

Propositions ICC2008 pour appel à communications

Sommaire

1. Enjeux : Intelligence stratégique et Economie numérique
 - 1.1. Veille, Intelligence stratégique et Prospective
 - 1.2. Réputation, éthique et compétitivité
2. Technologies et Usages
 - 2.1. Moteurs de recherche et multilinguisme
 - 2.2. Mobilité, accès distant, travail nomade
 - 2.3. Intégration des contenus multimedia et évolution de l'environnement de travail
3. Analyse, Décision
 - 3.1. Analyse de contenus & Management de projets
 - 3.2. Traitement de l'information non-structurée et création de valeur
 - 3.3. Cartographie informationnelle et Décision
 - 3.4. Sources d'information et qualification du contenu
4. Du web 2.0 au web 3.0
 - 4.1. Entreprise 2.0 et solutions collaboratives
 - 4.2. Du quartier numérique aux Collectivités 2.0
 - 4.3. Next step Web 3.0 : services et usages du futur

1. Enjeux : Intelligence stratégique et Economie numérique

1.1. Veille, Intelligence stratégique et Prospective

Le terme "intelligence économique" fait de plus en plus souvent place à "intelligence stratégique". Simple effet de mode ? Non, il s'agit en réalité d'une évolution du concept. La mondialisation, sous ses multiples formes, a complexifié le paysage intellectuel du renseignement. D'où le fait que le terme "stratégique" semble mieux approprié que celui, plus limitatif, d'économique.

- Mais comment parler de stratégie sans évoquer la prospective, cette discipline chargée d'analyser et de créer le changement, d'anticiper les évolutions et mutations, d'accompagner la construction de futurs choisis ? Quels liens entretiennent donc prospective et intelligence stratégique ? Comment leur convergence enrichit-elle la gouvernance des organisations et les métiers qui s'exercent (Management, Analyse sectorielle, environnement, marketing, ressources humaines...).

- L'économie numérique peut-elle être vecteur de solidarités économiques et stratégiques ? L'union pour la Méditerranée peut-elle ouvrir de nouvelles opportunités de développement partagé et de création de valeur ?

1.2. Réputation, éthique et compétitivité

Le développement éthique, outre sa nécessité au regard de la loi, vise à assurer la pérennité d'une entreprise, en prenant en compte l'ensemble des facteurs qui la caractérise : économique et commerciaux certes, mais aussi humains, émotionnels, et cognitifs. L'image et l'opinion, actifs immatériels par excellence, pèsent de plus en plus lourd sur la performance et la valorisation globale des organisations, entreprises, dirigeants ou pays, au point de faire émerger le concept « d'économie de la réputation ». L'importance d'adopter une posture active dans sa gestion de la réputation donne lieu à des initiatives de surveillance et d'influence (institutions, partis politiques, entreprises, groupes d'influence, agences de presse) et impactent le management, la gestion de crise, la communication et le marketing.

- Quelles sont les méthodologies, compétences, solutions aujourd'hui opérationnelles ? Le web donne-t-il lieu à des logiques d'action, de contrôle et d'influence spécifiques ? Engendre-t-il à la fois de nouvelles vulnérabilités et des opportunités inédites dans la maîtrise et la conquête de marchés ? Quelles conséquences pour les métiers de la gestion de crise, de la communication, du marketing ?

2. Technologies et Usages

2.1. Moteurs de recherche et multilinguisme

A l'heure de la mondialisation et de la dématérialisation des échanges, de plus en plus de pays sont connectés au réseau mondial. De ce fait, le multilinguisme est devenu un enjeu crucial pour la préservation de la diversité culturelle, mais aussi pour la création d'un cyberspace réellement multilingue, concourant efficacement à la création d'une société de l'information fondée sur des échanges aussi bien économiques que culturels.

Les outils de traduction automatique et d'aide à la traduction sont au cœur de cette bataille alors qu'ils semblent loin de donner des résultats pleinement satisfaisants. Les professionnels de l'information témoignent au quotidien des faiblesses importantes des systèmes de traduction automatique, notamment vers les langues historiquement les moins bien « couvertes » en termes de grammaires et de dictionnaires automatiques, à savoir les langues asiatiques et la langue arabe.

- Comment dépasser ces blocages ? Existe-t-il des stratégies de contournement permettant d'améliorer la performance de ces systèmes ? - Quelles réponses peut apporter la constitution d'outils métier adaptés à un usage spécifique - Quels retours d'expérience sur la thématique du traitement avancé de l'information en mode multilingue ? Quelles perspectives et voies d'amélioration des systèmes de traduction automatique ?

2.2. Accès à l'information en situation de mobilité

Résoudre des problèmes, gérer des dossiers, rechercher et accéder à l'information, la traiter en temps réel à distance dans le respect des règles de sécurité : les technologies mobiles optimisent les processus métiers existants en permettant encore plus de flexibilité, de réactivité et de réduction des coûts.

- La performance de l'entreprise étendue et communicante désormais passe par l'automatisation de l'accès direct, pertinent, sécurisé aux données de la société elle-même, des collaborateurs en situation de mobilité, des clients et des partenaires.
- Comment les organisations intègrent-elles le l'accès à l'information dans leurs stratégies de relations clients, de gestion de ressources humaines, de capitalisation de connaissances ?
- Des solutions « grand public » peuvent-elles, et à quelles conditions, s'adapter aux contraintes professionnelles ?
- Plus particulièrement, quelle est la valeur ajoutée du moteur de recherche dans le domaine du CRM pour les forces de vente en situation de mobilité ?

2.3. Intégration des contenus multimedia et évolution de l'environnement de travail

Le savoir numérique se décline sur nos postes de travail sous de multiples formats (textes, sons, images, réalisations audiovisuelles,...) au travers de multiples vecteurs en réseau (intranet, web, blog, forum, newsletters, spots, flash d'infos...).

Notre objectif sera de faire le point sur les avancées les plus récentes et sur les tendances attendues sur notre environnement informationnel quotidien.

- Convergence de medias : texte, image, parole, audiovisuel
- Solutions & plateformes informationnelles avancées
- Tendances et usages : l'utilisateur final au cœur d'une révolution spatiale et temporelle
- Besoins, productivité, résultats

3. Analyse, Décision

3.1. Analyse de contenus & Management de projets

Comment réutiliser des résultats de recherches existants pour effectuer des choix sur de nouvelles pistes de recherche. Lorsque plusieurs projets de recherche sont lancés, environ 80 à 90% sont abandonnés en chemin et 10 à 20% sont poursuivis avec pour objectif de déboucher sur la création ou l'amélioration de produits à haute valeur ajoutée.

Les informations relatives aux projets abandonnés ont cependant une valeur au regard de futurs projets et ils constituent à ce titre des pistes qui peuvent s'avérer pertinentes dans un avenir plus ou moins proche. Les résultats de recherches peuvent être utilisés comme base et hypothèse de départ à de

nouveaux projets. A défaut, le coût parfois prohibitif et le temps nécessaire pour recommencer ces essais entraîneraient une perte de rendement et de compétitivité.

- Comment à tout moment retrouver les informations pertinentes sur un sujet de recherche précis ? Comment retrouver et extraire le maximum de contexte afin de juger rapidement des éléments de données les plus pertinentes et réutilisables immédiatement ? Comment faire converger une recherche vers les contenus les plus pertinents sur un thème de recherche donné ?

3.2. Traitement de l'information non-structurée et création de valeur

Une entreprise crée un avantage concurrentiel à travers les activités qu'elle accomplit pour fabriquer, commercialiser, et distribuer son produit. L'intensification du contenu informationnel dans la production des biens matériels et des services, positionne le management des connaissances comme un facteur-clé de la gestion opérationnelle de la chaîne de valeur d'une organisation :

- sous quelles conditions et avec quels moyens le traitement de l'information non-structurée peut-il participer de façon déterminante à l'amélioration de ce processus d'analyse en termes de pertinence et de réactivité ?
- Comment un système d'accès avancé à l'information peut-il améliorer la cohérence entre les objectifs définis par la stratégie et les réalités opérationnelles des différents métiers de l'entreprise : Gestion des Ressources Humaines, Relation Clients, accélération des échanges entre communautés d'experts, offre commerciale ?

3.3. Cartographie informationnelle et Décision : enjeux et conditions d'efficacité des méthodes, outils et savoir faire.

Les logiciels et plate-formes qui permettent de représenter l'information, les échanges, les relations entre acteurs, les liens entre divers facteurs et données, d'une manière visuelle, sont des supports cognitifs d'une grande efficacité.

Ils permettent de faire face à l'abondance des flux informationnels, mais aussi de révéler des liens, des logiques sous-jacentes, des coïncidences, des analogies, qui seraient autrement restés latents et inexploités. Comment, avec quels outils et quelles méthodologies, est-il possible d'illustrer cette mutation qui touche particulièrement l'analyse stratégique et la prise de décision ?

De même que les entreprises en général se sont actuellement peu ou mal approprié les possibilités ouvertes par les technologies de l'information et du 2.0 collaboratif,

- Le management fonctionnel ou opérationnel, les stratèges, les décideurs, sont-ils formés à la lecture et à l'usage des représentations visuelles ?
- Sont-ils même avertis de leur impact possible sur la décision et l'action ? Quelle est votre expérience en la matière, et quels moyens permettront d'expliquer et de diffuser les nouvelles pratiques de cartographie informationnelle pour la prise de décision ?

3.4. Les sources d'information et qualification du contenu

Le succès d'une recherche d'informations ponctuelle ou d'une recherche d'informations systématique dans le cadre d'une démarche de veille dépend de l'adéquation entre questions posées et sources utilisées. La réflexion sur les sources à utiliser que ce soit en amont ou au gré d'une utilisation systématique est primordiale car génératrice de bénéfices tels que : qualité des informations trouvées, gain de temps dans la collecte, réduction ou augmentation des flux d'information, optimisation des achats d'informations, enrichissement et diversification des sources d'informations habituelles, identification ponctuelle de sources manquantes. Pour faire face à ces impératifs,

- Quelles sources sélectionner ? Face à un nouveau sujet, comment identifier de nouvelles sources d'informations ? Comment identifier les bonnes sources sur un pays encore non investigué ?
- Les sources utilisées actuellement sont-elles suffisamment riches et diversifiées pour permettre un recoupement fiable des informations ? En existe-t-il de plus pertinentes ?

- Comment mieux exploiter les sources utilisées ? Quel est le mode d'accès le plus adapté par rapport aux ressources (humaines, budgétaires, logicielles) ? Comment améliorer la gestion de mes sources ? Où les capitaliser ? Comment les partager ? Comment optimiser l'achat d'informations ? Quel prestataire choisir ?

4. Du web 2.0 au web 3.0

4.1. Entreprise 2.0 et solutions collaboratives

Les réseaux sociaux, le télétravail et la mondialisation des échanges reposent sur une exigence : la production et le partage de l'information en réseau. Lorsque les échanges dépassent les frontières de l'entreprise pour toucher les collaborateurs en déplacement et le réseau de proches que constituent les clients et les fournisseurs, le concept d'entreprise étendue prend tout son sens.

Qu'il s'agisse de fédérer des informations stratégiques détenues par des individus isolés ou dispersés géographiquement, de partager des documents issus de suites bureautiques, de piloter la gestion mutualisée de projets, d'animer des communautés d'intérêts ou de pratiques,

- Faut-il opter pour un système de GED, de workflow, de CMS, ou un système de type Enterprise Social Software intégrant les outils du 2.0 (blogs, wikis, flux RSS et réseaux sociaux intégrés) ? Quelle place pour les logiciels libres ? Préalables, Architectures, Points forts/Points faibles.
- Comment choisir la solution la mieux adaptée à la culture de l'organisation et de ses différentes communautés d'acteurs ? Comment passer des communautés de pratiques à des communautés d'intérêts ?
- Comment capturer l'intelligence là et au moment où elle se crée, accélérer les connexions, rendre les connaissances consultables, et créer les conditions favorables au déploiement d'une intelligence d'entreprise relationnelle ? Quels impacts sur l'innovation, le transfert de compétences, l'identification d'expertise ? Quels sont les critères de choix des outils, les implications de ces choix sur le plan stratégique et les méthodologies de conduite du changement ?

4.2. Du quartier numérique aux Collectivités 2.0 : services et usages du futur

La gouvernance des territoires est désormais liée au développement des réseaux numériques, d'abord au travers de leurs infrastructures (haut et très haut débit) ensuite autour des services qu'ils sont en mesure de fournir aux citoyens et aux entreprises. Les investissements consentis se concrétisent dans de multiples domaines : éducation, maillage et synergies économiques, citoyenneté, gestion administrative, solidarités sociologiques et générationnelles, innovation sociale. Projets et expériences se concrétisent dans des univers géographiques et culturels différents : des quartiers jusqu'aux communautés d'agglomérations, des villes jusqu'aux régions, et au-delà des frontières, vers l'Europe.. Comment partager et diffuser les expériences autour

- de la performance effective de clusters ou de pôles de compétitivité en terme d'innovation, de recherche, de cohésion économique et de développement durable,
- du web territorial : Ces pratiques innovantes peuvent-elles créer les conditions d'un dialogue entre communautés professionnelles territoriales, administration centrale, entreprises et pouvoirs locaux ?

4.3. Next step Web 3.0 : services et usages du futur

Le web sémantique se présente comme la dernière évolution du web. Faut-il s'attendre à des profondes modifications pour les systèmes d'informations en entreprise, et si oui, comment s'y préparer :

- Quelle place pour le web sémantique dans les applications professionnelles ?
- Quelles sont les difficultés, les contraintes dans la mise en place de ces outils et comment les intégrer dans l'existant ?
- Comment les responsables de systèmes d'information se préparent-ils à cette révolution annoncée ?

Pour plus d'information : communication@veillemag.com

Contact : Jacqueline Sala