

Articles du 28 novembre 2003

Dans cette édition :

1. Santé et Internet : l'Alberta ouvre la voie
2. Le transfert intergénérationnel des savoirs ou comment créer les conditions nécessaires au partage des connaissances
3. La personnalisation des sites Web ne garantit pas le succès en commerce électronique

1. Santé et Internet : l'Alberta ouvre la voie - L'Alberta est sur le point de lancer ce qui sera sûrement la première initiative canadienne de gestion électronique de dossiers patients. Appelé EHR pour « *Electronic Health Record* », ce projet de 59 millions de dollars devrait être implanté au printemps 2004.

Un tel système permettra aux intervenants du milieu de la santé de consulter et de modifier l'information au dossier médical de leurs patients directement par Internet. En plus d'être accessible par le Web, une version de ce système sera intégrée à un autre système déjà en place. Utilisé par de nombreux médecins de la province, celui-ci, permet la consultation électronique des dossiers médicaux (*electronic medical records system*).

Outre des renseignements sociodémographiques (date de naissance, adresse, etc.), il sera possible de trouver et de mettre à jour dans les dossiers en ligne, de l'information sur les différentes allergies des patients, des résultats de tests laboratoires ou de tests médicaux ainsi que la liste des différents médicaments prescrits.

Seule les personnes autorisées auront accès à l'information contenue dans les dossiers patients. Par contre, afin d'assurer la sécurité du contenu informationnel et de respecter les règles qui prévalent dans la province en matière de protection des renseignements personnels, différents niveaux d'autorisation seront distribués. « Ceci signifie que différentes personnes avec différentes fonctions ont différents droits d'accès à l'information » explique M. Barry Burke, directeur général du secteur des soins de santé chez IBM Canada. Ainsi, les patients albertains pourront choisir volontairement de masquer certains renseignements aux yeux de certains intervenants.

Pour arriver à ce résultat, le commissaire à la vie privée de l'Alberta, ainsi que des experts du gouvernement albertain sur les questions de protection des renseignements personnels et de sécurité du contenu informationnel, ont été invités à collaborer au projet EHR.

Le projet EHR est d'ailleurs né de la collaboration du gouvernement provincial de l'Alberta avec différentes organisations du milieu de la santé, d'Alberta SuperNet (1), de l'Inforoute Santé du Canada et d'IBM Canada Ltée. Cette approche collaborative serait à l'origine du succès de l'Alberta en tant que première province à mettre en place un tel système. En effet, selon M. Burke, l'Alberta se retrouverait en tête de lice en matière de dossiers patients électroniques parce que les différents intervenants du milieu ont été appelés à

s'asseoir autour d'une même table. Ainsi, ils ont pu puiser dans leurs expériences afin de créer un projet qui prend en compte l'ensemble du système de santé albertain.

(1) Réseau à large bande reliant 4 700 édifices gouvernementaux, écoles, bibliothèques et institutions de soins de santé dans 422 communautés de l'Alberta.

Rédactrice : Caroline Jacob, analyste-conseil en veille stratégique, CEFRIO

Sources : Kathleen Sibley, « Alberta prepares to make patient record history », *ITBusiness.ca*, 6 novembre 2003.

<http://www.itbusiness.ca/index.asp?theaction=61&lid=1&sid=53995&adBanner=eGovernment>

Site Internet d'Alberta SuperNet:

<http://www.itbusiness.ca/index.asp?theaction=61&lid=1&sid=53995&adBanner=eGovernment>

2 - Le transfert intergénérationnel des savoirs ou comment créer les conditions nécessaires au partage des connaissances

- Comme en témoigne le succès sans précédent du récent colloque du CEFRIO(1), la gestion des connaissances demeure certainement un sujet tout à fait actuel. Et, entre toutes les thématiques associées à ce vaste champ de recherche, la problématique du transfert intergénérationnel des connaissances retient de plus en plus l'attention jusqu'à devenir LA préoccupation de l'heure en la matière.

Or, cet engouement pour le transfert intergénérationnel des savoirs s'explique aisément. Bien qu'elles n'aient pour la plupart rien entrepris à ce jour en la matière, la grande majorité des organisations est en effet – et de plus en plus – bien au fait que, si cette tendance se maintient, il y aura très bientôt péril en la demeure.

Car, selon les experts, ce qui est véritablement à craindre avec le départ massif des baby-boomers vers des cieux plus cléments est bien moins une pénurie de main-d'œuvre qu'une fuite des savoirs-faire et des connaissances stratégiques qu'ils ont accumulés au fil des années sous forme de compétences et d'expertise. Pour Peter Cappelli, professeur en gestion et directeur du Center for Human Resources à la Wharton School, il tombe sous le sens que les organisations doivent concentrer leurs efforts à la mise en place de mécanismes assurant la rétention de la part intangible, mais ô combien précieuse, de ces savoirs pour éviter qu'elle ne soit joyeusement emportée par les baby-boomers ayant choisi de tirer leur révérence.

Mais encore, comment donc les organisations peuvent-elles relever un tel défi et réussir à la fois à préserver l'expertise des travailleurs qui prendront leur retraite et à intégrer les nouveaux venus de façon efficace?

Si la réponse traditionnelle à ce problème consiste souvent à instaurer des initiatives de mentorat ou des stages d'observation, le recours aux TI permet cependant d'aborder la question de façon différente. Des initiatives associées à la gestion des connaissances (communautés de pratique, inventaires des meilleures pratiques, forums de discussion, etc.) peuvent en effet être mises de l'avant pour saisir, transférer et conserver les savoirs

stratégiques d'une organisation et en bout de ligne, produire du matériel tangible et transmissible.

C'est dans ce contexte et dans la foulée de ses travaux précédents autour de la gestion des connaissances et des communautés de pratique que le CEFRIO a officiellement donné le coup d'envoi le 19 novembre dernier à un nouveau projet de recherche portant sur le transfert intergénérationnel des savoirs(2). L'étude de cette problématique par le CEFRIO vise à répondre à de nombreuses interrogations, notamment :

- Comment identifier les savoirs utiles à transférer ou essentiels à transmettre? Ou encore, sur quelles connaissances agir en priorité?
- Quelle est la position de l'employé actuel face au mentorat en réseau, au télétravail, aux communautés de pratique, etc.?
- Quelles politiques de ressources humaines et quelles pratiques de gestion sont actuellement utilisées et s'avèrent prometteuses pour faciliter le transfert des savoirs?
- Quelles sont les technologies ou leurs applications (télétravail, mentorat en réseau, communauté de pratique, e-learning, etc.?) les plus susceptibles du supporter de façon efficace la transmission des connaissances?

L'initiative du CEFRIO paraît enfin tout à fait novatrice puisque, contrairement aux travaux précédents sur le sujet, le transfert des connaissances n'y sera pas traité de façon univoque, les savoirs-faire et l'expertise circulant nécessairement des aînés vers les plus jeunes, mais bien selon une approche centrée sur la réciprocité. Car si les vétérans ont certes beaucoup à apprendre aux nouveaux travailleurs, ces derniers sont eux aussi détenteurs de savoirs particuliers et peuvent ainsi grandement contribuer à enrichir le capital de connaissances de l'organisation.

Notes :

1- Tenu au Centre des congrès de Québec les 18 et 19 novembre derniers, cet événement d'envergure internationale sur la gestion du savoir a en effet réuni près de 700 participants. Pour plus de détails, consulter le site du colloque <http://www.cefrio.qc.ca/conference2003/default.html> ou encore, télécharger gratuitement les différentes présentations y ayant été entendues http://www.cefrio.qc.ca/Actes/acte_05.cfm.

2- Pour plus d'information sur ce projet mené en partenariat et auquel participeront plusieurs chercheurs, veuillez contacter Marcel Gilbert (marcel.gilbert@cefrio.qc.ca), directeur développement de projets au CEFRIO.

Rédactrice : Catherine Lamy, analyste-conseil en veille stratégique, CEFRIO

Sources :

Kimiz Dalkir, « Enrayer la perte du capital intellectuel : une approche à trois niveaux », 5^e Congrès international sur la gestion du capital intellectuel, Hamilton (Ontario), janvier 2002, http://www.teximus.com/documents/ICMarticle_fr.pdf

Megan Santosus, « When (or if) the Boomers Say Bye-Bye », CIO Magazine, 15 novembre 2003, <http://www.cio.com/archive/111503/reality.html>

3. La personnalisation des sites Web ne garantit pas le succès en commerce électronique

– Les entreprises qui misent sur la personnalisation de leur site Web pour en augmenter la fréquentation ou pour hausser leurs ventes en ligne sont susceptibles de se confronter à une réalité fort décevante. En effet, une récente étude de Jupiter Research révèle que les cybercommerçants ont davantage intérêt à concentrer leurs efforts sur des améliorations dites de base à leur site Internet plutôt que sur la personnalisation.

Selon l'enquête de Jupiter Research, un très faible pourcentage de consommateurs préfèrent acheter (14 %) ou s'informer (8%) à partir de sites qui offrent des suggestions personnalisées. Par contre, des qualités de base comme la rapidité d'accès aux pages Web et la facilité de navigation apparaissent comme des incitatifs majeurs à la fréquentation régulière (respectivement 54 % et 52 %) ou à l'achat en ligne (respectivement 37 % et 48 %).

Par ailleurs, il semble que les coûts de développement et d'opération d'un site Web personnalisé soient de quatre fois ou plus supérieurs à ceux d'un site Web dynamique. Matthew Berk, directeur de la recherche chez Jupiter Research, souligne que la plupart des projets de personnalisation de sites Web étudiés n'ont pas permis de rendements des investissements satisfaisants.

Ainsi, les résultats obtenus lors de l'enquête vont plutôt à l'encontre du mythe voulant qu'un tel site soit profitable, tant pour le visiteur que pour le gestionnaire du site. L'interaction avec les consommateurs étant efficace en situation de mercatique directe ou de centres d'appels, il est étonnant de constater qu'elle l'est moins sur la toile. On peut expliquer cette réalité par le fait qu'un bon nombre de consommateurs sont d'un naturel suspicieux envers les sites qui cherchent à extraire ou à obtenir des renseignements sur eux. D'ailleurs, plus du quart des répondants ont mentionné éviter les sites de personnalisation et ceux où l'on doit s'enregistrer. Également, il faut considérer que les gens qui magasinent en ligne cherchent, la plupart du temps, un bien ou un produit en particulier. L'apparition d'une fenêtre publicitaire (pop-up ad) ou d'une recommandation relativement à un produit recherché dans le passé devient alors inutile, voire agressive.

Toutefois, Richard Hughes, directeur chez Broadvision, croit que l'on doit reconsidérer la personnalisation du site Web. Le message lié à la personnalisation a été « simplifié et réduit à quelque chose de superficiel ». On a fait miroiter l'augmentation des ventes en moussant l'offre du bon produit au bon moment. Bien que cet avantage soit possible, il ne faut pas oublier que le fait d'offrir ou de suggérer des produits ne signifie pas, d'abord, que ces suggestions reflètent les réels besoins des consommateurs, et ensuite, que ces derniers achèteront nécessairement chez eux.

Rédactrice : Isabelle Poulin, documentaliste, responsable du service SISTech, CEFRIO

Sources :

Jupiter Research. Jupiter Research reports that Web site « personalization » does not always provide positive results [communiqué de presse], 14 oct. 2003, <http://www.internet.com/corporate/releases/03.10.14-newjupresearch.html>

« Personalization not the secret to e-commerce », *Cyberatlas*, 14 nov. 2003, http://cyberatlas.internet.com/markets/retailing/article/0,,6061_3092341,00.html

« Report slams Web personalization », *CNET News.com*, 14 oct. 2003, http://news.com.com/2100-1038_3-5090716.html?tag=nefd_top

Ce bulletin est préparé par le CEFRIO :

Pour consulter les archives du bulletin : http://www.cefrio.qc.ca/pub_bul.cfm

Reproduction: les nouvelles du bulletin SISTech peuvent être reproduites à des fins non commerciales à la condition expresse d'indiquer la mention suivante: Bulletin SISTech, CEFRIO et de créer un hyperlien à l'adresse : <http://www.infometre.cefrio.qc.ca>