

BLOG : Management de l'information et des connaissances

<http://msmsic.blogspot.com>

MERCREDI 25 FEVRIER 2009

Marché de la Veille où, en Sommes Nous ? 2eme partie

Aujourd'hui nous poursuivons notre exploration du marché de la Veille, en collectant les impressions d'un second professionnel du secteur : Antoine Montoux, consultant pour la société **KB Crawl**, fournisseur de logiciel de veille automatique sur internet.

Bonne Lecture,

Et si vous aussi vous désirez me faire part de vos commentaires et peut être faire l'objet d'un article sur notre blog n'hésitez pas à me contacter.

Y.R. Quelles ont été les principales évolutions du marché ces dernières années ?

A.M. « D'un point de vue global depuis 2002, on a pu constater une augmentation à la fois des budgets alloués à des activités de veille et du nombre de cellules mises en place. D'un point de vue qualitatif nous avons observé une évolution sensible des compétences et exigences des utilisateurs.

Concernant notre clientèle, nous sommes passés de prospects privés centrés essentiellement sur le secteur de l'industrie à une multitude d'acteurs évoluant dans des domaines divers, avec des besoins tout aussi variés. Aujourd'hui la nécessité de réaliser une activité de veille est entrée dans les mœurs des entreprises, même si le travail de sensibilisation est à poursuivre. De par la multiplicité toujours croissante du nombre de parties prenantes sur des marchés de plus en plus vastes, il est devenu vital de collecter l'information pertinente à des fins stratégiques.

Notre portefeuille de clientèle s'est diversifié au fil des années, il s'étend de la PME à des entreprises plus imposantes (nous sommes en relation avec près de la moitié des sociétés du CAC40). Mais nous collaborons également avec des structures publiques et parapubliques comme les CCI et un certain nombre de ministères.

Du point de vue interne à l'entreprise nous ne travaillons plus seulement avec les départements de documentation mais de plus en plus avec les services marketings, de R&D, Juridiques. Ce sont ces acteurs qui ont fait évoluer la nature des veilles mises en place. »

Y.R. Quels sont les types de veilles les plus répandues à l'heure actuelle et vers quoi tendons-nous ?

A.M. « L'activité de veille « originelle » était essentiellement axée sur une mise sous surveillance de la concurrence. Celle-ci constitue toujours la base des activités des cellules de veille. Néanmoins au fil des ans les demandes ont évolué, cela étant en grande partie lié à la mutation de la structure de notre clientèle et plus particulièrement des clients internes aux entreprises (Services désireux de développer une veille). Nous avons ainsi constaté une activité de plus en plus axée sur de la veille produit, de la veille technologique, sociétale etc. Mais depuis l'année dernière, la veille image explose, ceci étant lié avec le développement du Web 2.0. L'entreprise souhaite connaître quelle est son image sur internet non plus seulement au travers de la presse généraliste ou spécialisée mais via les Blogs, Forums, les Réseaux sociaux, etc. »

Y.R. Quelles sont selon vous les conditions principales au bon fonctionnement d'un projet de veille ?

A.M. «Le premier critère de réussite de l'implantation d'un projet Veille repose sur une parfaite définition du besoin de l'entreprise. C'est un aspect crucial qui va conditionner l'ensemble de la mise en œuvre et de la stratégie de développement. C'est à partir d'une définition claire des besoins de l'entreprise que le choix d'un outil adapté s'opérera. Outre le besoin fonctionnel, l'entreprise devra être parfaitement consciente que la mise en place d'un projet de veille induit des investissements humains, financiers, comme de temps. Parfois les besoins identifiés ne nécessiteront pas l'usage d'un outil spécifique.

Je souligne que le facteur humain est un élément majeur de la réussite ou de l'échec d'un projet. Le choix des personnes qui supporteront le projet doit être réalisé de manière consciencieuse et parfois il sera préférable d'externaliser l'activité de veille à un cabinet. D'ailleurs nous travaillons de plus en plus avec des cabinets spécialisés, qui utilisent notre solution. »

Y.R. Quelles sont les réticences que vous continuez d'observer ?

A.M. «Le premier élément reste le « nerf de la guerre ». Comme j'ai pu le dire, il faut être conscient que le développement d'une activité de veille suppose un coût financier. Pour développer une cellule de manière efficace il faut s'assurer d'être prêt à supporter des coûts humains, de temps mais également budgétaire. Là encore, en fonction des besoins les budgets ne seront pas les mêmes et l'échelle de prix est importante.

Le second point serait l'implication des services informatiques, ce qui n'est pas forcément une barrière mais un facteur à prendre en considération pour l'ensemble des éditeurs de logiciels. Il faut s'assurer que l'utilisateur pourra accéder aux services de l'entreprise à distance via son poste sans problème (ASP). D'un point de vue général, la sécurisation croissante des systèmes d'informations, peut éventuellement être un problème pour les utilisateurs des solutions que nous offrons : Difficulté d'accès à des Blogs etc. »

Enfin les résistances humaines sont toujours présentes, mais ont tendances à s'estomper.

Y.R. Une des réticences que j'aurais soulignées aurait été la difficulté d'évaluer le retour sur investissement d'un projet de veille.

A.M. «En effet, il n'existe pas de méthode préétablie d'évaluation du ROI d'un projet de veille. L'impact d'un tel outil sur le business d'une entreprise est difficilement mesurable du fait de l'aspect qualitatif du projet. Il faut dès lors se replacer sur des expériences concrètes suscitées par le projet de veille. Par exemple : l'un de nos clients, a pu au travers d'une veille sur des journaux locaux étrangers détecter une grève dans une usine de l'un de ses concurrents. Durant le déroulement de cette grève, notre client qui était devenu le seul fournisseur sur le marché ciblé a pu augmenter ses prix et accroître ses marges. Bien sur cela suppose un processus de prise de décision bien réactif. Ainsi grâce à de telles expériences on pourrait définir le manque à gagner si l'information ne nous était pas parvenue à temps».

Y.R. Quel est votre sentiment actuel sur l'évolution de la concurrence sur le marché ?

A.M. «Le nombre de fournisseurs croit sensiblement, mais tous ne se positionnent pas sur les mêmes segments. Certains vont offrir des services relatifs à la mise en place de plateformes de veille complètes, d'autres vont se concentrer sur de l'analyse sémantique, du crawling, des activités de cartographies etc. Au final certains se retrouvent en situation de concurrence, mais d'autres en situation de partenariat, avec des outils complémentaires : allant de la collecte au Dashboard final assurant une meilleure visibilité des informations recueillies.

C'est dans cette optique que nous avons développé différents partenariats avec des fournisseurs de logiciels de cartographies (Neotia), d'analyses sémantiques (Temis), de moteurs de recherche en entreprise (Polyspot) ou encore de gestions documentaires (Alexandrie).

Y.R. Que pensez vous des outils gratuits de veille ?

A.M. «Les outils gratuits sont souvent la première étape vers une veille « industrialisée ». Mais lorsque l'on désire mettre en œuvre une surveillance plus poussée et professionnalisée, avec des filtres plus fins, l'utilisation d'outils payant devient nécessaire. Les outils gratuits sont un premier pas mais présentent un panel de fonctionnalités souvent limité ».

Y.R. KB Crawl est une solution disponible dans de plus en plus de pays, quelles sont les différences dans l'approche de la veille que vous avez pu constater ?

A.M. «Notre marché se situe en grande partie en France et dans les pays francophones comme la Suisse, le Luxembourg, la Belgique ou le Maroc. Mais nous sommes également implantés au Canada, en Finlande et au Pays-Bas. L'été dernier nous avons ouvert un bureau à Londres afin de pénétrer le marché anglais.

La principale différence que nous pouvons établir avec les marchés anglophones, c'est qu'ils sont davantage consommateurs d'informations que de softwares. Ils se tourneront vers des cabinets d'études plutôt que d'adopter une solution qui nécessitera de la formation et du paramétrage.

Y.R. Quel impact aura eu la crise économique sur votre secteur d'activité ?

A.M. «Fin 2008 notre taux de renouvellement de maintenance était de 96%. On ne peut ignorer l'impact que la crise aura sur notre secteur. La difficulté se portera sur la conquête de nouveaux clients plus que sur le renouvellement des contrats de notre clientèle actuelle. Les budgets dédiés à la veille ne sont pas toujours prioritaires par conséquent en cas de coupes budgétaires, les ressources attribuées aux cellules de veille seront probablement impactées et les projets d'implantation de telles activités mis en standby.

Peut-être que les enseignements de cette crise feront dans l'avenir des activités d'Intelligence Economique des services piliers de l'entreprise, lui permettant de se prémunir de certains risques.

Y.R. Quelles seront les évolutions vers lesquelles tendront les futurs produits de veille ?

A.M. «La tendance majeure, c'est l'accès à l'information à tout moment et de n'importe où. On ne désire plus seulement accéder à ses informations à partir d'un seul et unique point, mais disposer d'une interface accessible par le web et qui nous permet d'accéder à nos informations à tout moment. Nous avons, pour répondre à ce besoin développé un portail web permettant à nos utilisateurs de consulter leurs news via internet.

La seconde tendance serait, la mise en place d'une veille environnementale. Cette préoccupation est croissante au sein des entreprises et est à relier avec l'importance que revêt la veille image.

Enfin, les futurs outils de veille devront permettre l'analyse de contenus autres que des contenus textes. Je pense essentiellement à des vidéos afin d'étendre le périmètre de surveillance de chaque entreprise. On parle d'analyse du « Speech Text ». Aujourd'hui seuls les tags permettent de repérer une vidéo sur le web. Des technologies allant dans le sens du « Speech to text » sont en cours de développement, mais le travail à réaliser reste important.

Y.R. Pour conclure notre entrevue, pourriez-vous brièvement nous présenter la solution KB Crawl.

A.M. «KB Crawl est un outil de veille sur internet qui permet de collecter et filtrer automatiquement les informations ciblées en vue d'une exploitation stratégique. La solution permet de surveiller tout type d'information sur le web, en vue de la mise en place d'une veille concurrentielle, brevet, image, technologique, produits, clients etc.

Nous pouvons donc surveiller différents types de contenu sur le web : des PDF, du Rss, du DOC, le contenu des blogs et forums etc.

Nous travaillons avec tout types d'acteurs, privés comme publiques, avec des PME comme de plus grandes structures.

Nous lançons une nouvelle version de KB Crawl : KB Crawl 4. C'est une révolution plus qu'une évolution par rapport à KB Crawl 3 tant au niveau de la performance que des fonctionnalités. Une des particularités de cet outil est d'offrir une surveillance des sites en Arabe, en Chinois, Indien ou Russe. La seconde particularité repose sur le développement, d'un Software as a Service (SaaS). On peut ainsi accéder aux services de KB Crawl à distance via un server web sur demande du client.

Un autre avantage majeur de notre solution c'est que nous pouvons la coupler avec une multitude d'autres applications, car les informations collectées par KB Crawl peuvent être exportées en flux XML afin de fournir des informations à tout type d'outil.

« Nous invitons tous les lecteurs du blog à découvrir KB Crawl les 25 et 26 Mars à l'occasion du salon francophone B to B dédié à la gestion de l'information, de contenu et du document : [« Documation »](#) ou sur notre site [Web](#).

N.B. : Cet article a fait l'objet d'une relecture de part du Service Communication de KB Crawl.

Yoann Rodriguez