

---

# COMMENT METTRE EN PLACE UNE VEILLE D'E-RÉPUTATION EN UTILISANT DES OUTILS GRATUITS ?

---

**Luc HOURLAY**

Bibliothécaire-Documentaliste/Webmaster, Centre Fédéral d'Expertise des Soins de Santé (KCE)

**Patrice X.CHALON**

Knowledge Manager, Centre Fédéral d'Expertise des Soins de Santé (KCE)

**Michele RIGNANESE**

Attaché Communication multimédia, Service public fédéral Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement

**Gudrun BRIAT**

Communication Manager, Centre Fédéral d'Expertise des Soins de Santé (KCE)

**Cet article a fait l'objet d'une réunion mensuelle organisée par l'Association belge de Documentation, le 19 juin 2013, à Bruxelles.**

▪ Dès la publication de ses premiers rapports d'étude, en 2004, le Centre Fédéral d'Expertise des Soins de Santé (KCE) s'est intéressé à l'évaluation de sa propre influence. Différents projets ont donc été entrepris pour répondre à cette demande. En 2012, à la demande du service de la communication, la bibliothèque a mis en place un outil de veille de la réputation en ligne. Une structure modulaire décrivant toutes les étapes de la veille a été élaborée, et sur cette base, un outil (démonstrateur) a été construit à l'aide d'applications gratuites uniquement. Les premiers résultats sont d'emblée convaincants. Le démonstrateur ayant prouvé la plus-value d'entretenir une veille de réputation concernant le KCE. La prochaine étape envisagée est la poursuite du développement de l'outil, avec pour objectif la réduction maximale de l'intervention humaine pour que cette activité puisse s'inscrire sur le long terme dans une organisation de petite dimension aux ressources limitées.

▪ Sinds de publicatie van haar eerste studierapporten in 2004 is het Federaal Kenniscentrum voor de Gezondheidszorg (KCE) geïnteresseerd in de evaluatie van de impact van deze rapporten. Om op deze vraag te kunnen antwoorden werden verschillende projecten opgestart. Op verzoek van de communicatiedienst heeft de bibliotheek in 2012 een attenderingsinstrument uitgewerkt met de bedoeling om online vermeldingen na te gaan. Een modulaire structuur beschrijft de verschillende stappen van deze attendering. Op basis hiervan werd uitsluitend met gratis instrumenten een (demo-)werktuig ontwikkeld. De eerste resultaten zijn overtuigend. Het demo-instrument heeft de meerwaarde van een permanente attendering van de online vernoemingen van het KCE aangetoond. De volgende stap is nu om een instrument te ontwikkelen met tot doel om zoveel mogelijk de manuele tussenkomsten te verminderen opdat deze toepassing op langere termijn ook kan gebruikt worden in kleinere ondernemingen met beperktere middelen.

**L**e Centre Fédéral d'Expertise des Soins de Santé (KCE) est un organisme d'intérêt public créé en 2002 et actif depuis 2003. Sa mission est de produire des analyses et des rapports pour documenter les pouvoirs publics dans leur prise de décision en matière de politiques de santé et d'assurance maladie.

Dès les débuts de son existence et la publication de son premier rapport en 2004, le KCE s'est posé la question de savoir quelle était la diffusion de ses publications et leur impact.

Une première démarche a été mise en place en 2008 avec pour objectif d'évaluer l'action du KCE auprès des parties prenantes. Dans ce cadre, un set de *Google Custom Search Engines*<sup>1</sup> a été développé. Ce projet pilote a rapidement montré les limites d'une telle approche, l'intervention humaine étant trop importante pour être tenable par une organisation aux ressources limitées, il a

été stoppé après une courte période d'essai.

Le KCE a cependant poursuivi cette démarche en explorant d'autres approches. En 2010, une étude a été conduite par une organisation indépendante, elle a débouché sur un premier rapport : *Study into the impact of the Belgian Health Care Knowledge Centre*<sup>2</sup>. En 2012, le KCE a mis à son programme de recherche une étude scientifique visant à évaluer son propre impact sur base de l'analyse d'un panel de rapports déjà publiés ; le rapport qui en résulte sera publié en 2013.

C'est dans ce contexte qu'au début de l'année 2012, la responsable de la communication, le responsable de la gestion des connaissances et des systèmes d'information et le bibliothécaire – webmaster ont assisté à une présentation de l'attaché communication multimédia du Service public fédéral (SPF) Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement. Cette

présentation portait sur le développement d'un processus original de veille des médias sociaux.

L'idée de mettre en place un processus de veille au SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement a vu le jour après la crise liée à la pandémie grippale (H1N1) de 2010. Le suivi des activités des utilisateurs du Web (Recherches *Google*, blogs, *Twitter*) ont en effet montré qu'ils sont de bons indicateurs pour le suivi de l'évolution d'une maladie, presque en temps réel (voir bibliographie). Depuis lors, cette activité s'intègre dans la stratégie globale de communication multimédia et dans le contexte plus large de l'e-réputation ou de l'*employer branding*<sup>3</sup>.

Cette présentation a convaincu le service de communication de l'intérêt de débiter la surveillance de la diffusion des publications du KCE et plus globalement de son e-réputation. Le projet serait mené en collaboration avec la bibliothèque qui dispose des compétences techniques nécessaires.

Le besoin exprimé par le service de la communication est de pouvoir répondre aux questions suivantes :

- Qui parle des publications réalisées par le KCE ?
- Que dit-on du KCE sur l'Internet et les réseaux sociaux ?

Ces questions sont également intéressantes pour la direction, mais aussi les chefs de projet qui doivent se tenir au courant des suites données aux rapports qu'ils ont réalisés.

## Notions de base

Il nous semble pertinent de baliser les notions de base liées à la veille documentaire, même si celles-ci sont régulièrement expliquées, pour pouvoir en parler aussi précisément que possible.

Les définitions de la veille documentaire reprennent le plus souvent des termes tels que stratégie de recherche, automatisation, répétition des actions, traitement des informations ou encore diffusion.

Par exemple on peut citer la définition de l'Association Française de Normalisation (AFNOR) qui nous parle "*d'activité continue et en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement technologique, commercial, etc., pour en anticiper les évolutions*" (4). Ou encore la définition de Jean-Pierre Lardy, "*La veille informationnelle est l'ensemble des stratégies mises en place pour rester informé, en y consacrant le moins d'effort possible en utilisant des processus de signalement automatisés*"<sup>4</sup>. Ou enfin celle

donnée par Ghislaine Chartron lorsqu'elle explique qu'il s'agit d'une "*... mise en place formalisée et organisée d'un système d'information visant la collecte, le traitement et la diffusion de l'information concernant l'environnement et l'organisation, ceci de façon continue et dynamique*"<sup>5</sup>.

Ces différentes définitions nous ont amenés à dessiner notre propre vision d'un tel processus : Les tâches de collecte et traitement de l'information, comme la diffusion ciblée des résultats obtenus, se doivent d'être automatisés, seule l'étape d'analyse qui les sépare devrait faire appel à une intervention humaine.

La veille documentaire présente différentes typologies<sup>6</sup> :

- la veille technologique, qui est le recueil des informations concernant l'évolution des normes et l'évolution des technologies ;
- la veille concurrentielle qui concerne l'observation des concurrents et l'arrivée des nouveaux intervenants dans un secteur spécifique ;
- la veille commerciale qui, elle, est tournée vers les clients, les fournisseurs et les distributeurs ;
- la veille marketing pour l'identification de nouveaux marchés ;
- la veille d'e-réputation ou d'image qui couvre aussi bien l'image d'un produit que la notoriété d'une personne ou d'une organisation.

Ces quelques exemples permettent d'entrevoir un ensemble beaucoup plus complexe de veilles qui peuvent, suivant les projets, fonctionner en parallèle ou de manière interconnectée.

Il est encore possible de parler de genre en distinguant la veille généraliste, qui concerne un thème, de la veille spécifique, qui concerne une ressource précise.

Une troisième notion est le Cycle de veille (Fig. 1). Il s'agit d'un modèle qui permet de décrire les étapes pour réaliser un projet de veille. Celui-ci peut être simplifié à l'extrême en quatre étapes, ou détaillé en profondeur avec autant d'étapes



Fig. 1 : Cycle de veille.

que nécessaire pour obtenir le résultat recherché. Mais dans la mesure où il s'agit d'un modèle, celui-ci est sujet à des modifications en fonction de l'organisation qui l'utilise et de l'évolution de la demande de départ dans le temps.

```
<rss version="2.0" xmlns:dc="http://purl.org/dc/elements/1.1/">
  <channel>
    <title>Latest entries</title>
    <link>http://kce.docressources.info/opac/</link>
    <description>Latest entries in BIB-KCE</description>
    <item> ... </item>
    <item> ... </item>
    <item> ... </item>
  </channel>
</rss>
```

Fig. 2 : Exemple de structure d'un fichier XML.

Une notion complémentaire doit encore être abordée avec le flux RSS. Sans rentrer dans les détails, il s'agit d'un fichier texte structuré au format XML (Fig. 2). Celui-ci est le plus souvent généré automatiquement lors de la mise à jour du contenu d'un site web. Il est mis à disposition pour permettre aux internautes de s'abonner à un contenu et de rester au courant des dernières informations.

Il est constitué de balises qui permettent d'identifier son contenu. Certaines balises sont obligatoires par exemple <title>, <link>, <descrip-

tion>, <item>.

La présence de ces balises permet à une application adaptée de sélectionner ou de filtrer les informations présentes dans le fichier.

## Mise en place

L'application de ces différentes notions nous a permis de réaliser une structure théorique (Fig. 3). Elle permet de voir comment chaque élément s'interconnecte de manière logique.

La suite du travail réalisé concerne la mise en place de cette structure pour le KCE. Le choix des outils utilisés est discuté plus loin dans cet article.

## Sélection des informations

La première étape consiste à identifier puis sélectionner les sources d'information, sur base d'une part de ressources internes (par exemple l'utilisation de bases de données spécifiques, de listes d'associations, de partenaires), et d'autre part des ressources externes au travers de nou-

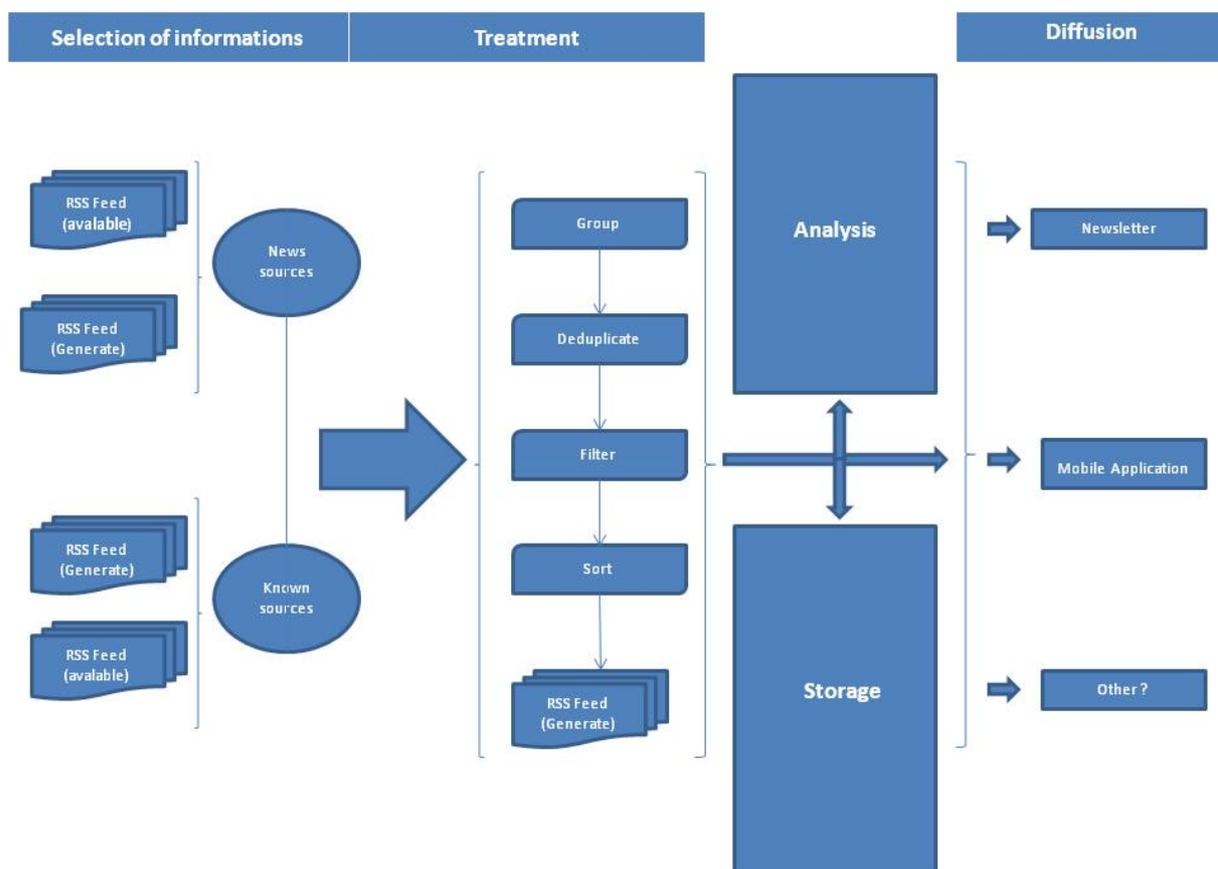


Fig. 3 : Structure théorique de l'outil.

veaux sites web proposés par les différents intervenants ou résultats de recherches sur des moteurs de recherche généralistes ou spécialisés.

On a pu distinguer trois flux possibles d'informations :

- le flux des sites sélectionnés et directement surveillés ;
- le flux des moteurs de recherche généralistes ;
- le flux des moteurs de recherche spécialisés.

La collecte des informations pour les sources externes a été réalisée en utilisant *Google Alerts* pour les recherches généralistes et *Topsy*, *SocialMention*, *Ice Rocket* pour les recherches spécialisées et plus spécifiquement les réseaux sociaux. Ces moteurs permettent de générer un flux RSS à partir du résultat de la recherche.

## Traitement des informations

Ces flux entrants sont traités dans la seconde étape, où ils sont groupés, filtrés, supprimés en cas de doublons et classés.

Pour réaliser cela, il faut disposer d'un outil qui permet de réunir ces données et de les manipuler. Nous avons décidé d'utiliser *Yahoo! Pipes*, pour cette seconde étape.

Cette application web existe depuis 2007 et permet de créer une structure de traitement des flux RSS appelé "pipe". Chaque pipe est constitué de modules qui s'interconnectent les uns par rapport aux autres. Chaque module réalise une tâche spécifique. Ce système considère le pipe précédemment créé comme un module pouvant

être intégré dans une nouvelle construction. Ce schéma peut conduire à la mise en place d'un pipe exclusivement constitué d'autres pipes. La modularité de l'outil permet de répondre à un grand nombre de besoins et d'affiner les résultats.

Il faut aussi signaler que les pipes créés par d'autres utilisateurs peuvent être clonés et récupérés sur son propre compte.

En pratique, pour créer votre premier pipe, vous devez d'abord ouvrir un compte pour accéder à l'interface de travail. Cette interface est divisée en trois parties :

- La bibliothèque, située sur la gauche qui fournit l'accès à l'ensemble des modules disponibles et aux pipes déjà créés ;
- La toile, l'espace central de l'écran où l'on retrouve les modules utilisés ;
- Le debugger, en bas de l'espace de travail, permet d'afficher le résultat obtenu à chaque étape de traitement du flux RSS.

La structure (Fig. 4) que nous avons réalisée comme premier pipe se compose de 6 modules :

- Fetch Feed (Fig. 4-1), dans lequel nous avons recopié nos flux RSS ;
- Filter (Fig. 4-2), qui nous permet d'inclure les nouvelles constituant le flux sur base de mots-clés ("KCE Reports", "KCE",...);
- Union (Fig. 4-3), utilisé pour rassembler plusieurs modules, dans notre cas des modules Fetch Feed et des modules Filter ;
- Unique (Fig. 4-4), employé pour retirer les doublons en fonction de l'URL de la nouvelle ;
- Sort (Fig. 4-5), qui trie les résultats sur la date de publication du plus récent au plus ancien ;
- Pipe Output (Fig. 4-6), qui est toujours le dernier élément et est présent par défaut. Il correspond au point de sortie de la synthèse des flux après manipulation.

Pour tester le résultat, il suffit de sauvegarder le pipe et de sélectionner le lien "Run pipe" (situé dans le haut de la page). *Yahoo!* Ouvre une page qui affiche le résultat du pipe. On y trouve la possibilité de générer un nouveau flux RSS sortant à partir du résultat du pipe.

Ce premier flux est alors intégré dans un second pipe qui nous sert à centraliser les résultats des différents

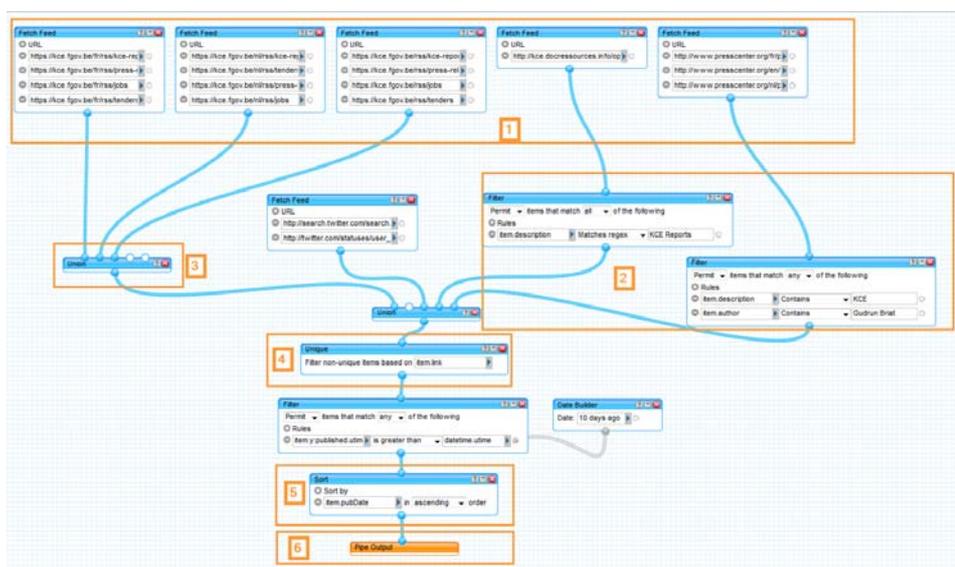


Fig. 4 : Structure du pipe KCE - Diffusion.

pipes créés, à l'exception des pipes "Cible Rapport" qui sont clonés pour chaque nouvelle publication et directement intégré à l'outil d'analyse et de stockage *Scoop.it*.

- KCE - Diffusion : ensemble des flux RSS produits par le site web et le catalogue de la bibliothèque du KCE
- KCE - Alerts : regroupe les flux RSS générés par les alertes programmées dans *Google Alerts*
- KCE - Social Network : reprend les flux RSS générés par les moteurs de recherche spécialisés
- KCE - Impact : centralise les flux sortants des trois précédents pipes
- KCE - Cible Rapport : traite les flux RSS créés sur base d'alertes et concernant un rapport spécifique

## Analyse et stockage

La troisième étape du processus consiste à analyser les résultats obtenus jusqu'à maintenant et à les stocker d'une manière ou d'une autre. Nous avons donc besoin d'une application qui permet de faire une sélection sur base du contenu d'un ou plusieurs flux RSS, de l'indexer et de le sauvegarder.

Ces différents besoins peuvent être satisfaits par les applications de curation<sup>7</sup> ; notre choix s'est porté sur *Scoop.it*.

Cette application est constituée de deux parties, la partie privée, qui sert à la gestion du compte et à l'acte de curation à proprement parler, et la partie publique, page où l'on retrouve les informations sélectionnées<sup>8</sup>.

*Scoop.it* fonctionne sur le modèle Freemium : un compte gratuit permet d'accéder aux fonctions principales, des plans payants offrent plus de possibilités.

Pour pouvoir l'utiliser, il faut donc d'abord créer un compte. Par après, il est possible de créer un topic. Il s'agit de présenter le sujet et le thème de l'espace de curation en donnant un titre, une

courte description, des mots-clefs et la langue.

La troisième tâche à réaliser avant de pouvoir commencer l'analyse des résultats est la définition des sources d'informations qui alimenteront le sujet (topic). Pour cela, il faut accéder à l'interface de gestion des sources, options avancées, et y copier les flux RSS générés par les pipes.

Au bout de quelques minutes, les premières nouvelles (Fig. 5) seront affichées et accessible en utilisant le bouton Suggested Content. Deux options sont alors proposées :

- "Discard" représenté pour une poubelle et qui permet de supprimer la nouvelle de la liste des propositions
- "Scoop.it !", pour publier l'information sur la page publique.

Sélectionner *Scoop.it* ouvre une fenêtre popup qui permet de commenter la nouvelle, de définir des mots-clefs qui seront utilisés pour filtrer les informations sur la page publique. Nous utilisons par défaut la nomenclature utilisée par la bibliothèque pour les rapports (R suivi du numéro du rapport) et un mot-clef décrivant la source ("presse", "tweets", "blog"...)

Lors de la sauvegarde, la nouvelle est automatiquement envoyée sur l'espace public. On peut considérer que l'information est stockée dans l'application de curation.

Il est encore possible de récupérer les nouvelles ajoutées dans *Scoop.it* sous la forme d'un flux RSS unique.

## Diffusion

La méthode de diffusion est directement liée aux différents publics visés.

Pour le service de la communication, nous utilisons une diffusion de type "pull". *Scoop.it* répond à ces besoins. Mais nous l'avons complété avec une ligne du temps qui est essentiellement un



Fig. 5 : Exemple d'affichage d'une nouvelle dans l'interface d'administration.

outil graphique. L'objectif est de visualiser la diffusion de l'information sur une durée plus ou moins longue et de disposer d'une courbe de diffusion par communiqué.

Pour cela, nous travaillons avec *Dipity* (Fig. 6) qui offre un accès gratuit limité à trois lignes du temps avec 150 éléments et permet l'utilisation de plusieurs sources d'information en parallèle. Le paramétrage nécessite un peu de pratique, mais les pages d'aide fournissent les informations néces-



Fig. 6 : Exemple d'une ligne du temps chez Dipity.

les articles de *Scoop.it* dans un carrousel au niveau de la page d'accueil (Fig. 7).



Fig. 7 : Exemple d'affichage du widget de Scoop.it.

saies.

En complément, une application mobile a été développée afin de rendre accessible le flux RSS de *Scoop.it* sur smartphone. L'outil utilisé est *Mobile by Conduit*, un service en ligne qui permet de créer une application directement téléchargeable pour les smartphones fonctionnant sous Android, ou téléchargeable via les App Store pour les principaux OS (iOS, Windows phone).

Pour le second public visé, la direction, une diffusion de type "push" a été préférée avec *FeedBurner*. Cette application est utilisée pour générer une newsletter sur base du flux RSS récupéré chez *Scoop.it*. Une fois le compte créé, il a suffi de lui indiquer la source à utiliser et les destinataires.

Pour le dernier public cible, qui est composé des chercheurs du KCE, nous favorisons également la méthode "push" en utilisant d'une part la barre d'outils BIBKCE<sup>9</sup>, et d'autre part le site Intranet.

Pour la barre d'outils, nous avons ajouté le flux RSS de *Scoop.it* dans le menu RSS existant, et un lien direct vers l'interface publique du compte *Scoop.it* dans le menu *Links*.

Pour l'intranet, nous avons intégré un widget interactif<sup>10</sup> fourni par Scoop.it qui permet d'afficher

## Les premiers résultats

Le démonstrateur mis en place s'avère tout à fait fonctionnel, nous avons par exemple identifié plusieurs sites qui diffusaient des références de rapports du KCE inexacts et ainsi pu demander des corrections. Nous avons également découvert que nos communiqués de presse se propageaient via les réseaux sociaux, cible que nous pouvons désormais suivre de manière plus systématique.

En nous penchant sur les six derniers mois de l'année 2012 (Fig. 9), nous constatons que 375 nouvelles ont été sélectionnées et réparties, ici,

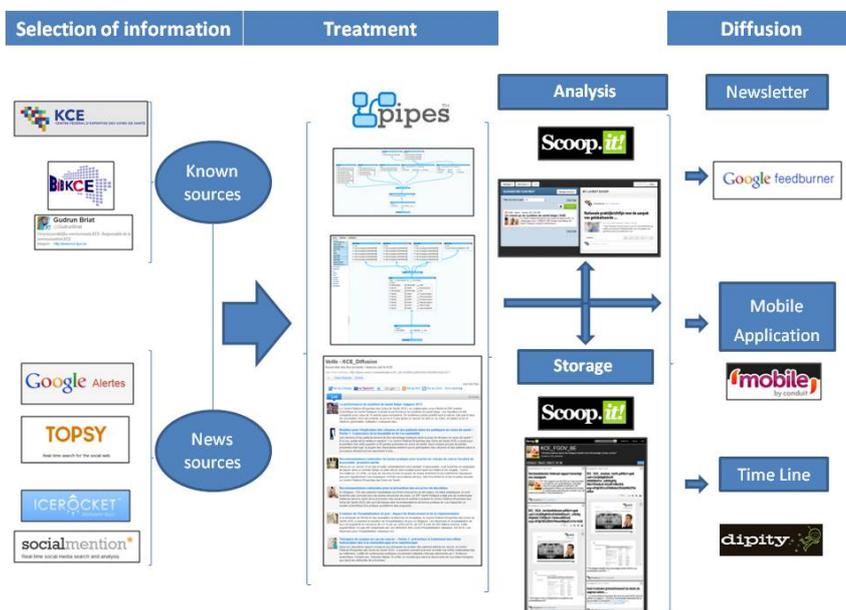


Fig. 8 : Structure mise en place.

en quatre catégories :

- La catégorie *KCE* reprend les communications directement diffusées par le KCE (communiqués de presse, tweets et descriptions des rapports) à la demande du communication manager ;

- La catégorie *Presse* correspond à des communications diffusées sur des sites de presse ;

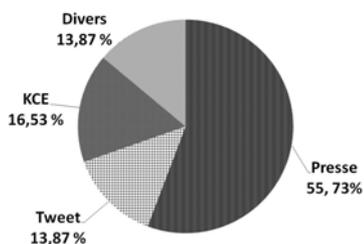


Fig. 9 : Répartition des nouvelles sélectionnées par catégorie (n=375).

- La catégorie *Tweet* renseigne le nombre d'échange sur Tweeter, en dehors des tweets émis par le KCE ;
- La catégorie *Divers* correspond aux nouvelles provenant des sites de nos parties prenantes, ou du grand public (blogs, forums, sites associatifs...).

La catégorie *Presse* représente la majorité des nouvelles collectées, et, comme attendu, elle contient des doublons avec la revue de presse papier du service de la communication.

Les tweets approchent les 14 % de nouvelles sélectionnées. Ce média combine des canaux officiels comme des personnes individuelles, à cheval donc entre sites officiels et réseaux sociaux.

Après mise en service et démonstration, des retours positifs ont été reçus du service de la communication et de la direction.

## Discussion

Afin de réaliser nos objectifs, un modèle a été établi en se basant sur celui de Terry Zymmer<sup>11</sup>. Il a permis de mettre en place un démonstrateur utilisant uniquement des applications gratuites.

Le choix de ce type d'applications nécessite un investissement en temps (identification, comparaison, tests), et leur utilisation peut également entraîner une incertitude concernant la pérennité de l'outil développé<sup>12</sup>. Le contexte étant la mise en place d'un démonstrateur, ce facteur n'est pas limitatif. Si le démonstrateur devait être conservé au-delà de la période d'évaluation, l'un de ces services venant à disparaître pourrait aisément être remplacé par un service équivalent grâce à la structure modulaire du modèle.

Pour la sélection des informations, *Google Alerts* a été préféré à l'alerte automatique de *Yahoo!* qui ne propose pas de flux RSS. L'utilisation d'un ser-

vice tiers pour contourner cet inconvénient, *mmmmail.com*, n'a pas donné de résultat concluant.

Il faut également remarquer que l'utilisation du moteur de recherche *Topsy.com* doit être réévaluée depuis un changement de fonctionnement datant du huit janvier. Il demande de passer par une "Application Programming Interface" (API) et d'utiliser une clé. Mais le service semble être gratuit à la condition que l'utilisation ne soit pas commerciale et que le nombre de requêtes reste inférieur à 500 par jour<sup>13</sup>.

Au niveau du traitement de l'information, *Paper.li*, a été testé, mais n'a pas permis d'obtenir un résultat satisfaisant. C'est donc *Scoop.it* qui a été retenu pour sa facilité d'utilisation, sa prise en main est assez rapide et sa maîtrise par le documentaliste en charge du projet a été rapidement acquise. Cet outil permet de directement rechercher dans *Google* ou de suivre un profil sur *Twitter*. Mais, s'il existe une option pour filtrer les nouvelles sur base d'un mot clé, nous ne sommes pas arrivés à générer un flux RSS par mot-clé via *Scoop.it*. Afin d'automatiser autant que possible la sélection d'information, et de limiter le nombre des doublons, il a été décidé de d'abord manipuler les flux sélectionnés et générés via une autre application. Pour cette tâche, *Yahoo! Pipes* a été préféré aux services *Chimpfeedr*, *Feedroll* et *Splush* en raison de son interface graphique et sa souplesse de manipulation (par exemple la suppression des doublons). De plus, *Yahoo! Pipes* bénéficie d'une communauté active d'utilisateurs qui partagent leurs "pipes", et de très nombreux articles en décrivent le paramétrage. Il existe également la possibilité de travailler avec *Yahoo! Query Language* (YQL) pour directement programmer une action précise. Cet outil comporte toutefois des limitations<sup>14</sup> telles que la structure de l'information entrante qui doit respecter une structure similaire aux flux RSS, *Atom* ou *Resource Description Framework* (RDF). Ces limitations n'ont pas eu de conséquence dans le cadre de notre projet.

*Scoop.it* propose également une fonction "réseau social", tout membre de la communauté pouvant s'abonner au "topic" d'autres membres et "rescooper" leur contenu. Si l'on ne souhaite pas rendre le résultat de sa veille publique, une option permettant de verrouiller son sujet (topic) est fournie aux utilisateurs payants<sup>15</sup>.

Pour la newsletter, *FeedBurner* a été préféré à *MailChimp* (une application de mailing list déjà utilisée au KCE), car ce dernier ne permet pas d'automatiser l'envoi de la newsletter sur base de l'ajout de nouveaux contenus<sup>16</sup>.

Pour la consultation mobile, deux options ont été

considérées : *Netvibes* (utilisé par le SPF Santé publique) a été comparé à *Mobile by conduit* (déjà utilisé par certains membres du KCE). Après comparaison, l'obligation de disposer d'un compte *Netvibes* pour utiliser l'application mobile a été jugée rédhibitoire. Si *Mobile by Conduit* ne nécessite aucun compte utilisateur, il ne permet pas la consultation hors ligne. Compte tenu de l'évolution de l'accès data que nous connaissons actuellement (3G, free Wifi ...)17, cette limite a été jugée moins handicapante. Un autre inconvénient est que l'application développée est spécifique, il faut donc disposer de comptes développeurs pour pouvoir la soumettre aux différents app store ; seule la version Android peut être téléchargée hors de *Google Play*. La responsable de la communication utilisant cette plateforme, cette condition n'a pas été limitante pour la période de pilotage.

Au vu de la proportion de nouvelles dans la catégorie *Presse*, l'impact le plus important du KCE semble se faire au niveau des médias. Cependant, les sites web de la presse professionnelle étant faciles à identifier, contrairement à ceux des associations professionnelles ou de patients, on peut raisonnablement penser que l'impact de ces derniers soit encore actuellement sous-estimé. Comparé à la première tentative mise en place en 2008 sur base de *Google Search Engines*, notre outil, automatisant l'indexation des sites sélectionnés, a permis de concentrer l'intervention humaine sur l'étape de sélection à plus grande valeur ajoutée.

Les catégories *Tweet* et *Réseaux sociaux* reprennent des informations qui auparavant n'étaient pas centralisées voir identifiées. L'outil mis en place a donc permis d'augmenter de plus de 25 % le nombre de nouvelles en relation avec le KCE. On peut raisonnablement s'attendre à ce que cette proportion augmente avec le temps, l'usage des réseaux sociaux s'amplifiant1819. De plus, un réseau social majeur n'est pas encore intégré aux sources d'information.

Suite à cette première phase, la responsable communication s'est montrée très enthousiaste. Elle dispose à tout moment d'un aperçu de ce qui se dit du KCE grâce à *Scoop.it*. La direction quant à elle est plus partagée, mettant en balance l'effort investi et la plus-value de l'outil développé dans la récolte de l'information. À ce stade, les directeurs, utilisateurs iOS, ne disposent pas de l'application mobile qui pourrait peut-être mieux correspondre à leur façon de "consommer" l'information, il nous faudra donc évaluer avec eux les améliorations pouvant être apportées au service pour mieux répondre à leurs besoins. Les chercheurs enfin ont à ce stade relativement peu utilisé l'outil. En effet, s'ils sont intéressés par les suites des rapports auxquels ils ont participé, la

majorité compte sur le service communication pour assurer un suivi de fond et offrir une vision synthétique de l'impact de ceux-ci.

La prochaine étape consistera à mettre en corrélation les besoins réactualisés de la direction, des chefs de projet, et les ressources disponibles. Selon les résultats obtenus, l'achat d'une ou plusieurs applications pourrait être envisagé. Si l'option de l'outil gratuit devait être conservée, il serait également intéressant de voir dans quelle mesure les parties prenantes (décideurs politiques, membres du conseil d'administration, praticiens, citoyens-patients, médias) pourraient se l'approprier pour leur propre usage.

## Conclusion

Depuis sa création, le KCE s'interroge sur son impact, il est en effet important que les études scientifiques financées par des fonds publics ne restent pas lettre morte, mais au contraire prouvent leur adéquation aux questions majeures qui se posent pour l'organisation et l'efficacité financière de notre système de soins de santé.

L'outil développé dans le cadre de ce projet permet d'explorer tant le Web que les réseaux sociaux, dont l'importance dans la diffusion de l'information va en augmentant. L'utilisation d'outils gratuits a permis de limiter les coûts et d'explorer de nombreuses options pour chaque élément de la structure mise en place

La structure modulaire de veille mise en place peut être adaptée et donc être réutilisée dans d'autres contextes. Peut-être inspirera-t-elle d'autres collègues, comme nous avons été inspirés par nos collègues du SPF Santé publique ?

**Luc Hourlay**  
**Patrice X.Chalon**  
**Gudrun Briat**

*Centre Fédéral d'Expertise des Soins de Santé (KCE)*

Door Building

Boulevard du Jardin botanique, 55  
1000 Bruxelles

Luc.hourlay@kce.fgov.be  
Patrice.chalon@kce.fgov.be  
Gudrun.briat@kce.fgov.be

**Michele Rignanese**

*SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement*

Eurostation

Place Victor Horta, 40/10  
1060 Saint-Gilles

michele.rignanese@sante.belgique.be

*Avril 2013*

## Bibliographie

### Articles

- Chambaud S, Noailles P. Dossier : Veille et innovation : s'informer pour conquérir de nouveaux territoires. *Documentaliste - Sciences de l'information*, 2011, p. 26-70.
- Chew, C.; Eysenbach, G. Pandemics in the age of Twitter: content analysis of Tweets during the 2009 H1N1 outbreak. *PLoS One* [en ligne], 2010 (consulté le 18 décembre 2012), vol.5, n° 11. <<http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0014118>>
- Cook, S.; Conrad, C. ; Fowlkes, A.L. ; Mohebbu M.H. Assessing Google flu trends performance in the United States during the 2009 influenza virus A (H1N1) pandemic. *PLoS One* [en ligne], 2011 (consulté le 18 décembre 2012), vol.6, n° 8. <<http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0023610>>
- Deschamps C. Dossier : La curation : entre usages individuels et pratiques professionnelles. *Documentaliste - Sciences de l'information*, 2012, p.20-61.
- Eysenbach, G. Infodemiology and infoveillance: framework for an emerging set of public health informatics methods to analyze search, communication and publication behavior on the Internet. *Journal of medical Internet research* [en ligne], mars 2009 (consulté le 18 décembre 2012), vol. 11, n° 1. <<http://www.jmir.org/2009/1/e11/>>
- Signorini, A.; Segre, A.M., Polgreen, P.M. The use of Twitter to track levels of disease activity and public concern in the U.S. during the influenza A H1N1 pandemic. *PLoS One* [en ligne], 2011 (consulté le 18 décembre 2012), vol. 6, n° 5. <<http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0019467>>

### Références Internet

- Google Inc. *FeedBurner* [en ligne] <<http://feedburner.google.com>> (consulté le 12 décembre 2012).
- Google Inc. *Google Alerts* [en ligne] <<http://www.google.com/alerts?hl=en>> (consulté le 5 décembre 2012).
- Icerocket. *ICEROCKET Meltwater Buzz* [en ligne] <<http://www.icerocket.com/>> (consulté le 5 décembre 2012).
- NetPublic. *Boite à outils du veilleur 2.0* [en ligne] <<http://www.netpublic.fr/2012/11/boite-a-outils-veilleur/>> (consulté le 5 décembre 2012).
- *Netvibes* [en ligne] <<http://www.netvibes.com/>> (consulté le 12 décembre 2012).
- Rezoactif. *Splush* [en ligne] <<http://www.splush.net/>> (consulté le 12 décembre 2012).
- Rocket Science Group. *Chimpfeedr* [en ligne] <<http://www.chimpfeedr.com/>> (consulté le 12 décembre 2012).
- Rocket Science Group. *MailChimp* [en ligne] <<http://www.mailchimp.com/>> (consulté le 12 décembre 2012).
- *Scoop.it* [en ligne] <<http://www.scoop.it/>> (consulté le 12 décembre 2012).
- Seowebbs. *Feedroll* [en ligne] <<http://www.feedroll.com/>> (consulté le 12 décembre 2012).
- Social Mention. *SocialMention\** [en ligne] <<http://socialmention.com/>> (consulté le 5 décembre 2012).
- *Topsy* [en ligne] <<http://topsy.com/>> (consulté le 5 décembre 2012).
- Underlying Inc. *Dipity* [en ligne] <<http://www.dipity.com/>> (consulté le 12 décembre 2012).
- Yahoo! *Yahoo! ALERTS* [en ligne] <<http://alerts.yahoo.com/>> (consulté le 5 décembre 2012).
- Yahoo! *Yahoo! Query Language (YQL)* [en ligne] <<http://developer.yahoo.com/yql/>> (consulté le 12 décembre 2012).

### Notes

- <sup>1</sup> *Google Custom Search engine* [en ligne]. Belgian Health Care Knowledge Centre (KCE). <[http://kce.docrsources.info/opac/index.php?lvl=categ\\_see&id=2926](http://kce.docrsources.info/opac/index.php?lvl=categ_see&id=2926)> (consulté le 8 janvier 2013).

- 2 Poortvliet, E.P., Vijfvinkel, D., Vennekens, A., van Hoesel P., Daue, F. *Study into the impact of the Belgian Health Care Knowledge Centre* [en ligne]. Belgian Health Care Knowledge Centre (KCE), 2010 (consulté le 18 décembre 2012). <[https://kce.fgov.be/sites/default/files/page\\_documents/2008-55\\_hsr\\_impact\\_study%20kce.pdf](https://kce.fgov.be/sites/default/files/page_documents/2008-55_hsr_impact_study%20kce.pdf)>.
- 3 Employer branding et communication de recrutement [en ligne] Chancellerie du Premier Ministre. 2012 (consulté le 18 décembre 2012) <[http://www.fedweb.belgium.be/fr/binaries/COMM%2024%20F%20-%20Internet\\_tcm119-199524.pdf](http://www.fedweb.belgium.be/fr/binaries/COMM%2024%20F%20-%20Internet_tcm119-199524.pdf)>.
- 4 Malingre M-L. Développer une veille personnelle avec les alertes, les fils RSS et les pages personnalisables. [en ligne] Unité Régionale de Formation à l'Information Scientifique et Technique Rennes, 2012 (consulté le 18 décembre 2012), Présentation ppt, 73 diapos. <[http://dl.dropbox.com/u/18886369/StageVeille\\_AlertesRSSPagesperso.ppt](http://dl.dropbox.com/u/18886369/StageVeille_AlertesRSSPagesperso.ppt)>.
- 5 Chartron, G. *La veille dans le contexte de l'enseignement supérieur et de la recherche*. In : Cachan Énsd, editor. Journée Go!Doc. 61, avenue du Président Wilson 94235 Cachan : École normale supérieure de Cachan ; 2010.
- 6 Fontaine F. Les typologies de veille. In : RégionsJob Ce, editor. *Regards croisés sur la veille* [en ligne], 2011. p. 5-8. <[http://www.regionsjob.com/ebook/regards\\_croises\\_veille/ebook\\_veille.pdf](http://www.regionsjob.com/ebook/regards_croises_veille/ebook_veille.pdf)>.
- 7 La curation consiste à sélectionner, commenter et partager des informations autour d'un sujet spécifique sur le web.
- 8 L'interface de gestion des nouvelles de Scoop.it a été modifiée en de mars 2013. Il maintenant est possible de sélectionner les nouvelles en affichant en même temps la partie publique de l'outil.
- 9 Chalon X. P. Providing a library barre d'outils that interacts with the ILS for a better service to our users [en ligne] in European Association for Health Information and Libraries. *Health information without frontiers*. Bruxelles, 4-6 juillet 2012 (consulté le jeudi 17 janvier 2013) <<http://sites-final.uclouvain.be/EAHIL2012/conference/?q=node/584>>.
- 10 Un Widget interactif est un élément graphique ajouté à une page web ou une application qui affiche des informations de manière automatique.
- 11 Zimmer T. Yahoo Pipes : Colonne vertébrale d'une plateforme de veille multilingue, performante et gratuite In : RégionsJob Ce, editor. *Regards croisés sur la veille* [en ligne], 2011. p. 51-54. <[http://www.regionsjob.com/ebook/regards\\_croises\\_veille/ebook\\_veille.pdf](http://www.regionsjob.com/ebook/regards_croises_veille/ebook_veille.pdf)>.
- 12 Degoul Paul. *Introduction à la mise en place d'une plateforme de veille à partir d'outils gratuits* [en ligne]. Stratieo, 2012 (consulté le 30 janvier 2012) <<http://www.stratieo.com/introduction-a-la-mise-en-place-dune-plateforme-de-veille-a-partir-doutils-gratuits/>>.
- 13 otterapi : Topsy's otter API. [en ligne]. Topsy Labs, Inc. (consulté le 4 février 2013) <<http://code.google.com/p/otterapi/>>.
- 14 Gilbert Tekli. *Manipulation des données XML par des utilisateurs non-experts* [en ligne]. Université Jean Monet, 2012 (consulté le 30 janvier 2013). Thèse de Doctorat en Informatique. 219 p. <<http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00697756/>>.
- 15 *Diffuser ses résultats de veille* [en ligne]. Veillestrat, 2013 (consulté le 30 janvier 2013) <<http://veille-strat.com/2013/01/16/diffuser-ses-resultats-de-veille/>>.
- 16 Depuis le 12 mars 2013, il est Scoop.it offre la possibilité d'utiliser Mailchimp pour l'envoi d'une newsletter reprenant le contenu d'un Topic. Il faut noter que le paramétrage proposé reste assez pauvre (nombre de news à afficher, options de partages).
- 17 Henrikson U. Jenise. *The Growth of Social Media: An Infographic* [en ligne]. Search engine Journal (SEJ), 30/08/2012 (consulté le 31 janvier 2013) <<http://www.searchenginejournal.com/the-growth-of-social-media-an-infographic/32788/>>.
- 18 Panorama des réseaux sociaux : Qu'est-ce qui a changé en 2012.[en ligne]. *L'autre.media* [en ligne], 23 janvier 2013 (consulté le 31 janvier 2013) <<http://www.lautremedia.com/medias-sociaux/infographie-que-sest-il-passe-sur-les-medias-sociaux-en-2012/>>.
- 19 Bizzoto, E. Internet sur mobile : l'évolution en une infographie. [en ligne]. *L'usine nouvelle*, 15 novembre 2012 (consulté le 1<sup>er</sup> février 2013) <<http://www.usinenouvelle.com/article/internet-sur-mobile-l-evolution-en-une-infographie.N186220>>.