



WEBFORCE
BE THE CHANGE



RÉSUMÉ THÉORIQUE - FILIÈRE : INFRASTRUCTURE DIGITALE

M108 - Développer un processus de veille technologique



32 heures



SOMMAIRE

1. DÉFINIR LA VEILLE TECHNOLOGIQUE

- Connaître les différentes terminologies de la VT
 - Définir les bénéfices de la VT

2. DÉCOUVRIR LE CONCEPT DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE

- Définir les objectifs de la VT
- Découvrir les enjeux de la VT
- Énumérer les différents types d'outils de la VT
 - Manipuler les principaux outils de la VT

3. METTRE EN PLACE UN PROCESSUS DE VEILLE TECHNOLOGIQUE

- Identifier les différentes étapes de la VT
- Élaborer le processus de la VT

4. NOTIONS DE SÉCURITÉ ET RGPD

- Définir le concept de RGPD
- Comprendre le but du RGPD

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



1

LE GUIDE DE SOUTIEN
Il contient le résumé théorique et le manuel des travaux pratiques



2

LA VERSION PDF
Une version PDF est mise en ligne sur l'espace apprenant et formateur de la plateforme WebForce Life



3

DES CONTENUS TÉLÉCHARGEABLES
Les fiches de résumés ou des exercices sont téléchargeables sur WebForce Life



4

DU CONTENU INTERACTIF
Vous disposez de contenus interactifs sous forme d'exercices et de cours à utiliser sur WebForce Life



5

DES RESSOURCES EN LIGNES
Les ressources sont consultables en synchrone et en asynchrone pour s'adapter au rythme de l'apprentissage



WEBFORCE
BE THE CHANGE



PARTIE 1

DÉFINIR LA VEILLE TECHNOLOGIQUE

Dans ce module, vous allez :

- Connaître les différentes terminologies de la VT
- Définir les bénéfices de la VT



5 heures



CHAPITRE 1

Connaitre les différentes terminologies de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Définition de la veille technologique
- Exemples de focus de la veille



2 heures

CHAPITRE 1

Connaitre les différentes terminologies de la VT

1. **Définition de la veille technologique**
2. Exemples de focus de la veille



01 - Les différentes terminologies de la VT

Définition de la veille technologique



Qu'est ce que la veille technologique ?

La veille existe dans la plupart des métiers, cela va du garagiste qui va se tenir au courant des nouveaux problèmes, nouveaux modèles, nouvelles méthodes, à l'architecte qui va lui aussi se tenir au courant des nouveautés, que ce soit en matière de mode ou en matière de législation. Dans de nombreux métiers, notamment dans l'infrastructure digitale, cette veille est indispensable pour ne pas se retrouver rapidement dépassé.

Elle n'est donc pas une option, surtout dans les métiers touchant à l'informatique.

L'informatique étant en constante évolution, la veille est une partie essentielle et peut prendre beaucoup de temps.

Davantage qu'une simple recherche, la veille technologique consiste à :

Détecter les technologies émergentes (identité numérique, intelligence artificielle).

Recueillir l'information permettant d'anticiper les évolutions dans votre secteur (Netvibes, Google Alert).

Identifier les techniques ou technologies mises en œuvre par ses clients, fournisseurs, partenaires et concurrents (benchmarking).

Orienter votre Recherche & Développement.

Identifier des expertises susceptibles d'être mobilisées sur les nouveaux projets.

01 - Les différentes terminologies de la VT

Définition de la veille technologique



Qu'est ce que la veille technologique ?

De nombreuses ressources (gratuites ou non) existent pour recueillir des informations et établir une veille technologique complète et efficace :



Le Web/les réseaux sociaux

(Source : blogdumoderateur.com)



Les magazines spécialisés

(Source : beamcommunications.ca)



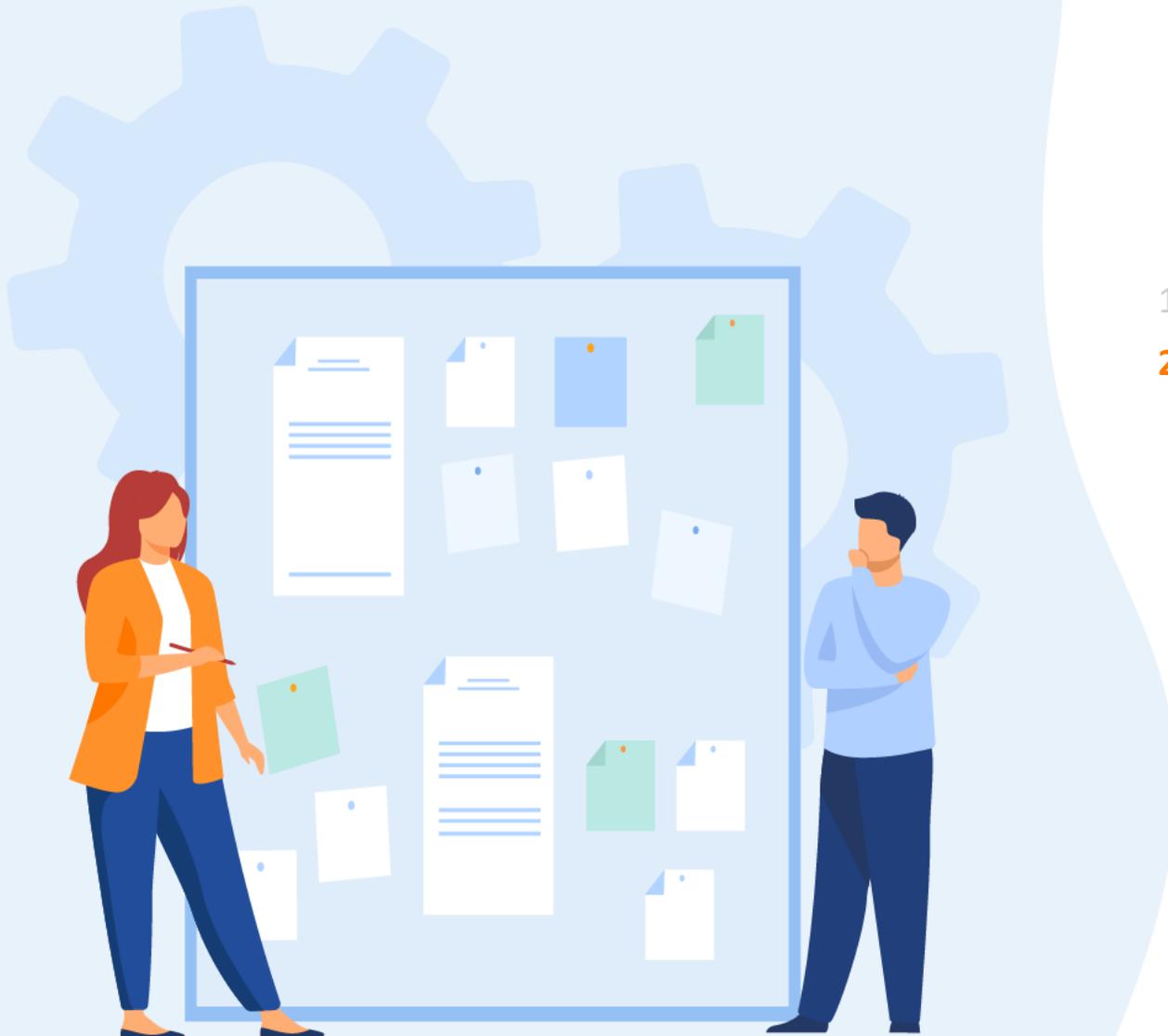
Les centres de recherche/universités

(Source : 123rf.com)

CHAPITRE 1

Connaitre les différentes terminologies de la VT

1. Définition de la veille technologique
- 2. Exemples de focus de la veille**



01 - Connaitre les différentes terminologies de la VT

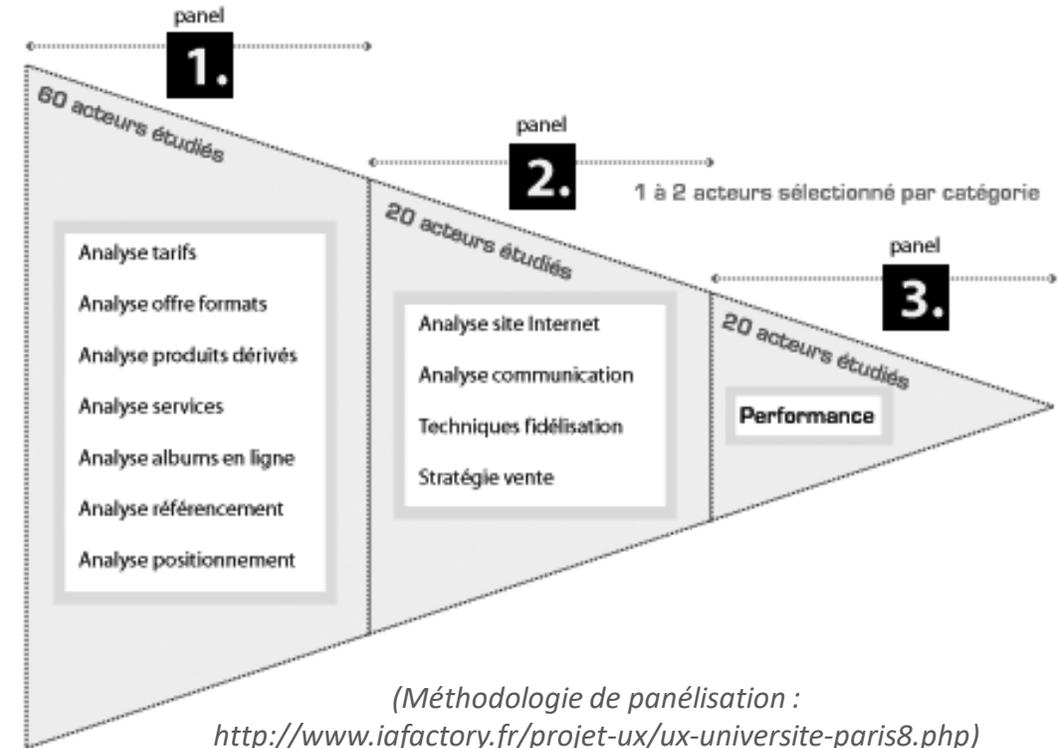
Exemple de focus de la veille

Cas d'étude sur une veille

Après avoir vu les notions généralistes de la veille technologique, creusons à travers un exemple les différentes étapes qui permettent d'élaborer un travail de veille efficace. L'étude ci-dessous concerne le secteur du tirage photo en ligne et résume une mission de recherche dans le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne¹.

Une fois l'inventaire des services de tirage photo en ligne réalisé, 60 acteurs furent sélectionnés.

Le panel suivant se décompose en 3 phases, chacune présentant un niveau de profondeur et d'analyse supplémentaire dans le travail de veille.



1. Mission de recherche et d'étude sur le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne menée par Julien MUCKENSTURM.

Création de datas et analyses de données : tableaux synoptiques, cartographies et diagrammes.

01 - Connaitre les différentes terminologies de la VT

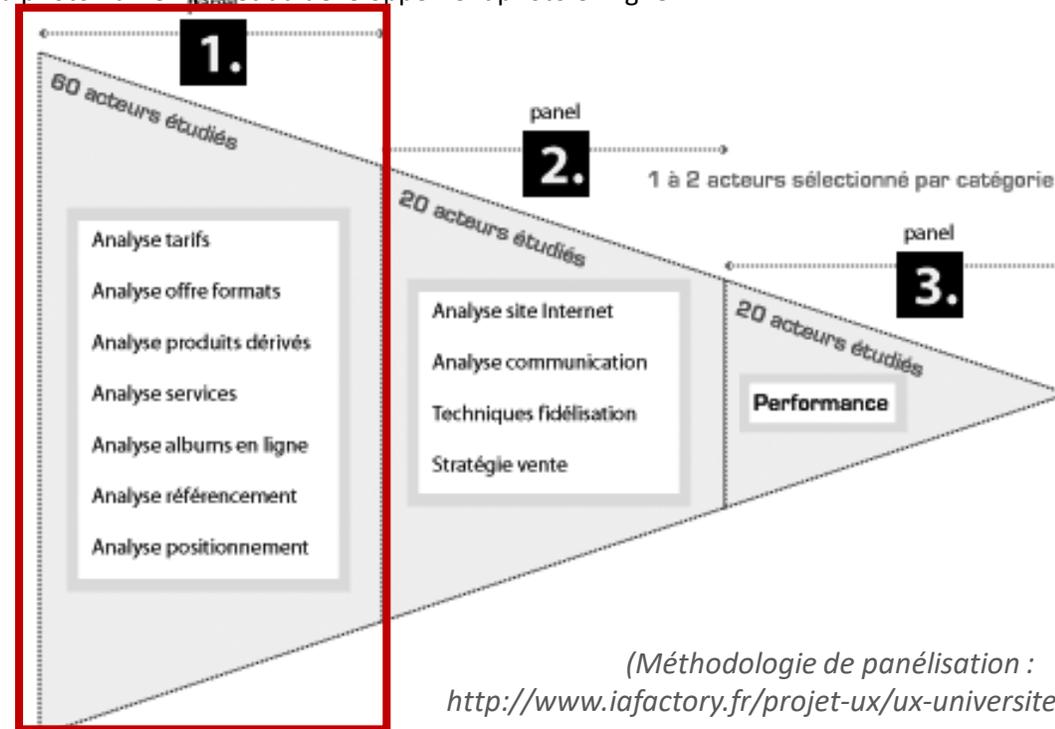
Exemple de focus de la veille

Cas d'étude sur une veille

Exemple d'étude de marché/veille dans le secteur du tirage photo en ligne.

Cette étude de cas résume une mission de recherche dans le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne¹.

- Le **1^{er} échelon du panel** répertorie les 60 principaux acteurs du marché, classifiés par typologie d'activité. C'est sur ce panel de base qu'a été réalisée l'intégralité des comparatifs permettant de faire ressortir les 20 acteurs les plus performants du marché de la photo numérique.



(Méthodologie de panélisation : <http://www.iafactory.fr/projet-ux/ux-universite-paris8.php>)

1. Mission de recherche et d'étude sur le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne menée par Julien MUCKENSTURM.

Création de datas et analyses de données : tableaux synoptiques, cartographies et diagrammes.

01 - Connaitre les différentes terminologies de la VT

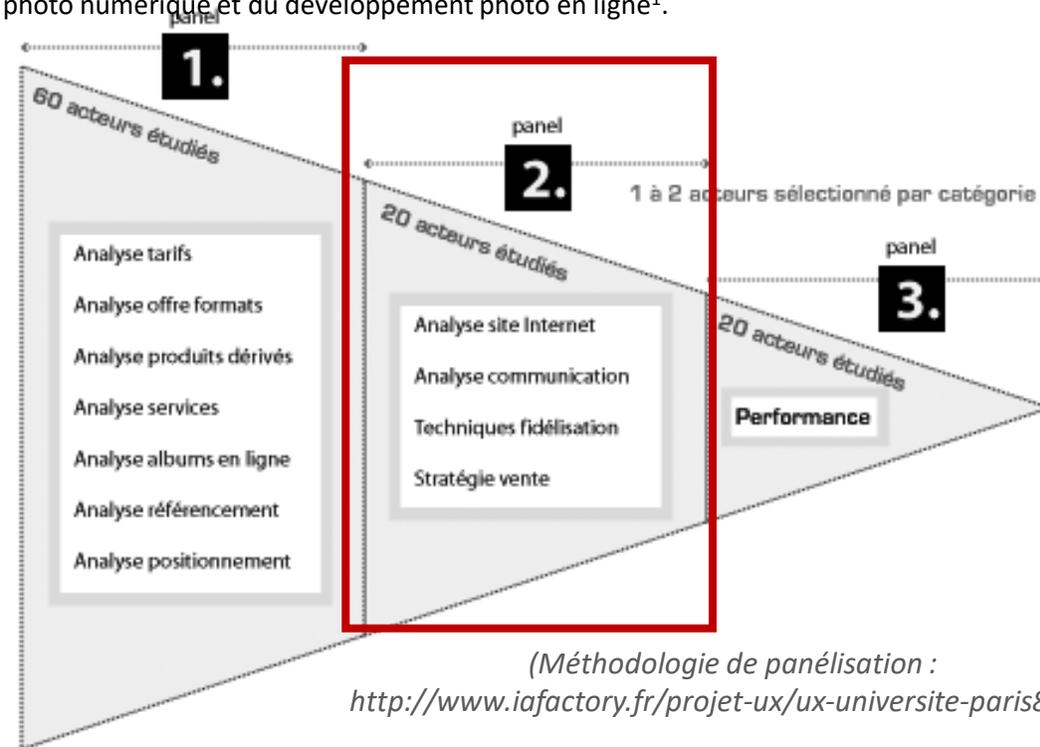
Exemple de focus de la veille

Cas d'étude sur une veille

Exemple d'étude de marché/veille dans le secteur du tirage photo en ligne.

Cette étude de cas résume une mission de recherche dans le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne¹.

- Ces 20 acteurs formaient le **2^e échelon du panel**, périmètre d'analyse réduit pour passer d'une analyse quantitative à une approche plus qualitative.



1. Mission de recherche et d'étude sur le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne menée par Julien MUCKENSTURM.

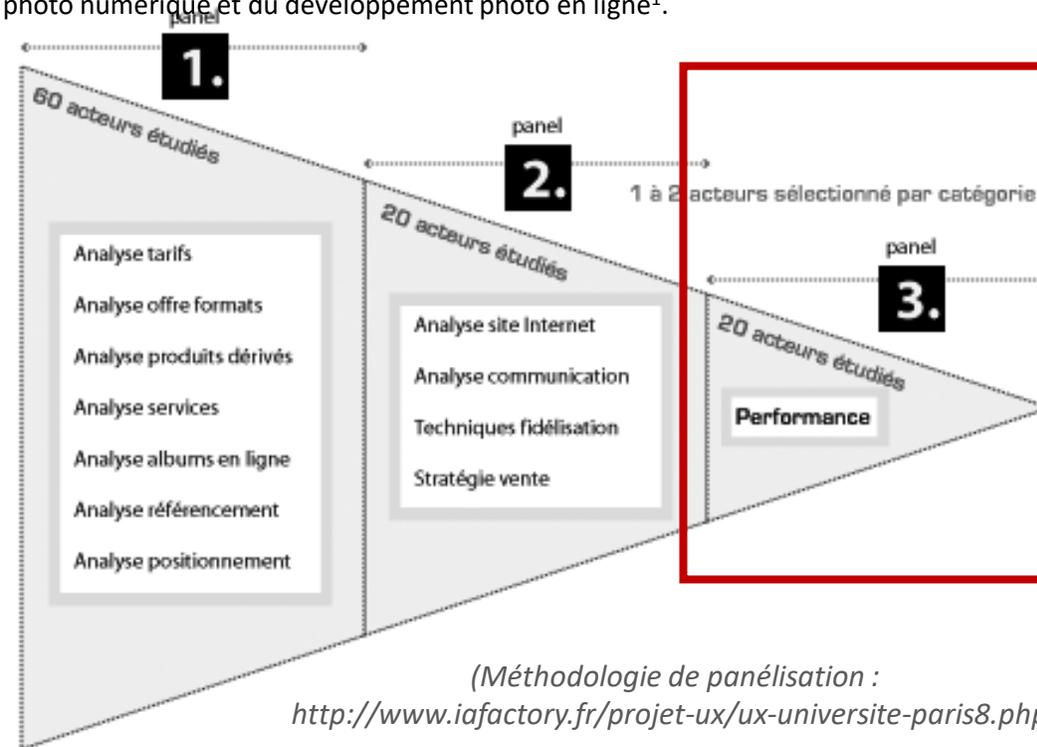
Création de datas et analyses de données : tableaux synoptiques, cartographies et diagrammes.

Cas d'étude sur une veille

Exemple d'étude de marché/veille dans le secteur du tirage photo en ligne.

Cette étude de cas résume une mission de recherche dans le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne¹.

- Enfin, le 3^e et dernier échelon du panel consistait à sélectionner pour chaque typologie d'acteur, 2 à 3 sociétés cibles sur la base desquelles il s'agissait de réaliser des approfondissements plus pointus.



1. Mission de recherche et d'étude sur le secteur de la photo numérique et du développement photo en ligne menée par Julien MUCKENSTURM.

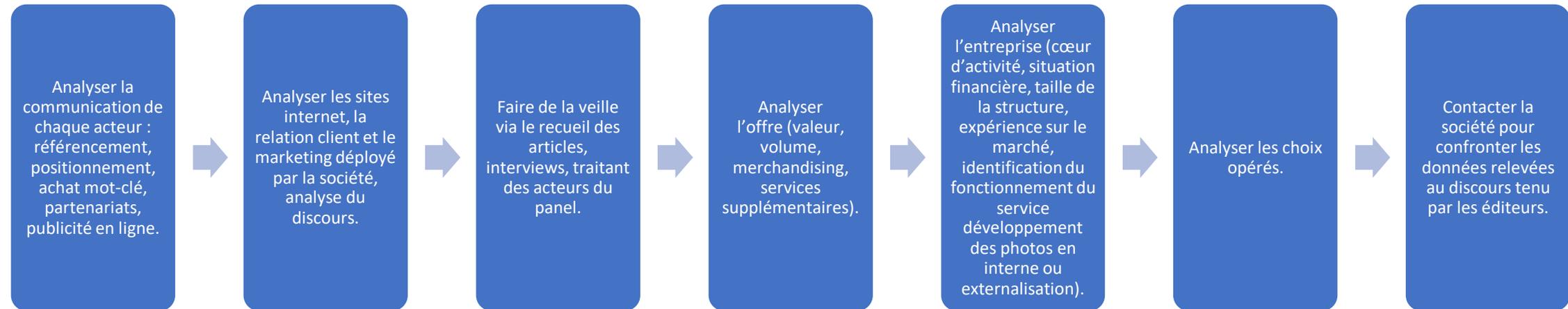
Création de datas et analyses de données : tableaux synoptiques, cartographies et diagrammes.

01 - Connaitre les différentes terminologies de la VT

Exemple de focus de la veille

Cas d'étude sur une veille

7 types d'informations furent recueillis et répertoriés dans des grilles et des tableaux comparatifs. Il s'agissait de :

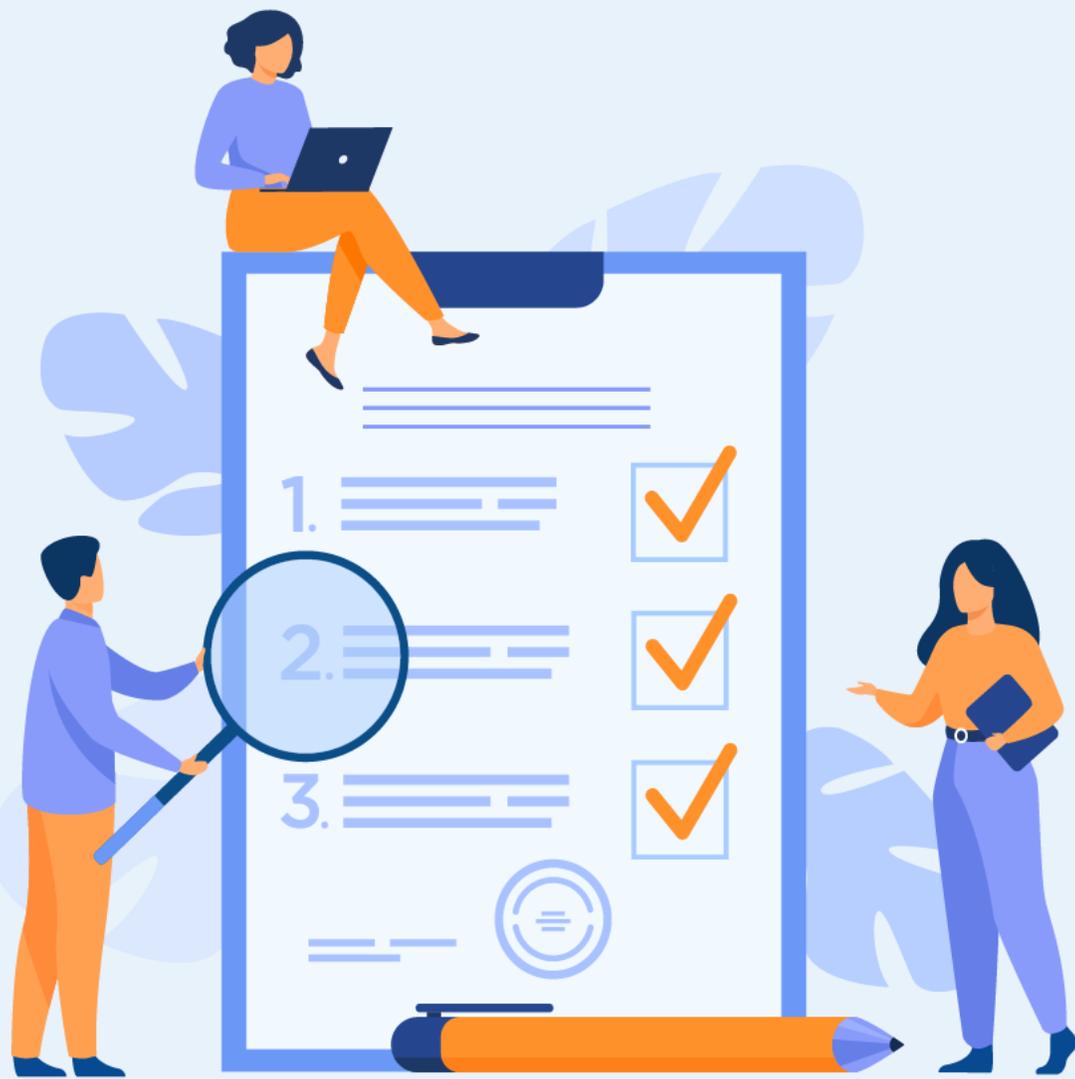


CHAPITRE 2

Définir les bénéfices de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Différents types de veille
- Avantages de la veille technologique



3 heures

CHAPITRE 2

Définir les bénéfices de la VT

1. **Différents types de veille**
2. Avantages de la veille technologique



01 - Définir les bénéfices de la VT

Les différents types de veille



Quels sont les différents types de veille ?

En nous appuyant sur les travaux universitaires des diapos précédentes, les notions généralistes de la veille technologique nous ont permis de mieux cerner le périmètre du cours. Il est cependant indispensable de distinguer les différents types de veille mentionner ci-dessous :

Veille concurrentielle	Veille commerciale	Veille d'e-réputation	Veille marketing	Veille juridique	Veille technologique
<p>La veille concurrentielle est l'étude de l'évolution des concurrents directs et indirects, actuels et potentiels de l'entreprise.</p>	<p>La veille commerciale fait référence à la surveillance d'informations relatives aux clients/prospects, aux fournisseurs et aux distributeurs (signature de contrats, nouveaux produits).</p>	<p>La veille d'e-réputation renvoie à l'image (positive ou négative) véhiculée par une marque (surveillance de la notoriété des dirigeants, établir l'éventuel décalage entre image voulue et image perçue : transformer le « bad buzz » en « good buzz »).</p>	<p>La veille marketing s'intéresse à l'évolution d'un marché, au comportement des consommateurs, à la communication des entreprises, ainsi qu'à la retombée de ses propres campagnes marketing.</p>	<p>La veille juridique consiste à surveiller la législation, la jurisprudence et les contrefaçons (être en conformité avec la réglementation actuelle et utiliser à bon escient les décisions juridiques) [ouverture des frontières] pour lancer de nouveaux produits et services sur de nouveaux marchés).</p>	<p>La veille technologique permet de recueillir des informations concernant l'évolution des normes et l'évolution des technologies (dépôts de brevets, nouveaux process).</p>

01 - Définir les bénéfiques de la VT

Les différents types de veille



Quels sont les différents types de veille ? Les cas d'écoles.

Veille concurrentielle

L'Aria, cellule de veille du groupe Orange, pionnier de la veille stratégique. Depuis 1994, avant le décollage d'Internet dans l'entreprise, l'Aria a permis à l'opérateur français d'améliorer sa connaissance interne du marché et de l'innovation.



(Source : site officiel)

Veille commerciale

La stratégie de communication d'Adidas vise à s'allier avec de grands noms du sport et ainsi avoir une publicité universelle.



(Source : site officiel)

Veille d'e-réputation

« Bad Buzz » pour le groupe Ferrero (notamment pour ses chocolats Kinder), qui doit actuellement gérer son e-réputation. En effet, 42 enfants ont été touchés par l'intoxication aux salmonelles provenant de produits Kinder. Les enfants malades ont été répertoriés au 4 coins de la France.



(Source : site officiel)

Veille marketing

Pour un hôtelier tel que le groupe « Accor », il est pertinent de réaliser une **veille** afin de connaître les prix et offres pratiqués par ses concurrents, notamment dans le secteur de l'hôtellerie du luxe.



(Source : site officiel)

Veille juridique

Un groupe immobilier, tel que Vinci, à tout intérêt à s'informer régulièrement des évolutions des marchés publics en terme d'aménagement, d'urbanisme, de financement etc.



(Source : site officiel)

Veille technologique

La société Samsung a mené une veille technologique étalée sur des dizaines d'années pour faire concurrence à son principal rival, Apple (fonctionnalités, technologies employés, matériaux etc.).



(Source : site officiel)

CHAPITRE 2

Définir les bénéfices de la VT

1. Différents types de veille
2. **Avantages de la veille technologique**

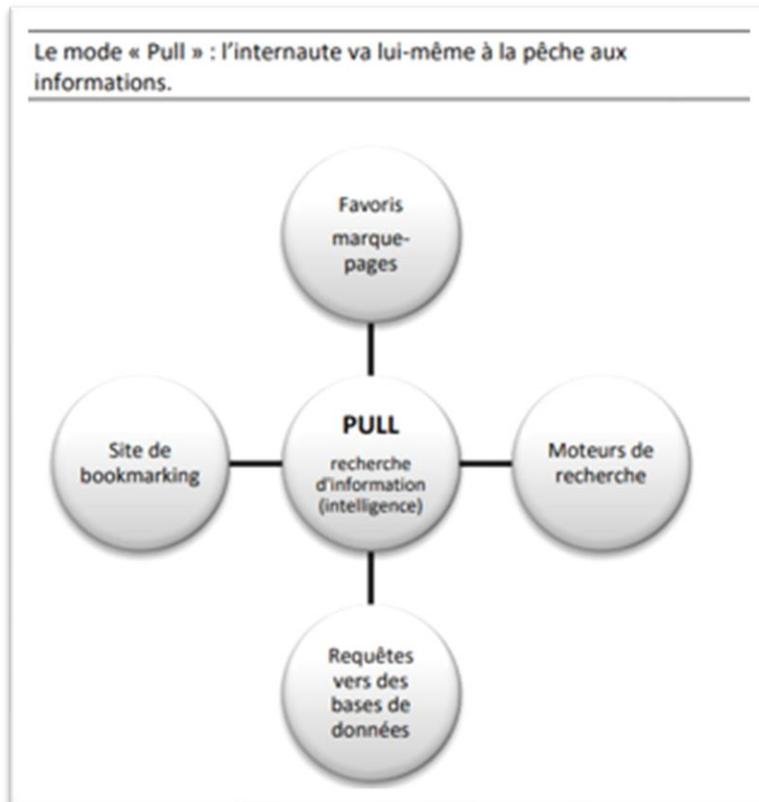


01 - Définir les bénéfices de la VT

Avantages de la veille technologique

Quels sont les différents avantages de la veille technologique ?

Toutes les entreprises mentionnées précédemment, quelque soit le type de veille réalisé, collectent les informations de deux façons différentes. En effet, la veille technologique – et son principal avantage – est de permettre à l’internaute de chercher l’information **ET** de faire en sorte que l’information vienne à lui :



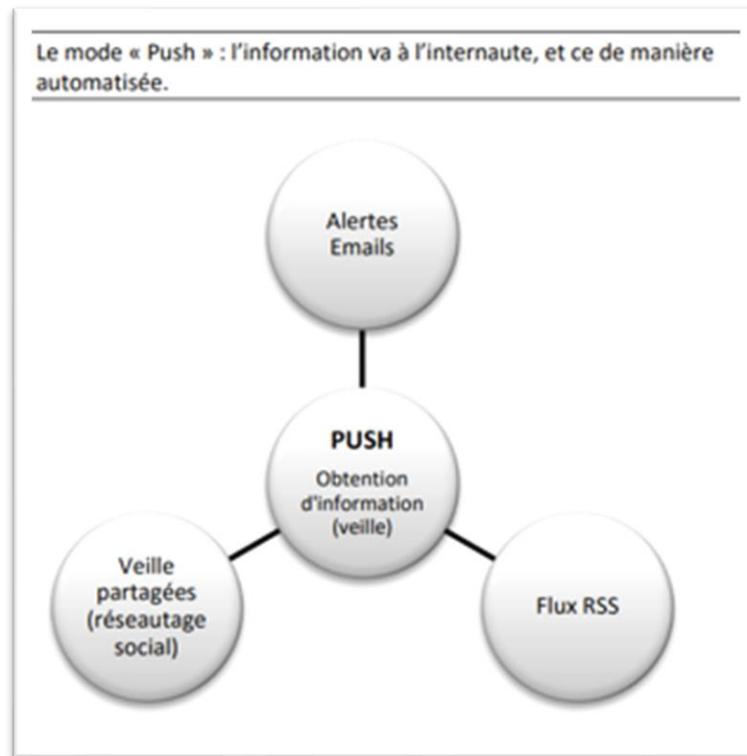
(Tiré du cours de Veille Technologique de l’institut infoSup du Havre – Bruno Martin)

- Information précise car comme l’usager doit effectuer les recherches, il est en mesure d’écartier immédiatement les résultats non pertinents.
- Pas d’enregistrement requis auprès d’un éditeur ou d’une base de données.
- Demande beaucoup de temps.
- Processus lourd et ennuyant dont on se lasse rapidement.
- Veille irrégulière.

01 - Définir les bénéfices de la VT

Avantages de la veille technologique

Quels sont les différents avantages de la veille technologique ?



(Tiré du cours de Veille Technologique de l'institut infoSup du Havre – Bruno Martin)

- Économie de temps pour le chercheur.
- Processus automatisé.
- Signalement rapide.
- Veille régulière.
- Risque de se faire submerger de résultats (si stratégie de recherche pas assez précise), de courriels, spam.
- Choix de l'utilisation d'un logiciel efficace.



PARTIE 2

DÉCOUVRIR LE CONCEPT DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE

Dans ce module, vous allez :

- Définir les objectifs de la VT
- Découvrir les enjeux de la VT
- Énumérer les différents types d'outils de la VT
- Manipuler les principaux outils de la VT



20 heures



CHAPITRE 1

Définir les objectifs de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Acquisition des informations
- Collecte, transmission et stockage des données



5 heures



WEBFORCE
BE THE CHANGE

CHAPITRE 1

Définir les objectifs de la VT

1. **Acquisition des informations**
2. Collecte, transmission et stockage des données



Les moyens d'acquisition des informations

Après cette phase d'introduction à la veille technologique, entrons dans le vif du sujet en abordant les méthodes et outils spécifiques utilisés. Ces derniers dépendent particulièrement des objectifs fixés par les « veilleurs ». Il existe un grand nombre de solutions permettant à l'internaute de chercher, trouver, collecter, analyser et stocker l'information. Ci-dessous quelques outils de veille technologique emblématiques :

Google Alerts : ce service proposé par Google est gratuit. Il n'en est pas moins performant et vous permet d'être informé par mail des nouveautés en ligne par rapport aux différents domaines et mots-clés qui vous intéressent.



(Source : site officiel)

Feedly : cet outil de veille, pratique et efficace, est un agrégateur de contenus qui concentre les flux RSS d'articles à partir d'une sélection personnelle (sites web auxquels vous êtes abonné).



(Source : site officiel)

Netvibes : c'est un dashboard que vous pouvez personnaliser et qui vous permet de consulter vos news à partir des réseaux sociaux, de recevoir des alertes ou de lire des articles sur les sujets qui vous intéressent.



netvibes

(Source : site officiel)

Nous pouvons citer aussi les logiciels de veille payants comme **Digimind** ou **AMI Software**, dont le fonctionnement est très puissant. Ces deux derniers gèrent tout le processus de veille, de la collecte jusqu'à la diffusion des informations. Ce genre de logiciel est généralement utilisé par les grandes entreprises et les multinationales.

CHAPITRE 1

Définir les objectifs de la VT

1. Acquisition des informations
2. **Collecte, transmission et stockage des données**



Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



Collecte, transmission et stockage des données

Les outils précédemment évoqués et utilisés pour récupérer ces flux d'informations seront confrontés à de nombreuses problématiques : particulièrement **la collecte, la transmission et le stockage de ces mêmes informations**. Nous avons à disposition tout un tas d'outils dit de « bookmarking¹ » dont les meilleurs exemples sont :



<http://www.diigo.com/> Diigo vous permet de classer, d'indexer vos favoris et d'accéder à ceux des autres utilisateurs (il existe une barre d'outils que vous pouvez intégrer dans votre navigateur).



<http://www.pearltrees.com/> Pearltrees vous permet aussi de stocker et organiser vos liens favoris en ligne et surligner des passages importants - Idéal quand vous vous déplacez, vos favoris sont toujours à portée de main.



<https://delicious.com/> Delicious (aussi connu sous son ancien nom, del.icio.us) est un site web social permettant de sauvegarder et de partager ses marque-pages Internet et de les classer par des mots-clés (ou tags).



<https://fr.foursquare.com/> Foursquare permet de trouver des lieux intéressants près d'un endroit en particulier (l'activation de la géolocalisation est un prérequis).

1. Un bookmark permet à l'utilisateur d'enregistrer une page web pour pouvoir y revenir plus tard par un simple clic. C'est ce qu'on appelle les favoris de notre navigateur. Le « Social Bookmarking » : il s'agit de sites utilisant le bookmark comme un outil.

Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



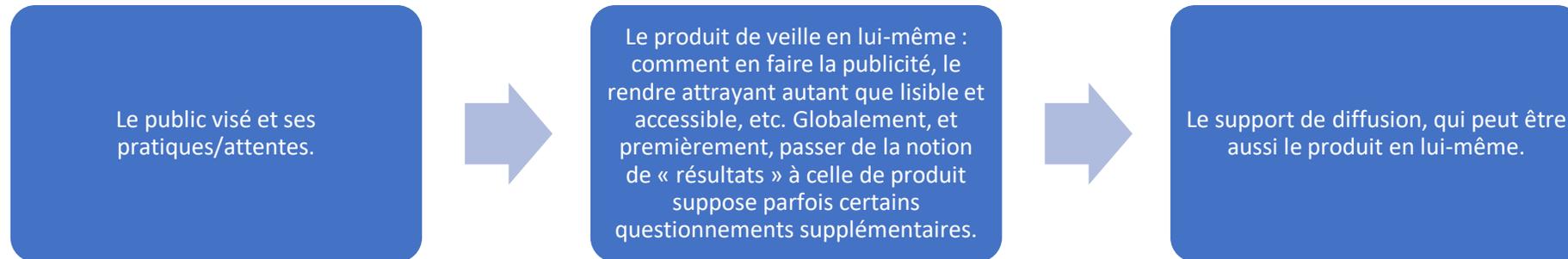
Collecte, transmission et stockage des données

Pour la transmission ou diffusion de l'information, l'approche est plus délicate :

Première étape : penser communication et pas seulement documentation

La diffusion des résultats de sa veille suppose de ne pas seulement s'axer sur le support de diffusion, ou le document en lui-même, mais avant tout sur la manière dont le public visé va prendre connaissance de ces résultats, va les intégrer et les utiliser par la suite.

Il faut donc aborder cette étape comme une stratégie de communication, et prendre en compte certains éléments :



Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



Collecte, transmission et stockage des données

Deuxième étape : définir son public

Rappelons-le encore une fois : pour qu'une veille soit efficace, il faut que les informations collectées et traitées soient à la fois lues et intégrées.

Pour cela, il faut faire un mélange subtil entre ce que le public/commanditaire attend, et ce que la cellule de veille est capable de produire.

Mais il faut aussi prendre en compte **les capacités cognitives de son public** (quel volume d'information peut-il recevoir par jour ?), les pratiques managériales (que fait-il de l'information ?), etc.

Et surtout, il faut alterner entre de l'information à la demande (ce qu'il veut lire) et de l'information de rupture (ce qu'il ne prenait pas en compte mais qui peut l'éclairer sur un sujet).

Sachant, bien entendu, que l'information « à la demande », qui répond à la fois à une attente et à un schéma d'acceptation déjà développé, aura le plus de chance d'avoir un impact, d'attirer l'attention et de fidéliser.

Collecte, transmission et stockage des données

Voici donc quelques questionnements qui me semblent essentiels à formuler avant de développer la diffusion de sa veille :

Les cibles de la communication de la veille ont-elles toutes le même niveau d'expertise ?

À savoir, doit-on traiter les informations et sélectionner les mêmes informations pour tous ? Cette question est l'une des premières à définir afin de proposer par la suite des produits de veille adaptés à tous. Ou, au contraire, définir plusieurs produits et/ou modes de diffusion en fonction de la capacité du public à comprendre et intégrer certaines informations.

Comment le public consomme-t-il l'information ?

Autrement dit, quel volume de documents/informations traite-t-il par jour, ou encore, se sent-il déjà surinformé sur certains sujets ? Bref, le produit de veille doit-il être là pour réduire cette surcharge ou pallier un manque ? Et la diffusion peut-elle s'inscrire dans le mode de consommation actuel de l'information du public ciblé ?

Quels types d'informations/documents consomme-t-il le plus ?

Et ce afin de s'inscrire sur le fond (information) et sur la forme (document/produit/support) dans une approche répondant principalement à une demande plus qu'à l'ouverture vers d'autres sujets. Cela permettra, surtout au début, de créer de l'intérêt pour le produit de veille, et de ne pas proposer de rupture trop radicale pouvant créer des résistances au changement.

À ces questions peut d'ailleurs s'ajouter la suivante :

- Sous quelle(s) forme(s) et avec quel(s) outil(s) ce public consomme-t-il de l'information ?

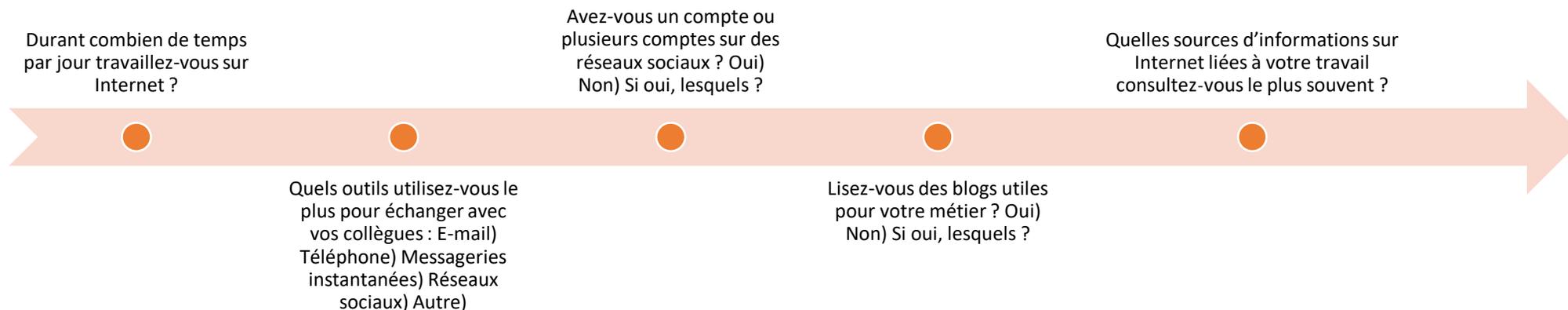
Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



Collecte, transmission et stockage des données

Afin de définir certains de ces points, et au-delà de la connaissance que le veilleur a du terrain, un questionnaire peut (par expérience) faire ses preuves (surtout s'il est administré directement par le veilleur). Voici un modèle avec des questions du type :



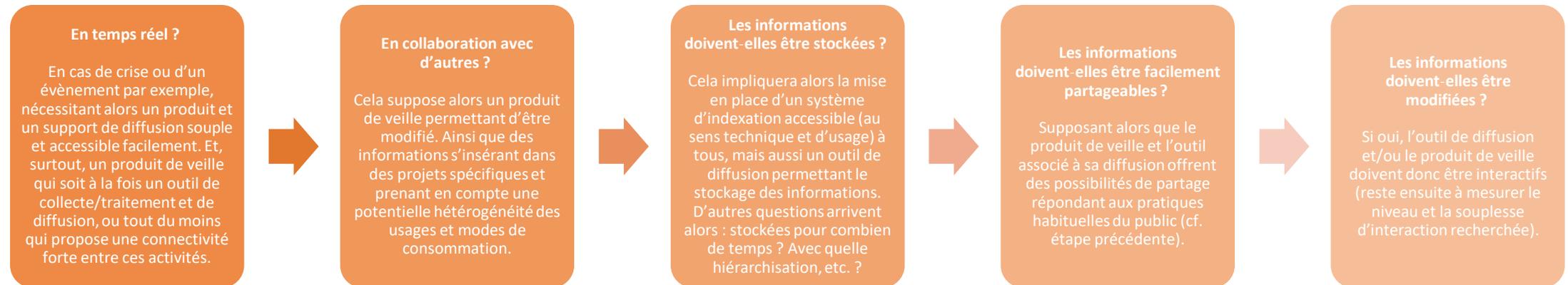
En résumé, des questions permettant non seulement de définir certains comportements ou certaines attentes informationnelles, des modes de consommation de l'information (pouvant orienter vers de possibles outils), mais aussi de fournir un peu plus son sourcing et son plan de collecte.

Collecte, transmission et stockage des données

Troisième étape : définir l'utilisation de l'information

À l'heure actuelle, **tout le monde (ou presque) utilise le web pour capter de l'information** : par les réseaux pro ou perso, les fils d'actualité, l'utilisation des moteurs de recherche, etc. Il faut donc, d'une part, prendre en compte ces pratiques (cf. étape précédente), et d'autre part, se différencier en proposant un produit de veille et/ou un mode de diffusion prenant en compte le traitement professionnel qui sera fait des informations/documents.

Encore une fois, quelques questions dont les réponses impacteront directement le choix du produit de veille et de son mode de diffusion.
Les informations vont-elles être traitées par le public de la veille :



Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



Collecte, transmission et stockage des données

Quatrième étape : définir son produit de veille

Entendons par là : choisir le packaging plus que l'outil en lui-même. L'idée étant ici de proposer des réflexions méthodologiques plus que de se focaliser sur un ou plusieurs outils. Définir son produit de veille, c'est définir les particularités/points forts de ce même produit, Cela suppose de s'interroger :

Sur le nom du produit : ce qui permettra aux consommateurs de ce produit de le distinguer, mais aussi d'en discuter avec d'autres (et ainsi le faire connaître).

Sur la forme du produit : c'est-à-dire l'habillage graphique (pour une newsletter par exemple), ce qui sera mis en avant en priorité, les signes distinctifs, etc.

Sur les évolutions futures du produit : penser, dès le départ, ce à quoi pourrait ressembler son produit de veille en fonction des fluctuations des besoins ou de la thématique traitée permet de mieux préparer ces modifications et de ne pas créer de rupture avec son public à chaque changement mineur.

Sur les besoins managériaux qu'il nécessite : ce qui fera l'attrait premier de votre produit de veille, c'est sa qualité : pertinence des informations, régularité de la diffusion, etc. Il faut donc, dès le départ, s'interroger sur le rythme de diffusion (lié à celui de la collecte et du traitement), le nombre de personnes dédiés, la fréquence de diffusion, les étapes de validation...

Au final, la forme du produit sera fortement impactée par les attentes/besoins du public, mais aussi par le ou les modes de diffusion choisis.

Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



Collecte, transmission et stockage des données

Cinquième étape : définir son mode de diffusion

À savoir la manière dont le produit de veille ira au public ou inversement.

Par exemple : des outils comme **Infomous**¹ pour le traitement en temps réel. Ou certains **outils de curation** offrant la possibilité d'être à la fois des outils de stockage et de diffusion (voir à ce propos **la très bonne présentation URFIST** sur la diffusion de la veille par le biais de ces outils).

Bien entendu, le choix du mode de diffusion dépendra :

- Des réponses aux questions posées précédemment.
- De la publicité que l'on veut donner à son produit de veille, du type de produit, etc.

Et rien n'empêche (au contraire) de mélanger les deux modes, ou encore d'adapter un seul et même produit aux différents modes de diffusion correspondant le mieux aux collaborateurs.

1. Infomous est un outil permettant de générer des cartographies de mots-clés depuis un flux RSS, un site web (à l'aide de la requête site:) ou de réseaux sociaux (Twitter, Facebook et Instagram). Les termes les plus cités sont mis en avant visuellement et ils sont regroupés selon les liens sémantiques analysés. Les mots-clés permettent d'accéder directement aux sources agrégées.

Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



Collecte, transmission et stockage des données

La curation vs la veille.

Lorsqu'il est question de curation de contenu, un autre terme est souvent associé à cette dernière : la veille.

Ces deux pratiques présentent notablement de grandes similarités dans la mesure où elles consistent à recueillir des informations et à les partager. Cependant, elles présentent également chacune leurs spécificités. Qu'est-ce qui différencie alors la curation de contenu de la veille ?

La curation de contenu vise à recueillir des informations pertinentes susceptibles d'intéresser les internautes. Elle n'est pas considérée comme du plagiat étant donné qu'elle ne s'approprie pas des sources mais les diffuse afin de leur donner plus de visibilité.

La curation ne consiste pas simplement à partager du contenu, les internautes sont invités à y apporter leur touche personnelle en y ajoutant un commentaire ou un point de vue. La veille, quant à elle consiste également à trouver des informations, mais sur des sujets plus ciblés, qui intéressent particulièrement une entreprise. De plus, pour la veille, le partage des informations est facultatif.

Ainsi les principales différences résident premièrement dans le ciblage du public, qui pour la curation est beaucoup plus large. La seconde nuance est que la curation de contenu présente une composante humaine plus marquée du fait que les internautes peuvent donner leur avis.

Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données



Collecte, transmission et stockage des données

La diffusion de la veille est une stratégie à part entière. Stratégie supposant alors de s'inspirer de certaines approches marketing et de communication, voire d'envisager (en fonction des besoins) la diffusion comme une forme de médiation : au final, fournir de l'information, c'est fournir un service qui va généralement au-delà de la simple mise à disposition d'un produit.

Ensuite, l'outil importe peu si les résultats de la veille :

- Répondent à des modes de consommation de l'information clairement identifiés.
- Sont en adéquation avec les pratiques des veilleurs ou documentalistes qui produisent ces résultats.

Enfin, mesurer l'efficacité de sa diffusion ne repose pas tant dans des indicateurs d'utilisation du produit (nombre de visiteurs, de commentaires, de partages, etc.), mais plutôt sur la manière dont les informations vont être réutilisées par la suite et répondent à un réel besoin en information (ou mieux : en créer de nouveaux !).

Stockage des données

Il existe deux types de stockage des informations : le **stockage à accès rapide (mémoire de travail)** et le **stockage de masse (disques)**.

1) Le stockage à accès rapide

Pour faciliter le traitement des informations en interne, les ordinateurs disposent de mémoires de plus en plus rapides :

La mémoire vive, ou RAM (Random Access Memory), est active lorsque l'ordinateur est allumé et s'efface quand l'ordinateur est éteint.



La mémoire morte, ou ROM (Read-Only Memory), est gravée et ne s'efface jamais. Elle contient notamment les informations nécessaires au démarrage de l'ordinateur .



La mémoire morte réinscriptible, qui a évolué en mémoire flash, et qui a donné naissance aux clés USB.

Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données

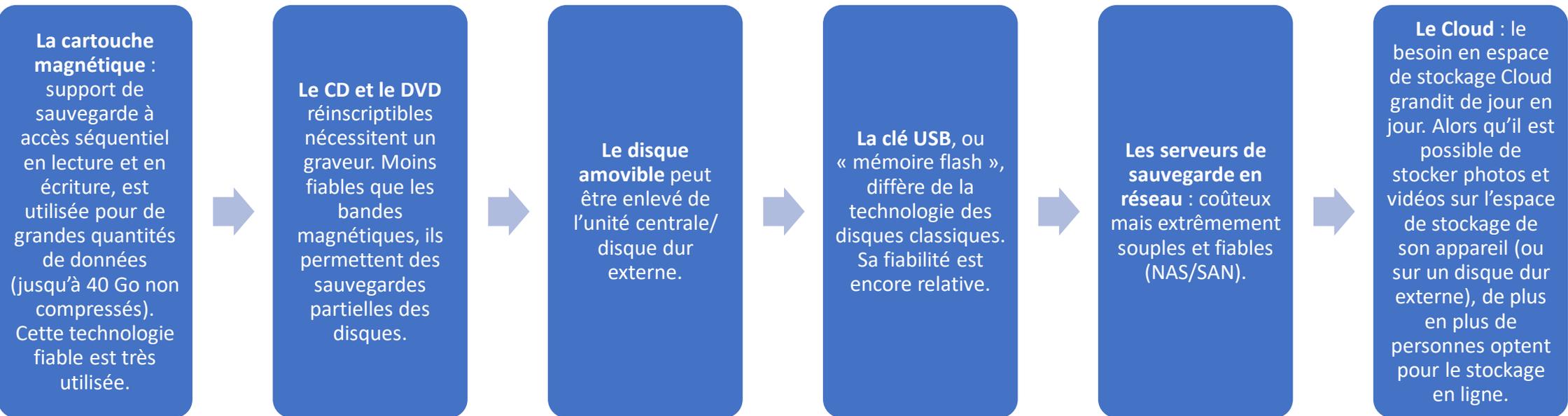


Stockage des données

Il existe deux types de stockage des informations : le stockage à accès rapide (mémoire de travail) et le stockage de masse (disques).

2) Le stockage de masse

Pour préserver la disponibilité et la sécurité des données, les sauvegardes volumineuses sont réalisées sur des supports de stockage de masse :



Définir les objectifs de la VT

Collecte, transmission et stockage des données

Stockage des données

Le choix du support de stockage

Un support de stockage adapté est choisi selon deux critères :

- Le volume de données qu'il peut stocker.
- Son niveau de fiabilité.

Du fait de leur constitution physique, tous les supports de stockage ont une durée de vie limitée, entraînant un risque de perte d'informations. Il faut donc les vérifier constamment.



Source : www.futura-sciences.com



CHAPITRE 2

Découvrir les enjeux de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Innovations dans un domaine d'activité
- Méthodologie d'étude de l'existant
- Définition des orientations stratégiques



5 heures

CHAPITRE 2

Découvrir les enjeux de la VT

- 1. Innovations dans un domaine d'activité**
2. Méthodologie d'étude de l'existant
3. Définition des orientations stratégiques



Innovations dans un domaine d'activité

Les problématiques rencontrées durant le travail de veille n'a plus de secret pour nous à présent.

L'étape récurrente que l'on retrouve, après avoir traité ces problématiques de collecte et de stockage, constitue l'atout principal du travail de veille : c'est celui **d'identifier ou d'anticiper des innovations par secteurs d'activité**. Les sources de veille technologique constituent une information stratégique incontournable pour devancer, développer et exploiter des inventions.

De quelles sources porteuses d'informations stratégiques parlons-nous ?

Les bases de brevets



Les articles scientifiques



La presse spécialisée

Le problème de base qui se pose à l'internaute est d'interroger correctement ces moteurs.

De façon générale, les moteurs travaillent sur une base de données plus étendue que celle des annuaires et le recensement des sites sera plus rapide.

Mais le contenu des sites n'est pas soumis à une vérification humaine, ce qui peut créer des surprises au niveau des résultats.

CHAPITRE 2

Découvrir les enjeux de la VT

1. Innovations dans un domaine d'activité
2. **Méthodologie d'étude de l'existant**
3. Définition des orientations stratégiques



Méthodologie d'étude de l'existant

Le potentiel d'innovation évoqué précédemment demande nécessairement d'approfondir la notion d'étude de l'existant.

Elle consiste à mettre à plat, de façon aussi claire que possible, l'analyse qualitative et quantitative du fonctionnement actuel de l'entité ou le sujet de recherche.

Une analyse de l'existant comprend trois parties distinctes :

1. Recueillir les informations : réalisé à partir d'entretiens ou de questionnaires, tableaux de bord, catalogues, études, données statistiques etc.

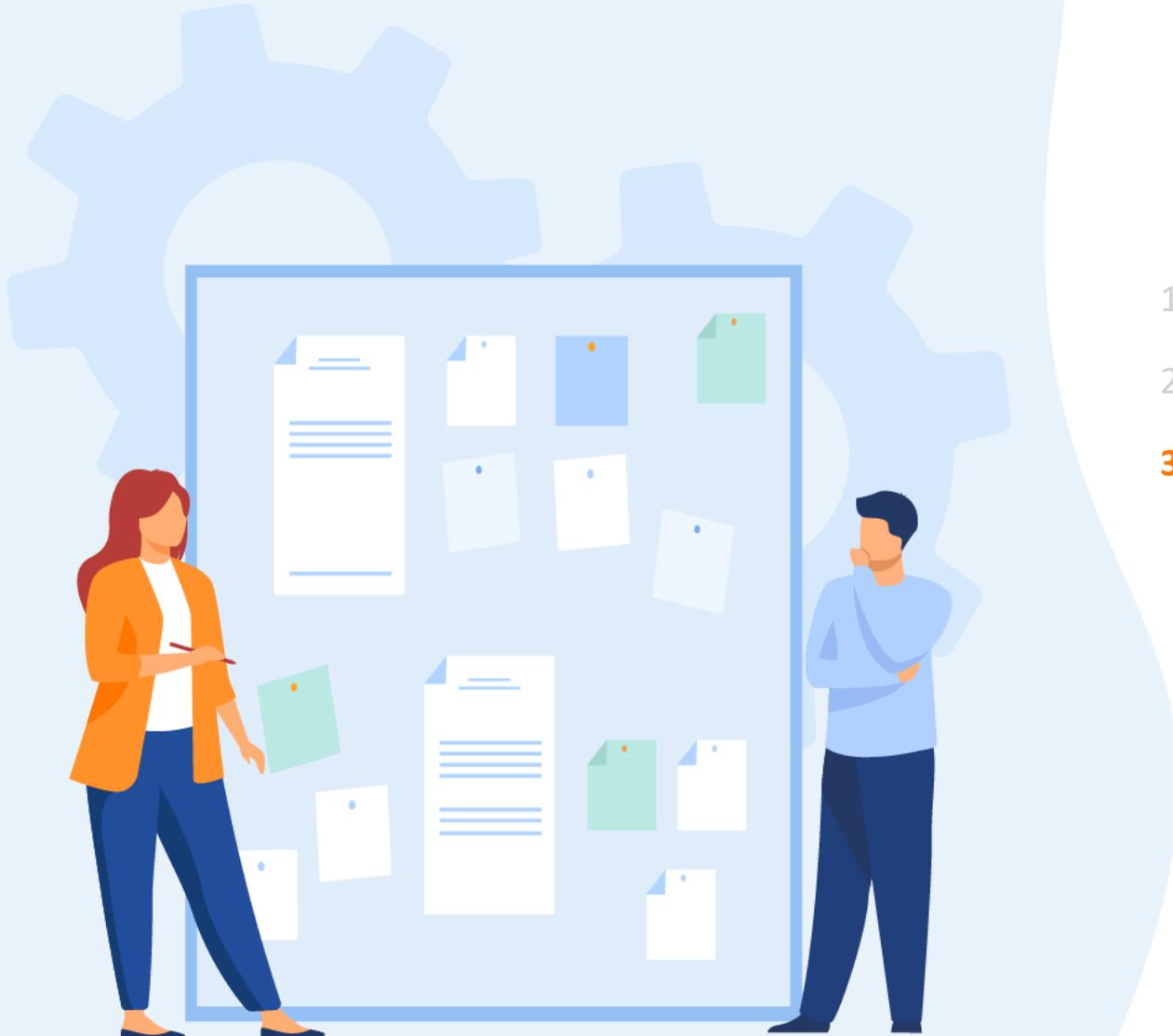
2. Analyser, classer et donner une vue synthétique de l'ensemble des informations collectées par domaine fonctionnel, en tenant compte des ressources humaines (nombre et profil des personnes assignées aux diverses tâches).

3. Esquisser une modélisation à grosses mailles des données et des traitements.

L'état des lieux peut aboutir à une critique de l'existant qui analyse les points positifs et négatifs de l'organisation du travail déjà mise en place et dégage les améliorations à apporter : les tâches effectuées et les tâches non effectuées, les services rendus et les services non rendus, etc.



WEBFORCE
BE THE CHANGE



CHAPITRE 2

Découvrir les enjeux de la VT

1. Innovations dans un domaine d'activité
2. Méthodologie d'étude de l'existant
- 3. Définition des orientations stratégiques**

Définition des orientations stratégiques

« Innovations », « Étude de l'existant », ces aspects de la veille sont devenus indispensables pour assurer l'avenir d'une entreprise.

On parle même de veille stratégique pour assurer la pérennité de celle-ci. Comment une entreprise procède-t-elle pour faire de la veille stratégique ?

Si la veille stratégique ne garantit pas que toutes les décisions prises sont les bonnes, elle reste un outil efficace pour prendre les meilleures décisions en connaissance de cause.

Contrairement aux idées reçues, réaliser une veille stratégique n'est en rien chronophage à condition d'adopter la bonne démarche et de savoir comment s'y prendre !

L'un des avantages de ce dispositif est sa souplesse de gestion : vous pouvez adapter le temps à consacrer à la veille en fonction de vos disponibilités et de celles de votre équipe.

Au final, la veille stratégique vous permet de gagner du temps en vous aidant à :

Faire les bons choix stratégiques.

Vous engager, dès sa mise en œuvre, sur la bonne voie de développement.

Mais récolter des données juste pour récolter des données ne mène à rien, encore faut-il les analyser ! La veille devient stratégique lorsque les informations collectées sont interprétées correctement et vous permettent de prendre des décisions éclairées sur l'avenir du sujet analysé (d'une société par exemple) et les actions à mettre en place pour une relance d'activité.

Définition des orientations stratégiques

La veille stratégique, pour une entreprise, lui permettra de prendre des décisions pertinentes pour développer sa compétitivité et optimiser sa stratégie. Mais ce n'est pas uniquement une démarche théorique et tactique ! Elle permet également de passer concrètement à l'action dans l'ensemble des services de l'entreprise.

Cet outil peut être utilisé pour accompagner :

Le développement commercial.

Grâce à une surveillance ciblée, l'entreprise détecte des appels d'offres, débusque des prospects qualifiés. Ses forces de vente concentrent leurs efforts sur un terrain de chasse propice aux opportunités.

Le développement technologique.

L'entreprise reste à la pointe de l'innovation en analysant les dépôts de brevets, en faisant une étude de marché technologique ou en réalisant l'audit technologique d'un autre secteur.

Un développement stratégique permettant d'établir un diagnostic fiable et pertinent sur l'écosystème professionnel. Grâce aux informations collectées, analysées et intégrées dans la réflexion, l'entreprise est en mesure d'anticiper et de se projeter sur les actions adéquates pour assurer sereinement le développement de son activité.

CHAPITRE 3

Énumérer les différents types d'outils de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Outils à base d'agrégateurs de contenu
- Outils à base de lecteurs de flux RSS



5 heures

CHAPITRE 3

Énumérer les différents types d'outils de la VT

1. Outils à base d'agrégateurs de contenu
2. Outils à base de lecteurs de flux RSS



Énumérer les différents types d'outils de la VT

Outils à base d'agrégateurs de contenu

Outils à base d'agrégateurs de contenu

Les problématiques et travaux abordés précédemment ne seraient pas possibles sans l'utilisation d'outils et d'applications performants, notamment les agrégateurs de contenu. Qu'est-ce qu'un agrégateur de contenu ?

Encore appelé agrégateur de flux RSS, un agrégateur est une application web, un logiciel ou un module intégré à une messagerie qui permet de regrouper et stocker plusieurs sources d'information (ou flux d'information) puis de diffuser et lire ces mêmes flux.

Il existe un grand nombre d'agrégateurs de contenu, voici quelques exemples populaires :

Feedly :

Permet de sélectionner les thèmes et sites que vous souhaitez « observer ». Par exemple, ajouter les sorties cinéma de la semaine du site allocine.com. Feedly n'a cessé d'évoluer pour devenir le remplaçant numéro 1 de Google Reader. Passé maintenant sous sa propre techno, Feedly dispose d'applications mobiles, en plus de sa version web. Assez simple à utiliser, notamment pour importer vos données, Feedly propose des fonctions de partage, de personnalisation et de recommandation.

Netvibes :

Pionnier dans le domaine, Netvibes a toujours été le principal concurrent de Google Reader. Cette start-up française, rachetée par Dassault System propose un lecteur de flux aussi performant que Google Reader, avec de nombreuses fonctionnalités, personnalisation, partage, organisation... Mais Netvibes a aussi un autre atout, c'est sa partie « Dashboard » sur laquelle vous pourrez avoir de nombreux widgets et organiser vos flux différemment (thématiques, envies, intérêt...).

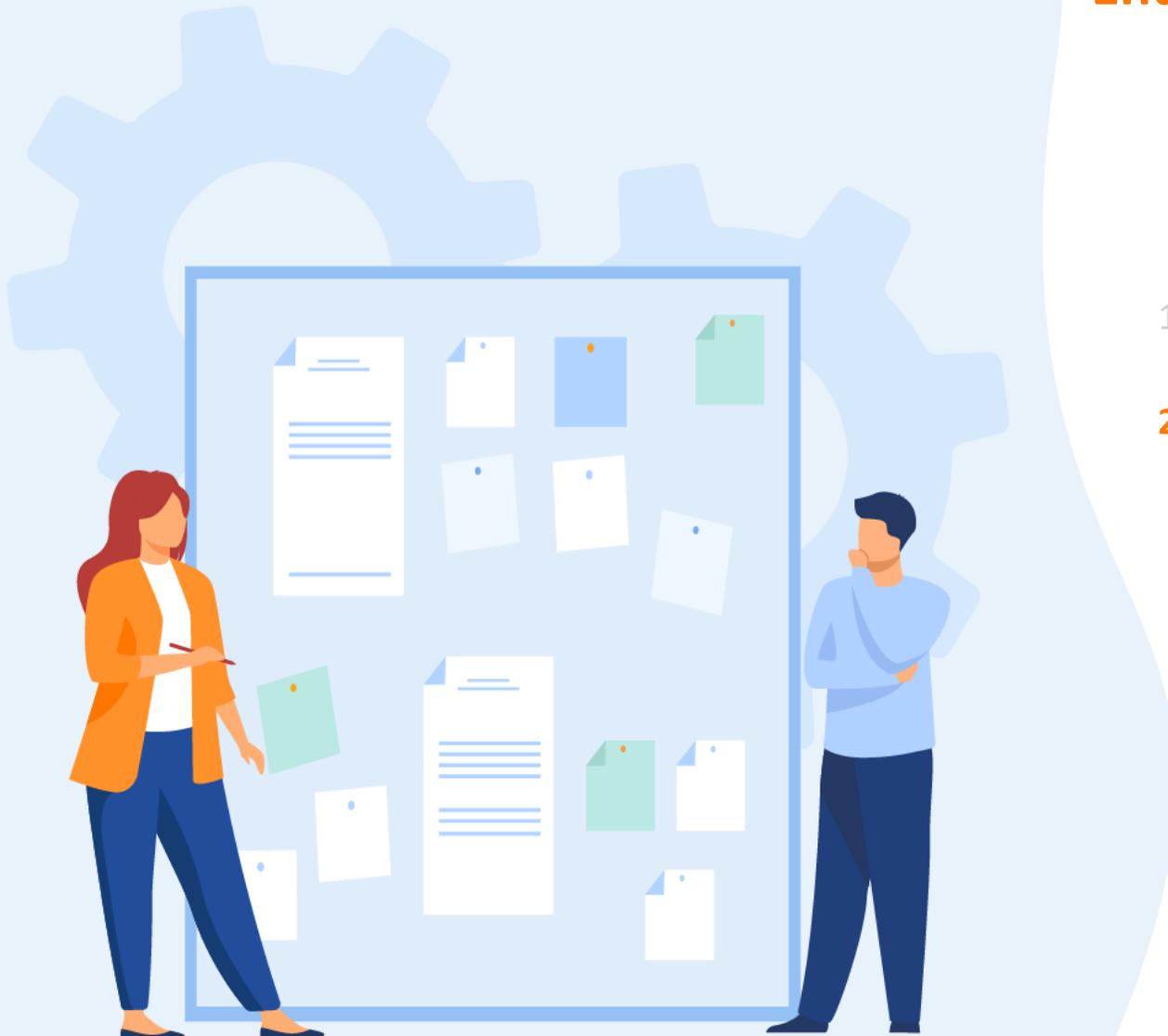
RSSOwl :

Lecteur de flux gratuit. Vous pouvez l'utiliser en lui donnant directement l'adresse d'un flux, ou encore en lui donnant des mots-clés sur un thème précis et en précisant dans quel moteur de recherche il doit rechercher l'information. Dès que RSSOwl trouvera une nouvelle information traitant des mots-clés demandés, il affichera le résultat sous forme de flux. Vous pouvez à tout moment définir les « propriétés » de votre flux.

CHAPITRE 3

Énumérer les différents types d'outils de la VT

1. Outils à base d'agrégateurs de contenu
2. **Outils à base de lecteurs de flux RSS**



Énumérer les différents types d'outils de la VT

Outils à base de lecteurs de flux RSS

Outils à base de lecteurs de flux RSS

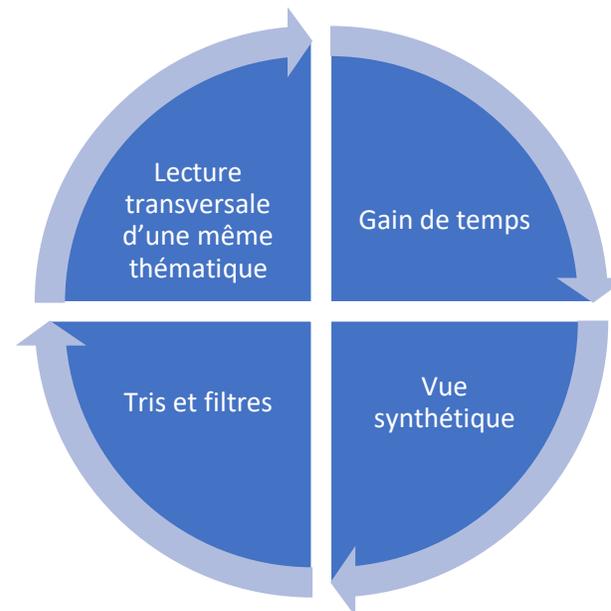
Un flux RSS (Really Simple Syndication ou « syndication vraiment simple »), c'est comme une page web qui se mettrait à jour toute seule en arrière-plan et vous signalerait lorsqu'il y a eu des changements.

Le deuxième intérêt d'un flux RSS, c'est que d'autres sites peuvent le récupérer et afficher sur leur site les dernières nouvelles du vôtre.

Ils ne récupèrent pas le contenu de votre site, ils affichent seulement votre flux. En cliquant sur les nouvelles, leurs lecteurs arriveront sur votre site.

L'intérêt, c'est que des sites web traitant du même sujet peuvent ainsi mettre en commun des nouvelles fraîches, on dit qu'ils se syndiquent.

Les avantages des flux sont donc :





CHAPITRE 4

Manipuler les principaux outils de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Usage des réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram et TweetDeck de Twitter
- Prise en main des applications web (outils dev.to, Netvibes et freeCodeCamp.org)



5 heures



WEBFORCE
BE THE CHANGE

CHAPITRE 4

Manipuler les principaux outils de la VT

1. **Usage des réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram et TweetDeck de Twitter**
2. Prise en main des applications web (outils dev.to, Netvibes et freeCodeCamp.org)

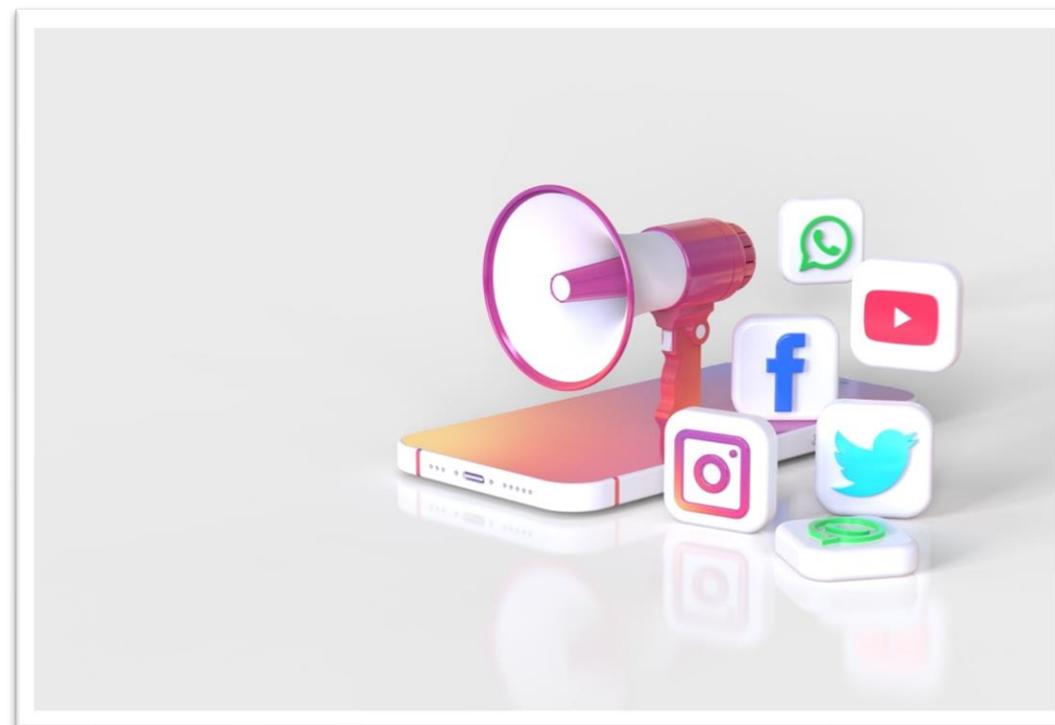


Manipuler les principaux outils de la VT

Twitter, Facebook, Instagram et TweetDeck de Twitter

Usage des réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram et TweetDeck de Twitter

Si les agrégateurs de contenu/flux RSS sont les premières techniques employées pour faire de la veille, l'utilisation des réseaux sociaux est sans doute la plus populaire. Notamment pour mesurer la e-reputation d'une entreprise. Chaque compte individuel Twitter, chaque profil Facebook, chaque blog possède le potentiel pour devenir un média.



(Source : « 20 idées de publications pour les réseaux sociaux »
<https://www.blogdumoderateur.com/>)

Manipuler les principaux outils de la VT

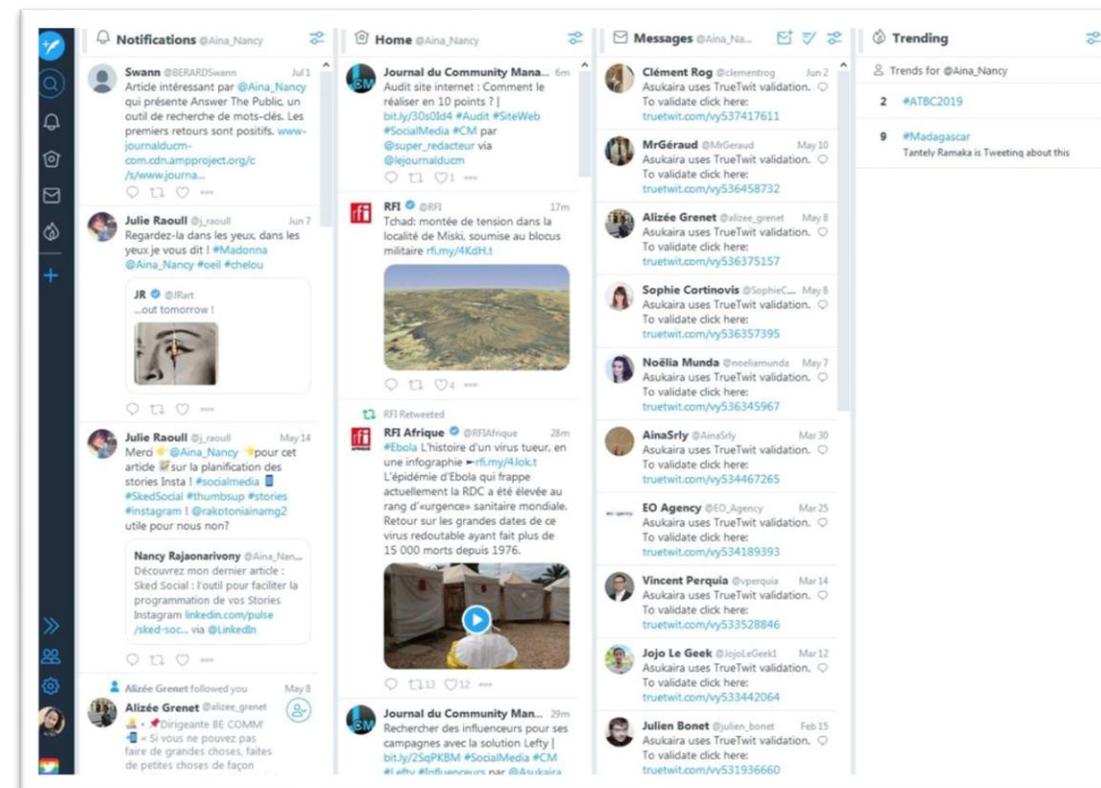
Twitter, Facebook, Instagram et TweetDeck de Twitter

Usage des réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram et TweetDeck de Twitter

Facebook : d'après une étude du Pew Research Center, Facebook jouerait un rôle croissant dans l'accès à l'information en ligne aux États-Unis. Le réseau social serait la deuxième ou troisième source de trafic pour 2/3 des principaux sites d'information US.

Twitter : associé à ses nombreuses applications clientes, est également et surtout le moyen de suivre les émetteurs (bloggers, journalistes, etc.) que vous avez identifiés dans votre écosystème. La quasi-totalité de ces applications sont accessibles depuis votre smartphone.

Tweetdeck : Tweetdeck est une application conçue pour faciliter la veille sur Twitter. Son succès a été tellement fulgurant que Twitter lui-même l'a rachetée. Et c'est bien normal : à l'inverse de Twitter, l'application se déploie en différentes colonnes (votre profil, vos listes, vos mentions, les hashtags, etc.) qui affichent automatiquement les derniers tweets, en temps réel.



(Interface de Tweetdeck : <https://www.blogdumoderateur.com/>)



WEBFORCE
BE THE CHANGE



CHAPITRE 4

Manipuler les principaux outils de la VT

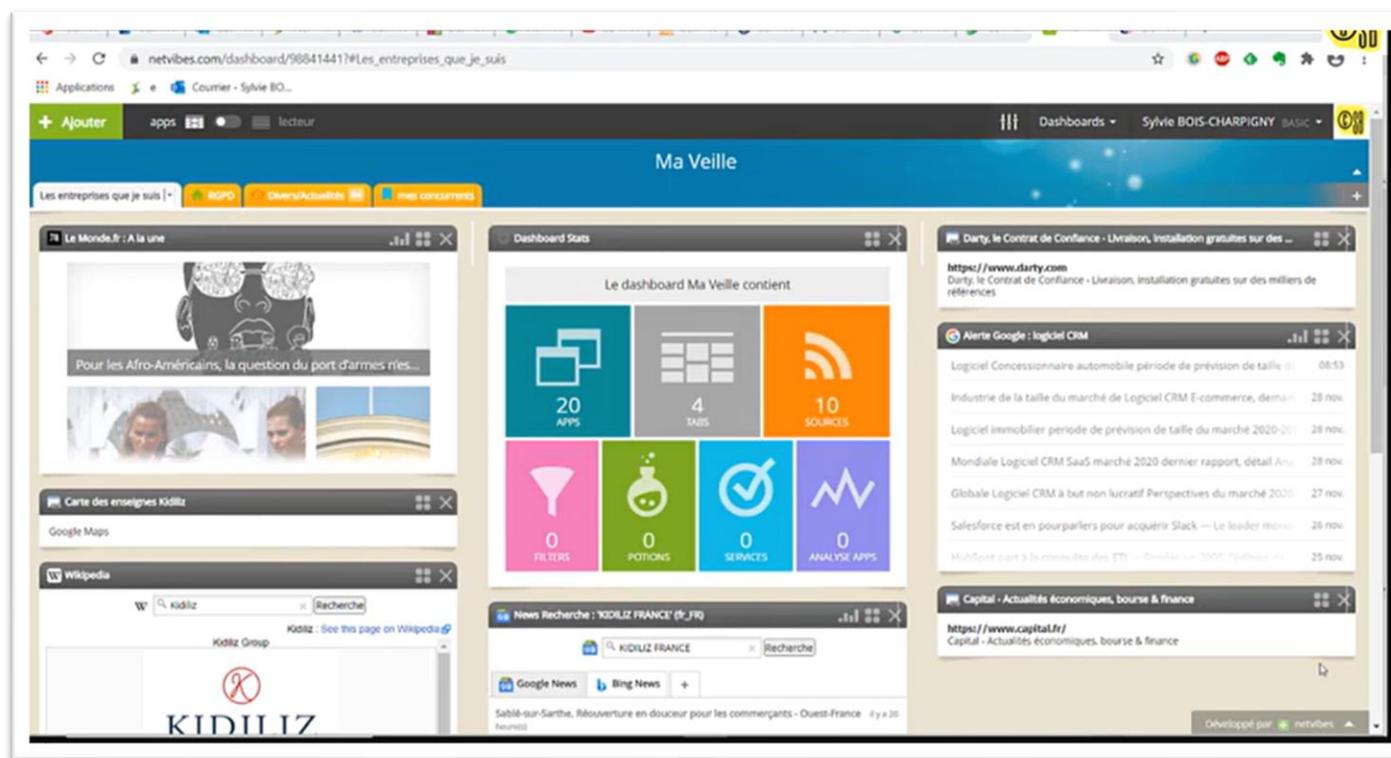
1. Usage des réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram et TweetDeck de Twitter
2. **Prise en main des applications web (outils dev.to, Netvibes et freeCodeCamp.org)**

Manipuler les principaux outils de la VT

Prise en main des applications web (outils dev.to, Netvibes et freeCodeCamp.org)

Prise en main des applications web (outils dev.to, Netvibes et freeCodeCamp.org)

Netvibes, principal agrégateur de contenu, a déjà été brièvement présenté dans les slides précédentes, les tutoriels vidéos sur Youtube sont légions mais l'un des plus complets et simples à comprendre se trouve dans le lien ci-dessous (vidéo à visionner pour préparer un prochain exercice).



(Vidéo youtube : « Faire de la veille avec Netvibes », chaîne SB Form Centre)

Manipuler les principaux outils de la VT

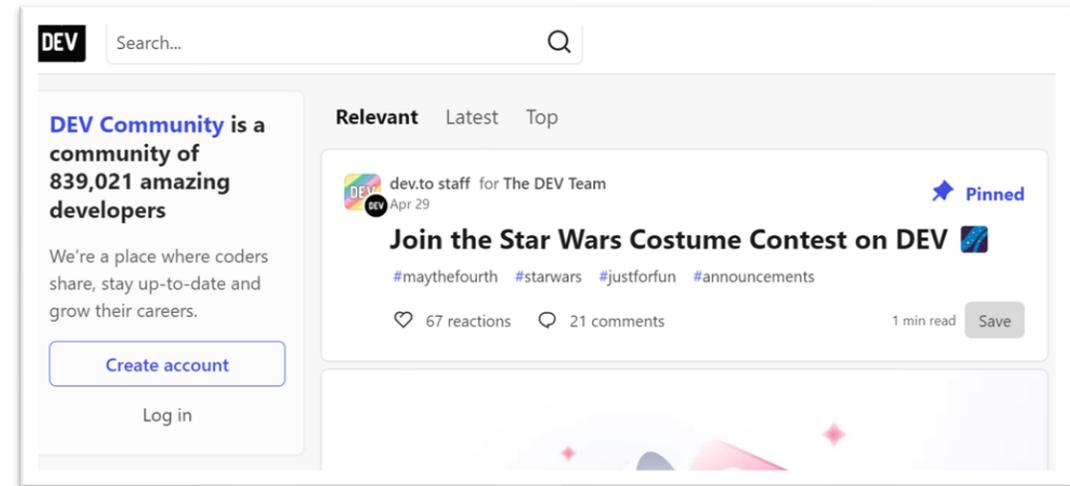
Prise en main des applications web (outils dev.to, Netvibes et freeCodeCamp.org)

Prise en main des applications web (outils dev.to, Netvibes et freeCodeCamp.org)

Concernant les outils **dev.to** et **freeCodeCamp.org**, il s'agit plus de plateformes d'entraide communautaire que d'outils de veille (comme c'est le cas de Netvibes).



Page d'accueil freeCodeCamp.org



Page d'accueil dev.to



WEBFORCE
BE THE CHANGE



PARTIE 3

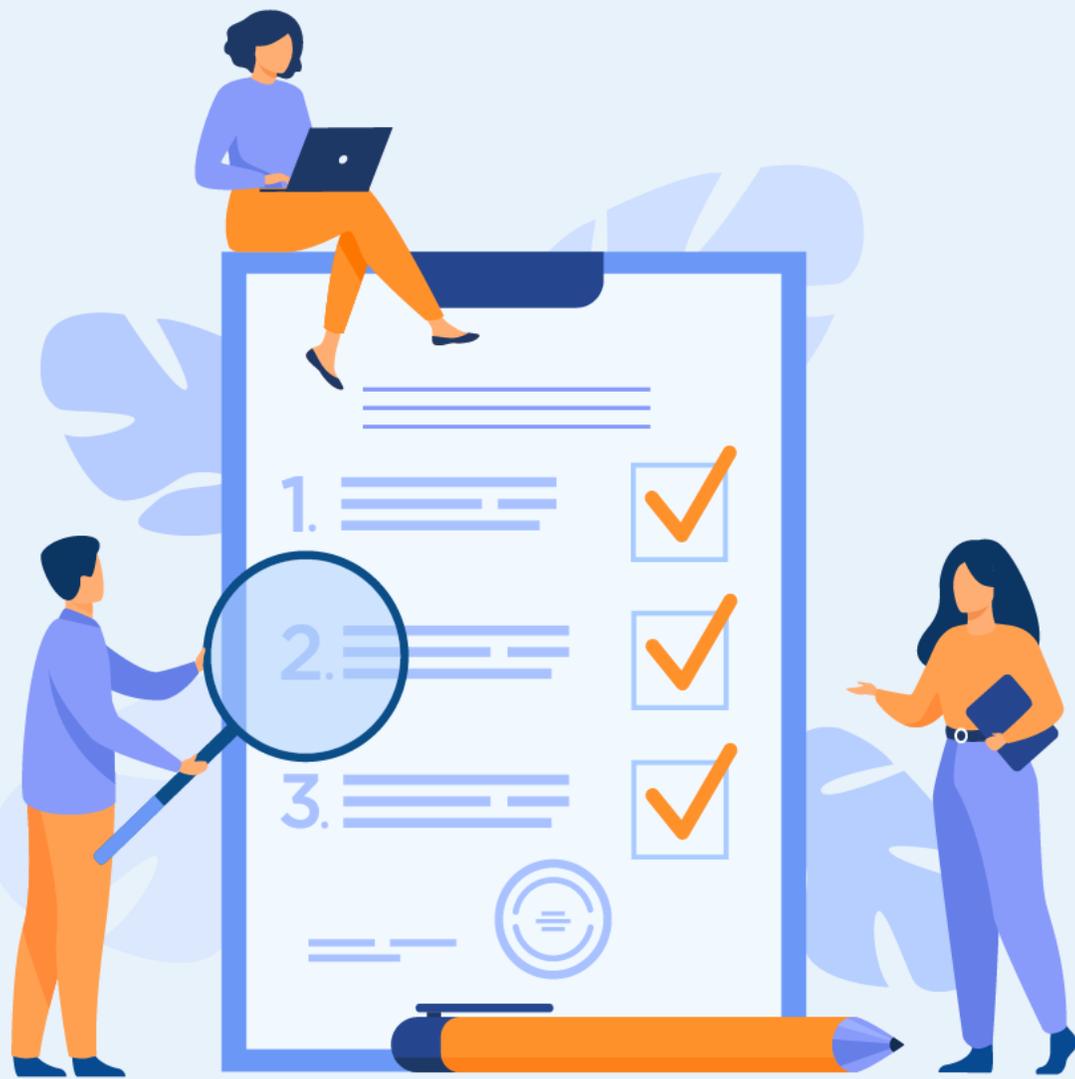
METTRE EN PLACE UN PROCESSUS DE VEILLE TECHNOLOGIQUE

Dans ce module, vous allez :

- Identifier les différentes étapes de la VT
- Élaborer le processus de la VT



5 heures



CHAPITRE 1

Identifier les différentes étapes de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Formalisation des activités de la veille
- Énumération des sources d'information pertinentes



2 heures

CHAPITRE 1

Identifier les différentes étapes de la VT

1. **Formalisation des activités de la veille**
2. Énumération des sources d'information pertinentes



Identifier les différentes étapes de la VT

Formalisation des activités de la veille



Formalisation des activités de la veille

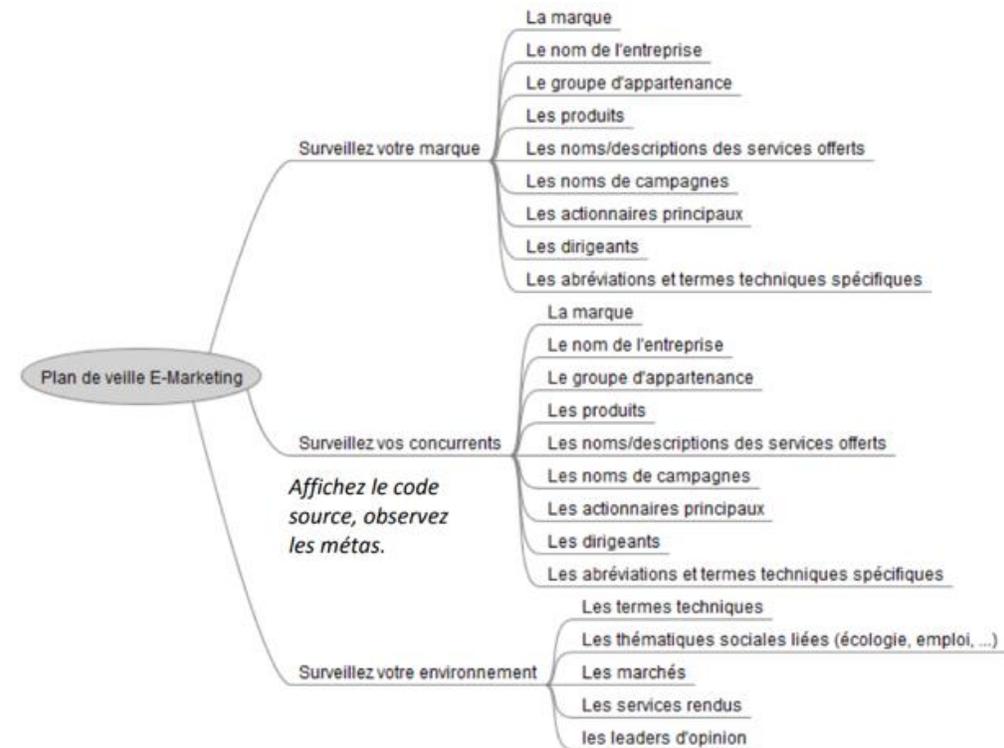
Si nous devons formaliser en quelques points ce que nous avons vu précédemment sur Netvibes et les réseaux sociaux, voici ce que nous aurions comme résultats :



Formalisation des activités de la veille

- **Remarque** : il est utile de « trouver la source » d'une information (plutôt que de chercher 10 sites qui reprennent l'information d'un seul et même site).
- Recouper toujours autant que possible l'information glanée sur le web avec d'autres sites (surtout sur les forums !) : quel est le modèle économique derrière la source d'information (publicité, don, abonnement premium, gratuit par philosophie) ?

- **L'utilisation d'un outil de mindmapping est fortement conseillée ici.**



(Tiré du cours de Veille Technologique de l'institut infoSup du Havre – Bruno Martin)

CHAPITRE 1

Identifier les différentes étapes de la VT

1. Formalisation des activités de la veille
2. **Énumération des sources d'information pertinentes**



Identifier les différentes étapes de la VT

Énumération des sources d'information pertinentes



Énumération des sources d'information pertinentes (EXEMPLE DU TOURISME)

Après avoir fait un point sur la formalisation du contenu, prenons un exemple de secteur d'activité (le tourisme) pour illustrer l'agrégation d'actualités comme « Google actualité » et avoir les dernières nouvelles du secteur touristique.

Ces outils permettent de déterminer des profils de veille et des alertes sur les sujets d'intérêt.

L'inscription aux newsletters et sans doute le précurseur des dispositifs de veille existants et donc de sources d'information pertinentes.

Dans le tourisme, par exemple, des sites comme <http://www.veilleinfotourisme.fr/> et la newsletter associée seront particulièrement utiles.

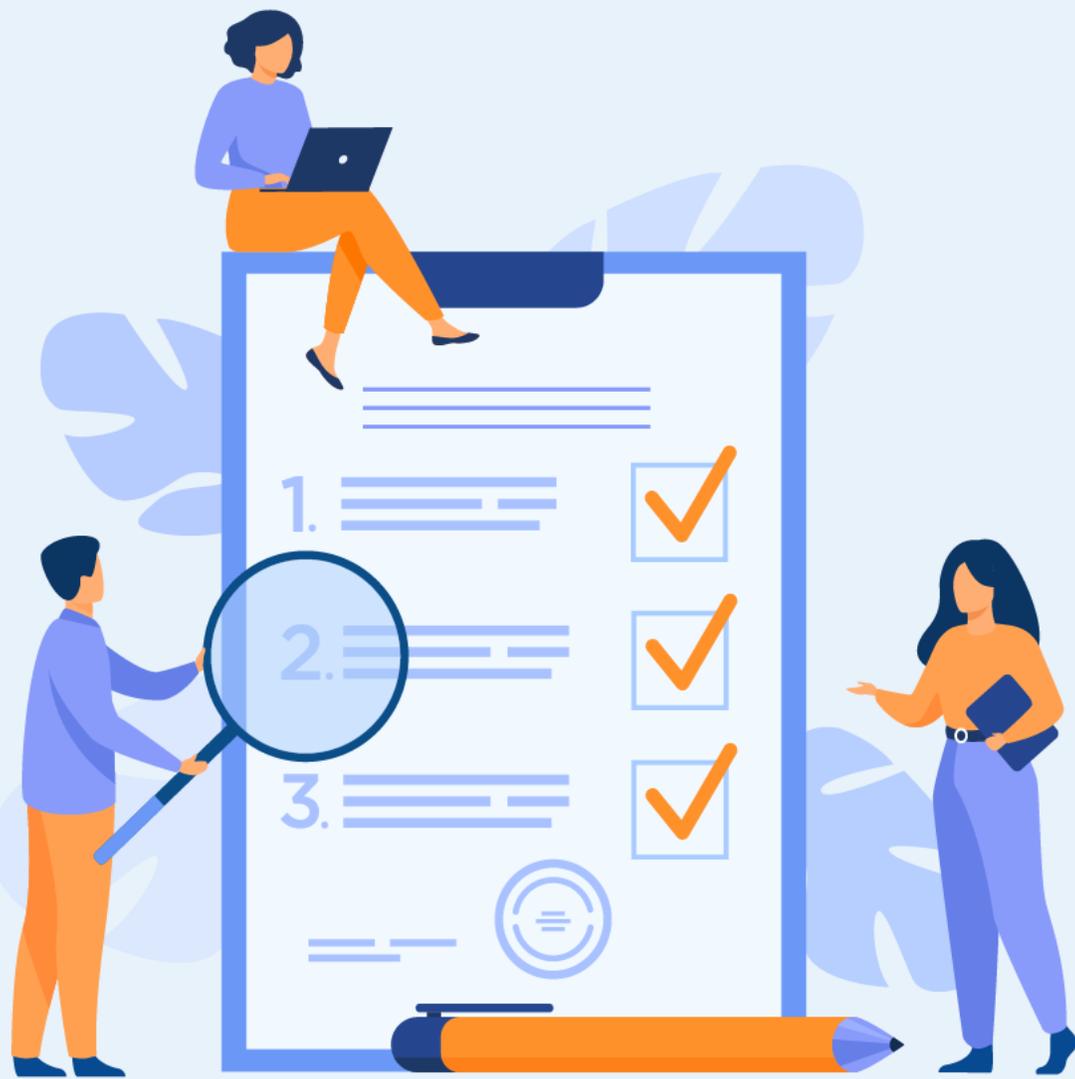
Quelques thématiques liées aux offices de tourisme font en effet l'objet d'une curation (partage de contenu) dédiée sur Scoop It (<http://www.scoop.it/t/l-office-de-tourisme-du-futur> ; <http://www.scoop.it/t/structuration-touristique>).



Source : <https://www.lerevenu.com/>



Source : www.commentcamarche.net/



CHAPITRE 2

Élaborer le processus de la VT

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Analyse des informations
- Utilisation des outils de VT efficaces
- Partage des résultats dans l'entreprise



3 heures

CHAPITRE 2

Élaborer le processus de la VT

- 1. Analyse des informations**
2. Utilisation des outils de VT efficaces
3. Partage des résultats dans l'entreprise



Analyse des informations

Après avoir récupéré ces flux d'informations, l'étape suivante (et naturelle) consiste à analyser ces informations de différentes façons.

Les tendances actuelles du big data et de l'infobésité (surcharge d'informations) incitent les veilleurs à se focaliser sur la captation de gros volumes d'informations. Parfois au détriment de l'analyse d'informations. La veille devient alors un simple recensement d'informations dans une base de données. Analyser la veille ou mettre à disposition de ses utilisateurs des outils d'analyse apporte alors une véritable plus-value.

L'analyse d'informations répond à une problématique sur 5 points stratégiques.

Organisation ou la hiérarchisation des données

Mise en relation des informations

Représentation graphique des données : aussi nommée Data Visualisation

Traitement du texte pour mettre en avant les éléments importants de celui-ci

Ajout d'un commentaire, d'une conclusion ou de recommandations d'un expert, etc.

Analyse des informations

Qualité ou rapidité ? Recherche d'un équilibre dans le cycle de la veille...

Chaque entité pratiquant la veille fait face à un choix. Celui-ci peut s'envisager en amont dans la procédure de veille ou par les veilleurs selon la nature de chaque information. Il est possible de diffuser rapidement une information non traitée et non analysée, ce qui présente l'avantage de diffuser l'information en temps réel.

Quels outils d'analyse pour les lecteurs et administrateurs de la veille ?

1 – Automatiser l'analyse d'informations

De nombreuses fonctionnalités permettent d'automatiser l'analyse d'informations dans les articles. Le contenu peut être structuré et hiérarchisé grâce à un classement automatique de l'information. Il existe plusieurs manières de robotiser l'organisation de l'information : des tags s'appliquent à l'article selon sa source, le motif d'alerte ayant permis de relever le document et/ou selon les thèmes traités dans l'article (analyse sémantique du contenu).

[L'outil KB Platform](#) analyse sémantiquement les articles pour mettre en lumière des entités nommées de quatre types :

1. Organisations (noms de sociétés, d'organisations)
2. Personnes (personnalités, personnes d'intérêt, influenceurs)
3. Géographiques (lieux d'intérêt)
4. Mots-clés (secteurs d'activité, industrie...)

Analyse des informations

La Data Visualisation permet à chacun de créer les graphiques qu'il souhaite pour se concentrer sur des articles qu'il souhaite étudier. Elle s'utilise également pour créer des tableaux de bord et visualiser une recherche dans différents graphiques choisis.



Source : www.values-associates.fr

CHAPITRE 2

Élaborer le processus de la VT

1. Analyse des informations
- 2. Utilisation des outils de VT efficaces**
3. Partage des résultats dans l'entreprise



Utilisation des outils de VT efficaces

Focus à présent sur les outils primordiaux de veille technologique : nous avons vu que se tenir informer des dernières innovations permet de déployer ses compétences mais également d'anticiper la stratégie de ses concurrents.

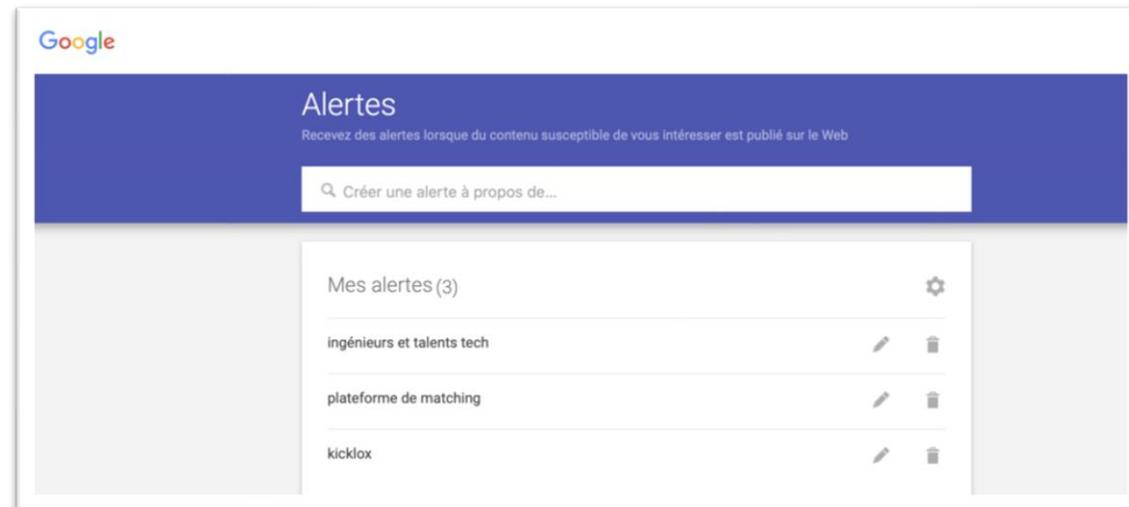
Par ailleurs, pour les professionnels de l'infrastructure réseau par exemple, effectuer une veille technologique devient alors essentiel. En effet, ce statut implique nécessairement d'être à la pointe de l'actualité dans son domaine d'expertise pour répondre aux attentes du client.

#1 Google Alertes

Outil 100 % gratuit. Il vous suffit d'avoir un compte google et de créer votre alerte à partir d'un mot-clé que vous prédéfinissez en amont.

Un outil simple d'utilisation qui vous permettra de vous tenir informé des dernières technologies sorties.

Par exemple, si vous êtes développeur Front End, il pourrait être intéressant de créer des alertes sur les mots clés "React", "ReactJs" ou bien "Angular" pour vous tenir informer des dernières nouveautés dans votre framework préféré.



Source : Interface Google Alertes

Utilisation des outils de VT efficaces

#2 Feedly

Feedly, agrégateur de flux, est un outil emblématique pour toute veille technologique car il permet de réduire de manière considérable votre temps de recherche. Après avoir créé votre compte, il vous suffit d'ajouter à votre flux les sites que vous souhaitez consulter. Après configuration, vous pourrez alors en un seul clic vous tenir informer des nouveautés.

Welcome Sarah!

How would you like to get started?



Follow blogs and websites in one place



Track news on specific topics and trends



Create industry and threat intelligence dashboards

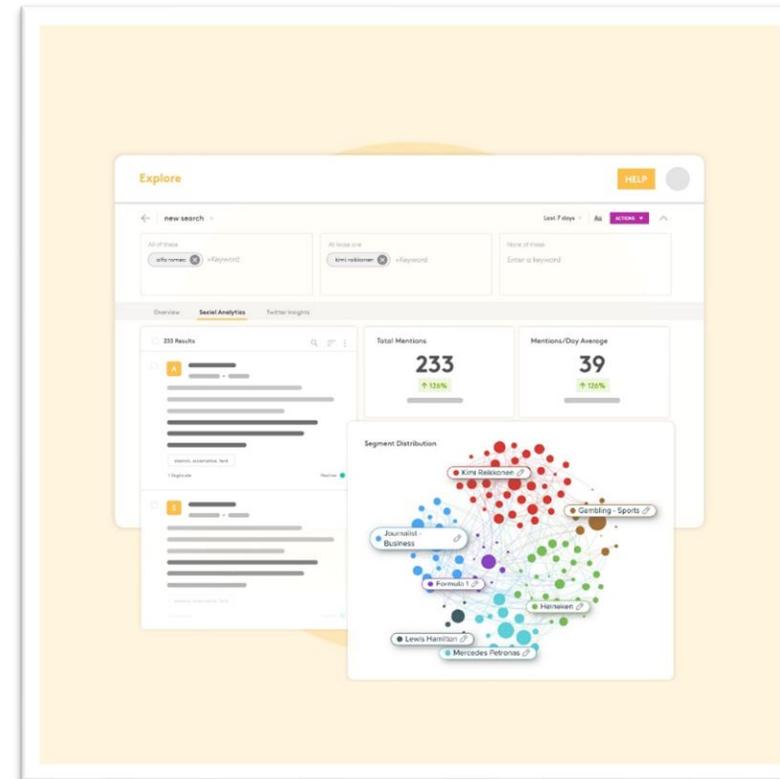
ENTERPRISE

Source : Blog du Modérateur

Utilisation des outils de VT efficaces

#3 Meltwater

Meltwater est un outil de curation qui vous permettra d'optimiser votre veille technologique. En effet, cet outil permet d'automatiser à 100 % votre collecte, surveillance ou encore partage de l'information.

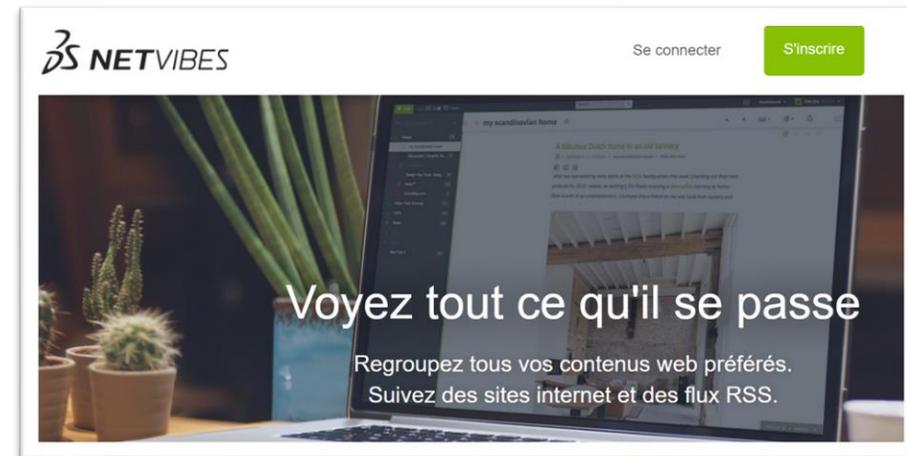


Source : Blog du Modérateur

Utilisation des outils de VT efficaces

#4 Netvibes

Netvibes est un outil en ligne efficace pour les professionnels qui organisent leur veille sur le web. Ce tableau de bord permet en effet de suivre des centaines de sources d'information simultanément, et de gérer de nombreuses tâches courantes, via plusieurs applications tierces connectées au service.



Source : Capture d'écran de l'interface Netvibes

CHAPITRE 2

Élaborer le processus de la VT

1. Analyse des informations
2. Utilisation des outils de VT efficaces
- 3. Partage des résultats dans l'entreprise**



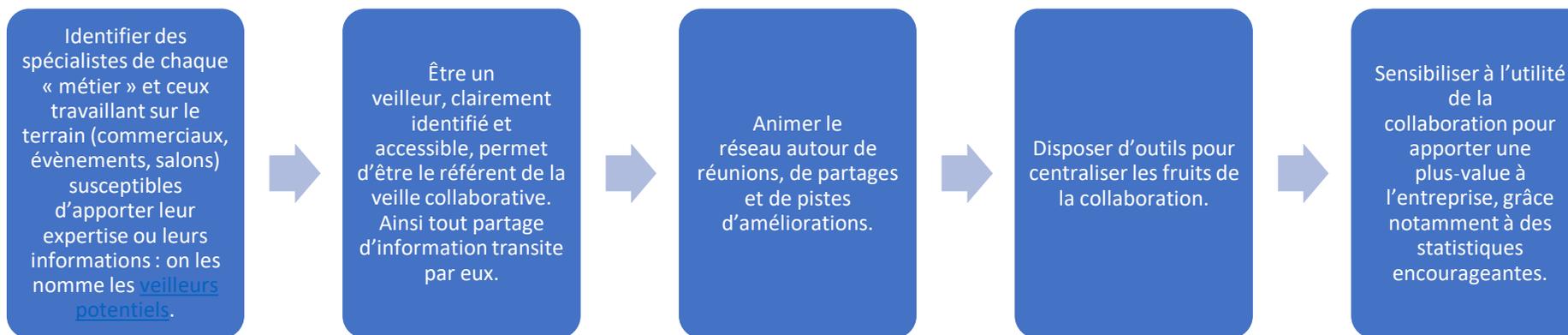
Partage des résultats dans l'entreprise

Dans le contexte de la vie en entreprise, nous allons voir que ces outils de veille et leurs différents usages sont particulièrement intéressants.

En effet, très présente depuis une quinzaine d'années, la veille collaborative en entreprise tire son essence du principe de partage : documents, favoris, annotations et autres participations par les experts métiers, appuyent l'intelligence et l'efficacité d'une entreprise.

Grâce à la création de communautés de collaborateurs regroupées autour de thématiques et centres d'intérêt, la parole de personnes peu visibles habituellement est valorisée alors qu'ils ne sont pas leaders ou hauts managers. Ces collaborateurs sont désormais mieux identifiés. Ils deviennent de précieuses sources d'information. La veille en sera d'autant plus productive qu'elle bénéficiera de la collaboration de tous, donc de visions et d'approches très diversifiées.

Pour mettre en place une veille collaborative, il s'agit surtout d'allier une politique de collaboration en parallèle de différentes actions :





WEBFORCE
BE THE CHANGE



PARTIE 4

NOTIONS DE SÉCURITÉ ET RGPD

Dans ce module, vous allez :

- Définir le concept de RGPD
- Comprendre le but du RGPD



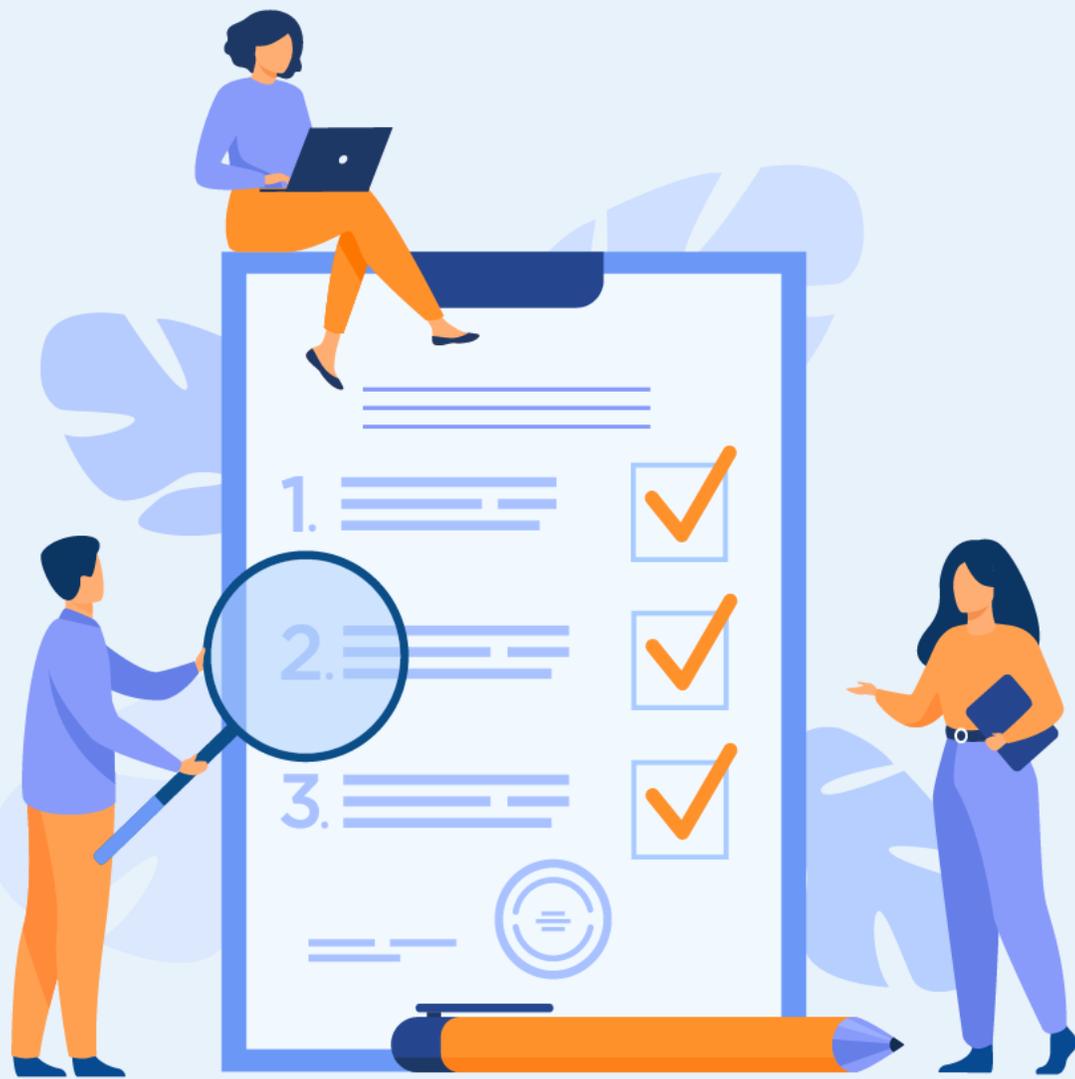
2 heures

CHAPITRE 1

Définir le concept de RGPD

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Définition du RGPD
- Failles de sécurité



1 heure



WEBFORCE
BE THE CHANGE

CHAPITRE 1

Définir le concept de RGPD

1. Définition du RGPD
2. Failles de sécurité



Définir le concept de RGPD

Définition du RGPD

Définition du RGPD

Les données collectées, notamment à travers la veille sur les réseaux sociaux, peuvent présenter des contenus sensibles et avoir des conséquences dramatiques pour les personnes concernées par ces données (menaces, arnaques, chantages etc.).

C'est pourquoi l'Union Européenne a décidé de légiférer sur l'usage de ces données personnelles (collectées à travers la veille technologique), à travers le sigle RGPD « Règlement Général sur la Protection des Données » (en anglais « General Data Protection Regulation » ou GDPR).

Le RGPD encadre le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union Européenne.

Le contexte juridique s'adapte pour suivre les évolutions des technologies et de nos sociétés (usages accrus du numérique, développement du commerce en ligne...).

Ce nouveau règlement européen s'inscrit dans la continuité de la loi française « Informatique et Libertés » de 1978 et renforce le contrôle par les citoyens de l'utilisation qui peut être faite des données les concernant.

Il harmonise les règles en Europe en offrant un cadre juridique unique aux professionnels. Il permet de développer leurs activités numériques au sein de l'UE en se fondant sur la confiance des utilisateurs.



Source : www.cnil.fr

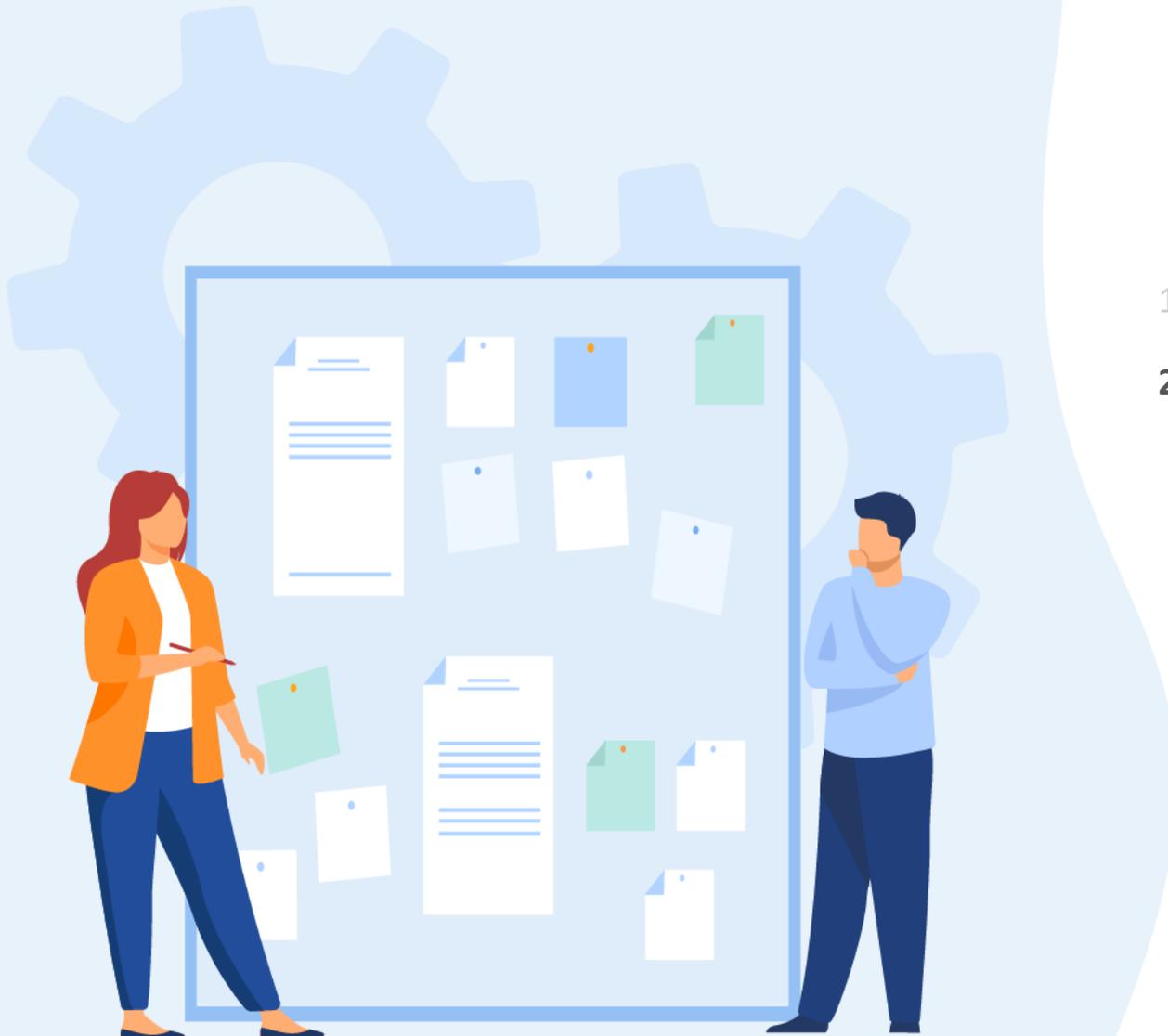


WEBFORCE
BE THE CHANGE

CHAPITRE 1

Définir le concept de RGPD

1. Définition du RGPD
2. Failles de sécurité



Faibles de sécurité

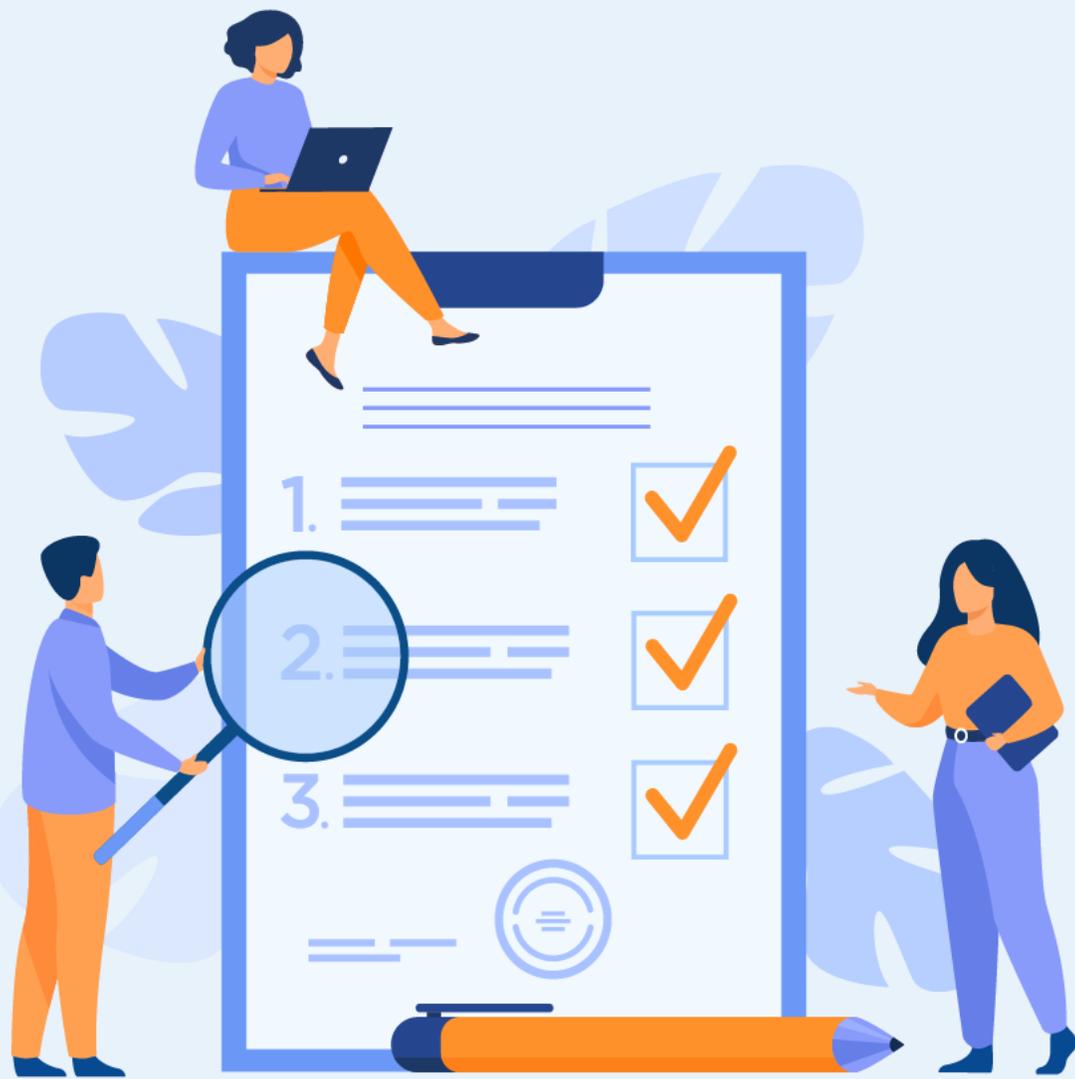
le RGPD a aussi et surtout pour but de lutter contre les rançongiciels, déni de service, fuites de données... Tous ces termes ont une chose en commun : ils constituent des **cyberattaques causées par des faibles de sécurité**.

La **faible de sécurité** se définit comme un « **point de faiblesse** » d'un système informatique, à savoir une « porte d'entrée » pour les attaques malveillantes de *malwares*. Bien souvent, ces vulnérabilités sont causées par des **insuffisances en matière de sécurité** intervenues lors de la conception, de la mise en œuvre, ou de l'utilisation du système informatique.

Le **risque d'attaques informatiques** dues à des faibles de sécurité s'est accru fortement ces dernières années en raison de la digitalisation des processus et de l'explosion de la *data* et du *cloud*. L'enjeu, en matière de cybersécurité, est donc capital pour les entreprises, car ces faibles peuvent avoir des conséquences souvent désastreuses :

Des conséquences « directes », à savoir l'attaque informatique en elle-même, pouvant prendre plusieurs formes (comme celles décrites ci-dessus).

Des conséquences « indirectes » qui ternissent l'image de l'entreprise qui en est victime. D'une part, l'évènement sera bien souvent relayé dans les médias : l'image de marque et la réputation de l'entreprise en prennent donc un coup. D'autre part, de possibles conséquences financières parfois dues à une perte de clientèle, l'annulation de contrats de partenariat et/ou la fuite de vos investisseurs.



CHAPITRE 2

Comprendre le but du RGPD

Ce que vous allez apprendre dans ce chapitre :

- Enjeux du RGPD
- Public cible du RGPD
- Notion des données personnelles
- Sécurité des données à caractère personnel



1 heure

CHAPITRE 2

Comprendre le but du RGPD

- 1. Enjeux du RGPD**
2. Public cible du RGPD
3. Notion des données personnelles
4. Sécurité des données à caractère personnel



Enjeux du RGPD

Un enjeu juridique

Évidemment, le RGPD étant obligatoire, l'enjeu principal pour une entreprise est tout simplement de se mettre en conformité afin de respecter la loi et d'éviter toute amende de l'organe de contrôle de son pays (La CNIL en France, NDLR). Cette amende peut monter jusqu'à 4 % du CA d'une entreprise.

Un enjeu éthique

En fait, le RGPD est une réponse à la question: « Qui a le droit de savoir quoi sur qui ? » ([Source Archives CNIL](#)). Se mettre en conformité prouve donc l'importance que vous donnez à la protection de la vie privée, et montre que vous œuvrez pour un monde plus éthique.

Un enjeu commercial

Pour les entreprises, il est tout naturel de retrouver l'obligation de fournir des preuves de conformité au RGPD comme prérequis dans les appels d'offres et autres négociations commerciales. Les sociétés sous-traitantes qui ne sont pas conformes sont écartées dès lors qu'elles ne sont pas en mesure de prouver leur conformité à leur prospect.

Un enjeu communicationnel

Malheureusement, encore trop peu d'entreprises se sont mises en conformité avec le RGPD. Il n'est donc pas inconcevable de se targuer d'être conforme (quand on l'est vraiment...), pour construire une image améliorative de sa marque et de son activité.

CHAPITRE 2

Comprendre le but du RGPD

1. Enjeux du RGPD
- 2. Public cible du RGPD**
3. Notion des données personnelles
4. Sécurité des données à caractère personnel



Public cible du RGPD

Qui est concerné par le RGPD ?

Tout organisme quels que soient sa taille, son pays d'implantation et son activité, peut être concerné.

En effet, le RGPD s'applique à toute organisation, publique et privée, qui traite des données personnelles pour son compte ou non, dès lors qu'elle est établie sur le territoire de l'Union Européenne, ou que son activité cible directement des résidents européens.

De même, une société établie en Chine, proposant un site de e-commerce en français livrant des produits en France doit respecter le RGPD.

Le RGPD concerne aussi les sous-traitants qui traitent des données personnelles pour le compte d'autres organismes.

Ainsi, si vous traitez ou collectez des données pour le compte d'une autre entité (entreprise, collectivité, association), vous avez des obligations spécifiques pour garantir la protection des données qui vous sont confiées.

CHAPITRE 2

Comprendre le but du RGPD

1. Enjeux du RGPD
2. Public cible du RGPD
- 3. Notion des données personnelles**
4. Sécurité des données à caractère personnel



Notion des données personnelles

Nous avons beaucoup parlé de données personnelles, mais factuellement, de quoi s'agit-il ?

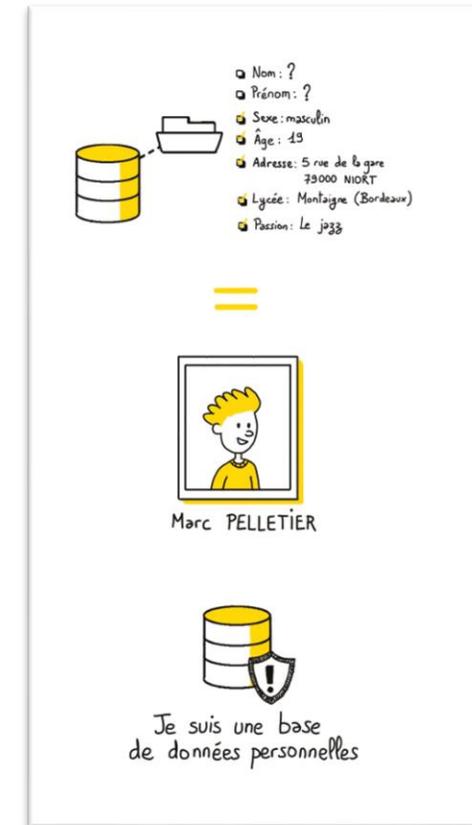
La notion de « données personnelles » est à comprendre de façon très large.

Une « donnée personnelle » est « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable ».

Une personne peut être identifiée :

- Directement (exemple : nom, prénom).
- Ou indirectement (exemple : par un identifiant (n° client), un numéro (de téléphone), une donnée biométrique, plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale, mais aussi la voix ou l'image).

Exemple : une base marketing contenant de nombreuses informations précises sur la localisation, l'âge, les goûts et les comportements d'achat de consommateurs, y compris si leur nom n'est pas stocké, est considérée comme un traitement de données personnelles, dès lors qu'il est possible de remonter à une personne physique déterminée en se basant sur ces informations.



Source : www.cnil.fr



WEBFORCE
BE THE CHANGE

CHAPITRE 2

Comprendre le but du RGPD

1. Enjeux du RGPD
2. Public cible du RGPD
3. Notion des données personnelles
4. **Sécurité des données à caractère personnel**



Sécurité des données à caractère personnel

Tout comme il est commun de dire que le premier antivirus, c'est nous-même, la première porte de sécurité sur les données personnelles, c'est l'individu lui-même.

le RGPD nous pousse à nous poser les bonnes questions lorsque l'on s'inscrit sur une plateforme ou que l'on indique nos données personnelles sur un formulaire de contact :

1. Quels pourraient être les impacts sur nous-mêmes en cas :
 - d'accès illégitime à nos données personnelles ?
 - de modification non désirée de ces mêmes données ?
 - de suppression de certaines données ?
2. Est-ce grave ?
3. Comment chacun de ces scénarios pourrait-il arriver ?
4. Est-ce vraisemblable ?
5. Quelles mesures (de prévention, de protection, de détection, de réaction...) devrait-on prévoir pour réduire ces risques à un niveau acceptable ?