

**MARKESS**  
International

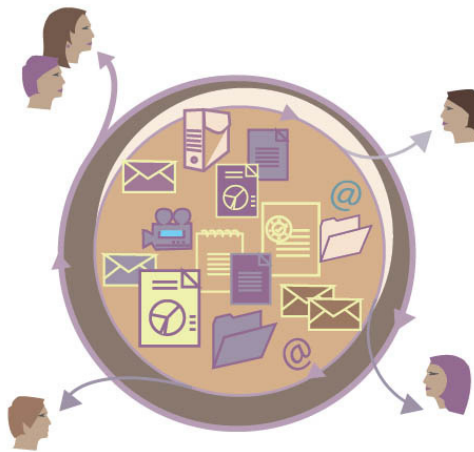


# Gestion de Contenu

## Nouveaux Besoins

### dans un Contexte de Collaboration

**REFERENTIEL DE PRATIQUES**  
**2010-2012**



**Offert par**





A propos du Référentiel de Pratiques de MARKESS International

## Gestion de contenu : Nouveaux besoins dans un contexte de collaboration

Octobre 2010

Contactez  
**MARKESS**  
International

6 bis rue Auguste Vitu  
75015 Paris  
Tél : +33 1 56 77 17 77  
Fax : +33 1 56 77 17 70  
[www.markess.fr](http://www.markess.fr)

Fin 2008, les pratiques des entreprises en matière de gestion de contenu (ou ECM – Enterprise Content Management) étaient encore fortement tournées vers la gestion documentaire. Deux ans plus tard, alors que la proportion d'informations non structurées ne cesse de croître, où en sont les entreprises ? L'essor de la dématérialisation ou encore des interactions et collaborations via internet et le web favorise en effet l'émergence de nouveaux enjeux et, par conséquent de nouveaux besoins.

Ce document délivre quelques-uns des résultats d'une étude approfondie menée par MARKESS International auprès de 180 décideurs afin de mieux déterminer les nouvelles attentes dans ce domaine, les contenus plus particulièrement critiques à gérer, ainsi que les solutions adoptées. Il présente également le profil d'un prestataire actif sur ce marché et ayant soutenu cette recherche, conduite en toute indépendance.

MARKESS International est un cabinet d'études et de conseil qui analyse la modernisation et la transformation des organisations privées et publiques avec les technologies de l'information.

### **Thématiques abordées dans ce Référentiel de Pratiques :**

<i>Recherche, accès, collaboration et conservation : enjeux majeurs de la gestion de contenu</i> .....	2
<i>Une gestion plus ou moins critique selon le type de contenu</i> .....	3
<i>Vers une gestion de contenu transverse et ouverte à l'externe</i> .....	4
<i>Centres de décision associés aux projets de gestion de contenu</i> .....	5
<i>Des points sensibles avant tout d'ordre organisationnel</i> .....	6
<i>Une multiplication des solutions pour assurer la gestion de contenu</i> .....	7
<i>Critères de choix des solutions de gestion de contenu</i> .....	8
<i>Des attentes fortes en prestations de services</i> .....	9
<i>Vers une architecture étendue de la gestion de l'information</i> .....	10
<i>Positionnement d'acteurs sur le marché des solutions de gestion de contenu</i> .....	11
<i>Conclusion</i> .....	13
<i>Profil de prestataire</i> .....	15

**Maîtrises d'ouvrage, chefs de projet, responsables informatiques mais aussi prestataires,  
ce Référentiel de Pratiques vous apporte un premier niveau d'information.**

**Cette synthèse présente quelques grands résultats d'une étude approfondie de plus de 150 pages.  
Plus d'informations sur l'étude complète auprès de Mickaël Bentz - [mbentz@markess.com](mailto:mbentz@markess.com) - 01 56 77 17 75**

**Recherche, accès, collaboration et conservation : enjeux majeurs de la gestion de contenu**

Pour plus d'un décideur sur deux interrogés, les enjeux auxquels doit faire face leur organisation en matière de gestion de contenu électronique non structuré s'articulent autour de 4 axes majeurs :

- Une recherche facilitée et accélérée, devant prendre en compte la multiplicité des formats de contenus, dispersés au sein d'un grand nombre d'applications et le délai d'obtention d'informations toujours plus court ;
- Une meilleure accessibilité au contenu, d'une part en donnant un accès aux collaborateurs en situation de mobilité (commerciaux en clientèle, collaborateurs en télétravail, managers nomades, etc.) et d'autre part, en fonction de droits d'accès, en ouvrant le contenu à d'autres acteurs de l'écosystème (fournisseurs, clients, partenaires externes, etc.) ;
- Le développement et l'amélioration de la collaboration autour de contenus dans un contexte où les modes de travail collaboratifs et les outils qui les supportent sont de plus en plus présents dans les entreprises, en faveur d'un partage des connaissances et des savoirs ;
- La conservation dans le temps des contenus, enjeu croissant avec le développement de la dématérialisation des documents, et impliquant la mise en place d'une politique d'archivage électronique, à valeur probatoire ou non, selon le type de contenus à conserver.

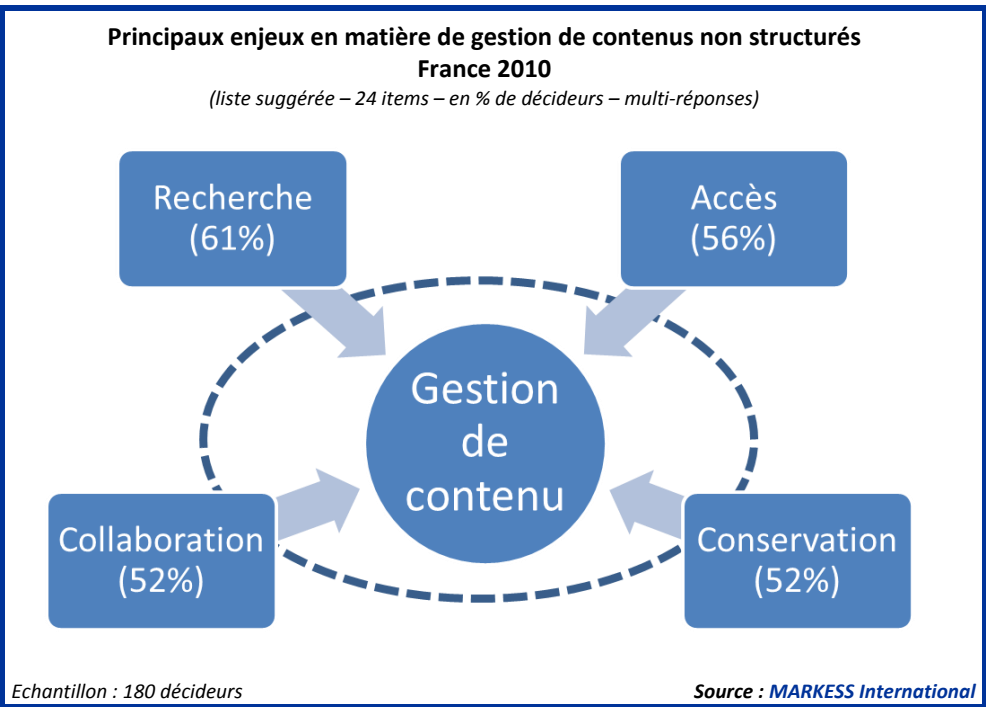
Par rapport à 2008, MARKESS International note également une prise en compte plus forte de la part des décideurs interrogés pour des enjeux tels que la mise en conformité et le respect de cadres légaux et/ou de réglementations internes (notion anglo-saxonne de « compliance ») ou de valorisation du contenu en tant que capital immatériel de l'entreprise.

*Le périmètre couvert par la gestion de contenu d'entreprise (ou ECM - Enterprise Content Management) correspond à l'ensemble des actions, outils et méthodes mis en œuvre pour capturer, organiser, analyser, administrer, partager et diffuser des contenus non structurés ou semi-structurés (cf. formulaires, par ex.) afin d'en faciliter l'accès, la restitution et l'exploitation.*

*Ne sont pas inclus dans le périmètre de l'ECM les contenus dits structurés (issus de bases de données, de systèmes décisionnels, EDI, ERP, etc.) construits de manière logique selon une organisation définie qui simplifie leur traitement et leur gestion.*

*Pour plus de précisions sur les résultats par taille et secteur d'activité, se référer à l'étude complète de plus de 150 pages de tableaux et graphiques.*

*Pour visualiser la table des matières détaillée : [www.markess.fr/etudes.php](http://www.markess.fr/etudes.php)*



## Une gestion plus ou moins critique selon le type de contenu

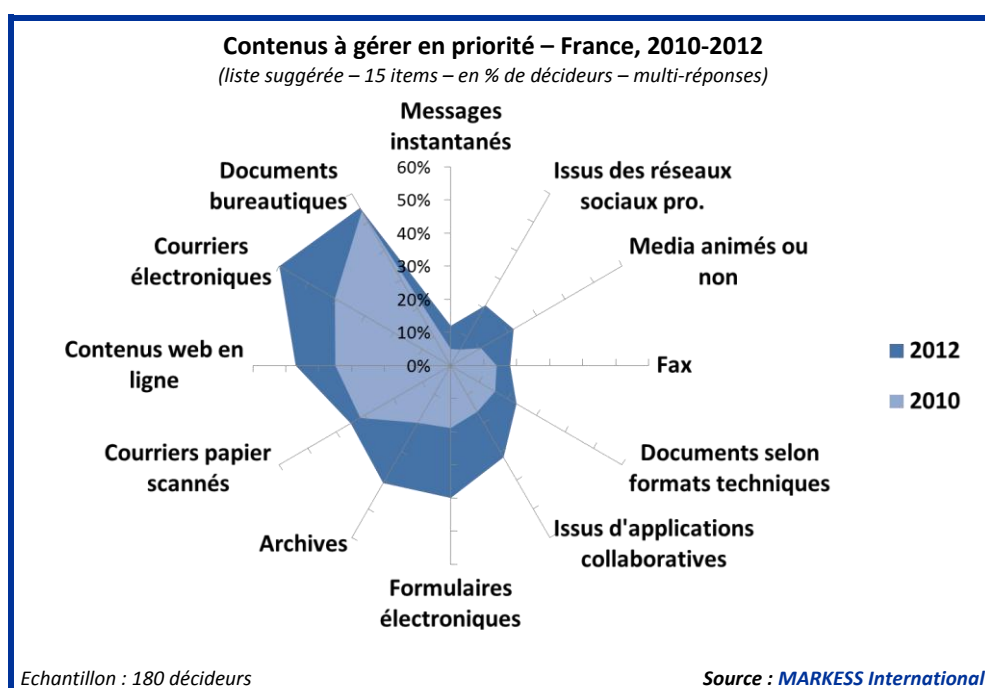
En 2010, les contenus non structurés considérés comme prioritaires à gérer par plus d'un tiers des décideurs interrogés sont issus de documents bureautiques (de type textes, tableaux, etc.), de courriers électroniques et d'applications web (sites web, intranets, extranets, etc.).

D'ici 2012, selon ces mêmes décideurs, la gestion portera davantage sur :

- Les contenus échangés par e-mail, plus particulièrement dans le secteur bancaire et financier ;
- Les contenus web en ligne (avec notamment l'opportunité de la refonte de nombreux sites web, d'intranets, etc., pour la mise en place de solutions spécifiques à la gestion de contenu web) ;
- Les contenus de formulaires en ligne (contenus semi-structurés), notamment dans l'administration avec le développement d'interfaces permettant de récupérer du contenu directement saisi en ligne par les citoyens et administrés ;
- Les contenus issus d'applications collaboratives (espaces de travail partagés, wikis, blogs, messageries électroniques et messageries instantanées, etc.).

Dans une moindre mesure, les décideurs indiquent également devoir gérer d'ici 2012 de façon croissante :

- Les contenus issus de réseaux sociaux professionnels et réseaux sociaux d'entreprise (RSE) permettant de partager les expériences, les savoir-faire, les meilleures pratiques ;
- Les media, animés ou non – i.e. vidéos, images, sons (par exemple, les conversations téléphoniques des centres d'appels), etc.



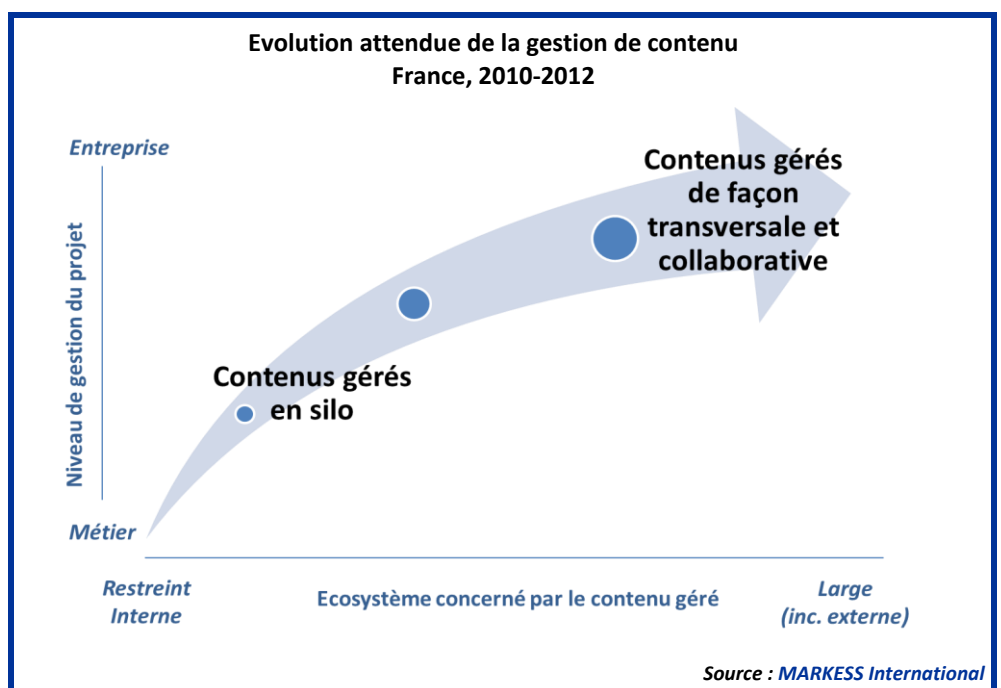
**Vers une gestion de contenu transverse et ouverte à l'externe**

Afin de tenir compte des nouveaux enjeux engendrés notamment par la diversité des contenus à gérer et disséminés au sein de l'entreprise, la gestion de contenu doit évoluer, tant dans l'approche même de mise en œuvre et de déploiement de ces projets que dans les cibles (utilisateurs) auxquelles ils s'adressent. La figure ci-dessous schématise cette évolution d'une gestion de contenu jusqu'ici abordée de manière « traditionnelle » vers une gestion de contenu plus transverse et collaborative, ouverte à une cible plus large (dont des personnes externes à l'entreprise).

Historiquement, les besoins se sont formalisés sous la forme de projets de gestion documentaire, propres à chaque métier/département et donc le plus souvent menés en silo. Les différents outils de GED (Gestion Electronique de Documents), sur lesquels reposent les projets menés ainsi, n'offrent que peu, voire pas, d'échange entre eux, avec tous les inconvénients que cela engendre : duplication de contenus, problèmes de versioning, manque de transparence, difficultés à trouver les informations, perte de temps, informations incomplètes, erronées, obsolètes..., déficience des processus métiers, etc.

Cependant, des besoins similaires peuvent exister au sein d'une même entreprise et une mutualisation des outils s'impose souvent. Plus encore, le contenu est de moins en moins restreint à une direction, voire à une entreprise. Un contenu est même souvent associé à plusieurs processus qui impliquent des collaborateurs au sein de différentes directions dans l'entreprise (par exemple, pour le processus de facturation, les informations associées vont concerner la direction des achats, la direction financière (ou la comptabilité fournisseur), la trésorerie...). Et de plus en plus fréquemment, la gestion de contenu se propage au sein de l'écosystème de l'entreprise : clients, fournisseurs, partenaires... accèdent à certains contenus, contribuent, collaborent. Il s'agit bien désormais d'aller vers une véritable gestion de contenu d'entreprise (au sens ECM – Entreprise Content Management), dotée d'une dimension collaborative et transversale.

*D'ici 2012, 53% des décideurs interviewés estiment que la gestion de contenu se globalisera à l'ensemble de l'organisation.*



## Centres de décision associés aux projets de gestion de contenu

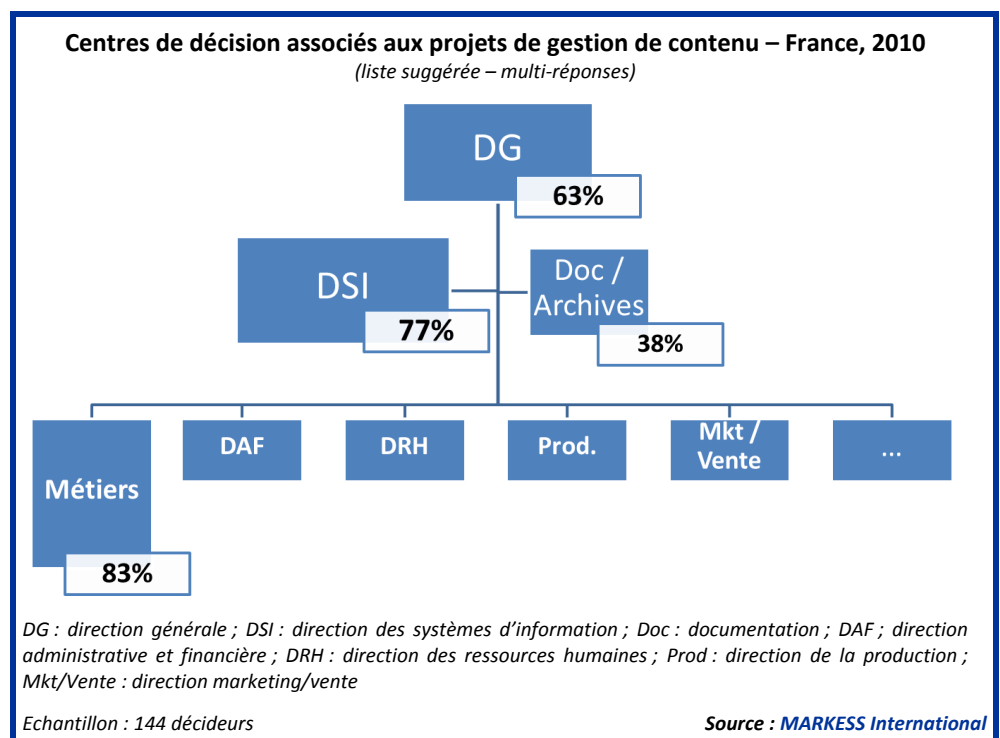
Les réponses des décideurs interrogés sur ce point font clairement apparaître le rôle prépondérant des directions métiers dans la mise en place de projets de gestion de contenu : dans plus de 80% des cas, la direction « utilisatrice » des solutions de gestion de contenu (i.e. direction des ressources humaines, direction financière, direction de la communication, direction technique, etc.) est impliquée dans la décision.

Selon MARKESS International, le projet de gestion de contenu ne peut pas être qu'un projet technique porté par les équipes informatiques, le contenu géré étant avant tout associé à des processus métiers et fonctionnels. Il est important d'avoir la vision opérationnelle des utilisateurs finaux amenés à travailler avec les solutions déployées.

Pour autant, la direction informatique reste difficilement contournable, même si dans la quasi-totalité des cas, elle est associée à la direction métier ou à la direction générale. Par rapport à 2008, un nombre croissant de décideurs interviewés (quelle que soit leur direction de rattachement, informatique, métier ou autre) cite en effet la direction informatique comme partie prenante du processus de décision sur de tels projets, avec un rôle plus ou moins prépondérant.

MARKESS International note également que :

- Ces projets impliquent néanmoins d'autres acteurs au sein des organisations, tels les directions générales pour plus de 6 organisations sur 10 ou les directions ou services ayant en charge les archives ou la documentation, plus particulièrement dans le secteur public ou dans l'industrie ;
- En moyenne, ce sont entre 3 et 4 directions qui sont décisionnaires sur ce type de projets, à des niveaux et sur des périmètres différents.



### Des points sensibles avant tout d'ordre organisationnel

Les décideurs interrogés identifient un certain nombre d'éléments pouvant se révéler délicats dans le cadre de tout projet de gestion de contenu. Si en 2008, le point le plus sensible portait sur des aspects informatiques, et plus précisément sur l'intégration et l'interopérabilité des solutions de gestion de contenu entre elles, en 2010, les aspects les plus critiques sont avant tout d'ordre organisationnel. Ainsi les 3 points de blocage relevés par les décideurs interrogés sont :




- La remise en question des processus organisationnels existant : la gestion de contenu n'a de sens que si elle est placée dans un contexte métier/business. Il est donc indispensable de travailler sur les processus, sur le rôle attribué à chaque collaborateur par rapport aux différents contenus gérés, etc. ;
- L'implication insuffisante des utilisateurs dans les projets de gestion de contenu, plus particulièrement du point de vue des décideurs informatiques interrogés ;
- La sous-évaluation des conséquences sur les méthodes de travail, qui force les utilisateurs à changer leurs habitudes. Ces changements ne se font pas sans heurts.

Pour plus d'un tiers des décideurs, des problèmes peuvent également se poser en termes de :

- Intégration des différentes solutions de gestion de contenu au système d'information en place ;
- Moyens et ressources (voire de compétences), considérés comme insuffisants pour déployer et faire vivre les solutions de gestion de contenu adoptées ;
- Gestion en silo des contenus, frein à une collaboration plus poussée au sein d'une même organisation.

*Les points de blocage évoqués par les décideurs d'organisations moins matures, sans intention de mettre en place des solutions de gestion de contenu, sont majoritairement liés au coût jugé élevé de solutions globales de gestion de contenu (i.e. en termes de types de contenus et de cycle de vie couverts) et au manque d'implication de la direction générale, signe de la faible conscience des perspectives offertes par ce type de projet.*

**Points sensibles associés à la gestion de contenu – France 2010**  
*(liste suggérée – multi-réponses)*

			
<b>Existant en place</b> <b>Intégration au SI</b> Contenu géré en silo Multiplication des solutions	<b>Organisation</b> <b>Révision des processus</b> <b>Implication insuffisante des utilisateurs</b> <b>Conséquences sur les méthodes de travail</b> Manque d'implication de la DG	<b>Moyens</b> <b>Moyens et ressources insuffisants pour déployer et faire vivre les solutions</b> Coût élevé des solutions globales	<b>Technique</b> Sécurisation des contenus Gestion des accès aux contenus Contrôle du contenu tout au long de son cycle de vie

Echantillon : 144 décideurs Source : MARKESS International

## Une multiplication des solutions pour assurer la gestion de contenu

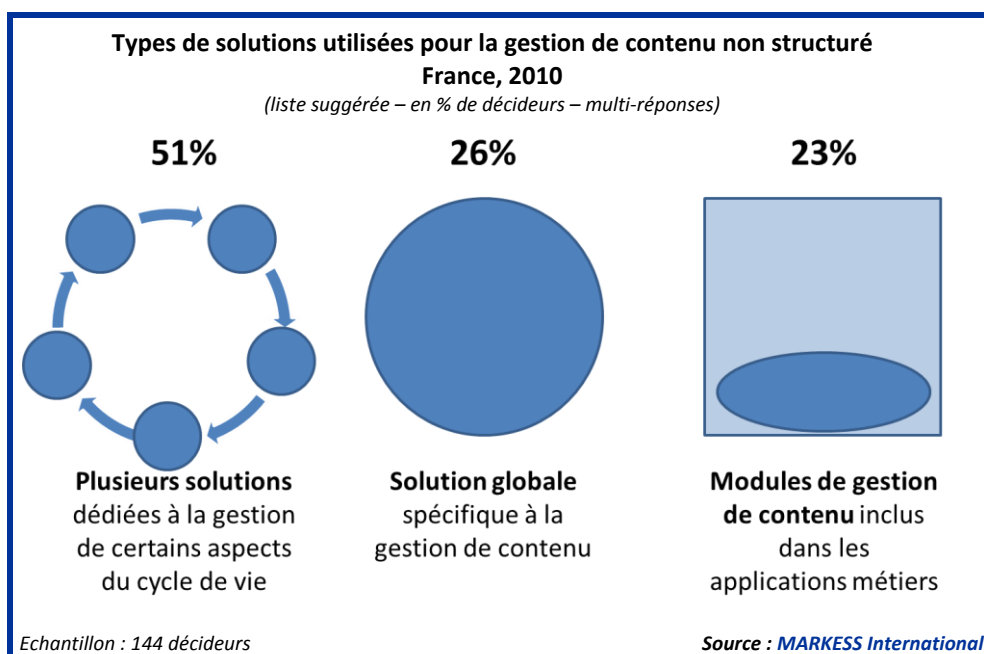
Au-delà des aspects organisationnels fortement mis en cause, il apparaît également que le recours aux solutions actuelles semble loin de répondre aux enjeux évoqués par les décideurs en matière de gestion de contenu (recherche, accès, collaboration et conservation). Plus de 3 responsables interviewés sur 4 estiment en effet que ces enjeux ne sont que partiellement, voire insuffisamment, couverts par les solutions de gestion de contenu actuellement déployées.

Plusieurs cas se distinguent, en fonction du type d'entreprise, de l'existant de l'organisation mais également de la façon dont ont été menés les projets de gestion de contenu. En 2010, les décideurs font état d'une multiplication des solutions afin de gérer leur contenu. Ces solutions vont soit :

- Adresser une étape précise du cycle de vie du contenu : création, capture, collaboration, diffusion, conservation, recherche, etc. ;
- Prendre en charge la gestion de certains types de contenus (par exemple, une solution de GED pour la gestion de tous les documents entrants numérisés, une solution de WCM (Web Content Management) pour la gestion de pages web, etc.) ;
- Etre spécifiques à une direction ou à un service, en raison de projets gérés en silo mais aussi, par exemple, de la complexité des processus associés.

Dans de moindres cas, les décideurs interrogés indiquent recourir en 2010 à :

- Une solution globale, dédiée exclusivement à la gestion de contenu et couvrant la majeure partie des aspects du cycle de vie du contenu ;
- Aux fonctionnalités de gestion de contenu offertes par les solutions métiers (par exemple, RH, finance, etc.).



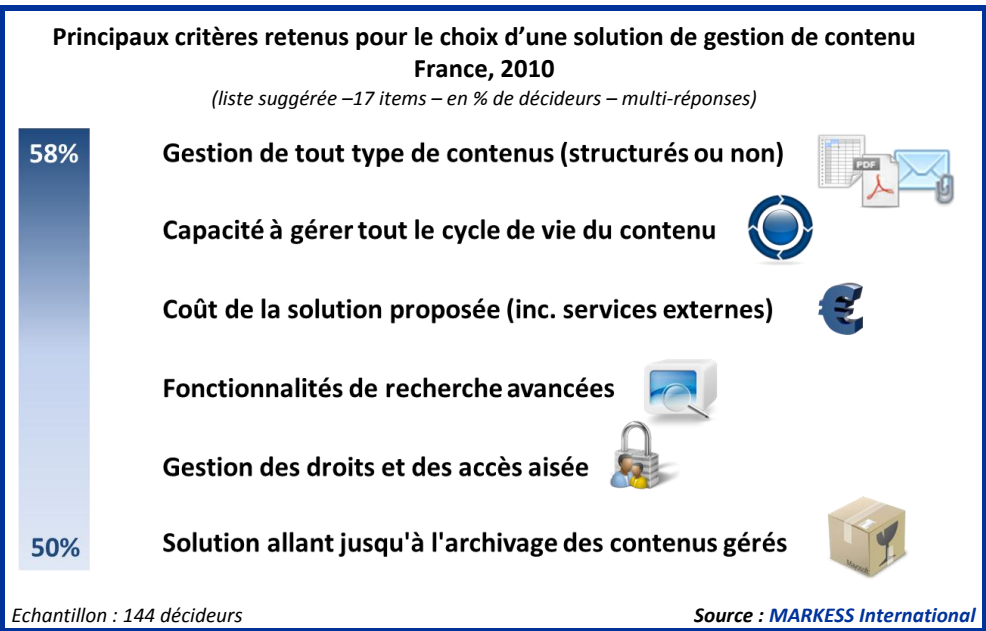


### Critères de choix des solutions de gestion de contenu

Même si les décideurs évoquent une expérience plus ou moins avancée en matière de gestion de contenu, ils restent cependant en réelle quête d'amélioration, puisque deux tiers d'entre eux ont de nouveaux projets en cours de déploiement ou mènent des réflexions à plus ou moins longue échéance dans ce sens. Un certain nombre d'attentes sont exprimées tant par rapport aux solutions de gestion de contenu en tant que telles, qu'en prestations de services pour les accompagner dans leurs projets.

Pour au moins un décideur sur deux, le choix de la solution de gestion de contenu repose sur 6 critères clés :

- La capacité de la solution à gérer tous types de contenus, structurés, semi-structurés et non-structurés, qui témoigne de leur volonté d'avoir une plateforme commune ;
- Sa capacité à gérer l'intégralité du cycle de vie du contenu, de sa création à sa destruction, en passant par la diffusion, l'accès au contenu, l'archivage, etc. ;
- Le coût de la solution proposée, en intégrant dans ce calcul de coût les services externes mobilisés ;
- La performance des fonctionnalités de recherche fournies, et particulièrement la possibilité de faire des recherches avancées avec des opérateurs logiques ;
- Un système de gestion des droits et des accès hautement paramétrable et de prise en main aisée, afin de sécuriser les contenus ;
- Une solution intégrant la problématique de l'archivage des contenus gérés, éventuellement dans un cadre probatoire.

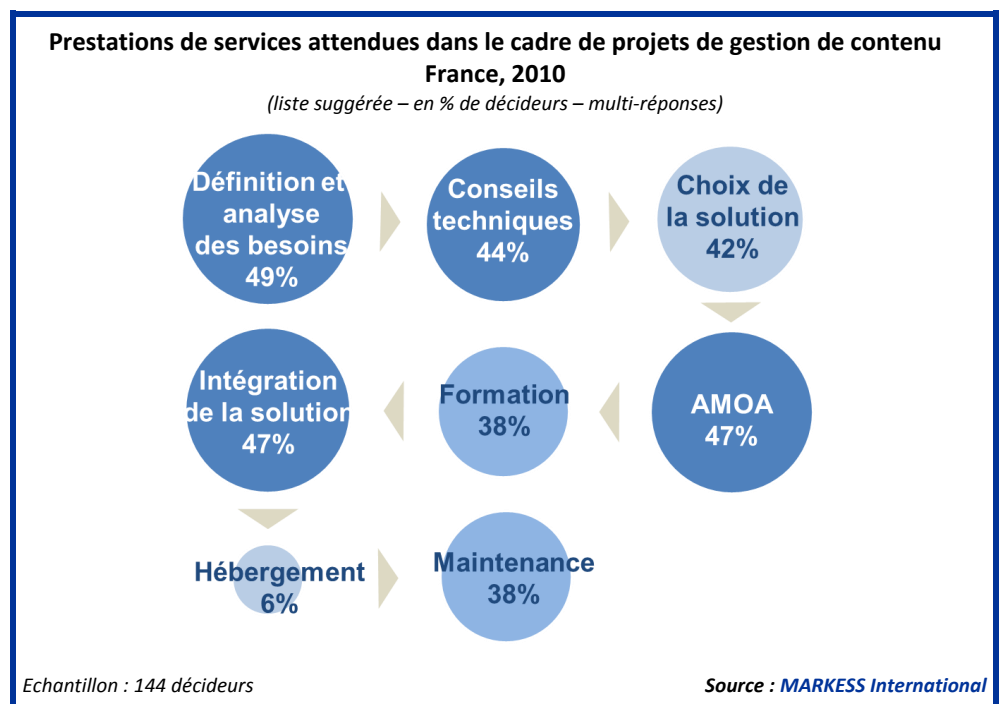


### Des attentes fortes en prestations de services

Les attentes exprimées portent tant sur les solutions de gestion de contenu en tant que telles, que sur les prestations de services nécessaires pour accompagner les décideurs dans leurs projets de gestion de contenu.

Ainsi, 70% des décideurs interrogés sont accompagnés par d'autres prestataires que leurs fournisseurs de solution de gestion de contenu. Les besoins vis-à-vis de ces prestataires portent principalement sur des prestations de :

- Conseil en amont pour aider les décideurs à définir leurs besoins, analyser l'existant (plus particulièrement d'un point de vue des processus métiers concernés et impactés) ;
- Conseil technique ;
- Aide au choix de la solution, avec notamment un intérêt marqué de la part des décideurs interrogés pour les solutions de gestion de contenu open source ;
- Assistance à maîtrise d'ouvrage ;
- Intégration de la solution de gestion de contenu au système d'information.

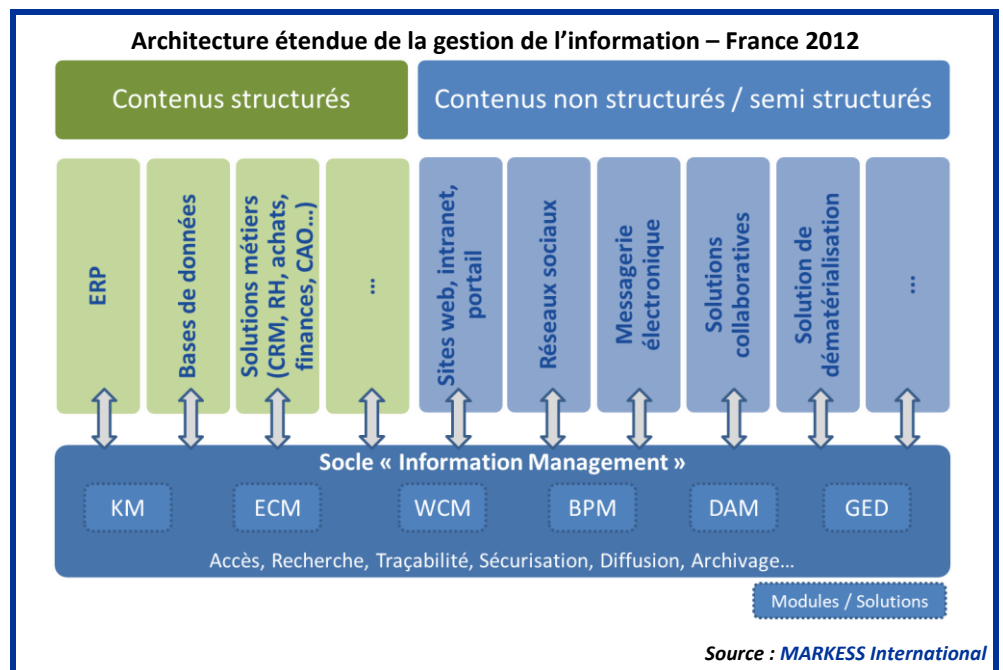


### Vers une architecture étendue de la gestion de l'information

Les attentes exprimées par les décideurs permettent d'identifier certains axes vers lesquels la gestion de contenu devrait idéalement évoluer :

- Une gestion de contenu à l'image de la transversalité des processus métiers auxquels le contenu est associé : le fonctionnement en silo des solutions de gestion de contenu fréquemment dédiées à un métier de l'entreprise ne correspond plus à la réalité des besoins et des modes de fonctionnement actuels. Les contenus sont de moins en moins restreints au sein d'un métier, mais sont associés à des processus impliquant des collaborateurs au sein de plusieurs directions ou département, voire de personnes externes à l'entreprise, contribuant également à la vie des contenus ;
- Une gestion complète des contenus, depuis leur création jusqu'à leur conservation, évitant ainsi toute rupture dans le cycle de vie des contenus et les inconvénients associés ;
- Une gestion plus globale des contenus, prenant en compte tant les contenus non structurés que ceux gérés par les ERPs, les outils décisionnels, les bases de données et les autres systèmes de contenus structurés, plus propice à la recherche, à l'accès aux contenus et à leur enrichissement.

Un socle applicatif se dessine ainsi autour d'une architecture étendue de gestion de l'information, qui pourrait être constituée d'une plate-forme unique, mais reposerait plus vraisemblablement sur des solutions de gestion de contenu spécifiques (telles que des solutions de gestion de contenu web (WCM), de GED, de gestion des connaissances (KM – Knowledge Management), etc.) interopérant les unes avec les autres grâce aux récentes avancées en termes de normes et de standards (cf. CMIS). A ce socle seraient bien entendu associées des fonctionnalités collaboratives, de recherche avancée, de traçabilité, de workflow et de gestion des processus et règles métiers.



## Positionnement d'acteurs sur le marché des solutions de gestion de contenu

Constitué autour des offres de gestion documentaire (GED – Gestion Electronique de Documents), le marché de la gestion de contenu d'entreprise, au sens large, (ou ECM – Enterprise Content Management) couvre en 2010 un spectre varié, tant en solutions logicielles qu'en services associés.

Il s'agit en effet de répondre aux divers besoins exprimés par les décideurs :

- Besoins métiers : disposer de solutions adaptées aux processus fonctionnels de chaque métier de l'entreprise ;
- Enjeux associés à la recherche de contenu : recherche et accès aux contenus, gestion collaborative et conservation ;
- Prise en compte de l'évolution des formats de contenu et de la prépondérance de certains contenus, souvent propres à l'activité de l'entreprise ou aux métiers concernés.

Sur le marché plus spécifiquement propre aux solutions logicielles, qu'elles soient fournies en mode licence ou en mode SaaS<sup>1</sup> (Software as a Service), plusieurs profils d'acteurs sont à distinguer :

- Les grands acteurs internationaux, tels que EMC, IBM, Microsoft, Open Text ou Oracle, qui proposent une réponse quasi-globale aux besoins mentionnés. Cette couverture repose fortement sur des politiques de croissance externe leur ayant permis d'acquérir des compétences variées dans le domaine de la gestion de contenu ;
- Des éditeurs déployant leur offre autour de la gestion documentaire, vers la gestion de processus métiers (Azur Technology, Hyland Software avec Numental, notamment) ou vers la gestion de contenu web et le collaboratif (cf. Adobe, Ever Team, Jalios, etc.) ;
- Des éditeurs issus du monde des logiciels libres et de l'open source, tels que Alfresco, Anakeen ou encore Nuxeo ;
- Des acteurs plus spécialisés, originellement focalisés sur une niche applicative, mais qui étendent aussi progressivement leur offre à d'autres aspects de la gestion de contenu. Ces expertises spécifiques portent notamment sur les domaines suivants :
  - ✓ Moteur de recherche d'entreprise ou « search » tels que Antidot, Endeca, Exalead, Google, Pertimm, Polyspot, Sinequa...)

---

<sup>1</sup> Solution en mode SaaS (Software as a Service) proposant :

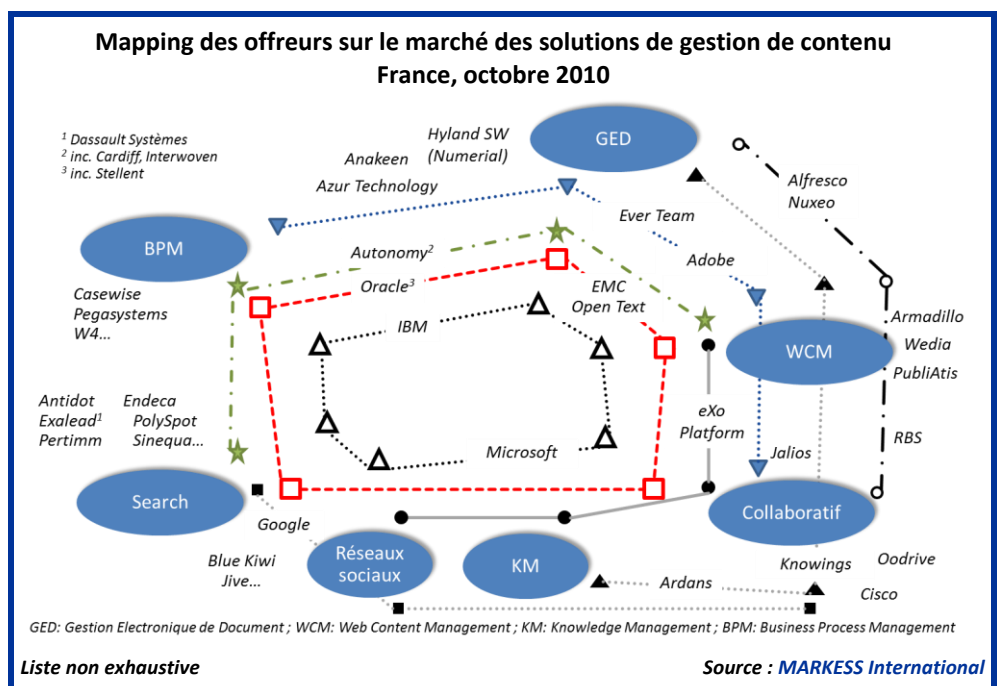
- Des fonctionnalités accessibles en ligne comme un service, le plus souvent via le réseau internet et un navigateur web ;
- Un paiement en fonction de l'utilisation faite de la solution (nombre d'utilisateurs, services activés, volumes consommés...) même si des droits d'entrée fixes peuvent être au préalable demandés au client ;
- Des applications le plus souvent mutualisées qui sont hébergées et maintenues hors de l'entreprise cliente, chez un prestataire et/ou ses partenaires ;
- La location d'un droit d'usage par le client (pas d'acquisition de licences logicielles ni de redevance associée, la maintenance de l'application est incluse dans le service).

- ✓ Réseaux sociaux (BlueKiwi, Jive, par exemple) ;
- ✓ Gestion des connaissances (ou KM – Knowledge Management) comme Ardans ou Knowings ;
- ✓ Plate-forme collaborative (par exemple, eXo Platform ou encore Google à nouveau) ;
- ✓ Gestion de contenu web avec des solutions de type CMS (Content Management System) ou de WCM (Web Content Management) comme proposées par Armadillo, PubliAtis ou Wedia, entre autres ;
- ✓ Gestion de processus métiers (ou BPM – Business Process Management) avec les offres d’acteurs tels que Casewise, Pegasystems ou W4.

Ce marché des logiciels se structure donc progressivement au rythme des acquisitions :

- Autonomy avec Interwoven et Zantaz ;
- EMC avec Documentum et Centera ;
- IBM avec la récente acquisition de Datacap et celles plus anciennes de FileNet et d’Ilog ;
- Open Text avec Nstein Technologies ou Vignette ;
- Oracle qui s’est immiscé sur ce marché avec Stellent, etc.

Il est également intéressant de noter l’intérêt pour ce marché de la part d’acteurs connexes tels que Dassault Systèmes (acquisition d’Exalead et prise de participation dans Blue Kiwi), de Lexmark (Perceptive Software) ou de Cisco (ExtendMedia).



## Conclusion

Selon MARKESS International, les principaux points à retenir en conclusion de cette analyse consacrée aux nouveaux besoins des entreprises et administrations en termes de gestion de contenu sont les suivants :

- Des enjeux récurrents en matière de gestion de contenu non structuré (accès aux contenus, recherche et collaboration) accentués par l'essor de la dématérialisation et impliquant des problématiques de conservation, notamment pour les contenus à valeur probatoire ;
- D'ici 2012, des besoins accrus portant sur les processus RH, relation client, qualité, juridique et des contenus précis : formulaires électroniques, e-mails, archives, issus d'applications collaboratives ;
- Des velléités d'aller vers une gestion du contenu plus transverse et ouverte aux écosystèmes externes ;
- Des points sensibles essentiellement liés aux aspects organisationnels des projets : processus métiers remis en question, implication des utilisateurs, méthodes de travail modifiées, etc. ;
- Des attentes fortes en prestations de conseil et en intégration ;
- Un marché en phase de structuration, sur lequel opère un grand nombre d'acteurs avec des offres en pleine adaptation en réponse aux nouveaux enjeux : quelques grands acteurs internationaux qui élargissent leur offre mais aussi de nombreux acteurs de niche (WCM, search, collaboratif, open source...);
- Un marché français des logiciels et services associés à la gestion de contenu estimé par MARKESS International à plus de 700 millions d'euros en 2010, avec une croissance annuelle moyenne de l'ordre de +8% d'ici 2012.

**La méthodologie suivie** pour réaliser cette étude repose sur des interviews réalisées de mai à juillet 2010 auprès de :

- **180 décideurs** travaillant au sein d'**entreprises privées et administrations** (basées en France) et rattachés aux directions suivantes : direction informatique (46%), directions métiers (30%), direction générale (14%), documentation/archives (10%) ;
- **62 responsables chez des prestataires** actifs sur le marché des solutions de gestion de contenu.

**Maîtrises d'ouvrage, chefs de projet, responsables informatiques mais aussi prestataires, ce Référentiel de Pratiques gratuit vous apporte un premier niveau d'information. Il présente quelques grands résultats d'une étude approfondie de 150 pages avec des tableaux Excel (ventilations par taille et secteur d'activité). Cette étude peut être accompagnée d'une présentation personnalisée ou de toute autre intervention de nos analystes. Plus d'informations auprès de Mickaël Bentz - mbentz@markess.com - 01 56 77 17 75**

Le Référentiel de Pratiques « Gestion de Contenu : Nouveaux Besoins dans un Contexte de Collaboration » est une synthèse des résultats majeurs de la recherche conduite par **MARKESS International** mi 2010 auprès de 180 décideurs.

**MARKESS International** remercie **E.T.A.I** partenaire de cette analyse et organisateur du salon **INFO to DOC / Démat'expo.**

Pour toute précision, veuillez contacter **MARKESS International** +33 1 56 77 17 77

[www.markess.fr/etudes.php](http://www.markess.fr/etudes.php)

## POUR ALLER PLUS LOIN

### Gestion de Contenu : Nouveaux Besoins dans un Contexte de Collaboration France, 2010-2012

Pour vous accompagner sur ce thème, MARKESS International vous propose, au-delà de ce Référentiel de Pratiques :

- Une **étude approfondie** sous forme de présentation Powerpoint commentée (50 slides), avec les résultats détaillés de l'analyse des interviews auprès des 180 décideurs, ainsi que d'une soixantaine de responsables chez les acteurs du marché des solutions de gestion de contenu ;
- Des **tableaux Excel** avec une ventilation des résultats par taille d'organisations et secteur d'activité ;
- Une **présentation personnalisée** ou toute autre intervention des analystes de MARKESS International.

La table de matière détaillée de cette étude détaillée (plus de 150 pages) est disponible en ligne : <http://www.markess.fr/demandedocument.php?refdoc=752>

*Date de parution : Octobre 2010*

Plus de précisions, contactez :

[mbentz@markess.com](mailto:mbentz@markess.com) - 01 56 77 17 75

Autres études majeures publiées par **MARKESS International** :

*Enjeux autour des Données dans la Relation Client Multi-Canal*  
*L'Open Source dans le Secteur Public : Nouvelles Approches avec le Cloud Computing*  
*Performance de la Fonction RH & Indicateurs Associés*  
*Cloud Computing & SaaS : Attentes et Perspectives*  
*Sauvegarde de Données : Usages & Perspectives*  
*Archivage & Conservation de Contenus Electroniques*  
*Clés de Succès des Solutions CRM en Mode SaaS / On Demand*  
*Solutions de Collaboration d'Entreprise : Usages & Bénéfices*  
*Dématérialisation de Factures - Enjeux Français & Européens*  
*Approches d'Hébergement avec le Cloud Computing et la Virtualisation*  
*Avantages de la Sécurisation des Echanges Electroniques*  
*Gestion de Processus Documentaires : Nouveaux Enjeux Au-delà de l'Editique*

**MARKESS International est un cabinet d'études et de conseil qui analyse depuis 10 ans la modernisation et la transformation des entreprises et administrations avec les technologies de l'information.**

**Etabli à Washington, D.C. et à Paris, MARKESS International a pour mission d'aider tant les utilisateurs à mieux comprendre et tirer parti de ces technologies que les offreurs à mettre au point une stratégie optimale pour cibler ces marchés.**

**Avec plusieurs milliers d'interviews d'utilisateurs et de prestataires par an, MARKESS International a une position unique et privilégiée pour analyser et faciliter les relations entre les maîtres d'ouvrage et les maîtres d'œuvre des projets basés sur les nouvelles technologies, les prestataires qui les assistent et les producteurs, fournisseurs de briques technologiques de base (constructeurs, éditeurs de logiciels, fournisseurs de services packagés, opérateurs de télécommunications).**

Pour toute autre information complémentaire : [www.markess.fr/demandeinformations.php](http://www.markess.fr/demandeinformations.php)

Reproduction et diffusion électroniques interdites du Référentiel de Pratiques de MARKESS International « Gestion de Contenu : Nouveaux Besoins dans un Contexte de Collaboration »

Pour toute demande d'exemplaire supplémentaire, contactez +33 1 56 77 17 77 ou [www.markess.fr](http://www.markess.fr)



[www.ibm.com/fr](http://www.ibm.com/fr)

### Présentation Générale de la Société

IBM aide les entreprises à se différencier de manière durable dans un contexte concurrentiel en mettant à leur disposition une palette complète de ressources – compétences, systèmes, logiciels, services, financement, technologies – afin de leur permettre d’innover. Les principales activités d'IBM s’organisent autour de : Software, Global Technology Services, Global Business Services, Systems and Technology et Global Financing.

IBM compte parmi ses clients, présents dans 170 pays, des entreprises et des organisations de tous types et de tous secteurs d’activité - des PME et entreprises familiales aux groupes internationaux et aux administrations.

### Chiffres Clés

Date de création	1911
Siège social	Armonk, Etats-Unis
Chiffres d'affaires Monde 2009	95 800 M\$
Nombre de collaborateurs à fin 2009	399 409
Dirigeant France	Alain Benichou

M\$ : millions de dollars

Source : IBM

### Périmètre des Offres de Gestion de Contenu

Processus couverts	
GED (Gestion Electronique de Documents)	✓
CMS (Content Management System)	✓
WCM (Web Content Management)	✓
E-mail Management	✓
DAM (Digital Asset Management)	✓
Records Management	✓
KM (Knowledge Management)	✓
Gestion de la chaîne éditoriale	✓
Gestion de la documentation technique	✓
Workflow	✓
BPM (Business Process Management)	✓
Services Complémentaires Associés	
Logiciel	✓
Matériel	✓
Conseil	✓
Développement applicatif	✓
Installation/Déploiement	✓
Intégration	✓
Maintenance/Exploitation	✓
Services applicatifs en ligne de type SaaS	✓
OEM	

\* Via des partenaires

Source : MARKESS International

### Offres Associées à la Gestion de Contenu

Les solutions IBM **Enterprise Content Management (ECM)** permettent aux entreprises et aux administrations de gérer des contenus variés aux volumes sans cesse croissants mais également des processus métiers complexes. Ceci n’est envisageable sereinement qu’au sein d’un environnement sécurisé, hautement évolutif et collaboratif satisfaisant aux exigences les plus strictes en matière de conformité.

IBM se positionne ainsi sur trois grands domaines convergents au cœur des enjeux des organisations en matière de gestion de l’information d’entreprise :

- La gestion de contenu avec les solutions **Content Manager** qui favorisent la gestion active des contenus (tous types de formats : contenus web HTML et XML, images de document, documents bureautiques électroniques, sorties imprimées, fichiers audio et vidéo) depuis leur création jusqu’à leur archivage ;
- La gestion des processus métiers (workflows notamment) simultanée à celle des contenus associant les personnes, les systèmes de l’entreprise, le contenu et les réglementations de conformité avec une véritable approche métier. **IBM FileNet Business Process Manager** couvre ainsi la modélisation, l’optimisation et l’automatisation des processus avec des simulations sophistiquées ;
- La gestion des problématiques de conformité avec notamment **IBM FileNet Records Manager** pour l’archivage et la gestion des e-mails et des autres messages électroniques tels que les enregistrements, permettant ainsi d’automatiser le processus de cycle de gestion des dossiers, de faciliter la mise en conformité et de réduire les coûts de stockage ;

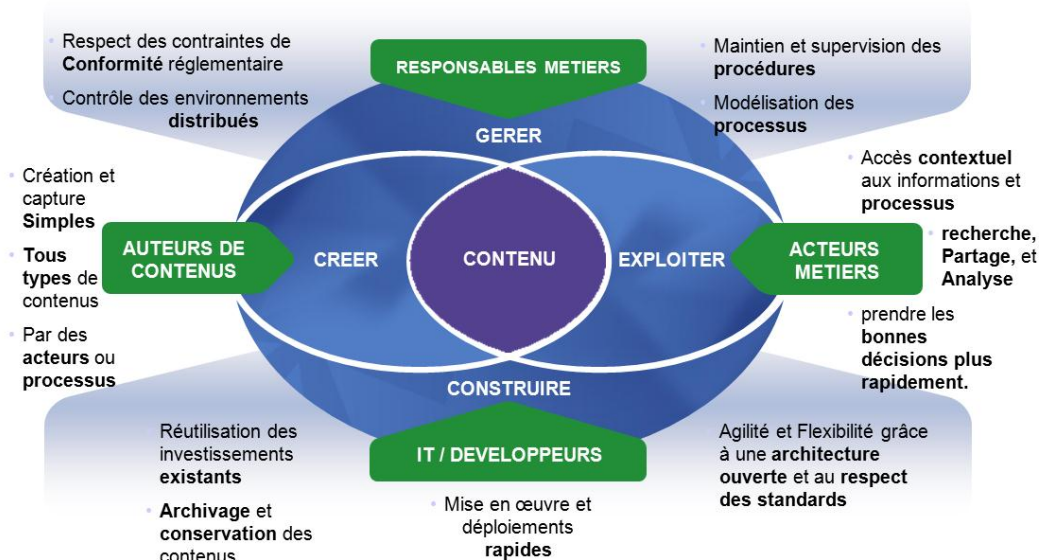
Les solutions IBM ECM adressent également les problématiques propres à la recherche et à l’analyse au sein même du contenu, quel que soit l’emplacement où celui-ci est stocké et géré ; avec en ligne de mire la maîtrise et l’exploitation optimum des données non structurées, la réduction des coûts et l’accroissement de la productivité.

Fédérer la gestion et l’archivage de données non structurées et structurées est, en outre, envisageable.

IBM propose ainsi une plate-forme homogène de gestion du contenu, des processus et des problématiques de conformité. Cette plate-forme ECM vise à simplifier l’architecture informatique des organisations, à mutualiser les coûts et à offrir des services partagés.



## Un large spectre de fonctions ECM, indispensable pour répondre aux besoins de 4 profils d'acteurs principaux



Source : IBM

### Technologies Maîtrisées

Les solutions de gestion de contenu d'IBM s'intègrent aux autres infrastructures utilisant les normes J2EE (Java 2 Enterprise Edition) et XML (eXtensible Markup Language) notamment.

Par ailleurs, elles supportent les formats SOAP (Simple Object Access Protocol), XML et EAI (Enterprise Application Integration) et sont compatibles avec les outils de programmation tels que Visual Basic, Visual C++ ou ASP.

Les solutions IBM prennent en charge les systèmes sous Linux et sont disponibles sur les versions de SuSE et de Red HatLinux. Sont également pris en charge les premiers composants de la couche applicative web.

### Principaux Partenaires des Offres

Les partenaires commerciaux IBM ECM jouent un rôle fondamental et participent à la création de solutions à valeur ajoutée.

Ces partenaires répondent aux besoins des organisations en matière d'opérations, de réglementations et de technologie.

### Exemples de Références en Gestion de Contenu d'Entreprise

Organisation	Détail du Projet
Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi Ministère du Budget	Direction du budget : Gestion des documentations du budget. Direction Générale du Trésor et de la Politique Economique : Gestion des contenus documentaires, des référentiels métiers et mise en place d'outils collaboratifs pour la direction.
GIE ORGANIC-CANCAVA	Mise en place d'outils de gestion des contenus et des référentiels.
Oseo-Anvar	Automatisation des processus permettant la mise à disposition d'un outil de pilotage.
Airbus	Gestion mondiale des documents d'entreprise. Organisation sectorisée (stabilité, visibilité à moyen terme, maîtrise de la qualité et des coûts de livraison, adaptation aux variations de l'activité).
MGEN	Gestion des dossiers adhérents (automatisation, analyse et simulation de tous les processus critiques).
Tribunaux de Justice de Miami	Gestion des dossiers de justice, automatisation du traitement des amendes.

Source : IBM

Pour plus de précisions, contactez :

**Cellou Diallo**

Responsable Marketing – IBM Enterprise Content Management (ECM)

[cellou.diallo@fr.ibm.com](mailto:cellou.diallo@fr.ibm.com)

IBM – 17 avenue de l'Europe – 92275 Bois-Colombes Cedex

Tél : 01 58 75 00 00

[www.ibm.com/fr](http://www.ibm.com/fr)

## **CONDITIONS D'UTILISATION DES INFORMATIONS**

**EN TANT QU'AUTEUR ET PRODUCTEUR DES INFORMATIONS CONTENUES DANS CE DOCUMENT, MARKESS INTERNATIONAL SE RESERVE L'EXCLUSIVITE DES DROITS DE COPIE ET DE DIFFUSION DE TOUT OU PARTIE DE CE DOCUMENT.**

**LA REPRODUCTION ET/OU LA DIFFUSION VIA INTERNET OU LE WEB, INTRANET, EXTRANET, OU TOUTE AUTRE FORME ELECTRONIQUE OU IMPRIMEE DE TOUT OU PARTIE DE CE DOCUMENT SONT INTERDITES.**

**POUR CONNAITRE LES CONDITIONS DE REPRODUCTION ET/OU DE DIFFUSION DE CE DOCUMENT OU POUR TOUTE AUTRE DEMANDE RELATIVE A L'USAGE DES INFORMATIONS CONTENUES DANS CE DOCUMENT, VEUILLEZ CONTACTER MARKESS INTERNATIONAL**

**LES LOGOS, GRAPHIQUES, FIGURES ET MARQUES DEPOSEES DES SOCIETES MENTIONNEES DANS CE DOCUMENT SONT LA PROPRIETE DE LEURS AYANTS DROIT.**

**© Copyright 2010 – MARKESS International – Paris, France**

**[www.markess.fr](http://www.markess.fr)**

**Tous droits réservés**

## **MARKESS International**

6 bis rue Auguste Vitu – 75015 Paris

Tél : +33 (0)1 56 77 17 77 – Fax : (0)1 56 77 17 70

[www.markess.fr](http://www.markess.fr)

Washington – Paris