

## **Gestion de contenu et travail collaboratif**

### **L'ECM devient collaboratif pour rendre le contenu "intelligent"**

L'ECM (Enterprise Content Management) est né du mariage de la GED et du WCM (Web Content Management), aiguissant les convoitises des vendeurs de portails.

Il est une conséquence de la prise de conscience croissante de l'importance de l'information pour l'entreprise, - et en particulier l'information non structurée dont le volume augmente encore avec le web. On sait que les bases de données n'engrangent que 7 à 8% des données d'entreprise, - tout le reste est du non structuré. Dans ce contexte, les logiciels d'ECM ont pour vocation de fournir un ensemble d'outils et de process pour gérer tout type de contenu à toutes les étapes de sa vie, de la création à l'archivage.

Un grand nombre d'éditeurs de logiciels d'infrastructure et de configuration tel Merant ou Rational se positionnent actuellement sur la gestion de contenu, parce que dans un marché difficile ce secteur est le plus porteur. L'offre en gestion de contenu foisonne, depuis les logiciels d'entreprise qui correspondent à l'ECM, jusqu'à des produits beaucoup plus légers d'aide à la publication sur le web, tel Neolane Content Manager qui sert à réaliser des documents récurrents comme les newsletters.

Selon le META Group, en effet, 95 % des entreprises figurant au classement Global 2000 déploieront une infrastructure de gestion de contenus d'ici à 2004, - les plus petits suivront, et ce marché mondial devrait alors dépasser 10 milliards de dollars. Pour l'Europe de l'Ouest, IDC dont la sélection est plus restrictive, prévoit une progression annuelle de 24% pour un marché de 2 milliards de \$ .

Le marché est encore morcelé, bien qu'un certain nombre d'acteurs moyens aient rencontré des difficultés en 2002. Parmi les éditeurs issus de la GED, Filenet talonné par IBM et Documentum a su améliorer sa place de numéro 1. Dans un secteur dominé par les sociétés américaines, quelques entreprises européennes comme Tridion, également distribué par Software AG, voire françaises comme Ever Team, Mediapps, Ennov, Eurocortex, tirent fort correctement leurs épingles du jeu, pour adéquation de leurs produits aux critères métiers du vieux continent. Les grands généralistes, tels IBM, Microsoft voire Oracle, attendent un essoufflement des moyens acteurs pour montrer qu'ils sont eux aussi bien dans l'arène. Pour le peloton qui tient la route, la différenciation se fait au niveau de l'implémentation des logiciels, sa durée ( de trois semaines à plus de six mois) et sa difficulté pour les utilisateurs. Il s'agit en particulier de limiter le nombre, le pouvoir et la surcharge des postes de webmasters.

Jusqu'ici les prix étaient "grands comptes". Un mouvement se dessine pour créer un produit pour petites et moyennes entreprises égal ou inférieur à 100 000 euros (Broadvision, Interwoven et IBM, Mediapps, Tridion, Eurocortex, ...Jalios (le moins cher))

Après avoir été débordés par les logiciels de WCM issus du web, les outils d'ECM venus de la GED souffrent moins que les premiers de ce qu'on appelle l'éclatement de la bulle Internet et récoltent les meilleurs résultats. Le champ de l'ECM est bien le leur.

#### **Le socle du travail sur le contenu**

Pour être informatives sur les portails d'information, les informations doivent d'abord être sélectionnées et traitées. Le traitement est encore plus complexe, lorsqu'il s'agit de réaliser des Intranets avec et pour le personnel et des Extranets, avec et pour clients et fournisseurs.

Indexation, stockage, restitution, archivage – nommage, traçage, historisation - constituent le socle du travail sur le contenu, qu'on entoure de structures et de métadonnées pour le rendre "intelligent". La gestion des connaissances qui boucle un cercle vertueux avec le travail

collaboratif en sort très souvent comme produit ultime. Chez Thalès, par exemple, l'Intranet réalisé avec Websphere d'IBM et ECM 5 d'Interwoven gère les connaissances de 17000 ingénieurs et techniciens. Le contenu est traité de manière à rendre utilisable la masse verbale des e-mails, des messages vocaux, des fichiers bureautiques, de recorder ces informations à celles des applications d'entreprise, CRM, ERP. Il doit ensuite être publié de manière à créer des pages web dynamiques. Les données contenu sont agrégées, personnalisées, et syndiquées pour passer d'un site à un autre, à moindre frais. La personnalisation peut être explicite, implicite, définie par l'utilisateur lui-même.

Des technologies sophistiquées tel le blueprint (Tridion), le clonage (Interwoven), l'architecture fédérative (IBM) facilitent la création de sites multiples dans le cadre de grandes entreprises et de déploiements internationaux. Le contenu est diffusé sur différents canaux, papier, minitel, web, PDA, waps, et dans différents formats. C'est XML qui est le véhicule des changements d'états.

### **Equipes virtuelles pour projets bien réels**

De plus en plus, le contenu est placé sous le signe du collaboratif – collaboration des entreprises "étendues" entre elles, intégration des applications, collaboration des développeurs entre eux, travail collaboratif des administrateurs et des utilisateurs. Ils collaborent en sorte de faciliter l'accès des utilisateurs non techniciens au traitement de l'information, sans faillir aux règles de sécurité. Dans les workflows, des rôles définissent les droits d'accès des utilisateurs et leurs limites. Des logiciels complémentaires tels ceux d'Entrust apportent le SSO, signature électronique, et les cryptages 128 bits.

Les outils de collaboration sont eux-mêmes de plus en plus sophistiqués. En plus des "chats" et de l'annotation, ils permettent aux membres d'une équipe virtuelle d'intervenir matériellement de façon synchronisée sur le même projet bien réel. Les économies en frais de transport sont une conséquence immédiatement visible du ROI dû à la réunion de la gestion de contenu et du travail collaboratif.

Les progiciels se veulent de plus en plus complets. Ils sont présents au niveau des portlets, des webservices et du codage XML, et vont jusqu'au workflow qui ne traite pas uniquement de documentation mais aussi de processus métier. Ils gèrent le contenu au niveau du code, de la donnée et du document. Cette offre "à 360°" est illustrée de manière exemplaire par la gamme des produits Hummingbird EIMS (Enterprise Information Management System) et les quatre progiciels intégrés de l'offre Filenet. La croissance externe est très utilisée. Vignette s'achète un portail, Epicentric, Filenet annexe eGrail, logiciel de WCM, Documentum intègre un e-Room, outil leader en travail collaboratif, et Open Text, un concurrent, Centrinity. Tous les logiciels ECM proposent au moins un moteur de recherche. De même, ils intègrent les outils de création de pages de sites web de type FrontPage de Microsoft, ColdFusion de Macromedia, Golive d'Adobe. La plupart traitent le Rich Media au même titre que le texte. Des sociétés comme Convera ou Manreo sont cependant spécialisées dans la gestion de contenus images et vidéo.

Le Forrester Group a utilisé le terme ECM le premier en juillet 2001. Des entreprises comme Documentum ont favorisé sa diffusion parce qu'il convenait à leur positionnement et leur offre produits. Forts de leurs compétences en gestion de documents, les logiciels d'ECM sont à même de maîtriser le cycle de vie du contenu.

Les utilisateurs de portails réalisent vite que pour sécuriser (et actualiser en permanence) leur information, ils doivent la structurer via un outil de gestion de contenu. L'état actuel des sites web et des intranets signés par un outil ECM prouvent que ces derniers ne manquent pas d'efficacité. Ce qui jusqu'ici a freiné leur développement, c'est leur prix. Ce qui travaille pour eux, c'est l'adhésion de l'utilisateur qui devient contributeur.

Mireille Boris

## Les principaux logiciels d'ECM (Enterprise Content Management)

1

### Produits issus de la GED (gestion électronique de documents)

société	produit	gestion multisite/ publication multicanal (y compris mobiles)	travail collaboratif/ KM	temps d'implémentation	secteur d'activité/ commentaire
<b>Documentum*</b>	Documentum v5	+/+	+/+ eRoom	> 3 mois	Tous secteurs Nestlé Life Science Chimie/pharmacie N°3

<b>Ennov</b>	PrismaSuite v4	+/+	+/+	< 3 mois	Grands groupes AGF PSA Pharmacie. Intègre les processus métier
<b>Ever Team</b>	Eversuite	+/+	+/- Flowmind d'Akazy	> 3mois	Administration Enseignement
<b>Filenet</b>	Filenet P8 Business Manager Content Manager Web Content Manager Image Manager	+/+	+/+ e-Process K2 de Verity	> 3 mois	Tous secteurs Assurances (350) banques (250) industrie télécom (500) Offre rafraîchie Intègre les processus métier N°1
<b>Hummingbird</b>	EIMS (Enterprise Information Management System)	+/+	+/+	"3 jours, 3 mois, 3 ans" selon héritage	Tous secteurs 3 Suisses,9 Telecom, Armand Thierry,BMW France,Caisses d'Allocations Familiales, etc...
<b>IBM/Lotus</b>	IBM Content Manager v8/	+/+	+/+ Sametime, Quickplace	> 3 mois	Tous secteurs Grands comptes Architecture fédérée N°2
<b>Open Text</b>	Livelink Content Management for Livelink	+/+	+/+ Centrinity	> 2mois	Tous secteurs AFNOR, Airbus élu par l'ISO spécialiste KM

## 2 – Produits issus du web

société	produit	gestion multisite/ publication multicanal (y compris mobiles)	travail collaboratif/ KM	temps d'implémentation	secteur d'activité/ commentaire
Broadvision	One to One Content	+/+	+/+	30 jours PME	Tous secteurs automobile, communication, énergie Nexans, Renault, BT e-commerce

divine	Content Server, Participant Server, Enterprise Content Server	+/+	+/+ Fuse Mind Align	3 semaines	Passé de la presse à l'industrie Alstom, GMF, Caisse des Dépôts CRM fournisseur de contenu
<b>Eurocortex</b>	Plate-forme ICM (Intelligent Content Manager)	monosite/+	+/-	3 semaines	Presse groupe Tests Progrès de Lyon Sites commerciaux Partenaire Ixiasoft (BD XML) et Influ. Site hébergeur
<b>Interwoven</b>	Team Site Open Deploy v5	+/+	+/+ Team Portal	> 2 mois	Tous secteurs Samsonite Thalès Spécialiste de l'infrastructure de contenu
<b>Jalios</b>	JCMS v2.2	à venir/+	+/+	Plusieurs semaines	Tous secteurs Crédit Agricole, Renault Partenaires :IBM Software, Bull Services, SunOne Produit jeune
Mediapps	Net.Portal v5 Net.EAI Net.Syndicate	+/+	+/- Mayetic	3-4 semaines	Tous secteurs Grosses PME Fournisseur de contenu
Microsoft	CMS 2002 (Content Management Server)	+/+	Microsoft Sharepoint	3-4 semaines	Grands comptes sites informationnels

<b>Stellent</b>	Content Management Server	+/+	optionnel/-	offre départementale : 3-4 semaines	Tous secteurs clients français Lapeyre Renault VI Plus connu aux USA (Coca Cola)
<b>Tridion</b>	Tridion R5 Connector Manager Distributor	+/+	+/-	3 semaines	Tous secteurs KLM Auchan Galeries Lafayette Sanofi-Synthélabo En forte progression
Vignette	Vignette Content Management Group/Business Suite/ Enterprise Suite v7	monosite/+/+ +/+	+/-	> 2 mois	Tous secteurs Banques Retour à la rentabilité prévu en 2003

\* Les sociétés en caractères gras sont exposantes à Documentation

## *le point de vue d'un intégrateur*

"Le premier problème est le contenu lui-même"

Eric Lenglemetz,  
Unilog

Unilog développe un système de start up internes, focalisées sur une technologie, qui prennent de l'avance sur le marché. Quand la technologie est maîtrisée et bien en place, la start disparaît, l'équipe réintègre Unilog. Il en fut ainsi pour la gestion de contenu. Il en est ainsi aujourd'hui pour H2H, le programme Human to Human de support du travail collaboratif. Eric Lenglemetz est aujourd'hui Directeur d'Unilog Management.

### **Veille : - Le marché de la gestion de contenu est-il mûr?**

E.L. : - Les années 2000-2001 ont vu le déploiement de WCM au Crédit Lyonnais, à la BNP, chez Aventis, créé par Unilog, élu meilleur site du CAC 40 . Les intranets simples à utiliser deviennent des media incontournables dans les grandes banques. C'est une lame de fonds. L'organisation du contenu dans l'entreprise correspond à une vraie volonté de fédérer, globaliser. Et la technologie est là, postes clients, temps de réponse, XML, webservices...

### **Veille : - Quel est le premier problème à l'implantation d'une gestion de contenu?**

E.L. : - Le contenu lui-même. L'entreprise doit faire un gros travail sur le contenu, d'inventaire, de mise à disposition d'une information fiable, exhaustive, de bonne qualité. Cela peut prendre du temps. Il faut anticiper le travail sur le contenu avant de lancer le projet informatique. Un chantier parallélisé est bienvenu pendant l'étape de catégorisation qui va permettre de savoir ce qui est important. On va inventorier tous les formats, et faire des études sur le ROI.

Ensuite, il y a le côté utilisateurs, de personnalisation et d'accès à l'information. On apprend à segmenter, personnaliser le segment d'information. Il y a le cercle vertueux de la contribution. Pour faire en sorte que les utilisateurs deviennent contributeurs, il faut qu'ils soient vraiment concernés par l'information. Les outils de contribution doivent être aussi simples à manipuler que des e-mails. Un travail sur l'ergonomie du front office et du back office doit séduire les contributeurs.

La gestion de contenu s'ouvre au travail collaboratif . Les contributeurs au sein d'une équipe virtuelle vont pouvoir annoter ensemble, et bénéficier de manière synchrone d'un espace de travail commun. Il faut un moteur de recherche, côté portail, et côté contributeur pour que l'utilisateur trouve son information. Sur le site de veille de Pernod-Ricard, les sources internes sont contrôlées par les documentalistes et les contributeurs, et les sources de données externes balisées par Arisem, moteur sémantique, qui écrit l'arbre des concepts de Pernod. Un moteur statistique comme Autonomy, en plus, est capable de gérer d'énormes volumes de données sans que des gens passent leur temps à chercher.

### **Veille : - Quels sont les bénéfices d'une gestion de contenu**

E.L. :- " La fraîcheur de l'information, ne plus avoir de l'information obsolète, l'économie de coût sur le temps de recherche des employés, la bonne info au bon moment et en s'appuyant sur le travail collaboratif, la constitution de la mémoire de l'entreprise. L'entreprise "agile" doit bien gérer son contenu pour bien travailler avec un partenaire, un fournisseur, un client. Enfin la veille concurrentielle : Sanofi-Synthelabo qui travaille avec le support de H2H sait l'importance en pharmacie de sortir un produit le premier.

## *avis d'expert*

### **Mayetic "casse" les prix**

"Les entreprises n'ont pas encore suffisamment pris conscience de l'importance de la gestion du contenu, et de plus, elles sont dissuadées par le coût des produits, beaucoup trop élevé," affirme Miguel Membrado, co-fondateur et DG de Mayetic.

Miguel Membrado a lancé fin 2000 un site web gratuit [www.mayeticVillage.com](http://www.mayeticVillage.com) offrant à toute communauté la possibilité de se créer gratuitement des espaces de travail collaboratifs sécurisés, et disponibles en trois langues, français, anglais, espagnol. Depuis deux ans, un certain nombre de sociétés utilisent ses ressources, tel les 3èmes cycles Marketing/commerce du Pôle Universitaire Léonard de Vinci, pour l'ensemble des étudiants, professeurs, intervenants, équipe administrative.

Le service est gratuit mais le produit Mayetic est à vendre. Ce concurrent direct du eRoom que vient de racheter Documentum est un des moins coûteux - 25000 euros pour une vingtaine d'utilisateurs. Il intègre Quickplace de Lotus et Net.Portal de Mediapps. FR3 et Club Med l'ont acheté.

Miguel Membrado qui est issu de la GED documentaire travaille à orienter les outils de gestion de contenu vers les utilisateurs et à les libérer des difficultés techniques. "On les met devant des modèles de page qui leur évitent de se poser des questions de présentation. "

## *Chez les utilisateurs*

### **Tridion élève le niveau de compétence bureautique aux Galeries Lafayette**

"C'est une application susceptible de progresser au rythme des utilisateurs, moins coûteuse qu'un développement spécifique, et rapide pour la formation et l'implémentation.

Souple, elle peut être utilisée en mode automatique, semi-automatique, et manuel"

Ainsi Olivier Bénéteau, responsable Intranet Planet GL, résume-t-il le 1<sup>er</sup> chantier Intranet des Galeries Lafayette construit avec Tridion.

Le groupe Lafayette (+ Monoprix, + BHV) c'est 5,6 Milliards d'euros, 60 magasins dont le plus célèbre boulevard Haussmann, monument parisien le plus visité après la Tour Eiffel... Le projet Planet GL a débuté lentement. Son lancement informel intervient en décembre 99, un premier dossier est monté en juillet 2000, et il est validé en décembre 2000 par la direction de l'entreprise. Cet Intranet doit être accessible à tout le personnel, 13000 personnes en principe mais il n'existe que 3000 postes informatiques dans le magasin et la culture bureautique du personnel doit être améliorée.

90% des pages prévues seront sans signature, sans accès sécurisé, orientées clients et transversalité des clients. L'Intranet doit être un vecteur de communication pour les chantiers Marketing et Vente (en particulier la campagne "Réinventons le Désir"). Il doit participer au renforcement de l'appartenance au groupe et sa rentabilité est calculée à moyen terme.

L'équipe de gestion du projet compte 5 personnes, 15 autres sont responsables opérationnels et de 20 à 60 contributeurs vont saisir le contenu sur Tridion. Les webmasters créent les templates (gabarits) et le paramétrage. Cette structure reste aujourd'hui encore la même.

En mars 2001, l'appel d'offres est lancé. En juillet 2001, le choix de Tridion est confirmé. (En short list, il restait Interwoven, Vignette et Mediasurface).

Olivier Bénéteau confirme : "Le choix de Tridion est lié à des contraintes de temps, de coût, de niveau des contributeurs, de fiabilité du logiciel. On se sentait bien aidés, dans une architecture informatique ouverte. On voulait que ce soit une belle application." En septembre 2001, 2000 pages ont été créées sous Tridion, la charte graphique est validée. Le 26 décembre 2001, Planet GL ouvre ses écrans.

100% des pages sont stockées sur Tridion. La formation des contributeurs se fait en une journée. Le contributeur n'accède qu'à ce qu'il peut mettre à jour. Il peut créer sa page en mode automatique, semi-automatique ou manuel. Les contributeurs journaliers sont satisfaits.

Des bémols viennent des occasionnels. Chaque salarié, d'ailleurs, peut émettre un "coup de gueule", ou un "coup de cœur". Pour son intérêt, sa facilité, son esthétisme, son caractère informatif, Planet GL a reçu du personnel interrogé, la note moyenne de 6,6 sur 10. Parmi les demandes à satisfaire, il faudra plus d'outils métiers et plus d'informations sur l'entreprise.

Plus de 1000 intranutes se connectent au moins une fois par semaine ( 200000 clics!).

L'annuaire et les coups de cœurs, sont les pages les plus fréquentées, le menu du restaurant d'entreprise et la bourse de l'emploi viennent ensuite.

L'application évolue. L'annuaire aura bientôt son trombinoscope. De plus, on souhaite mettre une partie de l'Intranet sur les caisses du magasin. Olivier Bénéteau est preneur de la nouvelle V5 de Tridion pour faciliter les mises à jour, et une meilleure gestion des liens avec tout ce qui est le mode PDF d'Adobe pour l'impression.

Par ailleurs, le site Internet des Galeries Lafayette est dû à un développement spécifique qui se révèle très coûteux. Une utilisation ici aussi de Tridion est en cours d'étude.

## **Paramétrer son propre portail financier**

Filiale à 100% du Crédit Lyonnais, le courtier en ligne Top Trades (21 personnes), s'est appuyé sur le générateur de Portails Net.Portal pour développer son portail d'informations, de services et de produits, personnalisés et personnalisables « TopTrades Research »

A l'origine, ce portail était un portail B2B destiné aux professionnels du Crédit Lyonnais (en agence ou courtiers). Depuis quelques mois, le projet à changé radicalement de nature : il s'adresse maintenant également aux clients finaux de Top Trades. Ainsi, des particuliers accèdent-ils à leur propre portail, via Internet, - un portail qu'ils peuvent personnaliser (fil de news sur des secteurs d'activités bien précis, sur des entreprises particulières...), etc.

Le début du projet date de juin 2000 avec la version 2 de Net.Portal. Aujourd'hui, Top Trades est en train de passer de la v4 à la v5. "Il avait un double objectif, 1/ promouvoir de l'info sur différentes entités du groupe 2/ intégrer cette technologie dans notre propre site boursier", explique Danny Servant, directeur de Top Trades. Les informations utilisées viennent de différents services du Crédit Lyonnais, (DEF, direction économique et financière), CSE (Crédit Lyonnais Sécurité Europe), et de sources externes, dont Mediapps vend les bouquets d'information. Mediapps apporte en effet à la fois, la technologie Net.Portal et des contrats de contenu d'analyses techniques et financières(Tribune, Reuter, AOF, PR Line, etc..).

- "Nous donnons la possibilité à nos clients de transmettre des ordres, via le web et de plus, ils peuvent composer eux-mêmes leur propre portail personnalisé," résume Danny Servant. "Sur un peu plus de 1000 clients actifs, plus de 200 sont connectés de cette manière et la montée en puissance est prévue. Dès qu'ils ont compris, les clients trouvent que l'outil est convivial et que c'est un formidable gain de temps." Toute la sécurité nécessaire au fonctionnement de l'ensemble, SSO, signature électronique, cryptage 128 bits est du développement maison.

Il y a 70 à 80 sites différents dans le groupe Crédit Lyonnais. Différentes divisions du groupe sont d'ores et déjà intéressées. "Nous faisons de Top Trades Research un produit blanc pour permettre à Crédit Lyonnais Interactif de l'utiliser bientôt, à e-Credit Lyonnais également."

Top Trades Research représente à ce jour un investissement de 150000 euros. Pour les divisions qui vont l'utiliser maintenant cela revient à 30000 euros, la première année, 20000 la seconde.

**M.B.**

## **Documentum-eRoom : accord parfait**

La v 5 de Documentum est un produit de nouvelle génération qui s'adresse aussi bien aux développeurs qualifiés qu'aux autres collaborateurs de l'entreprise.

L'élément nouveau le plus important est l'intégration de eRoom qui unifiant le collaboratif et la gestion de contenu, apporte des fonctions collaboratives et "cognitives" évoluées à l'offre standard Documentum. Fusion naturelle, avant même d'être racheté, eRoom Technology avait développé une passerelle d'intégration avec la plateforme Documentum pour un certain nombre de clients communs – Airbus, Aventis Pharma, HP, Siemens, Sony, etc.. Les utilisateurs peuvent dans ces conditions initier des actions de collaboration à tout moment, de la création du contenu jusqu'à l'archivage, en tirant partie de fonctions comme le chat, l'email, la vidéoconférence ainsi que l'espace de travail partageable en temps réel et l'intégration avec Microsoft Project. Parallèlement, Documentum continue de vendre eRoom seul pour les PME/PMI.

En utilisant le nouveau module Content Aggregation Services les utilisateurs de la D5 peuvent désormais collecter et collaborer sur du contenu provenant de toutes sources externes, bases de données, applications d'entreprise, sites Web, fichiers systèmes. Le rachat de TrueArc, en gestion des archives pour des secteurs comme l'administration, prouve s'il en était besoin que Documentum n'oublie pas la GED. Documentum 5 étend enfin ses capacités de sécurité en matière de gestion de droits et de signatures numériques. 15000 développeurs Documentum sont enregistrés. Ils disposent en plus d'une large palette de composants métiers dans le catalogue des Applications Partenaires, en particulier dans le elearning, la gestion de contrats, les catalogues produits.

Pierre Bernassau, Directeur Marketing Documentum, confirme que son entreprise a soutenu le terme ECM parce qu'il correspond à son offre. "Documentum conserve soigneusement le sigle ECM qu'il traduit par gestion de contenu d'entreprise." Sa stratégie a payé, puisqu'il dispute à Filenet la place de N°1 de l'ECM et qu'il annonçait fin 2002, 46% d'augmentation de son CA licences par rapport à l'année précédente.

Documentum fondé en 1990 par 3 personnes venant du SGBD Ingres est parti du monde industriel, et de la gestion de documents techniques, en aéronautique et pharmacie. Il s'est avéré rapidement que le même produit convenait aussi aux banques et services.

Documentum, ensuite, a surpris en étant le premier de la GED à proposer du WCM (Web Content Management) en développement Java. Les grands comptes qui choisissent Documentum le font parce qu'il est pluridisciplinaire, avec un seul outil. Mais le WCM intéresse aussi des structures plus petites. Le marché existe sur ces deux segments. Nabab de la Société Générale a choisi Documentum pour faire du WCM et vendre des produits financiers sur le web. "En raison de sa fiabilité et de sa solidité, notre produit n'est pas uniquement destiné aux grands comptes."

Documentum entretient une relation spéciale avec IBM qui reconnaît toujours la qualité. Dans la branche Life Science, les deux sociétés sont étroitement partenaires. Par ailleurs Content Manager V8 d'IBM est tout à fait concurrent de Documentum, ce qui n'empêche pas IBCS, (IBM Business Consulting Services) d'être un utilisateur et prescripteur de Documentum. eRoom va ajouter beaucoup de choses dans le collaboratif temps réel, les réunions de groupe en temps réel, les espaces de travail partageables, mais Documentum ne prétend pas "tout faire". Exemple: il n'est pas et n'a pas de portail – contrairement à Vignette, Mediapps, Broadvision, et autres. Pour les portails, il pratique le partenariat avec ATG, Bea, IBM et Plumtree.

**MB**

## **Xerox Innovation propose AskOnce, sa fenêtre unique**

**askOnce 3.0 est la nouvelle version de la solution Xerox Innovation pour accéder rapidement à l'information dispersée à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise. askOnce offre, en une seule requête accès à l'ensemble des sources d'information, internes et externes, structurées et non structurées. Parmi les points forts d'askOnce 3.0 : évaluation de la pertinence, recherches multilingues , planification de requêtes pour les alertes.**

En lançant avec AskOnce le concept d'ECI (Enterprise Content Integration), Xerox répond à un souci fondamental des utilisateurs en veille stratégique, gestion de la propriété industrielle, gestion de projets : accéder aux informations de sources hétérogènes et les agréger le plus rapidement et le plus efficacement possible, en toute sécurité et de manière à pouvoir gérer les droits le plus simplement possible.

C'est le centre de recherche de Grenoble de Xerox Innovation Group qui a développé ce super ou méta-moteur de recherche, produit Java, uniquement texte, avec une technologie propre baptisée Wrapper (pour les connecteurs) et DLC Clustering (Dynamic Linguistic Contextual Clustering) pour le moteur.

Xerox est seul à utiliser cette terminologie parce qu'il est le premier à avoir compacté avec autant de précision, son offre sur cette cible. Avec Doorways sur LiveLink, avec Content Aggregation Services, avec des modules EIMS, Open Text, Documentum et Hummingbird, se rapprochent de sa solution.

Dans askOnce, l'utilisateur formule une requête et choisit ses sources d'informations. askOnce adapte la requête au format d'interrogation de chaque source de manière transparente pour l'utilisateur. La requête est transmise de façon simultanée à l'ensemble des sources spécifiées. En retour askOnce collecte et analyse la totalité des résultats retournés par chacune. askOnce associe à chaque résultat des métadonnées (titre, auteur, date, résumé). Ces métadonnées aident à regrouper les résultats par thèmes. C'est sur ces métadonnées que va s'opérer la détection automatique des thèmes selon la méthode du DLC Clustering. Le tri se fait par scores de pertinences, la détection de la pertinence du résultat étant le fruit d'une heuristique propre à Xerox. La détection est dynamique, à la volée, sans pré-déclaration de catégories ou apprentissage préalable.

Il est tout à fait possible de formuler une requête dans sa langue maternelle. askOnce qui maîtrise cinq langues, la traduira dans la langue de la source. Une fois les résultats obtenus, l'utilisateur peut bénéficier de l'aide à la traduction d'askOnce ,Web@ssistant l'aidant à assimiler le plus facilement le contenu, qu'il s'agisse de traduction ou d'analyse proprement dite.

Le clustering est multifacettes . Exemple : en choisissant l'auteur comme attribut de clustering (groupage), askOnce permet, par exemple, de révéler les experts de l'entreprise sur un domaine précis.

L'adaptation aux termes métiers de l'entreprise est de plus un service proposé par Xerox . Pour faire de la veille, on programme une requête pour être alerté automatiquement, - ce que réalise l'Aérospatiale qui est équipée de askOnce. Une fois formulées, les requêtes sont mémorisées. On peut spécifier la fréquence à laquelle elles seront relancées. askOnce identifie automatiquement les changements et nouveautés par rapport à la session précédente et en informe une liste de destinataires par e-mail.

Des requêtes complexes sont réalisables avec des opérateurs de proximité.

Les champs d'action d'askOnce peuvent s'étendre. De nouveaux "wrappers", pour se "connecter" à de nouvelles sources, peuvent être générés par apprentissage et ne nécessitent pas de développements spécifiques.

AskOnce qui se vend très bien seul, est également proposé intégré à Oracle 9i, Knowings, Plumtree, Documentum, etc...

askOnce coûte 8000 euros en entrée de gamme.

Mireille Boris

<http://www.askonce.com>