groupe et ses politiques, mais restent en concurrence les uns avec les autres ce qui implique une certaine autonomie.

Le Centre de Recherche Pernod Ricard est une structure d'environ 50 personnes. Elle est rattachée à la holding Pernod Ricard et en dépend donc en partie financièrement, mais elle se trouve sur le site de la filiale Pernod à Créteil.

Les missions principales du CRPR sont :

- de fournir et partager des expertises scientifiques et techniques : gestion des projets de recherche, veille scientifique ;
- de proposer des nouveaux produits et des innovations packaging ;
- d'effectuer des études techniques sur demande des filiales ;
- de contribuer aux études d'Assurance Qualité ;
- de préserver les formules des principales marques Pernod Ricard et d'en vérifier la qualité.

Le CRPR tend donc désormais à se positionner comme un prestataire expert dont les services (prestations « intellectuelles », techniques...) sont facturés aux filiales.

Pour cela, le centre est divisé en 8 grands services ou grandes spécialités :

- Direction (qui comprend les systèmes d'information et réseaux),
- Affaires scientifiques et réglementaires (qui comprennent l'unité InfoDoc),
- Chimie,
- Matières Premières,
- Microbiologie,
- Nouveaux Produits,
- Packaging,
- Procédés Industriels.

De plus, le CRPR s'insère dans une organisation en réseau s'appuyant sur 4 Centres techniques à travers le monde : le but est donc de créer des réseaux d'experts et de favoriser une circulation et un partage des connaissances.

### B. Les projets PÉRISCOPEs

Depuis le lancement du projet en 2001, les PÉRISCOPEs sont les Intranets métiers du groupe Pernod Ricard. Ainsi, chaque branche possède son propre Intranet partagé avec les correspondants des filiales : communication, achats, industrie, marketing... Les outils et technologies utilisées pour développer ces PÉRISCOPEs sont différents. Mais en 2007, les services Marketing, Achats, Industrie et R&D ont fait l'objet de développements communs sous Plumtree (devenu Aqualogic) par le prestataire Unilog (devenu Logica). Seulement, les résultats livrés n'étant pas conformes aux demandes et cahiers des charges formulés, de nouveaux développements sont prévus au cours de cette année 2008 afin de faire évoluer ces PÉRISCOPEs.

### C. Le PÉRISCOPE R&D / l'Infocentre

#### 1. Présentation du projet

Le PÉRISCOPE R&D a pour but de rendre la R&D globalement plus efficace au service de l'innovation, en favorisant la mutualisation des savoirs et des bonnes pratiques et en valorisant

l'expertise du CRPR.

Il se divise en deux parties principales :

- **une partie collaborative** : cette zone, développée sous Plumtree, est l'espace de travail collaboratif où les filiales et les centres techniques travaillent ensemble à résoudre des questions techniques au moyen du travail de groupe. Cette zone héberge les réseaux, les projets qu'ils génèrent, les assistances techniques. Des groupes thématiques, métiers ou filiales, administrés et animés par un leader permettent l'échange et le partage de documents, d'agenda, de forum entre membres autorisés afin de préserver d'éventuelles confidentialités ;
- **une partie Infocentre** : *c'est à cette partie que s'intéressa plus particulièrement notre cahier des charges*. Elle a fait l'objet d'un développement spécifique sous Publisher et se conçoit comme une "bibliothèque virtuelle" permettant l'accès à des documents et ressources non confidentiels. Elle rend accessible les savoirs collectifs pérennes et transversaux au niveau du Groupe et des réseaux de R&D. Cette partie est accessible à tout le monde, contrairement à la première, qui restreint l'accès à certaines parties. L'Infocentre s'adresse à tous les personnels du Groupe appelés à utiliser pour leurs travaux les résultats de la recherche sur les produits et les métiers, ou qui demandent un éclairage interne sur l'état de la connaissance scientifique.

Pour l'Infocentre, on identifie trois grandes cibles :

1. La cible R&D, prioritaire : les chercheurs du Groupe de la fonction R&D, une cinquantaine de personnes.
2. La cible technique : tous les métiers associés à la production : industrie, QSE, voire Achats, et membres des réseaux, 200 à 300 personnes.
3. La cible marketing puis les cadres et dirigeants utilisateurs d'expertise : le marketing a souvent besoin d'information technique pour promouvoir ses produits, imaginer de nouvelles formules, étiqueter, etc. Son besoin en information scientifique est du même niveau que celui des dirigeants et autres cadres non techniques. On la chiffrera à 500-600 personnes.

C'est ainsi que l'on peut définir les enjeux du projet :

- PERISCOPE R&D contribue à rendre la R&D globalement plus efficace au service de l'innovation en favorisant la mutualisation des savoirs et des bonnes pratiques et en valorisant l'expertise du CRPR,
- L'INFOCENTRE R&D rend accessible les savoirs collectifs pérennes et transversaux au niveau du Groupe et des réseaux de R&D.

## 2. Historique

La réalisation première de l'Infocentre s'est déroulée au cours de l'année 2007, début 2008. Le prestataire Unilog ainsi que l'outil Plumtree ont été choisis par la DSI Holding pour la réalisation des Périscopes PSAM, Achats, Industrie et R&D. Chacun de ces partis a ensuite rédigé son cahier des charges indépendamment.

Les responsables du Projet Infocentre ont donc rédigé leur propre cahier des charges.

Mais il faut noter que quelques problèmes ont émaillé le cours du projet :

- retard dans la remise des spécifications fonctionnelles de la part du prestataire,
- retard dans la réalisation des développements,
- difficultés de communication avec les interlocuteurs correspondants.

Au final, la partie « Infocentre » réalisée ne correspond pas tout à fait aux attentes des commanditaires (qui ont du mettre en attente la communication, ainsi que le fonctionnement tel que prévu).

Les nouveaux développements envisagés sont donc extrêmement importants et très attendus pour stimuler la mise en place effective.

## 3. L'équipe projet

Plusieurs personnes interviennent dans les décisions concernant l'Infocentre :



- la responsable principale : Katia Thébaut,
- une administratrice adjointe : Fabienne Suard,
- l'administrateur fonctionnel : Sébastien Gosselin,
- les chefs de service et responsables du CRPR : Sophie Holm et Vincent Beaumont en tant que superviseurs,
- une stagiaire missionnée pour établir le présent cahier des charges : Manuela Duhamel.

Un interlocuteur dédié à la DSI Holding, Pierre Sermain, établit un lien entre les responsables PÉRISCOPE et le prestataire retenu, en tant qu'assistance à maîtrise d'ouvrage.

#### 4. Rôles des différents acteurs du projet

##### *Maîtrise d'ouvrage*

La maîtrise d'ouvrage est constituée de la responsable du projet Infocentre Katia Thébaut, assistée de Manuela Duhamel, ainsi que de l'interlocuteur Holding. Leur rôle est d'établir les besoins relatifs au PÉRISCOPE R&D et de vérifier l'adéquation entre les évolutions réalisées et les souhaits formulés, au fur et à mesure du projet et lors de recettes. Une cellule de pilotage composée de Sophie Holm, Katia Thébaut, Sébastien Gosselin et Vincent Beaumont se réunit régulièrement pour suivre les évolutions et prendre les décisions adéquates.

##### *Maîtrise d'œuvre*

Le prestataire Valtech est le maître d'œuvre choisi par la DSI Holding PR pour réaliser les travaux d'évolution des PÉRISCOPE du groupe.

## II. Volumétrie et formats des contenus

- La volumétrie étant difficile à évaluer, nous pouvons préciser que la mise en ligne de contenus sur l'Infocentre se fera de manière hebdomadaire, voire mensuelle.
- L'outil doit pouvoir prendre en compte divers formats : des liens (URL), des fichiers (PDF, .doc, .xls, etc.), des images (notamment pour les icônes).

## III. Evolutions souhaitées

Il faut noter que les maquettes présentées ont été réalisées sous PowerPoint, outil peu souple pour ce type de travaux, et ne sont donc destinées qu'à donner une idée générale. Nous attendons en réponse, de la part de Valtech, **des propositions d'amélioration à tout point de vue.**

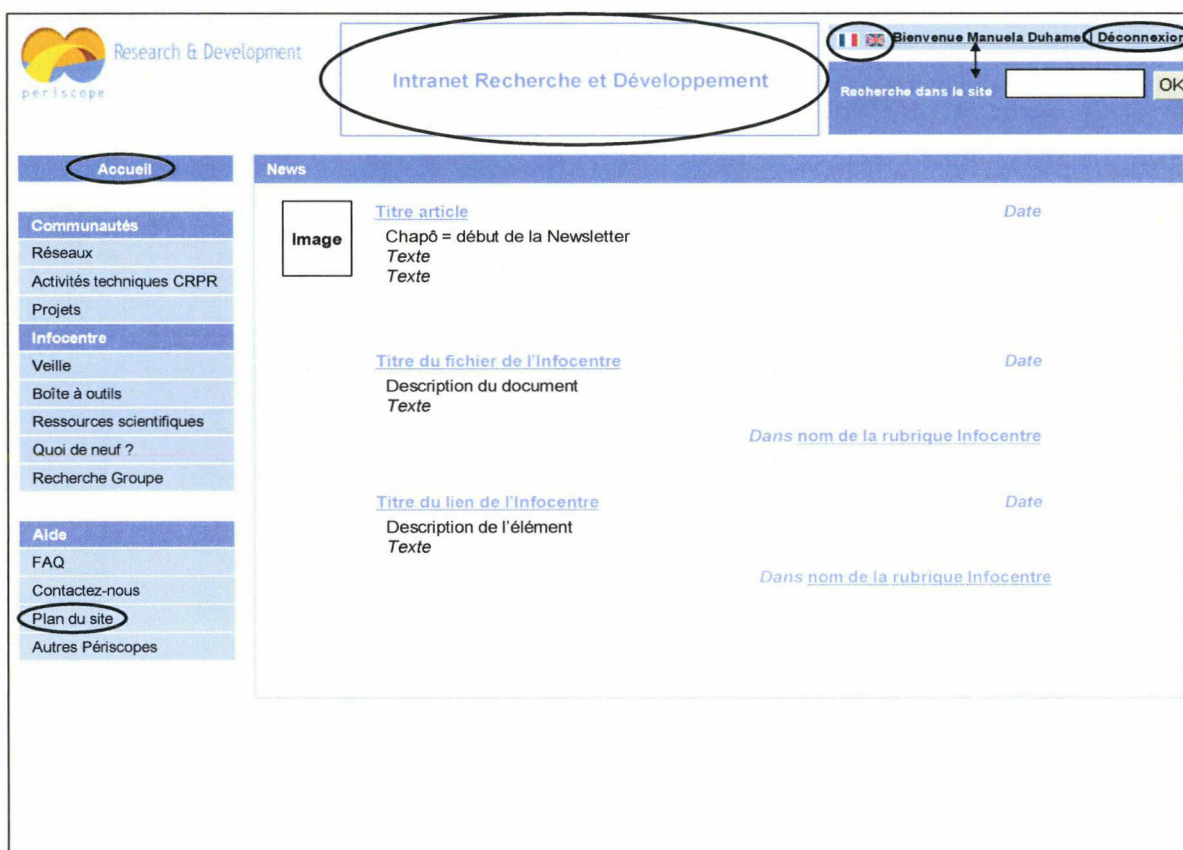
Le PÉRISCOPE R&D est disponible en 2 langues : français et anglais. Ce cahier des charges se base sur la version française du PÉRISCOPE. Il est évident que les développements demandés sont aussi **valables pour la partie anglaise.**

N.B : Quelques termes doivent être précisés avant la lecture : l'Infocentre est constitué **actuellement** de 4 grandes rubriques (Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf, Recherche Groupe), de 15 sous-rubriques (Annuaire d'experts, Bases S&T, FAQ News, Corporate Data etc.) et de thématiques variées qui seront encore affinées par les administrateurs (tendances des boissons, alcool, packaging, organismes institutionnels etc.).

## A. Page d'accueil

Dès la page d'accueil, de nombreux points sont à changer (voir maquette) :

- agrandir le lien « visit CRPR » en page de Login
- créer un bandeau entre le logo et le moteur de recherche. Celui-ci doit indiquer que l'utilisateur se trouve sur l' « Intranet Recherche et Développement ». Ce titre est donc à travailler pour rester en adéquation avec la charte graphique.
- L'utilisateur doit pouvoir choisir la langue de navigation sur la page d'accueil, à l'aide de petits drapeaux cliquables.
- Les liens « Accueil » et « Déconnexion » (qui se trouvent pour le moment dans la rubrique Aide) doivent être détachés et se trouver au dessus du menu de gauche pour le premier et en haut à droite pour le second.
- Le moteur de recherche doit être détaché visuellement du bandeau « Bienvenue ».
- Un plan de site mis à jour automatiquement doit être accessible dans le menu de gauche.



De plus, la partie « News » au centre doit être réorganisée. Les deux blocs actuels « News » et « Depuis l'Infocentre R&D » doivent être fondus en une partie unique. Cette distinction est en effet inutile à l'utilisateur. Les administrateurs devront donc avoir la possibilité de mettre en avant :

- un lien actif vers la Newsletter, un extrait de celle-ci, illustrés d'une image,
- des liens actifs vers des documents publiés dans l'Infocentre, leurs descriptions, ainsi qu'un lien vers la rubrique où ils se trouvent,
- des liens actifs vers des URL publiées dans l'Infocentre, leurs descriptions, ainsi qu'un lien vers la rubrique où ils se trouvent.

Chaque élément doit être accompagné de sa date de publication. En revanche, nous préférons supprimer la mention de l'auteur de la mise en ligne qui existe actuellement sur la page d'accueil.

Des liens vers les autres Péricopes doivent être visibles en page d'accueil grâce à un menu déroulant.



## B. Recherche

Le moteur de recherche (mentionnant pourtant « Recherche dans le site ») ne recherche actuellement que dans la partie collaborative OU dans l'Infocentre si l'on coche la case « Infocentre uniquement », mais il ne peut rechercher sur TOUT le site. Nous souhaitons donc que le moteur recherche ses résultats sur l'intégralité du Périscope R&D.

De plus, un deuxième moteur apparaît dans la page de résultats (voir copie d'écran), ce qui perturbe l'utilisateur et n'est d'aucune utilité. Nous souhaitons donc le supprimer, le moteur principal étant largement suffisant.

**Research & Development**

Bienvenue **Manuela Duhamel**

Rechercher dans le site

Dans l'Infocentre

**Recherche CRPR**

00 résultats correspondent à votre recherche.

Category	Title	Date
[CRPR COMMUNITIES] anisouferfoling watch	0301-0195-TS-03-M_Le choix des matériaux Faison dévélz à l'étrouetane du vin.doc	5/7/2008
[CRPR NETWORK] Wine	innovation Pack vin 31-01-07 bruno.pdf	2/9/2007
[CRPR NETWORK] Wine	presentation bouchon metal pour le vin 12 mai 2007.pdf	6/12/2007
[CRPR COMMUNITIES] FOOD LAW	EC Lex-Req 479-2009 Organisation commune du marché vitivinicole.pdf	6/30/2008
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	AFSSA_Bois_wine_04_22-08-2006.pdf	5/2/2008
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	06-T-R2463_BelacEssaisMFT.pdf	2/13/2007
[CRPR CRPR-ATI] MUMM PERFER-ASJET	Rapport Final AT MUMM 07-C-R35.pdf	6/11/2007
[CRPR CRPR-ATI] MUMM PERFER-ASJET	DS-C-R339.doc	2/21/2007
[CRPR NETWORK] Wine	Sauvignon Blanc_Thesis by M. SUBLEAU	5/21/2008
[CRPR COMMUNITIES] Microbiology applied to industrial fermentation	Parameters influencing varietal fruit release by strains of <i>Saccharomyces cerevisiae</i> - from a controlled synthetic medium to the complexity of Sauvignon blanc must	1/16/2008
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	06-PLN5537v1_cahier_des_charges_MFT_sarlorius.pdf	2/13/2007
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	06-PLN5337v1_cahier_des_charges_MFT_Pa3.pdf	2/13/2007
[CRPR COMMUNITIES] Microbiology applied to industrial fermentation	Sauvignon Blanc_Thesis SUBLEAU February Report 2007.pdf	6/14/2007
[CRPR PFI] Consumer perception of wine quality	06-DI-PQ-0638_Project review 1.pdf	7/16/2008
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	06-T-45971_caracterisation process actual.pdf	2/13/2007
[CRPR COMMUNITIES] Microbiology applied to industrial fermentation	Sauvignon Blanc_Thesis SUBLEAU Presentation April 2007.pdf	6/14/2007
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	Rapport Final AT-PER0606-07-C-R10.pdf	2/16/2007
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	CompenditofreshMFTCubzacv3.pdf	2/13/2007
[CRPR CRPR-ATI] PERNOO	06-T-45241_ProtocolEssaisCertification.pdf	2/13/2007
[CRPR PFI] Les Embere	CEPR Review - Embere 2007 - Fran_2upb	4/22/2008
[CRPR NETWORK] Wine	AVRII_vyos1.pdf	5/25/2008
[CRPR NETWORK] COMMON DATA	2007 July meeting minutes	10/30/2007
[CRPR COMMUNITIES] Alcohol & Health	FN Alcohol generalities 2007 fr.pdf	4/19/2007
[CRPR COMMUNITIES] Food &		

La nouvelle version du moteur devra permettre un tri dans les résultats (par date, par pertinence, par projet, ...) et indiquer clairement dans quelle sous-rubrique est classé le document.



### C. Profil utilisateur

Le profil utilisateur, accessible par le lien « Bienvenue Prénom Nom », doit être affiné car celui-ci est en lien direct avec l'annuaire d'experts. Un pop-up à l'ouverture du site « obligera » l'utilisateur à renseigner certains champs. Ce pop-up apparaîtra à chaque connexion tant que l'utilisateur n'aura pas complété tous les champs obligatoires.

Des champs doivent donc être ajoutés ou affinés (voir maquette) :

- 3 boutons radios Mme/Melle/Mr,
- une liste de noms de société mise à jour,
- une nouvelle liste de fonctions, supprimant les chiffres (0, 1, 2,...) placés actuellement devant chaque titre,
- la création d'un champ Expertises multivalué, permettant aux utilisateurs de spécifier plusieurs expertises (Packaging, Qualité, Analyse sensorielle etc.)
- la création d'un champ Produits multivalué, permettant aux utilisateurs de spécifier plusieurs produits de prédilections (cognac, vin, whisky, etc. ainsi qu'un champ généraliste).

Les champs classiques de coordonnées sont bien sûr conservés.

The screenshot displays the 'Mon profil' (My profile) page within the 'Intranet Recherche et Développement' system. The page is for user 'Manuela Duhamel'. The profile form includes the following fields and options:

- Gender selection:  Mr,  Mme,  Melle
- Nom :
- Prénom :
- Société :
- Fonction :
- Titre :
- Expertise(s) :
- Produit(s) :
- Téléphone :
- Ligne directe :
- Mobile :
- Fax :

At the bottom of the form, there is a red 'VALIDER' button and a link 'Modifier votre mot de passe'. To the right of the form is a silhouette icon with 'Modifier' and 'Effacer' links below it. The left sidebar contains navigation links: Accueil, Communautés (Réseaux, Activités techniques CRPR, Projets), Infocentre (Veille, Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf?, Recherche Groupe), and Aide (FAQ, Contactez-nous, Plan du site, Autres Périscopes). The top right corner shows the user's name and a search bar.

## D. Rubriques

Les administrateurs de l'Infocentre souhaiteraient avoir la main sur le menu de gauche : pouvoir créer, modifier ou supprimer les rubriques.

Afin de limiter le nombre de clics pour l'utilisateur, il est préférable d'adopter un menu déroulant pour faire apparaître les sous-rubriques : celui-ci apparaîtra au clic ou au survol de la souris. Ce développement permettra de supprimer des pages intermédiaires inutiles.

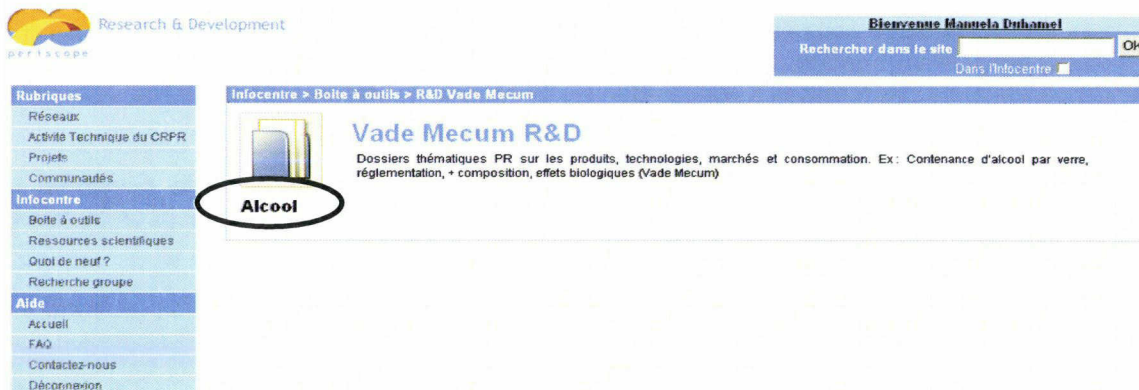
Le menu déroulant devra faire apparaître clairement la page sur laquelle se trouve l'utilisateur en modifiant la couleur de police ou de fond.

The screenshot shows the 'Annuaire d'Experts' page. At the top left is the 'Research & Development' logo with 'periscope' below it. The top center header reads 'Intranet Recherche et Développement'. The top right shows a user greeting: 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion' and a search bar with 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. The main content area is titled 'Annuaire d'Experts' and includes the text 'Annuaire d'experts Pernod Ricard. Recherche par domaine(s) d'expertise, par nom, par société, par fonction.' Below this are several search criteria: 'Nom :', 'Expertise(s) :', 'Produit(s) :', 'Société :', and 'Fonction :', each with a corresponding input field. At the bottom of the search section are 'Annuaire' and 'GO' buttons. On the left, a navigation menu is displayed with categories like 'Communautés', 'Réseaux', 'Projets', 'Infocentre', 'Veille', 'Boîte à outils', 'Ressources scientifiques', and 'Aide'. The 'Boîte à outils' category is expanded, and 'Annuaire d'Experts' is highlighted in blue and circled in red.



De plus, nous souhaitons que quelques améliorations soient généralisées sur l'Infocentre :

- Dans un souci de cohérence, nous préférons éviter la couleur noire pour les titres (notamment des thématiques) dans l'Infocentre et adopter les tons bleus. (Voir copie d'écran)



- De même, les icônes de dossier jaune, ressemblant fortement aux dossiers Windows, ne nous semblent pas convenir à la charte graphique du PÉRISCOPE R&D. De plus, nous demandons à Valtech de **conseiller ou de fournir des icônes qui seront visibles en haut de page de sous-rubrique afin d'illustrer celle-ci.** (Voir copie d'écran)



- Nous aimerions que les sous-rubriques et surtout les thématiques apparaissent dans l'ordre alphabétique dans les deux langues. Actuellement, ce n'est le cas que pour la version anglaise.

- Certains contenus (sites Web, documents...) n'étant disponibles qu'en français, nous aimerions tout de même pouvoir les mettre à disposition des utilisateurs. Ainsi, la solution serait de pouvoir afficher à côté un petit drapeau français lorsqu'il s'agit d'un lien ou fichier uniquement disponible en français.
- Les administrateurs souhaiteraient pouvoir créer une partie archives dénommée « Afficher tout » dans les rubriques : Vade Mecum, Documents Externes Clés, FAQ News, Alertes, Corporate Data, Références Groupe, Bonnes pratiques, Expertises. Cette partie permettrait de conserver des documents moins récents mais toujours d'actualité.
- Certaines sous-rubriques méritent explication : nous souhaiterions avoir la possibilité de proposer une aide en ligne sous forme de pop-up, par exemple, et notamment pour les revues et bases en ligne.
- Il serait préférable de rester sur la page quand on la rafraîchit actuellement, on retourne à la page supérieure de l'arborescence).

## 1. Création d'une rubrique « Veille »

La rubrique « Communautés », qui se trouve actuellement dans la partie collaborative, doit être déplacée dans l'Infocentre et être renommée « Veille ». Cette rubrique apparaîtra donc dans le menu de gauche. Cette dernière faisant appel à une technologie différente, il faut ici réfléchir au moyen de la rendre accessible à partir de l'Infocentre (même si cela requiert une page intermédiaire).

**Nous demandons que les couleurs de toute la partie collaborative (actuellement dans des tons rouges/bordeaux) soient changées pour correspondre aux couleurs du Périscope R&D et de l'Infocentre, dans les tons bleus.**

The screenshot shows the 'Intranet Recherche et Développement' interface. The header includes the 'periscope' logo, the text 'Research & Development', and a user greeting 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion'. A search bar is located in the top right corner.

The left navigation menu includes the following items: Accueil, Communautés, Réseaux, Activités techniques CRPR, Projets, Infocentre, Veille, Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf?, Recherche Groupe, Aide, FAQ, Contactez-nous, Plan du site, and Autres Périscoptes.

The main content area is titled 'Veille' and contains a table with the following data:

Communautés (12)	Responsable		
Alcohol & Health	Philippe BRACEON	Voir les membres	Ecrire aux membres
articoouterfeeding watch	Bruno GUILLEMAT Jacquie DE MONTECLER	Voir les membres	Ecrire aux membres
Beverage Trends	Marie-Josée CYPRIANI GARNIER	Voir les membres	Ecrire aux membres
CEPS Update	Pascal BRUNETTE	Voir les membres	Ecrire aux membres
Food & Drink Safety	Philippe BRACEON	Voir les membres	Ecrire aux membres
FOOD LAW	Fabienne GUARD Sophie HOLM-NOÏROT	Voir les membres	Ecrire aux membres
GMO Issues	Daniel DERCHUE Vincent BEAUMONT Sophie HOLM-NOÏROT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Microbiology applied to industrial fermentation	Eric DEGRYSE Corinne GOSSELIN	Voir les membres	Ecrire aux membres
Newsletter	Séverine GOSSELIN	Voir les membres	Ecrire aux membres
Packaging Review	Bruno GUILLEMAT	Voir les membres	Ecrire aux membres
Technical Centres	Vincent BEAUMONT	Voir les membres	Ecrire aux membres

## 2. Boîte à outils

Les trois premières rubriques de cette partie constituent des annuaires (d'experts, de fournisseurs, de contacts extérieurs) fonctionnant sur le même principe de moteur de recherche.

### 1. Annuaire d'experts

Comme nous l'avons vu, cet annuaire est en lien direct avec le profil d'utilisateur. La recherche de l'annuaire doit donc évoluer comme la fiche profil. Il devra donc être possible de rechercher un expert grâce à plusieurs champs d'expertises et plusieurs champs produits, deux ou plus, ou grâce à des champs multivalués. Il sera bien sûr toujours possible de rechercher un spécialiste par son nom (voire son prénom), sa société et sa fonction.

L'affichage des résultats restera le même qu'à l'heure actuelle.

The screenshot shows the 'Annuaire d'Experts' search page. At the top left is the 'periscope' logo and 'Research & Développement'. The main header contains 'Intranet Recherche et Développement' and a user greeting 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion'. A search bar is located in the top right corner with the text 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. The left sidebar contains a navigation menu with categories: 'Accueil', 'Communautés' (Réseaux, Activités techniques CRPR, Projets), 'Infocentre' (Veille, Boîte à outils, Annuaire d'Experts, Fournisseurs, Contacts Clés Externes, Vade Mecum), 'Ressources scientifiques' (Quoi de neuf ?, Recherche Groupe), and 'Aide' (FAQ, Contactez-nous, Plan du site, Autres Périscopes). The main content area is titled 'Annuaire d'Experts' and includes the subtitle 'Annuaire d'experts Pernod Ricard. Recherche par domaine(s) d'expertise, par nom, par société, par fonction.' Below this are search fields: 'Nom :', 'Expertise(s):', 'Produit(s):', 'Société:', and 'Fonction:'. Each field has a corresponding input box or dropdown menu. At the bottom of the search area are 'ANNULER' and 'GO' buttons.



## 2. Fournisseurs

Cette rubrique se base sur des fiches fournisseurs qui pourront être remplies par les utilisateurs (du Centre de Recherche ou des filiales) et les administrateurs. Il s'agit de faire part d'un retour d'expérience, d'évaluer rapidement la qualité d'un fournisseur. On pourra ajouter une fiche fournisseur ISO 9001 réalisée au CRPR si elle existe.

Les utilisateurs auront la possibilité d'ajouter des commentaires sur cette première fiche (pratique courante sur de nombreux sites Web aujourd'hui. Cf. les sites de journaux permettant de commenter un article.) Champs de la fiche :

- Nom du fournisseur : *champ de saisie libre*
- Coordonnées du fournisseur (adresse, téléphone, adresse mail, URL) : *champs de saisie libre*
- Produits vendus : *champ multivalué avec liste prédéfinie*
- Commentaires : **en anglais**. Possibilité pour l'utilisateur de voir les commentaires précédents et d'en ajouter. *Champ de saisie libre + champs automatiques : date, auteur (=login de l'utilisateur)*

Nous souhaitons que cette rubrique offre deux possibilités de recherche (voir maquette) :

- une barre alphabétique pointant vers des listes alphabétiques par nom de fournisseur,
- un moteur permettant de rechercher à l'aide de plusieurs champs : le nom du fournisseur et le type de produits qu'il vend.

Le moteur recherchera sur les champs « Nom du fournisseur » et « produits vendus » de la fiche. Les fournisseurs seront donc aussi accessibles par ordre alphabétique grâce à la barre.

periscope Research & Development

Intranet Recherche et Développement

Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion

Recherche dans le site  OK

Accueil

Communautés

Réseaux

Activités techniques CRPR

Projets

Infocentre

Veille

Boîte à outils

Annuaire d'Experts

Fournisseurs

Contacts Clés Externes

Vade Mecum

Ressources scientifiques

Quoi de neuf ?

Recherche Groupe

Aide

FAQ

Contactez-nous

Plan du site

Autres Périscopes

Boîte à outils > Fournisseurs

### Fournisseurs

Fiches fournisseurs. Recherche par ordre alphabétique ou par moteur de recherche (nom d'entreprise, type de produits...)

Nom fournisseur :  Produit(s) :

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z

Affichage des résultats : pour chaque fournisseur, trouvé grâce au moteur de recherche ou grâce à la barre alphabétique, on trouvera la fiche de renseignements/commentaires ainsi que la fiche d'évaluation ISO 9001 s'il s'agit d'un fournisseur du Centre de Recherche (qui sera identifiée comme un document disponible uniquement en langue française par un petit drapeau).

The screenshot shows the 'Intranet Recherche et Développement' interface. At the top, there is a logo for 'periscope Research & Development' and a user greeting: 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion'. A search bar is located in the top right corner with the text 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. The main navigation menu on the left includes sections like 'Accueil', 'Communautés', 'Réseaux', 'Projets', 'Infocentre', 'Veille', 'Boîte à outils', 'Annuaire d'Experts', 'Fournisseurs', 'Contacts Clés Externes', 'Vade Mecum', 'Ressources scientifiques', 'Quoi de neuf?', 'Recherche Groupe', 'Aide', 'FAQ', 'Contactez-nous', 'Plan du site', and 'Autres Périscope'. The main content area is titled 'Boîte à outils > Fournisseurs' and 'Fournisseurs'. It contains a search form with 'Nom fournisseur' and 'Produit(s)' fields, and a 'GO' button. Below the search form, the results are displayed under the heading 'Résultats :'. Two results are shown: 'Denison' and 'Evidence'. Each result has two links: 'Lien vers la Fiche renseignements + commentaires' and 'Lien vers fiche ISO (si existe)' with a small French flag icon. At the bottom of the results area, there is an alphabetical navigation bar: 'A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z'.

Afin de préserver d'éventuels écarts, les administrateurs tiennent à être alerté par mail lorsqu'un nouveau commentaire est déposé, et à pouvoir le supprimer. Ce mail devra signaler dans son objet qu'il s'agit d'un événement Périscope R&D et son contenu devra faire état du commentaire déposé, de la date, de l'auteur.

### 3. Contacts clés externes

Cette rubrique se base sur des fiches de contacts d'experts extérieurs au Groupe Pernod Ricard (spécialistes de la Fédération Française des Vins et Spiriteux par exemple). Celles-ci pourront être remplies par les utilisateurs (du Centre de Recherche ou des filiales). Elles ont pour but de faire partager des contacts d'experts joignables pour recueillir des informations, etc. Les utilisateurs auront la possibilité d'ajouter des commentaires sur cette fiche non pour évaluer les personnes mais pour faire part de leur retour d'expérience et conseiller au mieux.

Champs de la fiche :

- Nom et prénom de la personne : deux champs de saisie libre
- Organisme auquel il est rattaché : liste déroulante (avec un champ « Autre » qui permettra de créer un nouvel organisme)
- URL de l'organisme
- Expertises principales : champ multivalué (Cf. le profil d'utilisateur vu plus haut)
- Adresse mail
- URL de page perso
- Commentaires : **en anglais**. Possibilité pour l'utilisateur de voir les commentaires précédents et d'en ajouter. Champ de saisie libre + champs automatiques : date, auteur (=login de l'utilisateur)

Nous souhaitons que cette rubrique offre deux possibilités de recherche (voir maquette) :

- une barre alphabétique pointant vers des listes alphabétiques par nom de contact,
- un moteur permettant de rechercher à l'aide de plusieurs champs : le(s) expertise(s), l'organisme auquel la personne est rattachée, voire son nom.

Le moteur recherchera sur les champs « Expertises principales », « Organisme » et « Nom » de la fiche. Les fiches contacts seront donc aussi accessibles par ordre alphabétique grâce à la barre.

The screenshot shows a web interface for 'Intranet Recherche et Développement'. At the top left is the 'periscopio' logo with 'Research & Development' text. The top right shows a user greeting: 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion' and a search bar with 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. The main navigation menu on the left includes 'Accueil', 'Communautés', 'Réseaux', 'Activités techniques CRPR', 'Projets', 'Infocentre', 'Veille', 'Boîte à outils', 'Annuaire d'Experts', 'Fournisseurs', 'Contacts Clés Externes', 'Vade Mecum', 'Ressources scientifiques', 'Quoi de neuf?', 'Recherche Groupe', 'Aide', 'FAQ', 'Contactez-nous', 'Plan du site', and 'Autres Périscope'. The main content area is titled 'Boîte à outils > Contacts Clés Externes' and 'Contacts Clés Externes'. It features a search instruction: 'Barre alphabétique pour les noms de contacts. Pour chercher par organisme, expertise ou nom : utiliser le moteur.' Below this are input fields for 'Nom :', 'Expertise(s) :', and 'Organisme :'. A 'GO' button is positioned below the 'Organisme' field. At the bottom of the search area is an alphabetical navigation bar: 'A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z'.



Affichage des résultats : pour chaque contact, trouvé grâce au moteur de recherche ou grâce à la barre alphabétique, on trouvera les noms/prénoms, l'organisme de rattachement et la fiche de renseignements/commentaires.

The screenshot shows the 'Intranet Recherche et Développement' interface. At the top, there is a logo for 'periscope Research & Development' and a user greeting: 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion'. A search bar is located in the top right corner with the text 'Recherche dans le site' and an 'OK' button.

The main content area is titled 'Boîte à outils > Contacts Clés Externes'. Below this, the section 'Contacts Clés Externes' contains a search form. The form includes a 'Nom' field, an 'Expertise(s)' dropdown menu, and an 'Organisme' dropdown menu. A 'GO' button is positioned below the form.

Below the search form, a 'Résultats' section displays two entries:

<b>Degryse Eric</b>	Organisme	<a href="#">Lien vers la Fiche renseignements</a>
<b>Watson David</b>	Organisme	<a href="#">Lien vers la Fiche renseignements</a>

At the bottom of the results section, there is an alphabetical navigation bar: A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z.

Afin de préserver d'éventuels écarts, les administrateurs tiennent à être alerté par mail lorsqu'un nouveau commentaire est déposé, et à pouvoir le supprimer. Ce mail devra signaler dans son objet qu'il s'agit d'un évènement Périscope R&D et son contenu devra faire état du commentaire déposé, de la date, de l'auteur.



## 4. Vade Mecum

Comme plusieurs rubriques dans l'Infocentre, le Vade Mecum ne demandera pas d'évolution majeure. Nous continuons sur le principe de thématiques contenant des fichiers et des liens.

The screenshot shows a web interface for 'Intranet Recherche et Développement'. At the top left is the 'periscop' logo and 'Research & Development'. The top right shows a user greeting: 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion' and a search bar with the text 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. A left sidebar contains a navigation menu with categories: 'Accueil', 'Communautés' (Réseaux, Activités techniques CRPR, Projets), 'Infocentre' (Veille, Boîte à outils, Annuaire d'Experts, Fournisseurs, Contacts Clés Externes, Vade Mecum), 'Ressources scientifiques' (Quoi de neuf?, Recherche Groupe), and 'Aide' (FAQ, Contactez-nous, Plan du site, Autres Périscope). The main content area is titled 'Boîte à outils > Vade Mecum' and 'Vade Mecum'. It contains the subtitle 'Dossiers thématiques sur les produits, technologies, marchés et consommation.' and two links: 'Alcool' and 'Tendances de consommation'.

### 3. Ressources scientifiques

#### 1. Revues en ligne

Actuellement, lorsque l'on clique sur le lien « Revues en ligne », une page de portail d'abonnements s'ouvre directement. Nous demandons donc la création d'une page intermédiaire (qui existe déjà pour toutes les autres rubriques) permettant l'ajout de liens et de fichiers.

The screenshot displays the 'Intranet Recherche et Développement' website. At the top left is the 'periscopes Research & Development' logo. The main header contains the text 'Intranet Recherche et Développement' and a search bar with the text 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. A user greeting 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion' is visible in the top right. The left sidebar contains a navigation menu with categories: 'Accueil', 'Communautés' (Réseaux, Activités techniques CRPR, Projets), 'Infocentre' (Veille, Boîte à outils, Ressources scientifiques), 'Bases S&T', 'Bookmark Web', 'Documents Externes Clés', 'Quoi de neuf?', 'Recherche Groupe', 'Aide' (FAQ, Contactez-nous, Plan du site, Autres Périsopes). The main content area is titled 'Ressources scientifiques > Revues en ligne' and features the heading 'Revues en ligne' with the subtext 'Abonnements du CRPR : liste d'abonnements papier, revues en ligne.' Below this, there are two sections: 'Revues complètes en ligne (EBSCO)' with a note 'Pour se connecter la première fois Customer code : pernod - Username : library - Password : rarity' and 'Abonnements papier' with the note 'Liste des abonnements papier du Centre de Recherche (document Word ou PDF)'.

## 2. Bases S&T

Il s'agit de Bases de données Scientifiques et Techniques. Nous continuons sur le principe actuel de fichiers et de liens.

The screenshot displays the 'Intranet Recherche et Développement' website. At the top left is the 'periscopes' logo and 'Research & Development' text. The top right shows a user greeting: 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion'. Below this is a search bar with the text 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. The main navigation bar includes 'Accueil' and 'Ressources scientifiques > Bases S&T'. The 'Bases S&T' section is titled 'Bases S&T' and contains the text 'Liens vers des bases de données en ligne couvrant nos domaines d'expertises'. It lists two items: 'Bases en ligne' (Bases en ligne en agroalimentaire et packaging) and 'Base AOAC International' (Méthodes officielles d'analyses identifiant : 73841 mot de passe : PERNOD). A left sidebar contains various navigation links such as 'Communautés', 'Réseaux', 'Projets', 'Infocentre', 'Veille', 'Boîte à outils', 'Ressources scientifiques', 'Revue en ligne', 'Bookmark Web', 'Quoi de neuf?', 'Recherche Groupe', 'Aide', 'FAQ', 'Contactez-nous', 'Plan du site', and 'Autres Périscope'.

### 3. Bookmark Web

La rubrique Bookmark Web permet de recenser nombre de sites Web pouvant intéresser la R&D. Ceux-ci étant très nombreux, nous pensons qu'il serait plus judicieux de pouvoir les rechercher soit à l'aide d'une barre alphabétique, soit par un moteur de recherche. Ce dernier recherchera dans le champ de description du lien.

The screenshot shows the 'Bookmark Web' page within the 'Intranet Recherche et Développement' system. The page is titled 'Bookmark Web' and is part of the 'Ressources scientifiques > Bookmark Web' section. It features a search bar with the text 'Recherche :' and a 'GO' button. Below the search bar is an alphabetical index from A to Z. The page lists several links, including 'A', 'B', 'C', and 'D'. The 'C' link is expanded to show a description: '- CCFRA' followed by a paragraph about CCFRA's research and development in agriculture, food, and beverage industries. The 'D' link is also expanded to show a description: '- Denison' followed by a paragraph about a site for searching chemical compounds.

**Accueil**

**Communautés**

- Réseaux
- Activités techniques CRPR
- Projets

**Infocentre**

- Veille
- Boîte à outils
- Ressources scientifiques
- Revue en ligne
- Bases S&T
- Bookmark Web
- Documents Externes Clés
- Quoi de neuf ?
- Recherche Groupe

**Aide**

- FAQ
- Contactez-nous
- Plan du site
- Autres Périscopes

**Intranet Recherche et Développement**

Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion

Recherche dans le site  OK

**Bookmark Web**

Recensement de liens Web

Recherche :  **GO**

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z

**A**

**B**

**C**

- CCFRA  
CCFRA entreprend la recherche et le développement pour les nombreuses industries associées à l'agriculture, l'alimentation et la fabrication de boisson, la distribution, vente au détail et le service d'alimentation : ces industries qui composent ensemble la chaîne agro-alimentaire.

**D**

- Denison  
Ce site permet de rechercher le cas number par le nom, la masse ou la catégorie du composé chimique.

## 4. Documents Externes Clés

Nous continuons sur le principe de thématiques contenant des fichiers et des liens. Mais nous souhaitons supprimer le moteur de recherche qui existe actuellement. Cette rubrique ne sera pas la plus « fournie », celui-ci ne sera donc pas indispensable.

The screenshot displays the website interface for 'Documents Externes Clés'. At the top left, there is a logo for 'Research & Development' and 'INFOSCOPE'. A navigation menu on the left lists categories like 'Rubriques', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area features a search bar with the text 'La recherche n'a retourné aucun résultat' circled in black. The page title is 'Documents Externes Clés' and the subtitle is 'Documents externes clés (OMS, UE...)'.

## 4. Quoi de neuf ?

### 1. FAQ News

Nous continuons sur le principe de thématiques contenant des fichiers et des liens.

The screenshot displays the 'Intranet Recherche et Développement' website. At the top left is the 'periscope' logo with the text 'Research & Development'. The main header area contains 'Intranet Recherche et Développement' and a user greeting 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion' with a search bar labeled 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. A left sidebar menu includes sections like 'Communautés', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area is titled 'Quoi de neuf ? > FAQ News' and features the heading 'FAQ News' with the subtitle 'Informations et documents sur des thèmes voisins'. Below this, there are two links: 'Les nanotechnologies' and 'Les produits bio organiques', each accompanied by a small document icon.



## 2. Alertes

Nous continuons sur le principe de thématiques contenant des fichiers et des liens.

The screenshot shows a web interface for 'Intranet Recherche et Développement'. At the top left is the 'périscopes' logo and 'Research & Development'. The top right shows a user greeting: 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion'. Below this is a search bar with the text 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. The main content area is titled 'Quoi de neuf ? > Alertes' and contains the heading 'Alertes' followed by the text 'Questions d'actualité touchant le domaine des vins et spiritueux.' and a link labeled 'Thème'. On the left side, there is a vertical navigation menu with categories: 'Accueil', 'Communautés' (with sub-items: Réseaux, Activités techniques CRPR, Projets), 'Infocentre' (with sub-items: Veille, Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf ?, FAQ News, Alertes), 'Recherche Groupe', and 'Aide' (with sub-items: FAQ, Contactez-nous, Plan du site, Autres Périscope).



## 5. Recherche Groupe

Les 4 sous-rubriques apparaîtront grâce au menu déroulant et, comme nous l'avons déjà vu, fonctionneront toujours sur le principe de thématiques contenant des fichiers et des liens (voir maquettes plus loin).

Les administrateurs souhaitent supprimer la recherche thématique, qui est inutile. Cela simplifiera donc aussi l'administration de cette rubrique.

The screenshot displays the 'Recherche Groupe' interface. At the top left is the 'periscope Research & Development' logo. The top right shows a user greeting 'Bienvenue Mantela Duhamel' and a search bar 'Rechercher dans le site' with an 'OK' button. Below this is a breadcrumb 'Infocentre > Recherche Groupe'. The main content area features a search bar with 'Recherche thématique : Alcool' and an 'OK' button, which is circled in red. Below the search bar are four buttons: 'Corporate Data', 'Références Groupe', 'Bonne Pratiques R&D', and 'Expertises R&D'. The left sidebar contains navigation menus for 'Rubriques', 'Infocentre', and 'Aide'.

## 1. Corporate Data

The screenshot shows the 'Corporate Data' page within the 'Intranet Recherche et Développement'. The page features a blue header with the 'periscope' logo and 'Research & Development' text. A navigation menu on the left includes sections for 'Communautés', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area is titled 'Corporate Data' and contains a 'Description' section with two 'Thème' entries, each accompanied by a small icon. The top right corner displays the user's name 'Bienvenue Manuela Duhamel' and a search bar.

## 2. Références Groupe

The screenshot shows the 'Références Groupe' page within the 'Intranet Recherche et Développement'. The page features a blue header with the 'periscope' logo and 'Research & Development' text. A navigation menu on the left includes sections for 'Communautés', 'Infocentre', and 'Aide'. The main content area is titled 'Références Groupe' and contains a 'Description' section with two 'Thème' entries, each accompanied by a small icon. The top right corner displays the user's name 'Bienvenue Manuela Duhamel' and a search bar.

### 3. Bonnes Pratiques

The screenshot shows the 'Bonnes Pratiques' page. At the top left is the 'periscoppe' logo and 'Research & Development'. The main header contains 'Intranet Recherche et Développement'. On the right, there is a user greeting 'Bienvenue Manuela Duhamel | Déconnexion' and a search bar with 'Recherche dans le site' and an 'OK' button. The left sidebar has a navigation menu with sections: 'Accueil', 'Communautés' (Réseaux, Activités techniques CRPR, Projets), 'Infocentre' (Veille, Boîte à outils, Ressources scientifiques, Quoi de neuf ?, Recherche Groupe, Corporate Data, Références Groupe, Bonnes pratiques, Expertises), and 'Aide' (FAQ, Contactez-nous, Plan du site, Autres Périscopes). The main content area shows the breadcrumb 'Recherche Groupe > Bonnes Pratiques', the title 'Bonnes Pratiques', and a 'Description' section with a link to 'Thème'.

### 4. Expertises

The screenshot shows the 'Expertises' page. The layout is identical to the previous page. The left sidebar navigation menu is the same. The main content area shows the breadcrumb 'Recherche Groupe > Expertises', the title 'Expertises', and a 'Description' section with a link to 'Rapport annuel du Centre de Recherche'.

### ***E. Simplification de l'administration***

- Les administrateurs souhaitent pouvoir simplifier et raccourcir au maximum la mise en ligne d'un lien ou d'un fichier sur l'Infocentre.
- Il serait aussi appréciable qu'une rubrique ou sous-rubrique puisse être « invisible » tant que celle-ci est incomplète ou en construction (pouvoir la « dé-publier »).
- Les administrateurs apprécieraient le fait de raccourcir le temps de publication ou de suppression : actuellement, il faut parfois attendre plusieurs heures avant qu'un document apparaisse ou n'apparaisse plus sur l'Infocentre du côté utilisateur.
- Enfin, les administrateurs demandent à Valtech de leur fournir un guide d'administration simple, clair et complet.



## ANNEXE IX : DEFINITIONS DES PRODUITS DE L'INFOCENTRE

Selon le premier cahier des charges (Avril 2007)

### 1. Organisation fonctionnelle de l'INFOCENTRE R&D

Tableau établissant les besoins « pressentis » et une proposition de contenus (produits et services) pouvant y répondre, classés selon les 4 fonctions définies pour l'INFOCENTRE R&D.

Fonctions	Utilisateurs prioritaires*	Besoins	Contenus
SCIENCE	<p>→ <b>R&amp;D et Technique</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Direction ind. (occasionnellement)</li> <li>- Réseaux (occasionnellement)</li> </ul> <p><b>PAS le marketing</b></p>	Avoir accès à des outils de recherches bibliographiques	Bases S&T Revues en ligne Liste des revues CRPR
		Trouver les sources de confiance spécialisées dans des domaines pointus (peu accessibles sur le Web) ex RIFM	Bases spécialisées
		Connaître les publications acquises au CRPR	Lu pour vous
		Assurer la veille sur les domaines stratégiques du Groupe	Veilles thématiques
BASICS	<p>↔ <b>R&amp;D et Technique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Marketing</b></li> <li>→ <b>Dirigeants</b></li> <li>→ Nouveaux collaborateurs</li> </ul>	Etre guidé vers les sites de confiance et recommandés sur les produits	Vade Mecum R&D
		Partager des méthodes (standardisation)	Bonnes pratiques Références groupe
		Avoir une interface avec le marketing et l'innovation	Données corporate
		Avoir une interface avec des thématiques scientifiques périphériques. Ex. Développement Durable, environnement	Références groupe
		Etre informé des questions d'actualité (OGM, allergènes...)	Bookmark web
		Partager les ressources (organismes professionnels...)	Documents externes clés
		Connaître les conférences sur le métier	Bookmark web



	<p>Avoir des ressources de personnes académiques (gagner du temps en s'adressant aux personnes, orienter, valider)</p> <p>Faire l'état de l'art sur la connaissance S&amp;T fondamentale et appliquée</p> <p>Trouver l'accès à nos partenaires professionnels sources de savoirs techniques sur les filières</p> <p>Connaître techniquement les produits, les procédés, les savoir-faire, les traditions. Avoir de l'information sur ce qu'on fabrique, le B-A-BA du métier (Vade Mecum, Wikipedia). Acquérir un bagage scientifique de base sur les produits, les technologies, les marchés, la consommation</p> <p>Trouver les données du Groupe concernant les grandes marques</p> <p>Trouver des photographies PR (des technologies, des matières premières...)</p>	<p>Contacts externes clés</p> <p>Dictionnaire R&amp;D</p> <p>Contacts externes clés</p> <p>Vade Mecum R&amp;D</p> <p>Données corporate</p> <p>Photothèque PR</p>
<p>WATCH</p> <p>↔ <b>R&amp;D et Technique</b> :</p> <p>→ Resp. filiales (occasionnellement)</p> <p>↔ Réseaux</p> <p>→ Dir. Ind.</p> <p>→ <b>Marketing</b> (Innovation)</p>	<p>Avoir de l'information sur la R&amp;D</p> <p>Répondre rapidement à des questions ponctuelles et urgentes (SVP technique) (relais, recherches externes...)</p> <p>Connaître l'activité et l'état d'avancement de nos concurrents, les avancées techniques dans sa filière ou son domaine d'expertise, la veille réglementaire</p>	<p>Newsletter R&amp;D</p> <p>Rapport annuel R&amp;D</p> <p>FAQ News (SVP)</p> <p>Hot topics</p> <p>Alerte sommaires et RSS</p> <p>Revue de presse</p> <p>Veilles thématiques</p>
<p>EXPERT</p> <p>↔ <b>R&amp;D et technique</b> :</p> <p>↔ Resp. Filiales (occasionnellement)</p> <p>↔ Réseaux</p> <p>↔ Filiales (AT à capitaliser) et petites filiales</p> <p>↔ Dir. Ind.</p> <p>→ <b>Marketing</b> (Innovation)</p>	<p>Connaître la réglementation</p> <p>Répondre à des questions de gestion de crise</p> <p>Rechercher les publications d'experts ou d'institutions spécialisées</p> <p>Avoir une rétrospective de tous les sujets abordés au moins une fois dans le Groupe en R&amp;D – voir la démarche précédente</p>	<p>Veille réglementaire</p> <p>Expertise R&amp;D</p> <p>Annuaire d'experts</p> <p>Annuaire d'experts Bases S&amp;T</p> <p>Focus Expertise R&amp;D</p>



	<p>Connaître de façon professionnelle, technique et académique les produits, les procédés, les savoir-faire, les traditions. Avoir de l'information sur ce qu'on fabrique (Techniques de l'Ingénieur).</p> <p>Connaître les nouveautés des fournisseurs / Connaître nos fournisseurs (ex fournisseurs d'arômes : entreprises chimiques innovantes) et les grandes tendances, trucs et astuces des fournisseurs.</p>	<p>Focus Rapports R&amp;D Liste des rapports R&amp;D</p> <p>Fournisseurs R&amp;D Hot topics Alerte sommaires et RSS</p>
--	---	---

\* 3 types de cibles :

1. la cible R&D prioritaire : les chercheurs du Groupe de la fonction R&D. Ils sont peu nombreux : 20 au CRPR, autant sur les autres centres techniques, soit une cinquantaine en tout dans le Groupe. Ce groupe de personnes a besoin : de veille et de sources bibliographiques, de partage de connaissances, sur le thème : matières premières, produits, procédés et techniques, réglementation. Il se servira plutôt dans toutes les fonctions SCIENCE, BASICS, WATCH, EXPERT. Il alimentera les Fonctions Expert.
2. La cible technique : tous les métiers associés à la production : industrie, QSE, voire Achats, membres des réseaux. Ce groupe de personnes (qui achète les compétences de la R&D) a besoin de connaissances dans un domaine élargi qui inclut les trois fonctions de la QSE : Qualité des produits, Sécurité du personnel, Environnement. Il se servira dans les fonctions BASICS, WATCH et EXPERT. Il alimentera les fonctions WATCH et EXPERT.
3. La cible marketing et tout venant : le marketing a souvent besoin d'information technique pour promouvoir ses produits, imaginer de nouvelles formules, étiqueter, etc. Mais son besoin en information scientifique est du même niveau que celui des dirigeants et autres cadres non techniques. Ce groupe se servira dans la fonction BASICS et dans la fonction Expert (occasionnellement et de façon limitée WATCH), pour s'adresser à des experts personnes du Groupe. Il n'alimentera aucune fonction de l'Infocentre.



## 2. CONTENUS, PRODUITS ET SERVICES de l'INFOCENTRE R&D

Ces contenus sont une première liste indicative (par ordre alphabétique), qui ne fige pas les choses. Tout ne sera pas mis en place en même temps, ni accessible en même temps (3 phases/niveau d'urgence/facilité = 3 couleurs).

1<sup>ère</sup> phase : Contenus, produits et services de 1<sup>er</sup> niveau

Produits et Services	Fonctions				Utilités / demande		Charge de travail		Modalités : Push* / pull	Responsabilités
	SCIENCE	BASICS	WATCH	EXPERT	Important	Urgent	Existe / nouveau	Facile / difficile ou long		
CRPR Annual report				X	+++	+++	☺	☹	Push (annuel) / pull (archives)	CRPR
CRPR periodicals list	X				++	++	☺	☺	Pull	Katia Thébaut
E-journals	X				+++	++	☺	☺	Pull	KT
Experts Directory				X	++	+++	☹	☹☹	Pull	Collectif
FAQ News	X	X			+	+++	☺ Rien à faire (si SVP)	☺	Pull	KT
R&D Newsletter			X	X	++	+++	☺	☹	Push (bimestriel) / pull (archives)	CRPR (+ R&D)
R&D Expertises				X	+++	+++	☺ partiellement via Persist	Facile en partie, long exhaustivité	pull	KT/FS (via PERSIST) + CRPR
R&D Reports list				X	+++	++	☺ en cours	☺ Persist	Pull	Eabienne Suard
Regulatory watch			X	X	+++	++	☺	☺	Push (mensuel) / pull (archives)	FS
S&T databases	X				+++	++	☺	☺	Pull	KT



Selected Watch	X		X		+++	++	😊 En cours	😞	Push (trimestriel) / pull (archives)	KT
----------------	---	--	---	--	-----	----	------------	---	--------------------------------------	----

2<sup>ème</sup> phase : Contenus, produits et services de 2<sup>ème</sup> niveau

Produits et Services	Fonctions			Utilités / demande		Charge de travail		Modalités : Push* / pull	Responsabilités
	SCIENCE	BASICS	WATCH	EXPERT	Important	Urgent	Existe/nouveau		
Corporate References		X			+++	++	Recensement à faire 😞	Pull	KT + collectif
CRPR Newly acquired	X			X	+	+	😊 (via PERSIST)	Push (mensuel) / pull	FS
Focus				X	++	+	Existe (mais brut) 😞 mise en forme	Pull	KT + collectif
Hot topics			X		++	++	😊 (si collectif)	Push (ponctuel)	Collectif
Journals alerts + RSS			X		+	+	😊 Sommaires 😞 RSS	Push (mensuel)	KT/Didier Choquet
R&D Best Practices				X	+++	++	😊 Recensement à faire	Pull	KT + collectif
S&T Specialised Databases	X				++	+	Existe (étendre les droits)	pull	KT + collectif

3<sup>ème</sup> phase : Contenus, produits et services de 3<sup>ème</sup> niveau

Produits et Services	Fonctions			Utilités / demande		Charge de travail		Modalités : Push* / pull	Responsabilités
	SCIENCE	BASICS	WATCH	EXPERT	Important	Urgent	Existe / nouveau		
Corporate data		X			+	+	Recensement 😞	Pull	KT + collectif
Key external contacts				X	+	+	😊	Pull	KT



<b>Key external documents</b>					X	+	+	+	Recensement à faire ?	☹	Pull	Collectif
<b>Photo library</b>	X					+	+	+	prototype sur portail InfoDoc + recensement ☹	☹	Pull	Collectif
<b>R&amp;D Dictionary</b>	X				X	+	+	+	☹ ☹	☹	Pull	Collectif
<b>R&amp;D Reports</b>					X	+++	+++	+++	(/confidentialité entre filiales)	☹ ☹	Pull	Collectif
<b>R&amp;D Suppliers</b>				X	X	+	+	+	☹	☹	Pull	Collectif
<b>R&amp;D Vade Mecum</b>	X					+	+	+	☹	☹ ☹ ☹	pull	collectif
<b>S&amp;T Press Review</b>			X			+	+	+	☹	☹ ☹ ☹	Push (bimestriel) / pull (archives)	CRPR
<b>S&amp;T Selected web links</b>	X				X	+	+	+	☹ (ébauche sur portail InfoDoc)	☹	Pull	KT + collectif

**Légende :** \*\* plus important (++++)  
smileys : ☺ existe déjà ou facile ☹ à faire ou difficile / long



### 3. Définitions des produits et services de l'INFOCENTRE R&D

Proposition de définition, dénomination et présentation des produits et services de l'INFOCENTRE R&D.

Nom français	Nom anglais	Définition Produits et services	Présentation
Rapport annuel CRPR	CRPR Annual report	Rapport d'activité annuel du CRPR	Modèle existe
Liste des revues CRPR	CRPR periodicals list	Liste des revues auxquelles le CRPR est abonné	Liste sous Word
Revues en ligne	E-journals	Revues électroniques en ligne	Plateforme EJS (EBSCO)
Annuaire d'experts	Experts Directory	Annuaire d'experts PR par domaine (CV + mots clés) + lien vers R&D Organisation (organigramme, trombinoscope (Management))	Annuaire 2 entrées : nom + compétences
FAQ News	FAQ News	SVP technique et FAQ (questions chaudes du moment)	Modèle existe
Newsletter R&D	R&D Newsletter	Newsletter R&D bimestrielle des nouveautés au CRPR voire en R&D PR	Tableau Excel liste de sujets par thèmes
Expertises R&D	R&D Expertises	Historique des sujets R&D abordés dans le Groupe : liste des projets	Word ou page html
Liste des rapports R&D	R&D Reports list	Liste de titres, avec résumés éventuellement, des rapports produits au CRPR.	Tableau ??
Veille réglementaire	Regulatory watch	Veille réglementaire	Plateforme Toolkit (Dialog)
Bases S&T	S&T databases	Plateforme Accès bases spécialisées, liste des revues	Bulletin de références avec sommaire
Veilles thématiques	Selected Watch	Veilles thématiques S&T	

Références Groupe	Corporate References	Démarche qualité, demandes QSE (bonnes pratiques environnement, OGM..), audits qualité conforme	Liste de titres avec accès aux documents (liens)
Lus pour vous Focus	CRPR Newly acquired Focus	Liste des publications acquises au CRPR	Liste de titres + résumés
Alertes	Hot topics	Etats de l'art pointus	Bulletin de références avec sommaires
Alerts : sommaires et RSS	Journals alerts & RSS flow	Etats de l'art sur la connaissance S&T fondamentale et appliquée Alertes ponctuelles (articles, conférences ...)	Forum (avec alerte mail)
Bonnes pratiques	R&D Best Practices	Alertes / abonnement : sommaires de revues, sélection de fils RSS	Lien mail DC pour abonnement Réception par mail
Bases spécialisées	S&T Specialised Databases	Standardisation des méthodes (comme analyses chimiques et sensorielles communes) Sources spécialisées (Ex RIFM)	Liste de titres avec accès aux documents (liens) Bookmark de liens



<b>Données Corporate</b>	<b>Corporate data</b>	Liens / renvois vers les grandes données : Marketing (données des grandes marques), innovation, développement durable, environnement,... questions d'actualité (OGM, allergènes...)	
<b>Contacts externes clés</b>	<b>Key external contacts</b>	Annuaire de contacts académiques	Annuaire 2 entrée : nom + compétences
<b>Documents externes clés</b>	<b>Key external documents</b>	Documents externes clés (OMS, UE...)	Liste de titres avec liens
<b>Photothèque</b>	<b>Photo library</b>	Photothèque PR (technologie ...)	Outil du portail InfoDoc ?
<b>Dictionnaire R&amp;D</b>	<b>R&amp;D Dictionary</b>	Dictionnaire professionnel évolué (collectif genre Wikipedia) (+liens vers celui du Marketing + le dictionnaire Lexibase-Collins de la Com. enrichi avec les termes spécifiques aux métiers de <b>Pernod Ricard ( ?)</b> )	Utiliser l'outil marketing ou Com ?
<b>Rapports R&amp;D</b>	<b>R&amp;D Reports</b>	Accès au texte intégral des rapports élaborés R&D et CT (CR AT, missions...), CR de congrès, Documents stratégiques des réseaux... (texte intégral de Reports list)	Sur demande par mail dans un 1 <sup>er</sup> temps
<b>Fournisseurs R&amp;D</b>	<b>R&amp;D Suppliers</b>	Fiches fournisseurs (tendances, trucs et astuces)	
<b>Vade Mecum R&amp;D</b>	<b>R&amp;D Vade Mecum</b>	Dossiers thématiques PR sur les produits, technologies, marchés et consommation. Ex : Contenance d'alcool par verre, réglementation, + composition, effets biologiques (Vade Mecum)	
<b>Revue de presse</b>	<b>S&amp;T Press Review</b>	Revue de presse (abonnements revues + compilation des alertes ponctuelles ?)	
<b>Bookmark web</b>	<b>S&amp;T Selected web links</b>	Bookmark de sites de vulgarisation (Ex : Web des savoirs_CIRAD)	Bookmark de liens

## ANNEXE X : FICHE D'IDENTITE PROCESSUS PARTAGE DES CONNAISSANCES

