

LE RAPPORT D'ETONNEMENT, UN OUTIL DE VEILLE

F. MONFORT-WINDELS
CRIF-WTCM

Le CRIF a voulu rendre son effort de veille plus directement accessible aux entreprises et leur permettre de diversifier leurs sources d'information et de sortir des sentiers battus. Le rapport d'étonnement a été choisi comme outil principal de diffusion. L'expérience du CRIF : Le système Techniwatch.

UNE VEILLE POUR QUI ?

Le CRIF est un centre collectif de recherche et d'aide aux entreprises. Il compte 2450 membres dont 125 seulement occupent plus de 250 personnes. Ces entreprises sont actives dans les secteurs des produits métalliques et plastiques, de la mécanique et de la mécatronique, de l'électricité et de l'électronique, de l'automobile, de l'aéronautique et de la défense, de l'équipement médical, des technologies de l'information et de la communication etc.

Depuis toujours, le CRIF, comme tous les centres de recherche, fait de la veille technologique. Cependant, cette veille était individuelle et opportuniste. Chaque ingénieur suivait ses domaines de prédilection dans la littérature ou en assistant à des colloques. Le résultat ne sortait du CRIF vers ses membres que sous forme de projets de recherche proposés à la collectivité et aux pouvoirs publics et, à l'issue de ces travaux, sous forme d'expertise à la disposition de qui en faisait la demande.

Il y a quatre ans, le CRIF a voulu rendre cet effort de veille plus visible et plus directement accessible aux entreprises en mettant au point une méthode qui devait répondre à trois objectifs : rendre la veille plus systématique, faire participer l'ensemble des chercheurs et surtout privilégier la diffusion des résultats de veille.

QUELLE MÉTHODE ?

S'il y a aujourd'hui sur le marché des outils qui permettent à une entreprise de suivre son environnement technologique et d'anticiper sur l'évolution de celui-ci, il n'existe pas grand chose pour faire de la veille pour tout un secteur, a fortiori pour de multiples secteurs.

Les méthodes informatiques notamment sont adaptées à la recherche d'informations et au suivi d'une technique, d'un produit, d'une application, de manière exhaustive (du moins que l'on espère exhaustive) mais comment faire oeuvre utile auprès du plus grand nombre d'entreprises ?

Le système retenu par le CRIF est celui du rapport d'étonnement. Puisqu'il est impossible d'être exhaustif sur la multitude des sujets qui ont un impact sur nos entreprises, le CRIF a choisi de demander à ses ingénieurs de faire rapport sur ce qui les a intéressés lors d'une lecture, une conférence, une visite dans un salon ou une discussion avec un expert.

Le domaine de veille choisi est celui des matériaux (au sens large), compte tenu des compétences du CRIF et du caractère très horizontal de ce thème : toutes les entreprises ne les mettent pas en oeuvre mais toutes les utilisent dans leurs produits ou dans leurs équipements. Ce thème a été divisé en sous-thèmes en fonction de l'expérience des chercheurs.

Les rapports d'étonnement peuvent décrire des produits déjà commercialisés mais peu connus (" les Volatile Corrosion Inhibitors "), des développements en cours dans des entreprises étrangères (" une entreprise française développe des revêtements PVD (Physical Vapour Deposition) colorés ") ou encore des recherches à plus long terme dans les universités

(" une pile atomique minuscule à Cornell University "). Ils peuvent aussi proposer un état de l'art sur une question (" le point sur le MIM - Metal Injection Moulding - du titane ") ou donner une appréciation sur une évolution (" rien de neuf dans le recyclage des polymères ").

Les informations qui ont suscité l'intérêt des veilleurs sont recoupées auprès des auteurs des recherches ou des développements en question, complétées, réunies dans un petit dossier et synthétisées en un article court (1-2 pages). Cet article est rédigé dans un langage accessible aux non-spécialistes du domaine.

QUELS RÉSULTATS ?

Cette méthode permet de diversifier les sources d'information auxquelles ont accès les entreprises, de leur proposer des idées qui sortent des sentiers battus et de les sensibiliser aux opportunités.

Un textile éclairant destiné à l'architecture d'intérieur peut par exemple inspirer un fabricant de bagages, un spray anti-salissure pour le cuir peut intéresser un fournisseur d'équipements routiers.

Ainsi, les PME lisent-elles avec attention les feuilles de veille proposées. Les grandes entreprises, elles aussi, y compris celles qui disposent d'un service de veille spécialisé, y trouvent des informations pertinentes.

Il est vrai que le CRIF n'ambitionne pas d'apprendre quelque chose dans le domaine des écrans à un fabricant de matériel électronique, mais il peut lui apporter des informations utiles sur un nouveau polymère résistant à la chaleur qui pourrait améliorer un boîtier ou une pièce structurale.

Aujourd'hui, les membres du CRIF reçoivent les résumés des textes de veille sur papier. Les feuilles complètes peuvent être consultées sur le site Internet (www.crif.be - 220 rapports/an, près de 700 au total) et en cas d'intérêt, ils peuvent recevoir sur demande le dossier complet et l'aide technique éventuelle du

CRIF en cas de démarche d'innovation sur cette base.

Les chiffres de consultation du site et d'interrogation des experts du CRIF sont en augmentation constante (54.000 textes téléchargés en 2002) et prouvent l'efficacité de la méthode retenue.

QUELLE ÉVOLUTION ?

Depuis la mise en route de la méthode décrite ci-dessus, les experts qui participent à l'écriture des rapports d'étonnement se sont diversifiés : des centres belges comme Centexbel ou Inisma, ou étrangers comme CRITT de Charleville-Mézières ou l'université de Valenciennes participent à l'activité de veille.

Depuis quelques mois se met en place également une veille basée sur le même modèle mais plus spécifiquement orientée vers l'industrie de la mécanique et mécatronique. Elle restera cependant très large afin d'ouvrir de nouveaux horizons.

Les canaux de diffusion se sont eux aussi multipliés. Une partie de l'information publiée par le CRIF est diffusée vers des groupes cibles plus précis : les composites vers le Gemco, les plastiques vers AgoriaPlast, la mécanique vers Agoria, une sélection pour les entreprises bruxelloises via l'Agence Bruxelloise pour l'Entreprise, etc.

QUEL PUBLIC ?

Si le public d'entreprises (et les membres en particulier) reste la première cible de la veille du CRIF, il a paru intéressant également d'inscrire dans les circuits de diffusion de la veille les professeurs de l'enseignement technique secondaire et supérieur, en général relativement démunis en ce qui concerne l'information validée et mise en perspective. Le grand public n'est pas oublié, puisque le CRIF s'implique dans des expositions, des émissions TV et radio, des concours pour jeunes... sur les nouveaux matériaux.

Le système Techniwatch décrit ci-dessus est complété par l'édition de brochures " Etats de l'Art " (3/an), d'articles dans la presse générale d'entreprise (25/an), l'organisation de séminaires (10/an), d'une veille spécifique sur l'injection des matières plastiques, de veilles personnalisées etc.

QUELLE CONCLUSION ?

Privilégier la diffusion de l'information plutôt que la gestion de la documentation ou

d'autres aspects de la veille a été dès le départ un parti pris du CRIF. Il s'est avéré payant puisque les indices concordent pour indiquer que, grâce aux rapports d'étonnement publiés dans Techniwatch, les idées nouvelles pénètrent dans les entreprises belges.

A consulter : www.crif.be ou www.wtcm.be – onglet veille technologique.

* * *