



la newsletter



par Veille Magazine

www.icc2008.info

sommaire

• la tendance

• au fil des stands

• DowJones

la révolution des outils est en cours

• Sinequa

fidélise les grands noms de la presse

• AMI

Ecouter, organiser, analyser, diffuser

• System

Pionnier du reporting managérial

• Whatever

Expert en Enterprise Social Search

• Iscope

présente le nouveau portail Web 2.0 de KeyWatch

• Ardans

La profusion d'applications

• BlueKiwi

et son livre blanc sur l'entreprise 2.0

• Exalead

s'allie à KB Crow

• Mindjet Connect

Place au mapping collaboratif



La 5e édition des Rencontres ICC

vous donne rendez-vous

le 7 et 8 octobre 2009

sur le Toit de la Grande Arche
de la Défense

la tendance

Un marché qui privilégie la performance collective et l'aide à la décision

Et s'il fallait retenir deux ou trois choses d'ICC cette année, que retiendrait-on ? Premièrement une plus grande diversité constatée au niveau des exposants, des visiteurs, des thématiques. Ensuite, une véritable adhésion aux principes d'efficacité par la création collective de sens et de performance. Enfin, la gouvernance des systèmes d'information ouvre la voie d'une convergence inéluctable entre information structurée et non-structurée : la maîtrise de l'information stratégique s'infiltré dans la Business Intelligence.

Les éditeurs ont encore une fois marqué leur conviction : la veille et l'Intelligence économique constituent un vrai marché, très sollicité, masqué parfois, mais réel. Autour d'une majorité d'exposants qui accompagnent ICC depuis quatre ans, de nouveaux entrants comme System et Whatever viennent bénéficier de l'intérêt d'un visitorat professionnel.

Le monde du conseil commence à peine à pointer son nez. Quel regret ! Quel challenge ! Et pourtant leurs témoignages participeraient d'une meilleure compréhension de leur indiscutable valeur ajoutée.

Et la demande existe. Pour preuve, avec plus de 1.600 visiteurs sur deux jours, la 4e édition marque une légère progression d'environ 10 % par rapport à 2007. C'est mieux mais ce n'est pas l'essentiel. Ce visitorat se distingue par un niveau d'information élevé, et se déplace essentiellement pour deux raisons : le networking et la découverte. Difficile de leur présenter des débats déjà dévoilés, des cas d'applications rodés sur d'autres plateaux. Ils connaissent, forcément c'est leur métier.

Toujours à la recherche de solutions directement liées à l'amélioration structurelle de leurs organisations, ces "curieux professionnels" sont à l'affût d'innovations opérationnelles, originales et efficaces. C'est autour de ces enjeux, que "l'exception française" suscite intérêt et sympathie de la part d'observateurs étrangers avertis : les horizons de la francophonie et de l'Euro-Méditerranée seront nos prochaines frontières. **JS.**

• • • les focus

Intelligence collective

Faciliter l'innovation par la collaboration

Philippe Mathieu, responsable du marketing de Lotus pour la France.

Innovation

« Structurer le nuage informationnel de l'entreprise pour servir les applications métier »

François Bourdoncle, Co-fondateur et Directeur de la Stratégie

La pratique de l'Intelligence économique en Algérie

Réelle volonté de mise en œuvre ou simple effet de mode

Mustapha Bouroubi, Enseignant, Veil-Tech

Besoins et pratiques

Quel avenir pour la veille et l'information professionnelle?

A partir d'une étude menée aux USA sur les évolutions des besoins et des pratiques des professionnels de l'information, Dow Jones a décidé de conduire en France une analyse similaire et d'en dégager à l'occasion d'ICC, les points de convergence et les différentiels. Au cœur de ces interrogations, la pénétration des nouveaux formats (textes, sons, images, réalisations audiovisuelles,...) sur le poste de travail, conjuguée avec de multiples vecteurs en réseau (intranet, web, blog, forum, newsletters, spots, flash d'infos...) rend nécessaire un nouveau mode d'organisation. Alors qu'en est-il ?

Pour Jean-Pierre Bernat, qui participait à cette table-ronde, trois types principaux d'évolutions peuvent être distingués. Le premier pourrait être qualifié "d'effet de mode" : on change parce qu'il est valorisant de ne pas faire toujours la même chose, c'est rarement utile (quoique ...), c'est toujours coûteux, cela à souvent une connotation péjorative (snobisme, suivisme, ...). Le second serait lui qualifié "d'évolution naturelle", la meilleure illustration se retrouve dans le monde de la technologie où le travail quotidien se mesure à l'évolution des produits qu'il génère. On ne roule pas dans les mêmes autos que celles qui ont transporté les générations précédentes, et l'informatique est caractérisée par la fameuse loi de Moore. C'est souvent utile et, en principe, assez rassurant car prévisible et même programmable. Il y a enfin des changements imposés par des contraintes externes. C'est ce qu'on

qualifie généralement de "changement de paradigme". Rappelons qu'on nomme paradigme une représentation du monde, une manière de voir les choses, ... C'est dérangeant, voir traumatisant, pourtant il est essentiel d'y adhérer faute de quoi on risque rapidement une obsolescence cause de nombre de disparitions. L'analyse faite par Dow Jones sur une base américaine, puis sa transposition à l'environnement français, montre bien que les veilleurs vont devoir évoluer dans leurs pratiques. Le point le plus important est, par exemple, celui des tendances futures, dans lesquelles les veilleurs (français) pensent qu'ils feront plus d'analyse et de synthèse d'information dans le futur, que la création et la diffusion de l'information croitra au détriment de la recherche et de la collecte. Ce qui entraîne le passage d'une liste de résultats à un plan d'action défini et organisé. Les maîtres mots sont alors :

La gestion de l'information et, de manière plus générale, les techniques de veille, subissaient jusqu'à présent une évolution du deuxième type. Au fil de la mise à disposition de logiciels plus sophistiqués la traque devenait plus pertinente, et l'analyse plus ciblée. Puis est arrivé le Web 2.0, qui provoque une révolution profonde dans les milieux de la gestion de l'information.

Mark Bootherstone,
Dow Jones Factiva



Découverte –
Visualisation - Web
sémantique et
Intégration.
L'essentiel de la discussion qui a suivi a souligné un fait très

important : la révolution des outils est en cours (et même bien avancée) mais, pour qu'elle soit utile, il est urgent de procéder maintenant à une révolution des mentalités. JP Bernat

Réf : La Loi de Moore a été exprimée en 1965 dans « Electronics Magazine » par Gordon Moore, ingénieur de Fairchild Semiconductor, un des trois fondateurs d'Intel. Constatant que la complexité des semi-conducteurs proposés en entrée de gamme doublait tous les ans à coût constant depuis 1959, date de leur invention, il postulait la poursuite de cette croissance (en 1965, le circuit le plus performant comportait 64 transistors). Cette augmentation exponentielle fut rapidement nommée Loi de Moore ou, compte-tenu de l'ajustement ultérieur, Première loi de Moore.

System est une petite entreprise toulousaine de 4 personnes, qui édite et vend Beam-Report un logiciel de reporting managérial, encore sans concurrence. L'entreprise est dirigée par Michel Lefevre, 55 ans, ingénieur ESE, qui a 20 années d'expérience des industries « high tech » dans diverses sociétés du groupe EADS. « A l'origine du développement de cet outil, un constat simple », explique Jérôme Lelasseux, responsable commercial. « Dans presque toutes les grandes entreprises, le Rapport d'Activité (hebdomadaire ou mensuel) est un élément essentiel des processus de management, pourtant il est considéré unanimement comme fastidieux, coûteux, et peu efficace. Il fallait un outil enfin adapté à la problématique de ce reporting, pour obtenir une information pertinente, peu coûteuse à produire, commode à exploiter, apportant une vraie valeur ajoutée dans les processus de pilotage d'équipe. »

SYSTEM PIONNIER DU REPORTING MANAGERIAL



Michel Lefevre, Pdg System

Beam-Report est un logiciel ultra-léger, dont le déploiement est très rapide et qui ne vaut que quelques centaines d'euros. System accompagne ses clients dans le paramétrage initial de Beam-Report et prend en compte les besoins, les habitudes et les enjeux de chaque entité. La mise en œuvre est rapide, 2 à 6 semaines, avec un coût interne très réduit. AIRBUS, le CNES, Thales AleniaSpace, EADS Astrium l'utilisent, mais Beam-Report ne se limite pas à l'industrie et convient aussi aux sociétés de service, banques, assurances, mutuelles.

En septembre 2008, System a déployé 1000 licences Beam-Report à l'Engineering d'AIRBUS. Avant l'introduction de Beam-Report, l'information reposait sur des « weekly-reports » (compte-rendus d'activité) en texte libre, structurés par des outils traditionnels. Ce processus manquait d'automatisme et comportait des contraintes. Plus de 1000 ingénieurs et managers d'AIRBUS utilisent désormais Beam-Report pour rédiger, consolider et exploiter les weekly-reports. Pour M. Murail, responsable de projet chez AIRBUS, « on a atteint l'objectif de faire « simple » grâce à la souplesse de l'outil. Sa grande facilité d'utilisation nous a permis de le mettre en œuvre sur plusieurs sites Européens en minimisant les évolutions dans les habitudes de travail locales. » M. Boris

valeurs sûres

Sinequa fidélise les grands noms de la presse et du e-commerce

Sinequa va bien, merci ... et continue de marquer des points dans la bataille des grandes références. Avec 60% de croissance sur le marché français, Sinequa mise simultanément sur la croissance internationale en se concentrant sur son corps de métier, celui d'un moteur de recherche essentiellement présent dans la presse et le e-commerce. Cet automne, en quelques semaines, plusieurs annonces renforcent le dynamisme de l'éditeur.

Le Monde et le Télégramme confirment leur confiance

On sait qu'historiquement le secteur de la presse est un des fleurons de l'entreprise. Cela se confirme. Le Monde a renouvelé sa confiance en Sinequa CS dans un projet stratégique de modernisation du traitement de l'information.

Toujours client historique du domaine, Le Télégramme, qui figure parmi les dix premiers quotidiens régionaux français, poursuit la modernisation de ses outils de gestion de contenu au travers de la technologie Sinequa CS afin de « conserver une certaine avance technologique tout en répondant à des objectifs stratégiques ». C'est ainsi que dans le cadre d'un projet de services de back office comprenant une centrale d'achat et de référencement, Gedimat, le premier groupement français de distributeurs indépendants de matériaux de construction et de bricolage, a retenu le moteur de recherche et de navigation « pour ses capacités de gestion de la sécurité, sa connectique aux données de l'entreprise et la pertinence des réponses ».

Pour ICC, le focus s'est porté sur la mémoire de projet avec le témoignage d'Eric Juin, Responsable Knowledge Management et e-Service de BOUYGUES CONSTRUCTION. Le contexte des départs en retraite massifs entraînant une perte de savoir et de savoir faire conjugués aux effets des fusions et acquisitions, obligent les entreprises à intégrer de nouvelles expertises. Le facteur temps devient crucial pour localiser l'information de manière sécurisée, détecter les experts et faciliter la diffusion de la connaissance et sa capitalisation. Jean-Louis Ermine, Fondateur du Club Gestion des connaissances et Doyen de la Recherche INT Management, explicita, en introduction les modalités de construction de cette mémoire de projet.



Photo : Vincent Hochart, Directeur Commercial



Ecouter, organiser, analyser et diffuser...

l'opinion au plus près

Opinion Tracker d'AMI Software poursuit sa conquête des cibles marketing en démontrant sa capacité à maîtriser l'information produite par la blogosphère. Pour mémoire AMI Opinion Tracker est composé de quatre modules principaux, qu'Alain Beauvieux, son Pdg, synthétise par quatre verbes : écouter, organiser, analyser et diffuser... A partir de larges panels de sources allant des blogs généralistes dits « long tail » à des sites faisant autorité, forums et autres lieux d'expression sur Internet, la solution automatise les tâches de suivi et d'analyse de ces milliers de parcelles d'opinion et d'information. Les nuages de tags s'amoncellent et cristallisent les thèmes clés. Les premiers pas accomplis en

avril, se sont confirmés dès le mois de juin au travers d'une étude sur l'univers du luxe. Les travaux menés sur ce sujet par l'IFOP conjugués aux apports d'Opinion Tracker ont apporté toutes les preuves des impacts de la blogosphère sur les marques. Au passage, la mutation d'un internaute « passif et simple lecteur » à un internaute beaucoup plus « actif et rédacteur » est définitivement entérinée.

Dans cette même logique, Catherine Motquin, Spécialiste en études de marché internationales, Directrice des études chez Coty Prestige (Lancaster Group et LCI Cosmetics) a expliqué lors de la conférence d'ICC pourquoi et comment l'analyse de l'opinion des internautes se plaçait désormais au cœur du lancement d'un nouveau produit.

Cette vigilance déployée sur la blogosphère conduit Alain Beauvieux à un constat : « nous assistons à un changement de valeurs qui impacte notre façon de consommer. Le consumérisme classique qui consistait à toujours acheter plus est remis en question. Des interrogations se multiplient.

Aujourd'hui on veut "Consommer moins pour consommer mieux".

Ce phénomène porte un nom : la déconsommation, et a déjà son observatoire développé par l'UDA (Union des Annonceurs) en partenariat avec AMI Software. Présenté par Françoise Renaud, Directrice Recherche Marketing et Nouvelles Technologies (UDA) lors d'une conférence au SEMO, cet observatoire souligne l'engouement rencontré : « Le concept même de consommation responsable séduit de plus en plus de Français. L'observatoire de la déconsommation se fixe pour objectif non seulement de traquer les tendances émergentes en ce domaine, mais également de cerner ce nouveau mode de vie. »

Si les changements s'inscrivent dans les cycles naturels de la vie économique, sociale, politique, leur accélération et leur amplitude deviennent fulgurantes. Nos capacités à les comprendre et si possible à les anticiper doivent sans cesse se renouveler. Sans outil adapté, la tâche risque d'être de plus en plus difficile. JS

Whatever expert en Enterprise Social Search

Créé sous l'impulsion d'Olivier Verbeke (CEO) et Antoine Perdaens (COO), Whatever utilise des technologies collaboratives innovantes pour répondre aux besoins croissants de partage et de gestion de la connaissance en entreprise. Situé dans le pôle technologique de l'Axis Park à Louvain-la-Neuve, en Belgique, la société comprend aujourd'hui quinze personnes, – jeunes talents et experts reconnus Sur ICC 2008, Whatever présentait en avant-première la version 2.3 de son logiciel de gestion et de partage des connaissances Knowledge Plaza. Pour Fabienne Vandekerkove, Chief Knowledge Officer, « la connaissance émerge du réseau. Elle y circule, vit et grandit. L'intelligence est collective, c'est ce que nous appelons l'Enterprise Social Search. »



Knowledge Plaza, soutenue et parrainée par une importante société de conseil, est actuellement expérimentée sur des sites pilotes

dans le domaine pharmaceutique et la communication.

Knowledge Plaza est une solution ouverte, flexible et intuitive de partage de l'information et de la connaissance. La Plaza est le lieu de rencontre entre ceux qui savent et ceux qui cherchent, à l'intersection de l'information interne et des sources externes. Knowledge Plaza permet aux utilisateurs de partager et gérer des onglets internet, des documents et des fichiers, des e-mails, des contacts aussi bien que sa propre expertise. A travers ses facettes, tags et boîtes de recherche contextuelle, Knowledge Plaza garantit que la connaissance ne sera pas perdue. Elle permet une recherche effectuée directement dans les sites favoris d'un collègue expert du domaine, dans les documents de son chef de projet ou les contacts de son directeur commercial.

Parallèlement à ses activités d'éditeur, la société Whatever organise des formations et des séminaires pour maîtriser le web et ses outils. « Smart Web Searching » est une formation pratique d'une journée, destinée à toute personne désireuse d'utiliser Internet comme source efficace d'investigation. « Smart Web Tools » initie à une série d'outils qui permettent une gestion optimale de l'information diffusée sur le web.

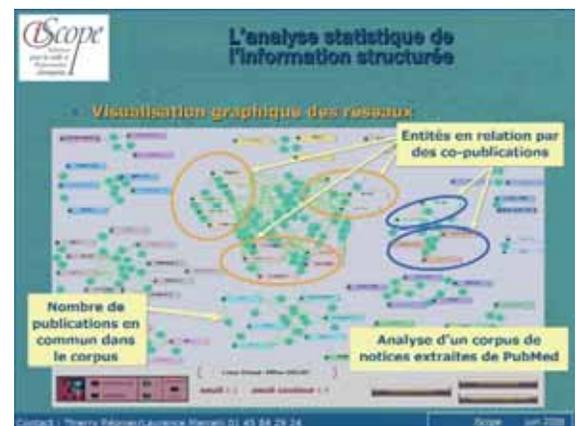
M. Boris.

Thierry Régnier, spécialiste des outils de veille, présentait le nouveau portail Web 2.0 de KeyWatch, un espace de travail personnalisable pour partager et produire une information élaborée, avec ajustement de la taille des caractères, réorganisation automatique des fenêtres, personnalisation entête et corps, sauvegarde de la configuration, aide. Le nouveau portail permet de poster des notes, comme mémo ou à l'attention d'autres utilisateurs. Des informations sélectionnées peuvent être envoyées par mail, au format PDF, OpenDocument, RSS ou Zip. Les rapports sont personnalisables.

Iscope présente le nouveau portail Web 2.0 de KeyWatch

KeyWatch version 4 est une plateforme logicielle pour la veille stratégique, la veille économique et financière, la veille concurrentielle, la veille image. C'est une solution intégrée opérationnelle en quelques heures avec de multiples possibilités de personnalisation et une gestion souple de la montée en puissance.

Iscope assure des formations sur les méthodes et les outils de la veille ainsi que de sensibilisation aux enjeux de l'intelligence économique au sein de plusieurs organismes, Ministère de la Défense, Ecole Supérieure d'Informatique, d'Electronique et d'Electrotechnique (ESIEE), université d'EVRY et d'industriels.



les organisations qui vivent le km

Alain Berger, directeur général d'Ardans, présentait la version 2 d'Ardans Knowledge Maker et une profusion d'applications personnalisées en entreprise.

Ardans Knowledge Maker répond aux besoins des organisations qui désirent capitaliser et valoriser leurs connaissances et maîtriser la boucle de retour d'expérience. Son noyau AKM Kernel et ses modules compagnons offrent, via une simple interface Web, une ergonomie adaptée à la consultation et à l'évolution de ces connaissances.



La profusion d'applications d'Ardans

Parmi les nombreuses applications personnalisées d'Ardans en entreprise, citons CLEOPATRA, cahier de laboratoire électronique ouvert au système de gestion du patrimoine et de la qualité d'AbAg, société qui développe des outils innovants de diagnostic sérologique des maladies infectieuses humaines. Il y avait également NIMPHEAS, projet pilote de la Société Générale, qui aide les opérateurs des back-offices à disposer des bonnes pratiques pour le traitement d'opérations complexes.. L'application a permis d'accélérer la montée en compétence des opérateurs et de diviser par deux leur durée de formation. Le projet-pilote est étendu en raison de son succès, appliqué d'abord à une centaine de personnes, actuellement à 300, à terme à 2500.



Les références de Knowledge Maker sont nombreuses, ArcelorMittal, PSA, Mitsubishi Electric, EDF, Vinci, Stago, Inserm, Fondation du Rein, Veolia, SNCF, Ministère de l'Équipement, Ministère de la Justice, Mairie de Courbevoie, etc

Exalead s'allie à KB Crawl

Exalead, c'est plus de 155 personnes, plus de 170 clients, le doublement du personnel et le triplement du CA en 2007, le seul moteur de recherche français dans la Magic Quadrant du Gartner, l'axe principal du projet de moteur de recherche multimédia Quaero.

Et qui se ressemble s'assemble : l'entreprise dynamique s'allie à une autre entreprise dynamique, KB Crawl - 20 personnes, près de 500 sites en France, le spécialiste de l'automatisation de la veille sur Internet.

C'est à la demande de clients que KB Crawl et Exalead ont décidé d'interfacer leurs produits de veille sur Internet, de moteur de recherche et d'indexation, pour arriver à une solution optimale.

KB Crawl axe une partie de ses efforts commerciaux vers l'international et compte déjà des clients dans plusieurs pays grâce à sa version anglaise du logiciel : Belgique, Luxembourg, Suisse, Canada, Maroc, Pays-Bas, Grande-Bretagne. Il s'apprête à lancer une véritable plate-forme de veille..

Exalead, à la confluence des moteurs d'entreprise et grand public a une technologie unique qu'il décline en outils desktop, entreprise et datacenter. Ses derniers perfectionnements concernent la cartographie, l'extraction d'entités, le speech to text. 100 millions de visiteurs uniques mensuels utilisent la technologie Exalead. M. Boris

Lire l'interview de François Bourdoncle - Focus Innovation

BlueKiwi sort un livre blanc sur l'entreprise 2.0

BlueKiwi, créé par Carlos Diaz, ex-PDG du groupe Reflect, adapte les usages du Web 2.0 à l'univers professionnel en proposant aux entreprises une suite logicielle leur permettant d'adopter pour leur communication interne les blogs, wikis, RSS, réseaux sociaux et autres widgets.

La société, spécialiste de solutions de réseau social pour les entreprises sort un livre blanc sur « l'entreprise 2.0 ou Comment tirer profit des réseaux sociaux professionnels ». On y montre comment, fonctionner en réseau social, améliorer la performance des équipes commerciales, en s'appuyant sur l'exemple des clients BlueKiwi.



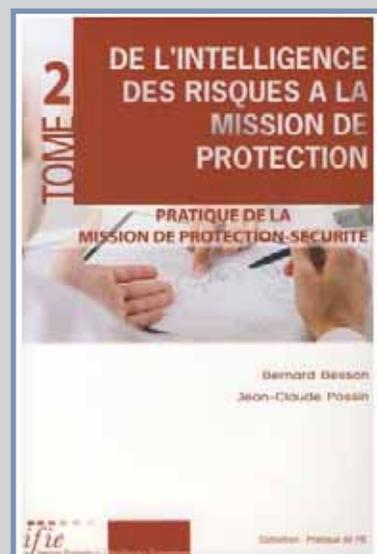
Deux ans plus tard, le numéro un mondial du PLM, se réjouit de son succès. Grâce à la nouvelle plate-forme, la construction d'un projet est passée de 20 à 8 jours.

Chez Finaref, leader des cartes privées en France, le « goût de l'innovation » fait partie des quatre grandes valeurs choisies et mises en œuvre auprès des collaborateurs et des clients. La mise en place d'un réseau social s'est imposée pour développer une démarche participative et favoriser la transversalité au sein de l'organisation.

Au sein de la Banque de Financement et d'Investissement de BNP Paribas le réseau social 'Our business blog' s'inscrit dans une stratégie globale visant à développer la capitalisation des informations et des compétences et s'approprier les usages de la génération arrivant sur le marché du travail. Déployé au sein du département BFI Communications, « Our business blog » permet de capter et centraliser les échanges quotidiens autour d'une plate-forme unique organisant le partage des informations pour les rendre exploitables collectivement. M. Boris

L'IFIE édite le dernier "Besson-Possin"

Et si l'intelligence économique avait enfin trouver son éditeur ! C'est en tout cas ce que la série d'ouvrages édités par l'Institut Français d'Intelligence économique tendrait à prouver. Pendant que les sessions plénières d'ICC accueillent une conférence "les nouveaux territoires de la décision stratégique" directement inspiré de du livre du même éditeur "Les nouveaux territoires de l'Intelligence économique", qui faisait suite à 'L'intelligence des Banlieues', le dernier "Besson-Possin" sortait tout frais des rotatives ! "De l'intelligence des risques à la mission de protection" a de plus une caractéristique très particulière puisque l'ouvrage sert de cadre et de référence au mastère spécialisé "Intelligence des Risques" délivré par l'Institut Supérieur d'Electronique de Paris.



Editeur(s) : Institut Français de l'Intelligence Economique (IFIE) – Auteur(s) : B. Besson, J. Possin
Collection : Pratique de l'IE
ISBN10 : 2-916265-07-4

La mission de protection-sécurité ne s'improvise pas, ne s'achète pas clé en main, elle se pense et se mérite. Elle regarde autant le quotidien que l'émergence d'une crise à venir qu'il faudra gérer faute d'avoir pu l'éviter. Cette mission a besoin de reconnaissance et de formations ancrées sur les véritables menaces contemporaines et les différentes façons de les appréhender avant de les réduire.

Le Mapping collaboratif avec Mindjet Connect

L'entreprise étendue va se faire voir !

Mindjet lance un nouveau produit Mindjet Connect qui est un hommage à la nouvelle culture participative des entreprises. Pour ce faire, Mindjet s'est renseigné au plus près de ses partenaires et grands clients. Mindjet Connect, plate-forme SaaS, « software as a service », se loue et ne s'achète pas. Il étend les capacités collaboratives et communicantes de MindManager utilisé à ce jour par plus de 1,3 millions de professionnels.



Mindjet Connect offre 3 niveaux de fonctionnalités : le logiciel de MindMapping MindManager, des espaces de travail sécurisés en ligne au sein desquels les équipes peuvent co-créditer et éditer des maps simultanément, stocker et éditer tous types de fichiers, des outils de communication unifiés tels que les web conférences, le chat et les tableaux interactifs.

Les professionnels travaillant en équipe peuvent désormais s'appuyer sur Mindjet Connect pour collaborer en temps réel sur des maps, rationalisant ainsi les processus de travail et de communication tout en évitant le temps perdu à s'échanger des fichiers modifiés.

L'ENTREPRISE ÉTENDUE VA SE FAIRE VOIR

Les utilisateurs peuvent stocker les maps dans des espaces de travail sécurisés avec des versions de contrôle et différents niveaux d'accès. A partir de leur map, ou de leur espace de travail, ils peuvent « chatter » avec d'autres membres de leur équipe, lancer des conférences web pour réaliser des présentations, et enregistrer des notes de manière collaborative au sein d'un tableau interactif en ligne.

Mindjet Connect est commercialisé suivant 3 formules à partir de 9,99 euros mensuels par utilisateur avec un minimum de trois utilisateurs. Le logiciel intéresse en particulier l'entreprise étendue. Clients

et partenaires peuvent en effet collaborer en toute sécurité au-delà du firewall aux projets de mapping.

Pour Jean Renard, Directeur Europe du Sud de Mindjet, « Mindjet Connect représente la quatrième vague du Mind Mapping, le mapping pour une utilisation collaborative. Dans le prolongement de MindManager, il contribue à son déploiement à grande échelle chez nos plus grands clients. Ce sont des milliers de personnes qui utilisent Mindjet au sein des grandes multinationales telles que Eaton, Medtronic, Motorola, Whirlpool, HP, Bosch. »

La nomination de Jean Renard au poste de Directeur Europe du Sud a coïncidé avec l'ouverture d'un bureau français. Mindjet, entreprise allemande dont le siège social est à San Francisco, nourrit une ambitieuse stratégie de développement en France et en Europe. Très sensible au marché, elle propose des solutions et des services innovants qui répondent aux besoins des utilisateurs en matière de travail collaboratif et de productivité.

Mireille Boris

IDEAL Connaissances confirme ses compétences dans les réseaux collaboratifs locaux

« Depuis trois ans, le nombre d'utilisateurs des réseaux collaboratifs d'IDEAL double chaque année. Aujourd'hui, sur Internet ou lors de réunions techniques régulièrement organisées pour eux, près de 20 000 responsables territoriaux tirent parti de cette mutualisation des connaissances et de la puissance du travail collectif disponible sur les réseaux pour optimiser leur action au quotidien. »

A l'occasion d'ICC, le réseau Ideal présentait la Société IDEAL Connaissances. Les 26 réseaux actuels (hors Interlocal, réseau des Conseils Généraux) sont désormais pilotés directement par IDEAL Connaissances, société qui a la particularité d'être une émanation des collectivités territoriales puisque statutairement, le Président du Conseil de surveillance est le Président de l'Association IDEAL, et que celle-ci nomme six représentants des collectivités au conseil de surveillance.

Fidèle à son passé, IDEAL se donne donc aujourd'hui les moyens d'un futur plus efficient pour contribuer à la performance de l'action publique locale.» Christophe Bechu.

>> www.reseau-ideal.asso.fr

Accélérer l'innovation par la collaboration

Philippe Mathieu est responsable du marketing de Lotus pour la France. Il défend une vision inter-active et intuitive de l'innovation par la mise en mouvement des principes d'efficacité collective.

Objectif : rendre chaque individu plus efficace dans le contexte de travail qui lui est spécifique. Quelque soit notre métier, commercial, chercheur, analyste, logisticien, juriste, nous pouvons tous améliorer notre productivité personnelle par la mise en action de dynamiques collaboratives.



Veille : L'innovation est devenue un impératif compétitif pour toutes les organisations. Pouvez-vous nous dire en quoi les solutions Lotus facilitent cette dynamique ?

L'objectif principal des solutions Lotus est de faciliter l'innovation par la collaboration et de faire en sorte que les individus soient plus efficaces dans leur contexte de travail. Cela se manifeste par un certain nombre de concepts orientés autour de la SOA (Service Oriented Architecture), du web 2.0, du poste de travail virtuel et autour de la communication initiée. La mise en oeuvre de ces concepts se traduit par l'émergence d'un certain nombre de produits, dont notamment les produits liés au poste de travail et à la messagerie avec Lotus Domino, aujourd'hui disponible en version 8 et dont la version 8.5 sera disponible d'ici la fin de l'année.

Quelles sont les innovations de Lotus Domino 8 par rapport à la version précédente ?

Le principal changement depuis le lancement de la version 8 il y a un an environ, est lié ...

lire la suite sur Veille Magazine N° 110 – Novembre/Décembre 2008 et sur www.icc2008.info

Structurer le nuage informationnel de l'entreprise pour servir les applications métier

Exalead présente une nouvelle plate-forme d'entreprise, Cloudview, qui succède à One Enterprise. Cette plate-forme logicielle industrielle utilise le meilleur des technologies linguistiques pour structurer, accéder et donner du sens au patrimoine informationnel de chaque entreprise. Elle redessine le paysage de la donnée numérique. Exalead CloudView collecte les données en provenance du "nuage informationnel" de l'entreprise, structurées ou non, internes ou externes à l'entreprise, les unifie et les transforme pour les rendre exploitables pour la construction d'applications métiers à forte valeur ajoutée. François Bourdoncle, co-fondateur et président directeur d'Exalead, a répondu à nos questions.
par Mireille Boris



Veille : « Pourquoi avoir appelé CloudView votre nouvelle plate-forme ? »

François Bourdoncle : « La partie cloud ne fait pas référence au "cloud computing", mais au nuage de données, data cloud, à toutes les informations auxquelles nous avons accès au quotidien, y compris les données accessibles sur Internet. Ce nuage est en fait un tout conceptuellement non structuré ou structuré différemment, cloisonné, difficile d'accès. C'est ce nuage informationnel que nous allons structurer pour contribuer à construire des applications métiers. C'est un changement de cap, une révolution, pour notre société. Au delà du marché classique de l'entreprise search, nous visons les applications métiers qui vont enfin prendre en compte les données non structurées. C'est ainsi que la relation client va prendre en compte le courrier électronique. Nous correspondons plus particulièrement à la gestion de la relation client et à la Business Intelligence, en permettant au décisionnel d'être plus opérationnel, comme chez notre client pilote Gefco, qui gère ses flottes de véhicules en temps réel. » ...

lire la suite sur Veille Magazine N° 110 - Novembre/Décembre 2008 et sur www.icc2008.info

La pratique de l'IE en Algérie

Réelle volonté de mise en œuvre ou effet de mode ?



Quels sont les atouts et les points faibles de l'Algérie dans l'économie de la connaissance ? C'est un peu un bilan de santé qu'Abdelkader Djeflat, professeur à l'Université Lille 1 et membre de la délégation algérienne présente à ICC, nous a livré. A ses côtés, Mustapha Bouroubi, consultant Veil-Tech et enseignant, se porte ici témoin à la fois d'une réelle complexité des défis et d'une volonté sincère de les relever.

UNE PARTIE DE LA DÉLÉGATION ALGÉRIENNE,
AVEC DE GAUCHE À DROITE :
DAHMANE YADADEN (PDG ENIEM)
TARIK BOUSLAMA (PDG ALRIM)
MOHAMED SEGHIR (AIR ALGÉRIE)
AHMED DAMOU (A2T2)
ABDELKADER DJEFLAT (PROF.UNIV.LILLE 1)
MUSTAPHA BOUROUBI (VEIL-TECH)
DJILALI BENMAHAD (SONATRACH)

Lorsque l'on m'a demandé mon point de vue sur la pratique de l'intelligence économique en Algérie, j'ai eu le même sentiment que dans le séminaire de formation sur la veille que j'anime régulièrement au profit de certaines entreprises et institutions algériennes. Un des modules de ce séminaire consiste justement à présenter les ressources algériennes sur le sujet et, il n'y a pas grand-chose à présenter

si ce n'est de rappeler quelques déclarations officielles, certaines rencontres sur le sujet et un master dont les résultats se font toujours attendre ; pour dire enfin que tout ceci reste au stade de vœux pieux. En effet ces dernières années il y a eu pas mal de bruit autour des concepts de veille et d'intelligence économique mais très peu d'actions concrètes.

Alors va-t-on déclarer l'absence de la pratique de l'intelligence économique en Algérie et s'arrêter là ? Certainement pas, et ceci pour plusieurs raisons :

- Les quelques actions déjà entreprises peuvent constituer un début, la question reste de savoir si c'est le bon début qui mènera vers une pratique efficace et un développe-

ment de ces concepts, d'autant qu'au regard de certaines expériences (tel qu'en France par exemple), il est tout à fait possible de rattraper le retard dans ce domaine ;

- La veille et l'intelligence économique sont des activités informationnelles, or toute institution ou entreprise s'informe naturellement (par la documentation par exemple), dans son domaine d'activité, sur son environnement. C'est déjà une forme de veille qu'on peut qualifier d'implicite, c'est à dire non organisée donc non efficace, le tout serait de la rendre explicite donc d'organiser la pratique de l'intelligence économique qui exige des actions volontaristes aussi bien au niveau de l'État que des entreprises ...

lire la suite sur Veille Magazine N° 110 - Novembre/Décembre 2008 et sur www.icc2008.info

Veille

Le magazine professionnel
de l'intelligence économique et
du management de la connaissance

Abonnez-vous !

Depuis 1996, le magazine Veille s'est imposé comme le 1^{er} titre de presse entièrement consacré à la maîtrise stratégique de l'information et des connaissances.

Veille Magazine décrypte chaque mois les meilleures pratiques, interroge les principaux leaders d'opinion et publie de nombreux témoignages et retours d'expériences en France et à l'International pour développer votre efficacité personnelle et rendre votre organisation plus compétitive. Essentiellement lu par les responsables en charge de la stratégie opérationnelle de l'entreprise et les professionnels de l'information, Veille constitue un véritable outil d'aide à la décision et un tremplin vers une nouvelle culture de l'information :

dynamique, globale, transversale.

Veille a créé en 2005 les Rencontres ICC (Innovation, Compétitivité & Connaissances).

Les 5^e Rencontres ICC se tiendront

les 7 & 8 octobre 2009

au Toit de la Grande Arche, Paris La Défense.

(www.icc2008.info)

le magazine des acteurs
de l'économie
de la connaissance
et en
réseau...

le mag.



www.veillenews.com



la newsletter

Accès à l'intégralité
des archives,
annuaire,
sources...



www.veillemag.com

le packweb

Abonnez-vous directement
sur www.veillenews.com



Veille Magazine

134 avenue Henri Ginoux - 92120 Montrouge

Tél: 01 46 65 55 37 - Fax: 01 46 57 55 14

Site: www.veillemag.com > communication@veillemag.com