

Entreprise Intelligente 2010 : Les pratiques de travail des collaborateurs de l'entreprise

UNE ETUDE DE JEMM RESEARCH

2010

Synthèse de l'étude

Connus sous le terme générique d'Entreprise Intelligente ou Entreprise 2.0, de nouveaux modes de travail sont progressivement mis en place par les entreprises françaises et supportés par des outils modernes de productivité, collaboration, communication et communauté mais de nombreuses questions subsistent.

C'est pour comprendre la maturité du marché en la matière et identifier ces questions que, à la demande d'IBM, JEMM Research a effectué une grande étude en France auprès des collaborateurs d'entreprises françaises de toutes tailles (grands groupes et PME). Pour recueillir les informations, une enquête par téléphone a eu lieu en octobre et novembre 2009 sur un panel de 30 collaborateurs répartis de manière égale entre directions métiers et direction informatique.

Voici ses principaux résultats:

- **Le gagnant est la tradition : "Téléphone, Courriel et Suite Bureautique"**
La boîte à outils de base de productivité, de collaboration, de communication et de socialisation comprend un téléphone, une adresse de courrier électronique et une suite bureautique. Pour notre panel, quand on évoque les pratiques de travail, l'activité quotidienne est rythmée par l'utilisation de ces outils *traditionnels*.
- **Les outils *modernes* viennent compléter les fonctionnalités des outils *traditionnels***
Téléconférence, réseau social professionnel (souvent public) et messagerie instantanée sont en tête du classement des solutions installées de manière progressive dans les entreprises.
- **Tous ces outils *traditionnels* et *modernes* améliorent l'organisation et son efficacité**
Mais notre panel méconnaît les apports des outils modernes (près de 100% de sans opinion sur la valeur des blogs, par exemple).
- **Les collaborateurs sont satisfaits de leur environnement actuel de travail**
Malgré l'engorgement des messageries, la prolifération des sources de documents, la multiplication des modes de communications, la mauvaise réutilisation des gabarits, et l'incompatibilité entre les formats, les personnes interrogées ne sont pas en recherche d'outils alternatifs plus efficaces.
- **le choix des outils dans la sphère professionnelle reste du ressort de la direction informatique**
Alors que dans sa sphère privée, le collaborateur choisit et prescrit ses outils de « travail », plus des trois quarts des collaborateurs des fonctions non-informatiques, mais également près d'un tiers des informaticiens des entreprises de notre panel ne sont pas concernés par les choix de l'entreprise.
- **Les grands acteurs du domaine restent les leaders en termes d'image auprès des collaborateurs**
Dans une proposition de fournisseurs de solutions, les grands acteurs du domaine sont identifiés par notre panel. Chacun a une image forte que ce soit dans le monde grand public (Google, Yahoo), dans le monde professionnel (Microsoft et IBM) ou le monde des télécommunications (Orange). Par contre, les acteurs spécifiques (comme BlueKiwi, JiveSBS ou Keyro) ne sont connus que des spécialistes.
- A la question « **Qu'est-ce qu'une Entreprise Intelligente ?** », notre panel a répondu :
c'est une entreprise qui
 1. s'occupe de productivité, de collaboration et de communication,

2. s'adresse aux utilisateurs,
 3. et met en place des outils faciles et pratiques.
- Enfin, à la question « **Quelles sont vos sources d'information ?** », le panel a justifié la démarche de l'observatoire L'Entreprise Intelligente.
En effet, les collaborateurs recherchent sur Internet les informations sur les sujets de la productivité, de la collaboration, des communications et des communautés. Ils les enrichissent avec l'apport des fournisseurs de solutions et les analysent avec les critiques d'observateurs neutres. Ce sont les trois piliers de notre observatoire.

Table des Matières

OBJECTIFS DE L'ETUDE	6
L'ENTREPRISE INTELLIGENTE : UNE DEFINITION	7
L'INNOVATION DES COLLABORATEURS : UN LEVIER DE DEVELOPPEMENT	7
L'ORGANISATION AGILE : UNE ADAPTATION PERMANENTE	8
LE SYSTEME D'INFORMATION, UN VECTEUR DE TRANSFORMATION	8
LES PRATIQUES DE TRAVAIL.....	9
PRODUCTIVITE	9
COLLABORATION	9
COMMUNICATION.....	10
COMMUNAUTE.....	10
LES RESULTATS DE L'ETUDE	11
TELEPHONE, COURRIER ELECTRONIQUE ET SUITE BUREAUTIQUE	11
OUTILS UTILISES DANS LES ENTREPRISES.	12
OUTILS IMPORTANTS	13
FREQUENCE D'UTILISATION	14
OUTILS A INSTALLER.....	14
LES AVANTAGES.....	16
LES INCONVENIENTS.....	18
LE ROLE	20
LES PROJETS	21
LES SOURCES D'INFORMATIONS	22
IDENTIFICATION SPONTANEE	22
IDENTIFICATION D'ACTEURS SELECTIONNES	23
EQUIPEMENTS NOMADES	24
L'ENTREPRISE INTELLIGENTE	25
EN CONCLUSION, COMMENT FAVORISER LA MODERNITE ?	26
ETUDE ET DEMOGRAPHIE DE L'ENQUETE	28
MODE OPERATOIRE	28
LES REpondANTS	28
LES ENTREPRISES	29
LEXIQUE.....	31
LES AUTEURS, LA SOCIETE, L'OBSERVATOIRE	33
LES AUTEURS.....	33
JEMM RESEARCH.....	33
L'OBSERVATOIRE	34

Table des figures

Figure 1 : Le collaborateur dans l'entreprise.....	7
Figure 2 : Les pratiques de travail	9
Figure 3 : Outils utilisés dans les entreprises.....	12
Figure 4 : Importance des outils	13
Figure 5 : Fréquence d'utilisation.....	14
Figure 6 : Outils à installer.....	15
Figure 7 : Leurs avantages.....	16
Figure 8 : Leurs inconvénients	18
Figure 9 : Votre rôle dans le choix des solutions	20
Figure 10 : Projets en cours	21
Figure 11 : Les sources d'information.....	22
Figure 12 : identification spontanée.....	23
Figure 13 : identifications des acteurs sélectionnés.....	24
Figure 14 : Utilisation d'équipements nomades	24
Figure 15 : L'Entreprise Intelligente	25
Figure 16 : Les outils <i>modernes</i>	26

Objectifs de l'étude

Aujourd'hui, la téléconférence permet, sans se déplacer, d'étudier un même document avec les membres de notre équipe situés dans des locaux distants. Supportée par une application *sociale* (de type Facebook ou LinkedIn), nous partageons des expériences avec des collègues du monde entier et trouvons les experts qui peuvent nous aider. Et grâce à nos téléphones intelligents, nous continuons à travailler et communiquer que nous soyons en déplacement, à la maison, en vacances... ou au bureau.

Collaboration étendue, communications unifiées, communautés élargies, ces évolutions des modes de travail et d'échanges ont un impact majeur pour nous et nos entreprises. Mais cette vision est-elle partagée par tous ? Qu'en est-il dans la réalité des entreprises françaises en 2010 ? Quels en sont les avantages et inconvénients perçus ou réels ? Qui sont les prescripteurs et les avocats de ces solutions dans les entreprises ?

Pour supporter ces nouvelles formes de travail (les 3C : collaboration, communication et communauté), les fournisseurs d'outils et technologies proposent des solutions innovantes. Sont-elles connues des collaborateurs ? Quel sont les technologies installées dans les entreprises ? Quels sont les acteurs identifiés ?

Connus sous le terme générique d'Entreprise Intelligente ou Entreprise 2.0, de nouveaux modes de travail sont progressivement mis en place par les entreprises françaises et supportés par des outils modernes de productivité, collaboration, communication et communauté mais de nombreuses questions subsistent. Quel sont les rôles respectifs de la direction informatique et de la direction des ressources humaines dans ce domaine ? Quels en sont les bénéfices ? Quels sont les risques et inhibiteurs ?

C'est pour répondre à ces questions qu'à la demande d'IBM, le cabinet de conseils et d'analyses stratégiques JEMM Research a effectué une grande étude en France auprès des collaborateurs d'entreprises françaises de toute tailles (grands groupes et PME).

Pour recueillir les informations, une enquête par téléphone a eu lieu en octobre et novembre 2009.

Nous présentons ici l'analyse des principaux résultats de cette étude

L'Entreprise Intelligente : Une définition

Satisfaction du client, crise financière, pression concurrentielle, contraintes réglementaires.... Tout concourt à une redéfinition de l'entreprise aujourd'hui vers un mode d'organisation flexible et agile : l'Entreprise Intelligente.

L'Entreprise Intelligente est une organisation qui s'appuie sur l'expérience et l'expertise de ses collaborateurs, créateurs de la proposition de valeur vers ses clients, prospects, et partenaires. Elle met en œuvre un modèle d'organisation agile qui peut se reconfigurer dynamiquement, s'adapter facilement aux changements, agir et réagir vite et rester constamment flexible. Elle déploie un système d'information qui optimise l'innovation et les apports des collaborateurs pour rendre son organisation plus souple et plus efficace. Infrastructure réactive, gestion des informations optimisée, applications composites et outils de travail participatifs en sont les fondations technologiques.

L'innovation des collaborateurs : un levier de développement

Au-delà de l'innovation dans les produits et dans le modèle d'affaire, l'innovation des collaborateurs et de l'organisation permet à cette dernière d'offrir flexibilité et agilité dans ses méthodes et processus pour s'adapter aux multiples défis de l'entreprise.

Aujourd'hui, l'organisation doit être flexible, réagir rapidement et s'adapter aux nombreux changements nécessaires. Ces qualités sont indispensables dans un monde global, où le temps et les distances diminuent, où les contraintes réglementaires deviennent de plus en plus nombreuses, où les concurrents à l'autre bout de la planète peuvent venir attaquer l'entreprise sur son marché local. L'innovation permanente est une nécessité qui permet de changer et de s'adapter rapidement à un environnement fluctuant.



FIGURE 1 : LE COLLABORATEUR DANS L'ENTREPRISE

Acteurs de l'innovation, les collaborateurs sont les leviers de la création de valeur qu'il faut encourager. En effet, qui, mieux que celui ou celle qui fait la production ou le service, peut améliorer le service aux clients, les ventes, simplifier les procédures, réduire les délais, les

coûts ? Qui mieux que le collaborateur peut discuter et interagir avec ses clients pour leur proposer et leur fournir produits et services de l'entreprise ?

L'organisation agile : une adaptation permanente

L'Entreprise Intelligente met en place une organisation agile qui englobe employés, partenaires, fournisseurs et clients dans un même écosystème. Du modèle traditionnel hiérarchique de commandement et de contrôle, l'Entreprise Intelligente se transforme en un ensemble d'entités et d'éléments souples composables facilement qui favorisent la collaboration et le travail d'équipe. L'Entreprise Intelligente donne à ses collaborateurs la capacité de découvrir les informations et les personnes qui peuvent les aider dans leurs activités au travers d'éléments relevant de leur environnement : travail, sujets d'intérêt, compétences, communautés.

La mise en place de règles de gouvernance et de contrats entre les participants qui décrivent les relations, les accords sur les niveaux de services et les responsabilités de chacun, prend ici toute son importance. Pierre angulaire de l'édifice, le langage commun, compréhensible par tous, cimente le lien entre les participants.

Le système d'information, un vecteur de transformation

Déjà incontournable dans toute entreprise, le système d'information s'inscrit au cœur de la logique de gestion de l'Entreprise Intelligente. Au-delà de l'automatisation des tâches et des processus, le SI met à la disposition des collaborateurs des outils de productivité de plus en plus sophistiqués, des environnements de collaboration partageables sur les « nuages », des moyens de communications directement intégrés avec nos tâches et activités et des espaces communautaires d'expertise et de savoir-faire.

Avec des applications traditionnelles qui s'ouvrent et communiquent, les outils de productivité individuelle, de collaboration étendue, de communications unifiées et de communautés prennent toute leur importance. Ces outils de portails, e-mails et outils de communication et bureautique facilitent la productivité, en permettant aux participants des processus de collaborer efficacement. De même, blogs, wikis, forums, réseaux sociaux influent progressivement sur les pratiques de partage et de réflexion. Ces technologies innovantes ont une influence directe sur la capacité d'innovation de l'organisation. Le système d'information est devenu un vecteur de transformation et le moteur du changement de l'organisation.

Les pratiques de travail

Les pratiques de travail des collaborateurs de l'entreprise peuvent être classifiées en trois catégories :

- Les tâches et activités formelles au travers des applications, workflows et autres processus
- Les échanges et interactions synchrones et asynchrones
- La réflexion et le partage avec la communauté des collègues, partenaires et clients



FIGURE 2 : LES PRATIQUES DE TRAVAIL

En plus des opérations réalisées conformément aux processus formels et généralement supportées par des applications, le travail des collaborateurs de l'entreprise englobe quatre pratiques complémentaires qu'il est important de définir ici.

Productivité

On peut définir la productivité par le rapport entre la production, le temps et les moyens mis en œuvre pour l'obtenir. Si la productivité repose sur plusieurs facteurs, le mot est ici principalement employé pour désigner la productivité du travail.

Les suites bureautiques (traitement de texte, tableur, présentation, base de données) permettent d'augmenter la productivité individuelle en automatisant la production, l'échange et la conservation de documents.

OpenOffice, Lotus Symphony ou Microsoft Office sont des exemples de suites bureautiques

Collaboration

La collaboration représente le fait de collaborer, c'est-à-dire de travailler en commun.

C'est un processus structuré et récursif où deux ou plusieurs personnes travaillent ensemble, partagent des informations et des connaissances, apprennent et bâtissent un

consensus sur la réalisation d'un objectif commun. La collaboration s'effectue avec un collègue, une équipe projet ou une communauté.

Microsoft Sharepoint ou IBM Quickr sont des exemples d'outils de collaboration d'entreprise. L'encyclopédie en ligne Wikipedia utilise un modèle de collaboration communautaire.

Communication

La communication est le fait de communiquer, c'est-à-dire d'établir une relation avec autrui afin de transmettre quelque chose. Pour communiquer, il faut être au moins deux (le collègue) mais on peut communiquer avec plusieurs personnes (l'équipe du projet) ou même avec une audience plus large (la communauté). La communication implique l'échange d'informations entre les parties. Si l'échange n'est pas possible ou différé, on parle alors de diffusion (par exemple, la radio ou la télévision).

IBM Sametime ou Microsoft Unified Communications sont des outils de communication d'entreprise.

Communauté

Une communauté est une structure sociale faite d'individus ou d'organisations qui sont reliés par un ou plusieurs liens d'interdépendance comme l'amitié, la famille, la connaissance, les passe-temps, ou l'expertise d'un domaine.

Les réseaux sociaux sont des regroupements, sur un espace virtuel, d'individus ou de communautés par centres d'intérêts ou d'affinités.

IBM Lotus Connections, BlueKiwi sont des exemples d'outils de réseaux sociaux d'entreprises

Les résultats de l'étude

Dans les paragraphes qui suivent, nous analysons les réponses obtenues lors de nos interviews.

Téléphone, courrier électronique et suite bureautique

La boîte à outils de base de productivité, de collaboration, de communication et de socialisation comprend un téléphone, une adresse de courrier électronique et une suite bureautique. Toutes les entreprises interrogées ont installé, sans surprise, ces trois outils pour leurs collaborateurs.



Pour notre panel, quand on évoque les pratiques de travail, l'activité quotidienne est rythmée par l'utilisation de ces outils *traditionnels* et leur suprématie n'est pas remise en cause par les nouveaux outils *modernes* de collaboration (blogs, wikis ...), de communication (conférence en ligne, messagerie instantanée ...) ou de communauté (réseaux sociaux). Ils supplantent toute autre forme de collaboration ou de communication électroniques.

Parée de toutes les vertus, le courrier électronique est indispensable. Certes, entre l'email, la messagerie instantanée et le téléphone, nous sommes souvent interrompus dans notre travail. Mais malgré ces dérangements, les spams internes et les autres messages d'informations, l'email n'est chronophage. De même, nous sommes des experts de la suite bureautique : même si nous utilisons qu'un nombre restreint de fonctionnalités de cet outil, elles sont suffisantes pour créer rapidement nos rapports et comptes-rendus.

C'est un des enseignements de cette étude. Pour notre panel, le principal outil de collaboration reste le courrier électronique avec ses pièces jointes et celui de communication le téléphone. Il n'est pas question de les remplacer par de nouvelles solutions mais des outils *modernes* peuvent venir compléter les fonctionnalités. Ils doivent s'intégrer aux outils existants et démontrer leur valeur dans l'amélioration du quotidien des collaborateurs.

D'ailleurs, la continuité entre ces différents aspects du travail quotidien est très clairement perçue par les personnes interrogées. Dans le cadre de la stratégie de l'entreprise, et autour de leurs actions et processus (applications), les collaborateurs créent et formalisent des savoirs et des connaissances (productivité) qu'ils organisent et échangent avec les membres d'une équipe (collaboration et communication) et enrichissent par une réflexion partagée avec une communauté d'intérêt et de bonnes pratiques (socialisation).

Ces résultats confirment la tendance révélée dans notre étude¹ sur les réseaux sociaux de 2008. Pour la grande majorité (+70%) des répondants, les nouveaux modes de collaboration du Web 2.0 incluaient également les outils *traditionnels* utilisés quotidiennement dans l'entreprise.

¹ Cette étude est disponible à l'adresse suivante : <http://www.jemmresearch.com/etude2/>

Outils utilisés dans les entreprises.

La première série de questions a pour but d'identifier les outils installés dans les entreprises et que les employés utilisent dans leur travail quotidien.

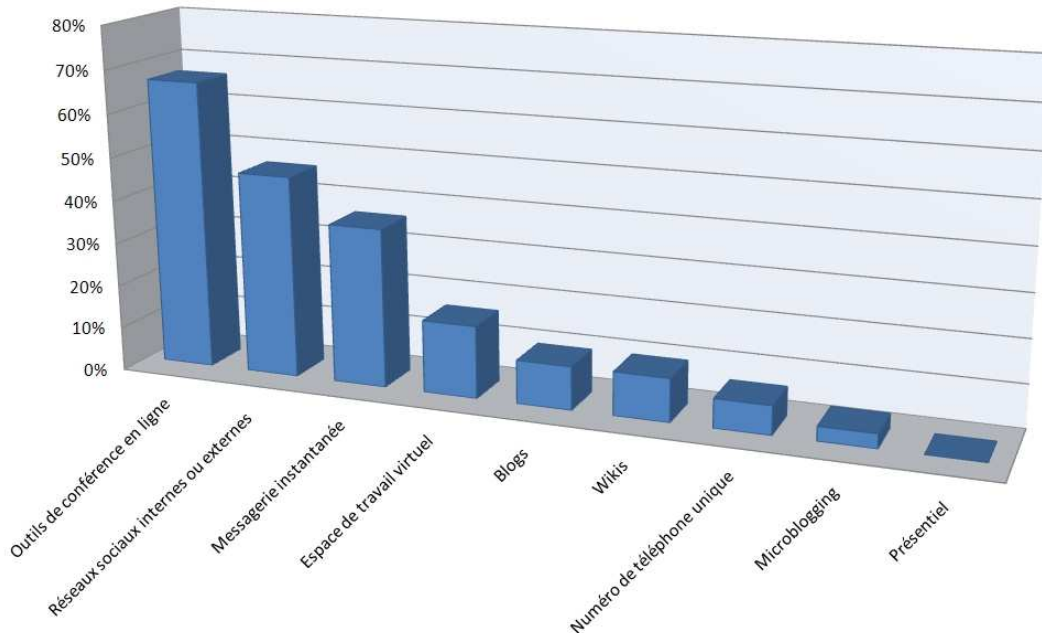


FIGURE 3 : OUTILS UTILISES DANS LES ENTREPRISES

En complément des outils *traditionnels*, les entreprises installent progressivement des outils de communication tels que la téléconférence. Dans une grande majorité, il s'agit de conférence audio au moyen du téléphone. Seules les entreprises les plus avancées en matière de technologie ont déployés des outils de conférences Web ou vidéos.

La grande majorité des entreprises n'ayant pas encore installé de solution interne, la surprenante place des réseaux sociaux s'explique vraisemblablement par l'utilisation de réseaux sociaux grand public. Les collaborateurs sont inscrits, à titre personnel, dans un site communautaire de loisirs (13 millions d'abonnés sur Facebook en France) ou de réseau professionnel (2.5 millions sur Viadeo). Face aux risques de sécurité et de perte de contrôle que cela implique mais également aux opportunités importantes qu'ils représentent en terme de relations et de partage, il est important que le management de l'entreprise (Direction Générale, Ressources Humaines et Informatique) définisse sa stratégie d'accompagnement de ce mouvement à la fois en interne entre les collaborateurs et en externe avec les partenaires et les clients.

La messagerie instantanée arrive sur la troisième marche du podium des produits installés là où le présentiel n'est pas cité par nos répondants. Fonction de la messagerie instantanée, le présentiel n'est pas connu ou utilisé par les collaborateurs.

Les espaces de travail virtuel permettant à des équipes à distance de travailler ensemble en partageant des ressources (stockage, accès et partage de contenus et de projets

d'équipes) ne sont pas identifiés comme tels. C'est probablement pourquoi cette catégorie d'outils obtient un score si bas. Les personnes interrogées évoquent ici les seuls fichiers partagés sur des serveurs en réseau.

Enfin, l'utilisation des blogs, des wikis et du microblogging reste complètement anecdotique dans le contexte professionnel. Les fonctions de communications unifiées comme le numéro de téléphone unique sont inconnus de notre panel, ce qui démontre que ce marché en est encore à ses débuts en France.

Du point de vue démographique, les réponses de notre panel sont homogènes. On ne remarque pas d'influence de la taille des entreprises ou de l'âge des personnes interrogées.

Outils importants

Cette question a pour but d'analyser l'importance donnée aux outils de collaboration, communication et de communauté pour le travail quotidien des collaborateurs.

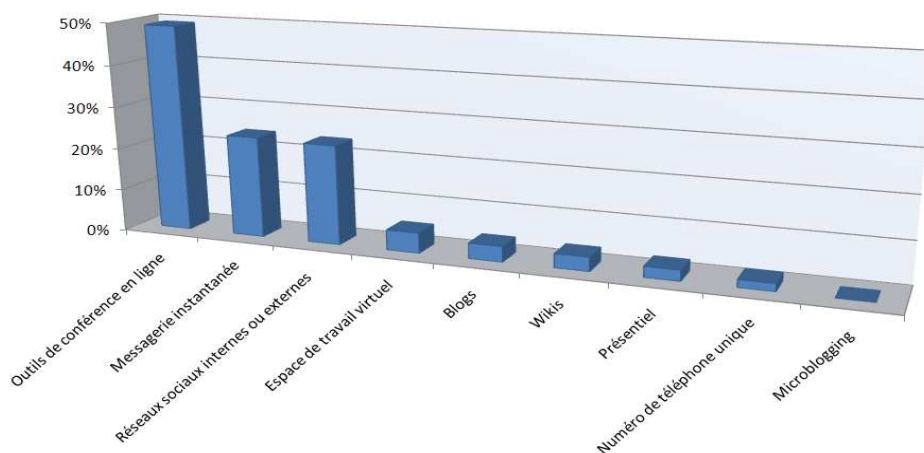


FIGURE 4 : IMPORTANCE DES OUTILS

D'une manière générale, les membres de notre panel ont jugé importants les outils qu'ils utilisent. Et, après les outils traditionnels plébiscités, on retrouve le même trio des outils *modernes*.

La première place en termes d'importance dans le travail quotidien est attribuée aux outils de téléconférence. Les entreprises réparties sur des sites distants privilégient ces techniques pour réduire les coûts de déplacement, tout en ayant des réunions fréquentes. Il est probable que les utilisateurs sont fortement encouragés à utiliser la téléconférence, quelque soit leur perception de l'efficacité de cet outil.

La messagerie instantanée suit la téléconférence dans la hiérarchie des outils mais avec un faible score. Ce résultat est vraisemblablement due à une faible généralisation dans les

Les pratiques de travail des collaborateurs de l'entreprise

entreprises et donc à une méconnaissance de sa complémentarité au courrier électronique et au téléphone.

Les réseaux sociaux montent sur la troisième place du podium en termes d'importance. Cela confirme l'analyse faite dans le chapitre précédent.

Peu connus, rarement installés et donc jamais utilisés, les autres outils *modernes* ont donc moins d'intérêt pour notre panel.

Fréquence d'utilisation

Cette question a pour but d'analyser la fréquence d'utilisation des outils de collaboration, communication et de communauté pour le travail quotidien des collaborateurs.

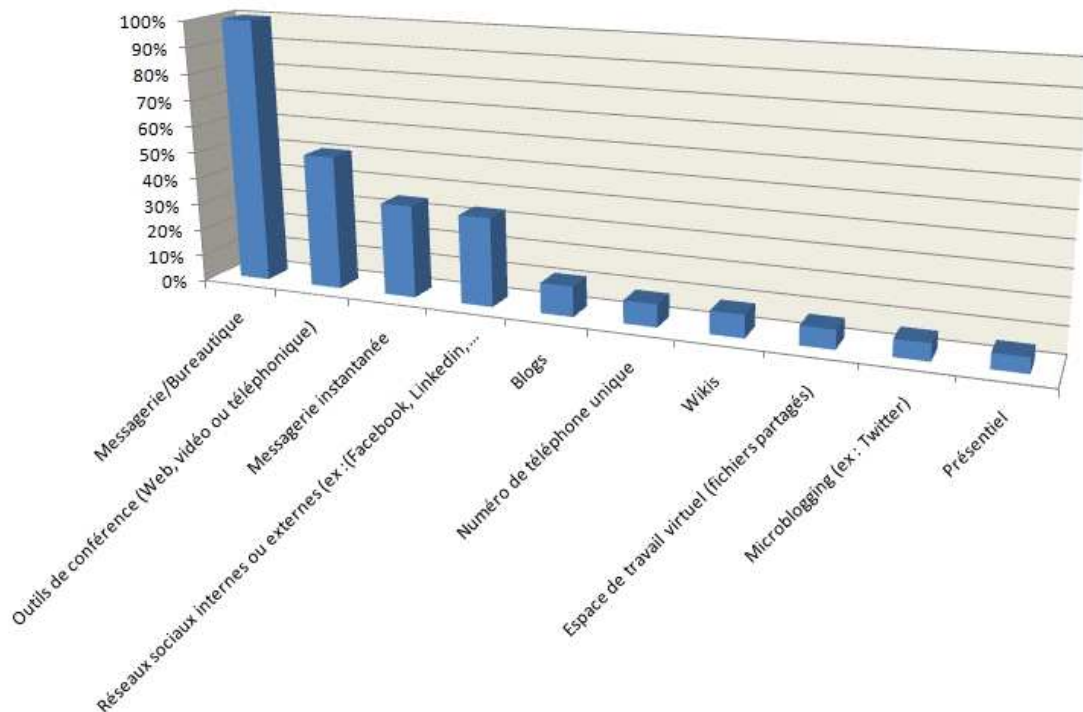


FIGURE 5 : FREQUENCE D'UTILISATION

Nous avons demandé à notre panel la fréquence d'utilisation des outils (Plusieurs fois par jour, une fois par jour, par semaine, par mois ou moins souvent) et avons calculé un indice de fréquence d'utilisation relatif par rapport aux outils *traditionnels*. Les outils de téléconférence (50%), messagerie instantanée (35%) et réseaux sociaux (33%) viennent compléter le téléphone, le courriel et la suite bureautique (100%). Les scores des autres outils sont anecdotiques.

Outils à installer

Cette question a pour but de comprendre quels sont les outils que les collaborateurs aimeraient voir installer dans leur entreprise.

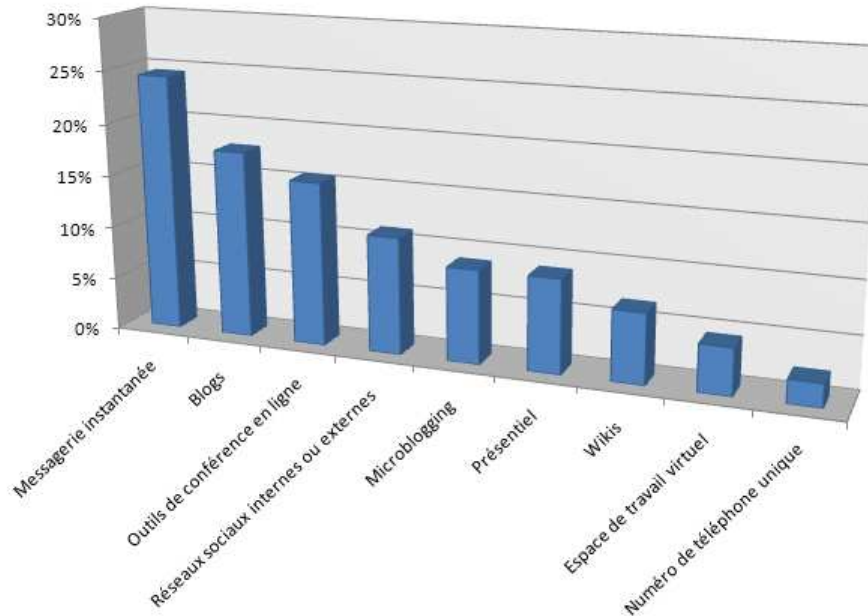


FIGURE 6 : OUTILS A INSTALLER

On note tout d'abord que la moitié de personnes interrogées ont été indécises devant cette question. On peut donner deux explications à ce fait. D'abord, les collaborateurs sont satisfaits des outils *traditionnels* fournis par l'entreprise et ne recherchent pas d'autres moyens de travail dans ces domaines. De plus, ils ne se sentent pas impliqués par les choix de la direction informatique et ne s'approprient que les outils qui leur sont proposés.

Pour l'autre moitié, messagerie instantanée, téléconférence et réseau social sont les outils à installer dans les entreprises. Au-delà des gains effectifs en termes de productivité et d'efficacité, ces outils bénéficient d'une bonne appréciation car ils sont disponibles également dans le monde grand public et vraisemblablement utilisés par ces collaborateurs dans leur sphère privée. Ayant démystifié leurs usages, étant habitué à leurs fonctions et les maîtrisant bien, ces utilisateurs les demandent dans leur environnement professionnel.

C'est également pourquoi les blogs viennent s'intercaler dans notre trilogie. Influence de l'Internet, les utilisateurs veulent utiliser dans leur environnement professionnel les outils du Web 2.0. Cette demande est toutefois à mettre en balance avec les résultats de notre étude de 2008 où la question de l'intérêt et la valeur des blogs publics était posée. Dans un blog public, nous disait-on, tout un chacun peut, d'une manière anonyme, s'ériger expert d'un domaine, sans autre justification que sa propre volonté. En outre, l'écriture d'un blog n'attire pas, cette activité venant en concurrence avec l'activité professionnelle. Qu'ajouter dans le billet de blog aux rapports et synthèses sur lesquelles on a travaillé toute la journée ?

Les pratiques de travail des collaborateurs de l'entreprise

De même, la couverture médiatique autour de Twitter et la consultation fréquente de l'encyclopédie en ligne Wikipedia ont mis un coup de projecteur sur le microblogging et les wikis et encourage peut-être les collaborateurs à demander leurs installations dans l'entreprise. Les outils plus techniques (numéro de téléphone unique), et donc peu connus, et ceux mal identifiés car mal nommés (espace de travail virtuel) sont demandés de façon épisodique.

Les avantages

Cette question cherche à évaluer les apports de ces outils tels qu'ils sont perçus par les collaborateurs.

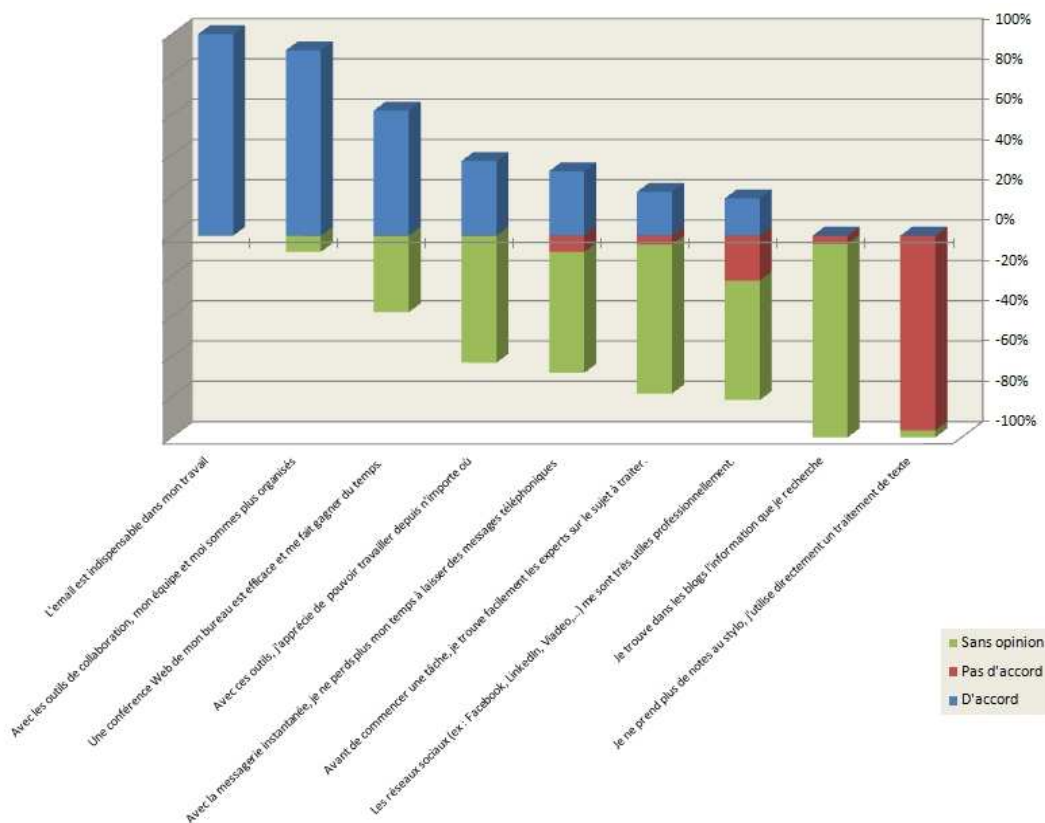


FIGURE 7 : LEURS AVANTAGES

Lors de l'enquête, nous avons demandé aux personnes interviewés si elles étaient d'accord, pas d'accord ou sans opinion sur les affirmations suivantes (de gauche à droite dans la figure) :

- L'email est indispensable dans mon travail
- Avec les outils de collaboration, mon équipe et moi sommes plus organisés
- Une conférence Web de mon bureau est efficace et me fait gagner du temps.
- Avec ces outils, j'apprécie de pouvoir travailler depuis n'importe où
- Avec la messagerie instantanée, je ne perds plus mon temps à laisser des messages téléphoniques

- Avant de commencer une tâche, je trouve facilement les experts sur le sujet à traiter.
- Les réseaux sociaux (ex : Facebook, LinkedIn, Viadeo,...) me sont très utiles professionnellement
- Je trouve dans les blogs l'information que je recherche
- Je ne prends plus de notes au stylo, j'utilise directement un traitement de texte

Le courriel reste l'outil clé de la productivité, de la collaboration et de l'échange entre tous les participants des projets et actions de l'entreprise. Alors que, par exemple, Google Wave mêle courriel, messagerie instantanée et espace collaboratif, et que Facebook intègre des fonctions de communications alternatives (messagerie instantanée, mur, commentaires...), le courriel reste irremplaçable aux yeux de notre panel de professionnels.

Il est intéressant de noter que, sur Internet et le marché grand public, les études sont contradictoires à ce sujet. Les unes démontrent, chiffres à l'appui², que les internautes se sont davantage connectés à un site communautaire (67%) qu'à une messagerie (65%). D'autres prédisent la mort de l'email³, remplacé par les outils de messagerie instantanée, de microblogging et de communautés. Les dernières⁴, enfin, démontrent que l'utilisation des réseaux sociaux augmenterait l'usage de l'email. En fait, d'après notre panel les outils *modernes* de communication comme la messagerie instantanée ou de collaboration comme les blogs et wikis ne viennent qu'en complément et non en remplacement des outils *traditionnels*.

Il existe un grand consensus sur l'apport des outils de collaboration. Ils améliorent l'organisation et l'efficacité des équipes. Pourtant les personnes de notre panel méconnaissent les outils *modernes* (près de 100% de sans opinion sur la valeur des blogs, par exemple). Il est donc probable que le consensus s'est fait autour des outils *traditionnels* et largement utilisés dans les entreprises.

Il y a enfin accord pour dire que nous prenons des notes au stylo et non directement sur l'ordinateur. Pourtant ce mode opératoire est certainement moins efficace pour l'entreprise. Les notes manuscrites sont personnelles et ne peuvent être partagées. Elles nécessitent une saisie sur un traitement de texte ou un courriel pour être transmises. Habitudes en lien direct avec l'école ou l'université, manque de formation dans l'entreprise, même les plus jeunes de notre panel considèrent que le traditionnel stylo est plus performant que le clavier, ce que semblent contredire les études⁵. Dans ce domaine, on peut également soupçonner une position culturelle française associant la « machine à écrire » à des tâches de secrétariat.

² http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf

³ http://blogs.gartner.com/michael_maoz/2009/05/10/email-is-dead-taken-out-by-twitter-chat-and-communities/

⁴ http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/is-social-media-impacting-how-much-we-email/

⁵ http://fr.wikipedia.org/wiki/Mot_par_minute

Les inconvénients

De la même manière que pour les avantages, cette question cherche à évaluer les inconvénients des outils de productivité, collaboration, communication et socialisation tels qu'ils sont perçus par les collaborateurs.

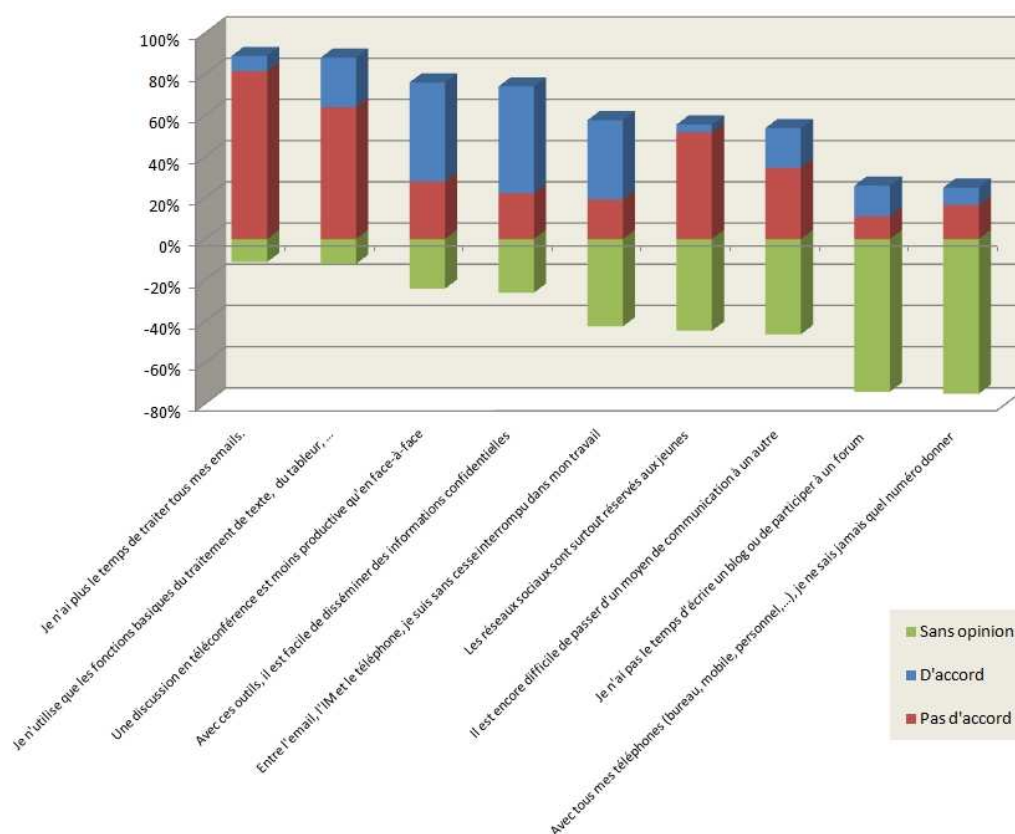


FIGURE 8 : LEURS INCOVENIENTS

Lors de l'enquête, nous avons demandé aux personnes contactés si elles étaient d'accord, pas d'accord ou sans opinion sur les affirmations suivantes (de gauche à droite dans la figure) :

- Je n'ai plus le temps de traiter tous mes emails
- Je n'utilise que les fonctions basiques du traitement de texte, du tableur, ...
- Une discussion en téléconférence est moins productive qu'en face-à-face
- Avec ces outils, il est facile de disséminer des informations confidentielles
- Entre l'email, la messagerie instantanée et le téléphone, je suis sans cesse interrompu dans mon travail
- Les réseaux sociaux sont surtout réservés aux jeunes
- Il est encore difficile de passer d'un moyen de communication à un autre (par ex : poste fixe à mobile)
- Je n'ai pas le temps d'écrire un blog ou de participer à un forum
- Avec tous mes téléphones (bureau, mobile, personnel,...), je ne sais jamais quel numéro donner pour me joindre

Nous avons trié ce graphe des réponses en fonction du nombre de réponses sans opinion. Cela confirme la cartographie des outils utilisés dans les entreprises. Les outils *modernes* sont peu installés et donc peu utilisés. Du coup, le panel n'a pas d'opinion sur la validité des critiques émises sur ces outils.

Par contre, il a une haute opinion sur les outils *traditionnels* et le courriel et la suite bureautique tirent leurs épingles du jeu. Alors que le courriel est une activité extrêmement chronophage (une centaine de courriels sont reçus et une quarantaine sont envoyés en moyenne par jour en entreprise par chaque collaborateur et près de 20% des messages reçus sont identifiés comme étant du spam⁶), les utilisateurs prennent le temps de traiter tous leurs courriels quotidiennement. Ce n'est pas une perte de temps mais au contraire c'est la priorité numéro un dans la longue liste des activités quotidiennes. Les personnes interviewées sont également satisfaites des fonctions apportées par les outils bureautiques. Au vu de leurs besoins et de leurs réalisations (documents, présentations, tableaux ...), ils considèrent qu'ils exploitent correctement les possibilités de ces outils. Enfin, le travail étant par nature non linéaire, les interruptions dues aux messages reçus et aux appels téléphoniques ne sont pas considérées comme gênantes⁷. Malgré l'engorgement des messageries, la prolifération des sources de documents, la multiplication des modes de communications, la mauvaise réutilisation des gabarits, l'incompatibilité entre les formats, etc. les personnes interrogées ne veulent pas ou ne peuvent pas rechercher et donc utiliser des alternatives technologiques plus efficaces.

Amplifiées par des exemples récents de dissémination d'informations confidentielles, les personnes interrogées sont inquiètes et sensibilisées au sujet. En matière de sécurité, les utilisateurs n'ont pas toutes les réponses et sont conscients des risques sur leurs données personnelles.

La téléconférence est perçue comme moins productive qu'un face-à-face. Et pourtant elle est considérée comme le moyen de collaboration le plus important après les outils traditionnels. Installé et recommandée par la direction informatique, la téléconférence est très utilisée en entreprise mais pas complètement appropriée par ses utilisateurs.

Il semble y avoir une belle évolution dans la perception et l'usage des réseaux sociaux. Notre étude sur le Web 2.0 de 2008 avait montré que son panel estimait que les réseaux sociaux contribuaient à augmenter la fracture générationnelle entre les seniors et les juniors dans l'entreprise. Fin 2009, seule une petite minorité (moins de 5%) reste sur cette position et estime que les réseaux sociaux sont surtout réservés aux jeunes. Par contre, une majorité (52%) pense le contraire. C'est d'ailleurs confirmé par les chiffres de fréquentation des outils sociaux grand public. Facebook a vu la plus grande croissance de son audience⁸ venir de la tranche des 35-49 ans.

⁶ <http://www.marketwire.com/press-release/The-Radicati-Group-Inc-803446.html>

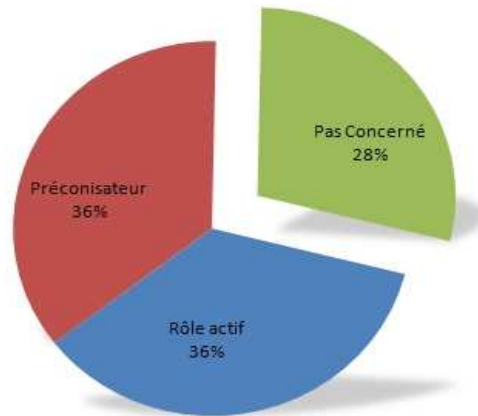
⁷ 43 % des salariés français sont interrompus au moins toutes les dix minutes et 31 % avouent être distraits dans leur travail. Source : Crefac

⁸ Source : Facebook

Le rôle

Cette question cherche à évaluer le rôle des personnes interrogées dans le choix des solutions de collaboration, de communication et de communautés.

Informaticiens



Non Informaticiens

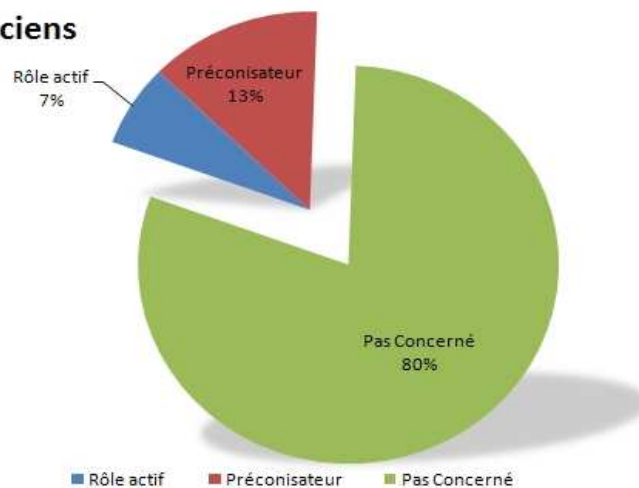


FIGURE 9 : VOTRE RÔLE DANS LE CHOIX DES SOLUTIONS

C'est une des grosses surprises de cette étude. Plus des trois quart des collaborateurs des fonctions non-informatiques, mais également près d'un tiers des collaborateurs de la direction informatique des entreprises de notre panel ne sont pas concernés par les choix en matière d'outils de collaboration, de communication et de communautés. Pourtant dans le monde des applications grand public, l'internaute a un rôle actif et de prescription. Dans la famille, chacun évalue et choisit ses outils de « travail ». La messagerie est souvent fonction de son fournisseur d'accès Internet (orange par exemple) ou du moteur de recherche (voila, Yahoo, Google). On choisit l'outil de messagerie instantanée en fonction de la localisation de ses amis (MSN pour les plus jeunes, Skype pour les voyageurs), le réseau social en fonction de sa communauté (Facebook ou Viadeo), et les outils plus spécialisés en fonction de ses intérêts (Flickr pour la photographie, DailyMotion pour la vidéo ...). Pour couronner le tout, l'internaute accède à son univers Internet sur sa page d'accueil personnalisée (Netvibes, iGoogle...).

Dans l'entreprise, la démarche est toute autre. Toutes nos tâches et activités sont tournées vers la satisfaction de nos clients internes ou externes et alignées sur des objectifs d'entreprise. Et pour ce faire, nous utilisons les outils mis à notre disposition sans rechigner. Notre environnement de travail est hors de notre contrôle. Dans l'enceinte de l'entreprise, il n'est plus question de choisir ni même de donner un avis. Au vu de la capacité d'innovation du monde grand public et à l'heure des discours sur l'alignement entre l'informatique et les métiers, il reste encore un grand pas à faire.

Les projets

Cette question cherche à évaluer la connaissance par les collaborateurs des projets de collaboration, de communication et de communauté dans les entreprises.

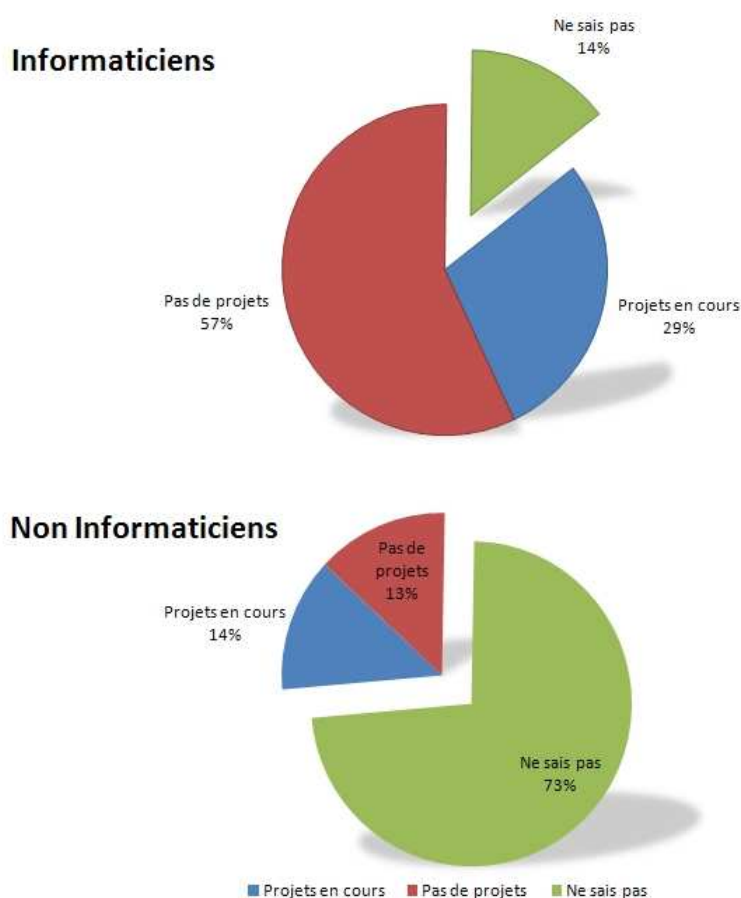


FIGURE 10 : PROJETS EN COURS

Ici encore, les réponses des membres de la direction informatique et des directions métiers ne font que confirmer que ces dernières ne se sont pas approprié le domaine. Alors que les solutions ont comme objectif de faciliter le quotidien des collaborateurs, il y a peu de projets en cours. Il y a surtout une grande méconnaissance de l'activité de la direction informatique.

Les sources d'informations

Cette question cherche à évaluer les sources d'information que les collaborateurs utilisent pour les domaines de collaboration, de communication et de communauté.

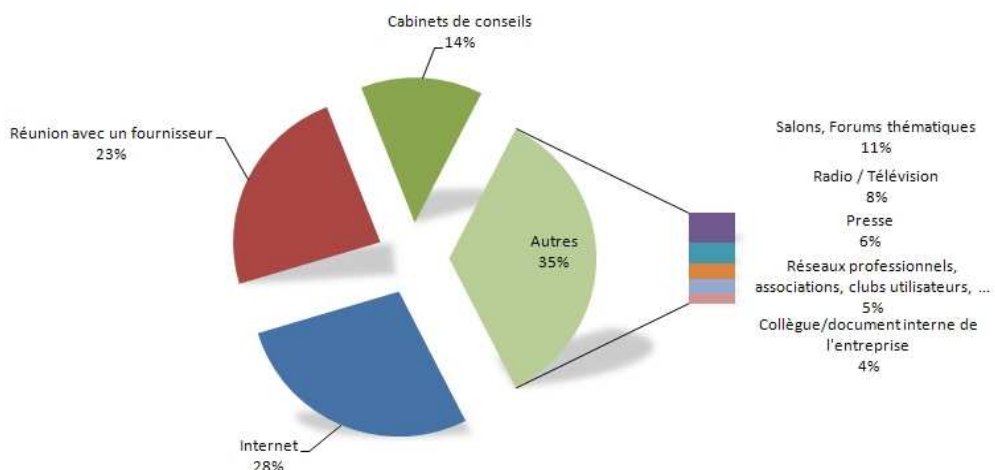


FIGURE 11 : LES SOURCES D'INFORMATION

Le trio de tête des sources d'information conforte la démarche de notre observatoire L'Entreprise Intelligente. Fournir de l'information au travers du canal Internet, l'enrichir avec l'apport des fournisseurs de solutions et l'analyser avec les critiques des observateurs neutres sont les trois piliers de l'observatoire.

Le faible score des sources proches des non informaticiens (collègues, réseaux, presse ...) montre également que, dans l'entreprise, ces domaines restent essentiellement du ressort de la direction informatique, là ou dans le monde du grand public, c'est du domaine de l'internaute.

Identification spontanée

Cette question cherche à identifier la notoriété spontanée des nombreux acteurs qui proposent des solutions autour de la collaboration, des communications et des communautés.

Sans surprise Microsoft arrive en tête de ces acteurs. L'éditeur doit sa première place d'abord à ses produits sur les postes de travail. Avec, en France, 9 PC sur 10 utilisant une version de Windows, Microsoft domine sans conteste le marché des systèmes d'exploitation⁹ dans le monde du grand public et les entreprises. De même, près de 2/3 des entreprises¹⁰ vont probablement migrer à Office 2010 quand le produit sera disponible.

Moins visible sur le marché grand public, IBM arrive en seconde position sur le marché professionnel en terme de notoriété.

⁹ Source AT Internet Institute 2009

¹⁰ Software Trends Survey 2009 – Computer Weekly

Plus surprenant, les autres grands acteurs traditionnels des progiciels de gestion intégrés sont reconnus également en tant que fournisseurs de solutions de collaboration et de communication pour l'entreprise. Bien sûr, ils disposent chacun d'une offre dans ces domaines mais leur part de marché est négligeable par rapport aux premiers. Il faut vraisemblablement analyser ces résultats par le fait que les utilisateurs ne font pas de distinction entre leurs outils de collaboration, de communication ou de communauté et leurs applications traditionnelles. Ils veulent au contraire l'intégration dans les applications de fonctions de collaboration, de communication et sociales.

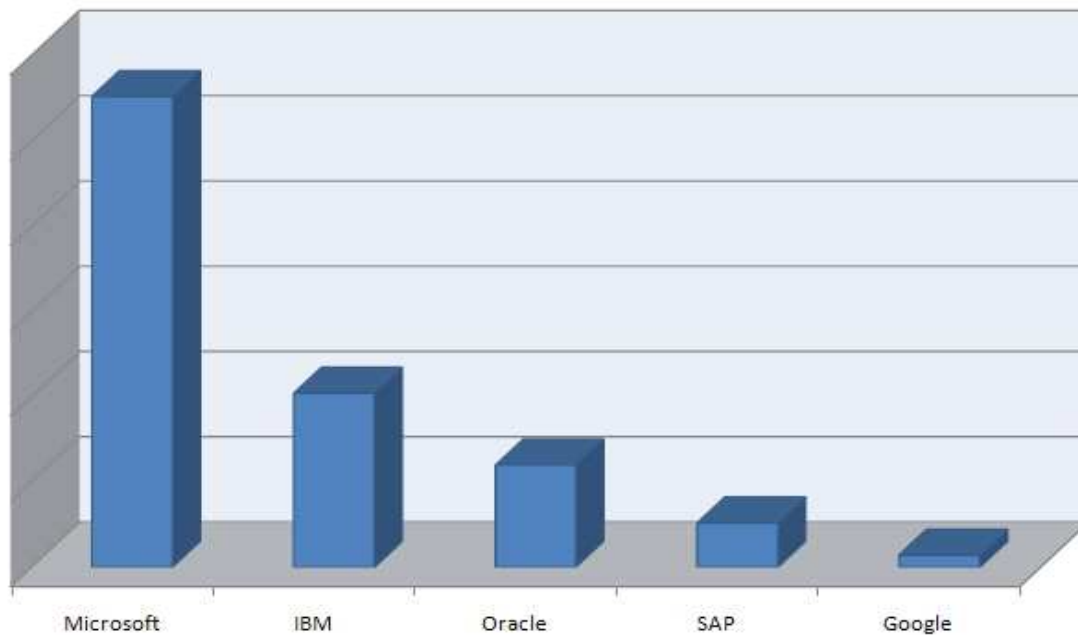


FIGURE 12 : IDENTIFICATION SPONTANEE

Enfin, le faible résultat de Google montre que la compagnie doit encore améliorer ses efforts pour être reconnu également en tant qu'acteur pour l'entreprise et non seulement pour le grand public.

Identification d'acteurs sélectionnés

Cette question cherche à identifier la notoriété d'acteurs sélectionnés qui proposent des solutions autour de la collaboration, des communications et des communautés.

Dans une liste proposée de fournisseurs de solutions, les grands acteurs du domaine sont identifiés par notre panel. Chacun a une image forte que ce soit dans le monde grand public (Google, Yahoo), dans le monde professionnel (Microsoft et IBM) ou le monde des télécommunications (Orange). Par contre, les acteurs spécifiques comme BlueKiwi, JiveSBS ou Keyro) ne sont connus que des spécialistes et leurs messages marketing n'atteignent pas les collaborateurs dans les entreprises.

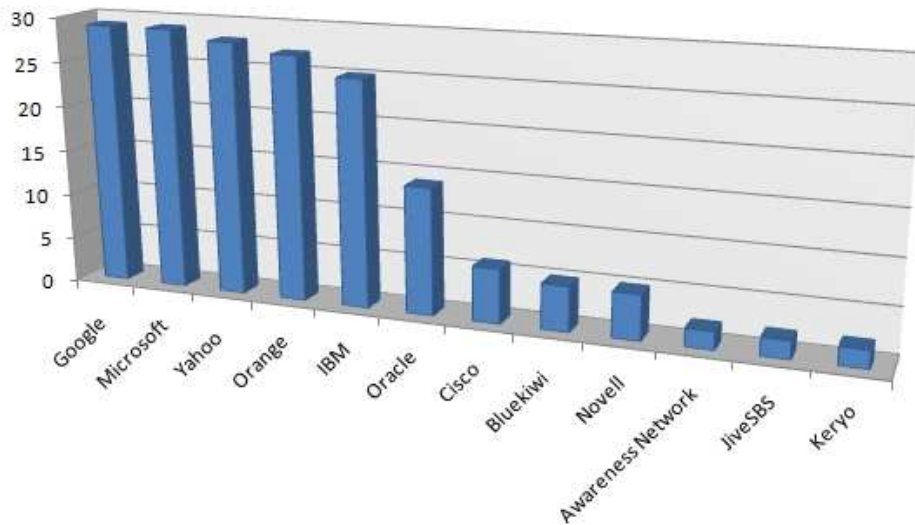


FIGURE 13 : IDENTIFICATIONS DES ACTEURS SELECTIONNES

Equipements nomades

Cette question cherche à identifier si les entreprises ont mis en place un support à la mobilité en offrant à des appareils nomades comme les téléphones mobiles un accès aux systèmes de collaboration et de communication.

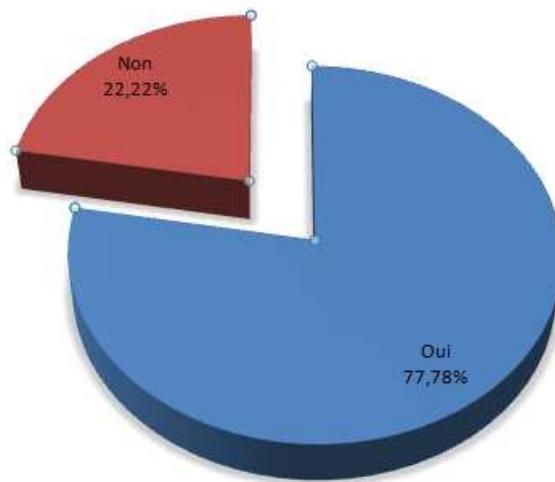


FIGURE 14 : UTILISATION D'EQUIPEMENTS NOMADES

Dans une large majorité, les entreprises de notre panel ont ouverts leurs systèmes internes aux appareils mobiles, essentiellement sur la plate-forme Blackberry.

L'Entreprise Intelligente

En demandant aux personnes interrogées ce que représente pour eux la notion d'Entreprise Intelligente, cette question cherche à identifier les points forts des notions de collaboration, de communication et de communauté.



FIGURE 15 : L'ENTREPRISE INTELLIGENTE

La figure représente visuellement les mots clefs utilisés par les personnes interviewés lors de l'enquête. Comme n'importe quel nuage de mots, plus les mots sont utilisés, plus la police d'affichage est grande.

On peut synthétiser les réponses par ces trois points

- L'Entreprise Intelligente s'occupe de productivité, de collaboration et de communication.
- L'Entreprise Intelligente s'adresse aux utilisateurs.
- L'Entreprise Intelligente met en place des outils faciles et pratiques

En conclusion, comment favoriser la modernité ?

Aujourd'hui, l'entreprise est confrontée à des problèmes de productivité, de collaboration et de communication. L'information est majoritairement stockée sous forme non structurée et les volumes doublent tous les 6 à 8 mois. Les collaborateurs reconnaissent qu'il est difficile de retrouver l'information nécessaire pour effectuer leur travail. Les outils et technologies en place actuellement deviennent inefficaces, de nombreux dossiers ou fichiers placés en partage ne sont jamais accédés. Utilisé comme outil collaboratif, le courrier électronique a ses limites : combien de temps perdu à rechercher la bonne version du document du projet dans les messages échangés ? De même, les appels sans réponse, les correspondants absents et la boîte vocale saturée sont quelques unes des mésaventures fréquemment rencontrées avec le téléphone

L'étude confirme la prééminence d'un trio de produits très dominants du fait de leur maturité et des habitudes d'usage. Et les outils *modernes* pâtissent de cette habitude. D'autant plus que des freins comme la sécurité et la perception de l'intérêt de certains outils sont clairement identifiés. Pourtant, pour résoudre ces problèmes, les blogs et les wikis, les messageries instantanées et la vidéoconférence, les réseaux sociaux ont leur carte à jouer. Mais, le succès de l'adoption d'un outil, aussi brillant soit-il, ne va pas de soi : il faut mettre en place une organisation pour piloter le projet, piloter le déploiement et accompagner le changement auprès des collaborateurs.



FIGURE 16 : LES OUTILS MODERNES

L'introduction des outils *modernes* entraîne des changements dans l'entreprise. Le support de la mobilité, la gestion des flux d'information et la notion d'instantanéité ont des impacts forts sur les modes de travail et d'organisation. Il faut également travailler sur les aspects de la culture d'entreprise, car des changements dans les représentations et les pratiques sont nécessaires. Il faut éviter que ces nouveaux outils puissants soient peu utilisés, à cause de freins culturels non adressés. La suppression des barrières temporelles et géographiques, le mélange entre la sphère privée et la sphère professionnelle, les communautés d'intérêt avec des collègues, des partenaires et des clients font évoluer fortement la manière dont les gens collaborent et communiquent.

Réalisé lors d'une réflexion commune avec les collaborateurs, le projet de mise en œuvre proposera un programme de conduite du changement et l'établissement d'une charte d'utilisation. Cette réflexion peut être d'ailleurs l'occasion de remettre à plat certains processus et d'adapter les règles d'approbations dans les workflows pour tenir compte des apports des outils *modernes* et pour faciliter les prises de décisions par les acteurs du terrain. Pour augmenter l'appétence des employés sur ces nouveaux outils et donc faciliter leurs appropriations, il convient aussi de reconnaître l'expertise des collaborateurs et de mettre en valeur leur prise de parole en s'assurant de la pertinence des échanges.

Répondant à des nouveaux besoins et usages, les outils *modernes* de productivité, collaboration, communication et communauté permettent aux collaborateurs des entreprises de mieux travailler ensemble, d'innover grâce à l'intelligence collective et de mieux exploiter l'information. Un accompagnement est nécessaire afin qu'ils adoptent plus facilement et rapidement ces nouvelles façons de travailler.

Etude et démographie de l'enquête

L'étude a été conçue pour comprendre la perception des nouveaux modes de travail, de collaboration, de communication et interactions dans les entreprises.

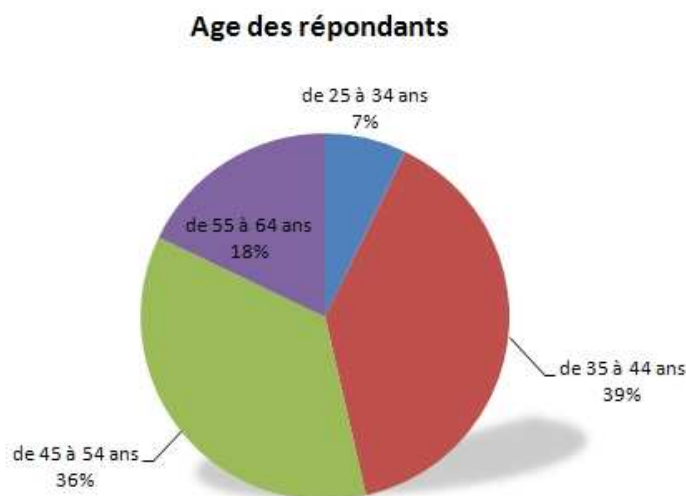
Mode opératoire

Cette étude a été réalisée en questionnant des collaborateurs, y compris non techniques, des entreprises françaises. Pour recueillir les informations, une enquête par téléphone a eu lieu en octobre et novembre 2009.

Suite à une demande d'interview envoyée par email sur un échantillon représentatif des entreprises françaises, environ 400 personnes appartenant aux services opérationnels et informatiques et au management de l'entreprise ont été contactées par téléphone pour répondre au questionnaire. 30 personnes (soit 10% de l'échantillon) ont accepté de nous répondre et ont complété le questionnaire.

Enfin, des entretiens en face à face ont été réalisés par nos analystes afin de compléter l'analyse quantitative par une analyse qualitative.

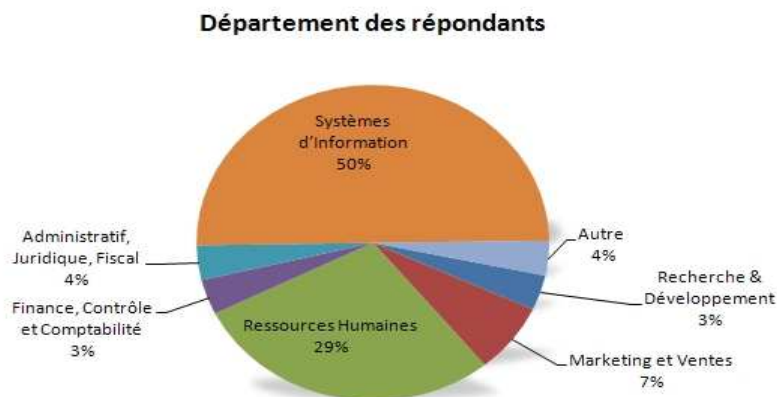
Les répondants



D'une manière générale, nous n'avons pas trouvé de segmentation des réponses par rapport à l'âge. Cela remet un peu en cause le marketing spécifique vers une génération Y¹¹ qui voudrait absolument ces outils *modernes*. Ce concept de génération Y permet aux éditeurs de faire passer le message selon lequel les jeunes générations demandent ce type d'outils et qu'il faut donc les mettre en œuvre si l'on ne veut pas perdre de futurs talents de son entreprise. La réalité est probablement autre. D'abord, tous les employés, quelque soit leur âge, utilisent les outils disponibles dans l'entreprise pour réaliser leurs tâches et activités professionnelles. Ensuite, les chiffres montrent que les anciens sont

¹¹ Le terme « génération Y » désigne les personnes nées entre la fin des années 1970 et le milieu des années 1990

autant utilisateurs des outils *modernes* que les jeunes. Il est donc vraisemblable que la combinaison gagnante allie le dynamisme de la jeune génération qui maîtrise les outils *modernes* à l'expérience des anciens qui connaissent les leviers de productivité et de performance



Par contre nous avons trouvé une vraie différence entre les collaborateurs issus de la direction informatique et les autres. Les informaticiens connaissent mieux les outils *modernes*, ce qui ne veut pas dire qu'ils les utilisent ou les apprécient plus que leurs collègues des directions métiers.

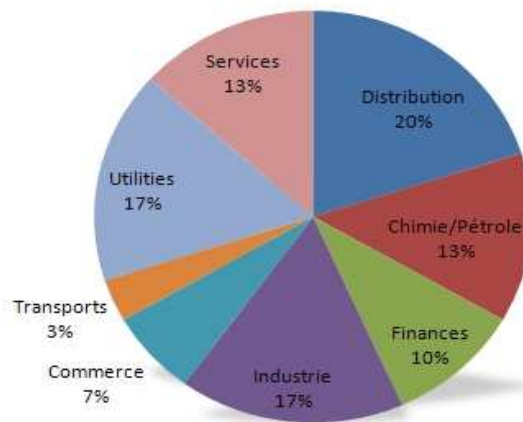
Les entreprises

Effectifs des entreprises interrogées



Les entreprises interrogées se répartissent de manière équilibrée entre les grandes, les moyennes et les petites entreprises. De même nous avons respecté le plus possible la répartition entre la région parisienne et la province.

Activité des entreprises interrogées



En termes d'activité, les entreprises représentent l'ensemble des grands secteurs industriels et commerciaux.

Lexique

Terme	Définition
Blogs	Un blog est un site Web constitué par la réunion de billets agglomérés au fil du temps. Le billet délivre un contenu souvent textuel, enrichi d'hyperliens et d'éléments multimédias, sur lequel chaque lecteur peut généralement apporter des commentaires. Skyrock Blog ou Blogger sont deux exemples de plates-formes de blogs.
Espace de travail virtuel (fichiers partagés)	Cet espace offre tous les moyens d'interaction entre membres d'une équipe comme le partage de documents multimédias
Messagerie (email)	Un système de messagerie électronique permet d'envoyer des messages via un réseau informatique (principalement l'Internet) dans la boîte aux lettres électronique d'un destinataire choisi par l'émetteur.
Messagerie instantanée	La messagerie instantanée permet l'échange instantané de messages textuels entre plusieurs ordinateurs connectés au même réseau (ex Internet). Contrairement au courrier électronique, ce moyen de communication est caractérisé par le fait que les messages s'affichent en quasi-temps-réel et permettent un dialogue interactif.
Microblogging (ex : Twitter)	Le microblogging (dérivé du blog) permet de publier des contenus textuels en format court (moins de 140 à 200 caractères) et sans titre afin de les partager avec ses connaissances ou n'importe quelle personne intéressée.
Numéro de téléphone unique	Le numéro de téléphone unique permet de joindre un interlocuteur grâce à un seul numéro d'appel. L'outil fait le transfert vers le bon poste de manière automatique suivant des règles définies (Par exemple de 9H00 à 17H30, faire sonner mon poste fixe, puis au bout de trois sonneries, mon téléphone mobile; de 17H30 à 9H00, réacheminer l'appel à mon domicile pour tel ou tel appelant; etc.)
Outils de conférence (Web, vidéo ou téléphonique)	La téléconférence permet d'effectuer une réunion entre des personnes distantes au travers d'un téléphone, de la visiophonie ou un navigateur Web.

Les pratiques de travail des collaborateurs de l'entreprise

Terme	Définition
Présentiel	Une application qui indique le statut des personnes (Connecté, Disponible, En Réunion, non connecté,...)
Réseaux sociaux internes ou externes (ex :(Facebook, LinkedIn, Viadeo)	Une plate-forme de réseau social professionnel met à disposition des collaborateurs un espace web personnalisé, permettant de présenter diverses informations personnelles telles que son état civil, ses expériences professionnelles et ses expertises. Ces informations permettent de retrouver et de former des groupes d'employés partageant les mêmes caractéristiques.
Suite bureautique (ex : Traitement de texte, tableur, ...)	La suite bureautique est un outil de productivité individuelle, c'est-à-dire un logiciel qui informatise les travaux courants dans un bureau. (traitement de texte, tableurs, bases de données, présentation, gestionnaire d'informations personnelles ...)
Wikis	Un wiki est un système de gestion de contenu de pages web librement modifiables par tous les visiteurs y étant autorisés. Les wikis sont utilisés pour faciliter l'écriture collaborative de documents. <i>Wikipedia est l'encyclopédie en ligne basée sur un wiki.</i>

Les auteurs, la société, l'observatoire

Les auteurs

Christophe Toulemonde est directeur du cabinet JEMM research. Avec plus de 20 ans d'expérience dans l'informatique, Christophe Toulemonde est un expert reconnu des architectures et approches orientés services, de la collaboration et communications unifiées, et des réseaux sociaux d'entreprise..

Auparavant, chez Meta Group, il a couvert, pour la zone EMEA, les domaines des stratégies d'intégration et de développement. Pendant 15 ans chez IBM et des filiales du groupe en France et aux Etats Unis, il a occupé divers postes de direction technique et marketing. Il a publié de nombreux ouvrages sur le e-business et l'intégration d'applications.

Bertrand Garé suit depuis dix ans les changements et évolutions dans les nouvelles technologies que ce soit du côté infrastructure ou du logiciel. Polyvalent dans sa connaissance du marché, il s'est spécialisé sur les nouvelles tendances comme l'informatique en Cloud et ses conséquences dans les entreprises. Il a une connaissance approfondie des architectures matérielles et processeurs. Ses autres spécialités : les progiciels de gestion, le cycle de développement des applications et le monde du Web et ses nouveaux modèles.

Dans le cadre de son travail de journaliste il a été au contact des dirigeants des filiales françaises des principaux éditeurs et constructeurs du marché et de leurs clients.

JEMM Research

JEMM research est une société de recherches stratégiques et d'analyses opérationnelles spécialisée dans les approches orientés services, la collaboration et communications unifiées, les réseaux sociaux d'entreprise. JEMM Research a deux pôles d'activités, l'un à destination des entreprises qui mettent en œuvre ces technologies informatiques, l'autre à destination des fournisseurs, constructeurs, éditeurs de logiciels et intégrateurs.

JEMM research conseille les entreprises utilisatrices sur l'évolution de leur organisation, dans leur choix d'architecture et de technologies, les aide dans les étapes du projet d'évolution de leur système d'information, les accompagne dans le changement, et valide et documente les réalisations.

Par ailleurs, JEMM research aide les acteurs du monde informatiques à comprendre, analyser, définir leurs marchés cibles et à promouvoir leur offres en maximisant leur chances de succès.

www.jemmresearch.com

L'observatoire

Pour aider les entreprises dans leurs réflexions sur leur organisation et les aider à optimiser leur capacité d'innovation, JEMM research a créé l'observatoire L'ENTREPRISE INTELLIGENTE sur les pratiques de travail des collaborateurs de l'entreprise.

Il comprend :

- Un espace communautaire francophone sur le Web. Il est alimenté au fil de l'eau par les réflexions d'utilisateurs quotidiens, les retours d'expériences, les questions, interrogations et les réponses apportées par des experts, des observations d'analystes et les points de vue et propositions des vendeurs
- Un espace de rencontre qui complète la dimension virtuelle de l'Internet avec des lieux de rencontre dans la « vraie vie » afin de discuter de vive voix entre les membres de la communauté. La table ronde Visions Croisées des Pratiques de Travail de décembre 2009 qui a réuni 40 directeurs généraux, des ressources humaines et des systèmes d'information était la première de ces manifestations.
- Un observatoire des pratiques de travail. Il analyse et scrute les organisations afin d'en recueillir les expériences, les bonnes pratiques, les avis. La présente étude *L'Entreprise Intelligente 2010 : Les pratiques de travail des collaborateurs de l'entreprise* est la première publiée par l'observatoire.

www.lentrepriseintelligente.fr


Pour obtenir cette étude

La synthèse est disponible gratuitement sur le site de l'observatoire L'Entreprise Intelligente à l'adresse suivante :

www.lentrepriseintelligente.fr/content/ei2010synthese

Réservée aux membres de la communauté (inscription gratuite), cette étude est disponible également sur le site de l'observatoire à l'adresse suivante :

www.lentrepriseintelligente.fr/content/ei2010rapport

	<p>JEMM research</p> <p>www.jemmresearch.com</p> <p>jemminfo@jemmresearch.com</p> <p>Tel : +33 1 39 16 48 81</p>
---	--