



L'expert en intelligence économique est-il un mouton à cinq pattes ?

...Humour!...

L'intelligence économique a déjà connu de nombreux débats. Espionnage ou éthique ? Veille ou intelligence économique ? Approche par la conceptualisation ou par l'expertise de terrain ? Rôles respectifs de l'Etat et des acteurs privés ? L'atelier « PME & Intelligence économique. Enjeux européens et développement international » a abordé incidemment un chantier complexe : la définition de l'expert en intelligence économique.

Pour Benoit de Saint Sernin, animateur de l'atelier, « les cabinets d'intelligence économique n'ont aucun problème de contrat, mais le problème est de trouver des experts. » Il estime que « dans quelques années, le Monsieur Communication de l'entreprise sera le Monsieur Information. »

Si l'on en croit Olivier Lenormand, PDG du groupe SVP, le besoin d'experts est grand, en particulier pour les PME pour lesquelles il est « difficile d'accéder à de l'information dans des conditions normales. » SVP se positionne comme un acteur engagé dans ce chantier de la fourniture « d'information stratégique » qui semble « plus évidente pour les PME que l'intelligence économique ». L'expert en intelligence économique doit donc savoir ne pas se dire expert en intelligence économique mais en information stratégique. Si l'entrée

Florilège.

« Pour un dirigeant de Pme, parler d'intelligence économique, c'est déjà franchir la barrière de la légalité. »

Sophie Her, Journaliste, auteur de « Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'intelligence économique sans jamais rien y comprendre »

« L'intelligence économique ne fait pas partie des problématiques des pôles de compétitivité. »

Bernard Massas, fondateur et dirigeant Pôle Européen d'Intelligence Economique

« Le web 2.0 introduit de nouveaux modèles économiques : marchés unitaires et non de masse ; place centrale des données dans le modèle économique avec, entre autres, la publicité contextuelle (en fonction de la recherche faite sur Internet, des publicités sont envoyées) ; un fonctionnement avec des version bêta permanente dans lesquelles les utilisateurs sont codéveloppeurs de la solution. On passe d'un modèle produit fini à la vente d'un service en perpétuelle évolution. »

Gilles Balmisse, Directeur associé de KnowledgeConsult

Selon Mc Kinsey Research (août 2007) : les entreprises prévoient d'utiliser outils de réseaux sociaux en ligne (35%), RSS (35 %), podcasts (35) wikis (33), blogs (32), mash-ups (22%)

« Les blogs sont d'abord des canaux de communication pour leurs auteurs, et non des lieux de mise à disposition d'information. »

Marie Madeleine Salmon, Publicis

« Protéger l'information est contre-productif., c'est son usage qu'il faut contrôler. Il faut passer de l'interdiction technique d'accès à des conventions d'usage : ce que vous avez le droit ou pas de faire. La technique permet de vérifier le respect de ce droit d'usage et éventuellement de corriger le non respect. »

Philippe Blot-Lefevre www.hub2b.com

dans la démarche des PME est à ce prix, la proposition d'O. Lenormand est recevable.

Prenant ensuite la parole, Bernard Massas, fondateur et dirigeant Pôle Européen d'Intelligence Economique propose de « créer un ISO de l'intelligence économique. » Il précise sa pensée : « Tout le monde arrive avec un appellation expert en intelligence économique mais quand il faut aller dans la PME on ne trouve plus personne. » Il cite un exemple récent où, à la recherche d'experts, il a reçu 100 candidatures, a rencontré 18 personnes, et gardé deux candidats, dont l'un a finalement été renvoyé et l'autre changé. Cet échec le conduit à déplorer le manque réel d'experts. Interrogé par une auditrice sur les qualités d'un tel expert, l'intervenant liste les compétences : savoir ce qu'est une Pme, ses problématiques, pour estimer le désir du chef

d'entreprise et ses capacités humaines et financières. Avoir la capacité à analyser les contextes. « Il faut un pro de la veille plus un réseau de compétences. » Olivier Lenormand complète le portrait : une solide connaissance de l'international et de l'enthousiasme. Et, naturellement, ne pas prendre des missions pour lesquelles on n'est pas compétent.

Le propos laisse un peu septique la salle. Il rappelle un débat qu'il y a quelques années sur les compétences des documentalistes, débat qui avait conduit les conférenciers à un listage de compétences attendues propre à décourager les meilleures volontés chez les apprentis du métier.

Sachons raison garder. Toute demande d'expert conduit à définir un cocktail de compétences qu'il n'est pas forcément commode de rassembler et il y a

certainement un ménage à faire dans le secteur, ménage entrepris par la Fépie. Mais de là à prétendre qu'il n'y a pas en France d'experts en intelligence économique pour aller dans les PME...

CHRISTIAN MARCON



Alain Beauvieux, AMI Softwar, Intelligence d'entreprise et conduite du changement

« Mon projet d'intelligence économique, les salariés vont-ils l'acheter en tant que tel ? »

Intéressante intervention que celle de David Autissier, maître de conférences à l'Institut d'Administration des Entreprises de l'Université Paris XII. Chiffres à l'appui (1 projet sur 2 échoue, 8 sur 10 si on intègre le respect du planning; 70 % des causes d'échec sont dues à des notions de compréhension et d'acceptation), D. Autissier s'interroge sur la difficulté à capter l'implication des salariés, à créer du sens pour le projet de changement impliquant l'intelligence économique. L'intervenant rappelle que c'est finalement peu un problème de moyens mais davantage d'adhésion, de compréhension, d'implication des acteurs.

La difficulté n'est pas négligeable. Si le changement c'est « perdre un existant connu pour un avenir promis justifié par un progrès », la remise en cause de l'existant se situe à de multiples niveaux : au plan opérationnel (les pratiques), managérial (mode de changement et outils), contractuel (résultats), culturel (culture client) et stratégique (finalités et objectifs) de manière volontaire et/ou sous la contrainte. On comprend l'inquiétude des personnes concernées. D'autant plus que si l'implication est fonction de la rétribution attendue, la question se pose : Est-ce qu'on rémunère d'une façon ou d'une autre l'apport d'information et son utilisation ?

Selon D. Autissier, « les projets d'intelligence économique sont des projets de changement culturel. Dans les PME avec une logique de management entrepreneurial, cela se fait. Dans les grandes entreprises, c'est plus compliqué. » Dans tous les cas, « pour conduire un projet de changement, il faut une équipe de conduite du changement, une équipe projet, des sponsors (qui portent le projet dans l'entreprise), des relais qui formeront le réseau du changement (l'encadrement et les leaders d'opinion qui sont des personnes écoutées dans l'entreprise) et gagner l'intérêt des utilisateurs finaux. »

Etapas de la conduite du changement

1. Dossier de cadrage (périmètre du projet, nature des changements, organiser la conduite du changement)
2. Dossier socio-organisationnel (diagnostic sociologique, résistances, acteurs clés, gestion des conflits)
3. Dossier d'impact (définition des changements, repérage des impacts, plan de transaction)
4. Dossier de communication (mix communication, positionnement, plan de communication)
5. Dossier de formation
6. Dossier de pilotage (pilotage des actions de DCD, gestion des risques, indicateurs de changement)
7. Dossier de transformation (indicateurs de transformation et de performance, plan d'ajustement)



• Veille • I.E. • K.M. • Efficacité collective •

icc'2007 Les news

l'édito l'expo

Pour cette troisième édition, ICC a réuni une nouvelle fois plus de 1.500 professionnels (visiteurs, exposants, intervenants) de l'information et de la décision. Le Management de l'information stratégique n'est plus, en France, un marché "confidentiel" même si les dimensions de nos confrères anglo-saxons nous font rougir d'envie.

Avant tout mobilisés par les enjeux de création de valeur, de production collective de connaissance, de maîtrise du risque, ces "knowledge angels" reconnaissent aux technologies de traitement avancé de l'information non-structurée leur rôle de boosters de performance.

Ils entendent en comprendre les principes, les logiques, les limites comme les potentialités pour les utiliser au mieux. Mais d'ores et déjà, nous savons que la veille, l'intelligence économique et la gestion des connaissances sont certes des champs d'applications privilégiés mais que bien d'autres horizons piétinent déjà d'impatience : relation client, e-services, communication stratégique, travail collaboratif... Nous vous proposons une visite guidée rapide au fil des stands... J.S.

BLUEKIWI intègre SINEQUA Engine

BLUEKIWI est un leader de l'Enterprise Social Software. Il importe les nouvelles pratiques de l'Internet 2.0 comme les blogs ou les réseaux sociaux, à l'intérieur de l'entreprise, en les adaptant au contexte professionnel et en faisant en sorte que les collaborateurs puissent les utiliser. Sur ICC 2007, BLUEKIWI présente la Summer Edition de sa suite logicielle utilisée par Dassault Systèmes (activité commerciale), La Poste (direction innovation), Michelin (gestion du turn-over).

Trois innovations majeures au programme : une gestion complète des profils et des expertises, une intégration performante avec l'email ainsi que l'intégration de SINEQUA Engine, fonctionnalité qui vient renforcer le moteur de recherche de BLUEKIWI.

L'intégration de SINEQUA Engine ouvre de nouvelles possibilités de recherche basées sur 3 axes principaux, les statistiques, la sémantique et la phonétique. BLUEKIWI bénéficie du soutien technologique et marketing du programme IDEES de Microsoft qui considère cette jeune société comme un éditeur français à fort potentiel.

www.bluekiwi-software.com

ARDANS et les collectivités locales et territoriales

Alain Berger, directeur général d'ARDANS, a présenté l'adaptation de son logiciel Knowledge Maker à l'univers des collectivités locales et territoriales, à la réglementation de plus en plus complexe. En plus de la gestion des connaissances, il leur apporte un complément même de connaissance au niveau réglementaire.

Parallèlement, ARDANS a signé un contrat avec Veolia Waters pour gérer la documentation en exploitation et actualiser les bonnes pratiques d'une très grande station d'épuration à Bruxelles Nord.

Enfin, ARDANS vient de réaliser CLEOPATRA, Cahier de Laboratoire Electronique Ouvert au système de gestion du Patrimoine et de la qualité d'AbAg. AbAg développe des outils innovants de diagnostic sérologique des maladies infectieuses humaines. La solution permet de capitaliser les connaissances des cahiers de laboratoires et de mieux exploiter les acquis. www.ardans.com

ARISEM INTÈGRE SES FONCTIONS DE TEXT-MINING DANS LE MOTEUR DE RECHERCHE D'ENTREPRISE « IBM OMNIFIND ENTERPRISE EDITION » ET EST OFFICIELLEMENT SÉLECTIONNÉ DANS LE CADRE DU PROGRAMME IDEES MICROSOFT.

IBM OMNIFIND ENTREPRISE EDITION

La technologie d'analyse sémantique d'AriseM, apporte au logiciel « IBM Omnifind Enterprise Edition » des fonctions de catégorisation automatique, d'extraction d'entités nommées, de recherche « Crosslingue » et de filtrage « intelligent » qui améliorent la pertinence des résultats. Au cœur de l'espace collaboratif ces fonctions introduisent une approche novatrice de la recherche et de l'accès à l'information. La fonction de « recherche » en entreprise repose sur la capacité à trouver l'information, souvent répartie et non homogène, disséminée au sein des entreprises et des organisations. L'intégration originale des composants d'analyse sémantique d'AriseM et de l'infrastructure de recherche d'IBM, optimise le rapprochement entre les demandes des utilisateurs et le patrimoine informationnel de l'entreprise. L'architecture ouverte et modulaire de cette plate-forme, reposant sur le framework UIMA (Unstructured Information Management Architecture) et des ontologies au standard OWL, constituent le socle fédérateur de « cartouches métiers » spécifiques.

MICROSOFT PROGRAMME IDEES

Microsoft a officiellement sélectionné AriseM dans le cadre du Programme IDEES* destiné

à favoriser l'émergence des nouveaux leaders de l'industrie française du logiciel. La reconnaissance d'un positionnement novateur et d'une technologie innovante : Editeur de logiciel spécialisé dans le traitement automatisé du langage, AriseM développe et commercialise une gamme de composants logiciels modulaires et intégrables. La technologie d'analyse sémantique d'AriseM, fruit d'importants travaux de Recherche & Développement, permettra à Microsoft Office Sharepoint Server 2007 (MOSS) de démultiplier la pertinence des recherches en tirant pleinement profit du contexte des informations. Repéré par Microsoft pour son innovation technologique et sa complémentarité avec Microsoft Office Sharepoint Server 2007, AriseM bénéficie désormais du support du programme IDEES pour développer de fortes synergies techniques et commerciales avec les équipes de Microsoft. Ce partenariat apporte à AriseM un accompagnement sur trois volets : - L'accès au Microsoft Technology Center ainsi qu'à une collaboration technologique de grande ampleur. - Un support commercial et marketing permettant d'accroître la visibilité de l'offre. - Une reconnaissance au sein du réseau Microsoft sur un plan international.

www.arisem.com

IBM reçoit ACAMAYA et TELISMA

IBM présentait son socle technologique, trois produits qui se recommandent de son architecture UIMA, élément fondateur de sa stratégie. En plus d'ICE (Information Integration Content Edition), IBM propose en effet, IBM Omnifind Enterprise Edition et IBM Omnifind Discovery Edition, avec son interrogation en langage naturel, sa base de connaissance, son module de classification et sa bibliothèque de pages « jsp ». Plus, avec BIW (Business Insight Workbench), IBM rapproche données non structurées via UIMA, des données structurées. Au sujet de la plate-forme, Michel Caussanel d'IBM précise : « ces technologies arrivent à maturité ou à une maturité suffisante pour commencer à être industrialisées à plus grande échelle. »

Sur le stand IBM, un intégrateur spécialiste de la gestion des contenus non structurés, ACAMAYA, avec une expertise spécifique des contenus audio/vidéo numériques. ACAMAYA, confirme Jean-Marc Pellet, ingénieur commercial, est une équipe pluridisciplinaire de plus de 90 personnes. ACAMAYA conçoit et réalise des systèmes de veille média, veille scientifique et technique, veille concurrentielle. ACAMAYA se caractérise par son expertise IBM de Lotus Domino, QuickPlace, à Websphere Portal, Filenet, à Omnifind et aux solutions Teamlink. Pour des raisons d'ontologie, de taxonomie, d'extension sémantique et selon le type d'utilisateur, ACAMAYA intègre aussi les composants ARISEM. Air France, Pfizer, Danone, ont récemment bénéficié du savoir-faire ACAMAYA.

www.acamaya.com

Autre invité d'IBM, TELISMA dont le logiciel de reconnaissance de la parole TeliSpeech a été conçu pour permettre au plus grand nombre d'utilisateurs d'accéder à une grande variété d'applications vocales, telles que la qualification en centre d'appels, les répertoires personnels ou les portails vocaux. TeliSpeech est disponible pour les langues européennes majeures.

www.telisma.com

PIKKO et la cartographie d'information

PIKKO, dont le siège est à Montpellier, est dirigé par Christophe Douy, Supelec 88. Le cœur de métier de l'entreprise est la cartographie d'information. D'abord SSII, elle n'est éditeur que depuis un an. Son logiciel ARAK présente les informations les unes par rapport aux autres, propose les chemins pour accéder à l'information, aide aux rapprochements, détecte l'information qui va devenir importante. Il a une forme quantitative, EasyKube, et une forme qualitative, Visionlink. EasyKube est une interface de visualisation d'information multidimensionnelle. Visionlink est un composant logiciel spécialisé en visualisation d'information relationnelle. Les deux sont particulièrement utiles en intelligence territoriale et BI. Ils aident les analystes à avoir une vision plus globale. PIKKO a une approche OEM et s'intègre à Excel et à différents cubes OLAP. L'intégration à Outlook Express est en développement. PIKKO, soutenue par OSEO/ANVAR, est partenaire INRIA Futur, et partenaire AMI Software, dans le cadre d'un projet ANR, Agence Nationale de la Recherche. www.pikko.fr



SHARE YOUR SELF **BAAGZ**

Exalead : offensive sur tous les fronts du Search

La Conférence sur la convergence des moteurs de recherche texte, son et images a réuni autour de Jean-Paul Taravella d'Atos Origin et Edouard Geoffrois, ETCA (DGA), les témoignages de trois leaders du search : LТУ Technologies pour l'image, Vecsys pour la reconnaissance vocale et Exalead, qui impose sa marque sur tous les fronts.

Même si le cœur du développement de l'éditeur français reste la recherche entreprise, aucun déploiement ne semble interdit : images, video, wiki, réseaux sociaux, jeux, mobiles... La dynamique, lancée à vive allure, fait oublier la réorientation plus hexagonale du projet Quaero ou l'infidélité en début d'année d'AOL France. Oublié tout cela. Bref les annonces vont bon train depuis plusieurs mois.

RICH RICH MÉDIAS !!

La première innovation est venue du nouveau moteur de recherche images dont l'index, en tutoyant le milliard de documents, s'est révélé capable de rivaliser avec celui proposé par le géant américain. Et puis surtout comme l'a expliqué Alexandre Winter (LТУ Technologies) l'apport fondamental est venu de la recherche par contenus. Le partenariat Exalead/LТУ a concrétisé une avancée rapide vers la recherche vidéos, autre marché lié à la production télévisuelle et donc à un modèle économique publicitaire dont le succès se confirme. A partir des plateformes d'hébergement classiques, le crawler identifie les pages contenant une vidéo puis indexe mots-clés, tag et description pour simplifier leur recherche. Encore une fois c'est la qualité de l'indexation qui est à la source de la pertinence et de la rapidité d'extraction. Le point sensible reste donc l'harmonisation des métadonnées. François Bourdoncle, PDG d'Exalead, insiste : "le fait d'harmoniser les catégories est très utile puisqu'on peut affiner d'un seul coup sur une rubrique sur toutes les plateformes existantes, et nous sommes le seul moteur à permettre ça. Idem pour les tags."? A ce jour, plus de près de 5 millions de fichiers seraient répertoriés.

L'HOMME EST ANIMAL SOCIAL, APPRENANT ET COMMUNICANT

Dès le printemps, Exalead affiche Wikipedia à son tableau d'honneur. La priorité stratégique pour l'encyclopédie virtuelle est de conserver ses contributeurs/experts les plus pointus, ce sont eux qui accroissent de façon déterminante la qualité de la connaissance diffusée. Le prix de cette fidélisation passe pour Wikipédia par une amélioration constante de son ergonomie et de ses services. C'est ce qui l'a amené à proposer via Exalead, un moteur verticalisé aux fonctionnalités de recherche multilingues renforcées. Le mythe de la tour de Babel, revu et corrigé par la sémantique, pourrait repointer son nez, qui sait ?

Et comme le web aujourd'hui se déploie de façon fulgurante vers les réseaux sociaux, l'équipe de François Bourdoncle enchaîne sur ce qui pourrait être une petite révolution, à la croisée de plusieurs concepts relationnels et technologiques. En direct de San Diego en Californie, à l'occasion d'une conférence internationale, est donc tombée en Septembre, l'annonce du lancement d'un service assez inédit, le BAAGZ, sorte de bagage personnel virtuel où nous entasserions à la volée tous les objets numériques de notre vie, à la fois album, compil et mémoire intimes ou professionnelles, presque tout ce que le web peut générer comme objets et liens, quels que soient leurs formes et les supports (photos, vidéos, textes, musiques). Encore une fois ce que sait bien faire Exalead est la description sémantique de ces objets et de leurs liens. C'est ce qui rendra possible une connexion en temps quasi-réel du « webber » avec n'importe quel autre satellite de sa planète : blogs, sites, portails, forums, wikis, communautés d'intérêts, messageries...

Concurrence oblige, Exalead se montre sensible aux tendances sociologiques, d'opinion, de consommation venues des « States ». Son marché est définitivement mondial. Preuve en est : sa réactivité marketing face au phénomène iPhone. L'univers du mobile 2e génération est ainsi investi depuis le mois dernier par le lancement d'une interface avancée de recherche, concentrée sur un écran de quelques centimètres carrés !
Jacqueline Sala



Surveillance médias : Spotter marque des points

Par Frédéric Martinet (www.actuintelligence.com)

Spotter est une plateforme de veille avec une spécialisation forte veille média en solution ASP et qui surveille aussi les blogs et forums – sujet de surveillance et d'inquiétude très tendance s'il en est. J'ai eu l'occasion de tester la plateforme et cette dernière est particulièrement ergonomique permettant la génération de rapports de veille image (articles positifs, neutres, négatifs).

Cette analyse qualitative est souvent le point critique de solutions qui veulent tout automatiser. L'analyse de Spotter s'appuie sur des grilles personnalisées ou en tout cas contextualisées par rapport à l'activité de l'entreprise surveillée. Les grilles d'analyse sont réalisées par des analystes et linguistes. Ces dernières permettent d'identifier au mieux les thématiques et sous thématiques, les acteurs, les avis et la coloration (soutien ou critique / implicite ou explicite).

Cette analyse aujourd'hui en partie manuelle devrait évoluer vers une automatisation plus grande chez Spotter en développant un "logiciel métier d'analyse linguistique". Les informations ainsi préqualifiées peuvent bien entendu être requalifiées par les veilleurs / utilisateurs de la plateforme mais aussi commentées.

Par ailleurs, Spotter s'appuie sur des traducteurs en interne ainsi que sur un réseau externe, lui permettant de proposer à ses utilisateurs une veille internationale avec des prestations de traduction partielles ou totales des informations rapatriées. On se rappellera que début 2007, Spotter avait mis en place un observatoire des présidentielles afin de démontrer son savoir faire. Spotter est aussi en charge d'un événement très actuel puisqu'ils veillent sur l'image de la Coupe du Monde de Rugby 2007.

Et pour ne pas parler que techno, parce que l'humain ça compte, l'équipe de Spotter est particulièrement sympathique et professionnelle, y compris sa PDG Ana Athayde qui rappelle, lorsqu'on lui demande d'où est venu le nom de son entreprise : "Spotter c'est le veilleur, celui qui veille, celui qui repère des choses ... et en anglais car nous étions au début presque à 100% à l'international!".

Rapport de l'ADIT Intelligence

Economique des territoires

TOKYO, UN MODÈLE INDUSTRIEL RENOUVELÉ.

Au Japon, les mécanismes qui ont

permis à l'économie de fonctionner sont basés sur des liens très serrés entre les politiciens, la bureaucratie et les affaires. Il s'agit d'un système susceptible de représenter un modèle alternatif aux approches anglo-saxonnes.

www.adit.fr

Microsoft : l'innovation une idée fixe

25 startups parrainées par an. En deux ans, les 50 premières startup parrainées ont réalisé une croissance moyenne de 433%, levé, en moyenne, 3M d'euros et créé, au total, plus de 550 emplois dans le logiciel.

Le Village IDEES a réuni cette année Sinequa, qui annonce une progression de CA de 80% par rapport à 2006, Arisem et Bluekiwi. Pour mémoire le programme IDEES, Initiative pour le Développement Economique des Editeurs et des Start up, a été lancé en octobre 2005, avec le support du Ministère de l'Industrie. Sa mission consiste à parrainer 25 startups par an et à leur fournir un support technologique (à travers le Microsoft Technology Center), un support commercial et marketing ainsi qu'une aide à l'internationalisation. Récemment un volet "financement" vient compléter le dispositif au travers du partenariat conclu avec l'association FranceAngels, regroupant depuis 2001 de nombreux business angels.

IDEES fait maintenant école dans sa propre maison. Né en France, le concept du programme IDEES inspire les autres filiales de Microsoft et est aujourd'hui dupliqué dans une quinzaine de pays en Europe, en Angleterre, en Israël, en Inde, en Russie mais aussi aux Etats-unis. Aujourd'hui, le programme IDEES vient de signer un partenariat avec La Fondation Sophia Antipolis.

Thomas Defaye, directeur du business développement de Microsoft France explique : « nous allons dorénavant travailler avec les start up recommandées par la Fondation Sophia Antipolis, et favoriser le développement des PME Locales du logiciels ». A ce jour, déjà 2 startups basées à Sophia ont bénéficié de l'accompagnement de Microsoft : Seemage et Keenéo.

Polyspot lève des fonds pour confirmer sa stratégie à l'international

PolySpot, éditeur français de solutions « moteur de recherche » pour l'Entreprise, sera présent sur le Online de Londres avec une actualité dense.

Côté client, belle annonce avec la société Bureau VERITAS qui choisit la solution de recherche et de navigation PolySpot Enterprise Search pour son portail Intranet Groupe.

Mais ce n'est pas tout . PolySpot vient de décrocher sa première levée de fonds auprès de CIC VIZILLE CAPITAL INNOVATION pour lui permettre d'accélérer son développement. Ce nouveau financement vise à renforcer sa présence à l'international, ses équipes en France et à développer sa solution phare moteur de recherche : PolySpot Enterprise Search. Cette présence à l'International reste un axe constant précédées par les nominations des responsables des filiales nouvellement implantées en Angleterre et en Italie: Marc Quantrill à Londres et Siro



du risque

Les Etats doivent protéger l'activité économique. La récente fusion de Suez (Energie) et Gaz de France illustre cet enjeu pour la France alors que les compagnies pétrolières traditionnelles perdent le contrôle des prix depuis les fortes hausses des matières premières en 2005. Pas un "20 Heures" sans des images alarmistes sur la flambée des prix du pétrole. Depuis le début de l'année, les cours ont progressé de 50 % et, en octobre, de 18 %.

maîtrise

Les compagnies pétrolières internationales vivent sous la menace de nouveaux pouvoirs

Les compagnies pétrolières internationales doivent-elles avoir peur des compagnies nationales pétrolières ? Comment doivent-elles faire face à ces nouveaux pouvoirs ? C'est en tout cas ce que surveille une direction de la commission européenne spécialisée dans l'analyse des risques en approvisionnement d'énergie. Sa mission : anticiper les mutations de l'environnement de sept compagnies nationales pétrolières qui règnent sur la production et la distribution de l'or noir et du gaz - nous parlons ici de la Chine, de la Russie, de l'Iran, de l'Arabie Saoudite, du Venezuela, du Brésil et de la Malaisie.

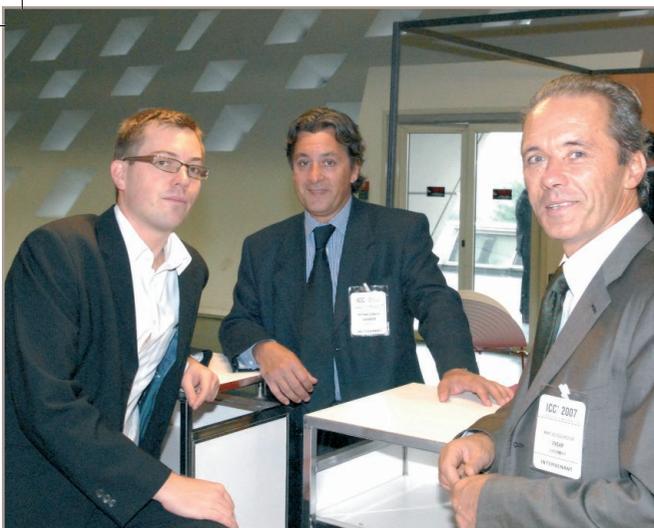
MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE : UN ENJEU SOUVERAIN

Rappelons le contexte. Il faudra plus d'une trentaine d'années avant que les nouvelles énergies ne puissent se substituer aux énergies fossiles. Une coupure de gaz peut obérer toute l'activité économique d'un pays. Face à cet enjeu, les questions se posent aux traditionnels leaders américains ou européens (Chevron, Exxon, Shell, BP...) : doivent-ils organiser ou non leurs propres services de sécurité armée, comme le géant Gazprom, pour protéger leurs employés menacés d'enlèvement ou de mort par des groupes terroristes ou tribaux qui prétendent contester leur présence et leur activité industrielle ?

C'est le cas, notamment, au Nigeria, en Indonésie ou dans quelques petits pays arides qui ont retrouvé des frontières oubliées avec l'Union soviétique. La question n'est pas anodine. Aux marches de la Russie, une société quasi-étatique, GazProm, n'agit pas autrement depuis plus de quinze ans. Mais quels sont les boucliers face à cette menace ? Qui est dans la cible ? Qui agit ? Où ? Et qui réplique ?

Pour anticiper ces actions concurrentes, l'analyse des flux informationnels est devenue une différenciation indispensable à ces entreprises particulièrement exposées. Deux critères majeurs doivent être respectés : la fraîcheur de l'information et son exhaustivité. La solution proposée par LexisNexis Analytics a permis l'analyse simultanée du plus grand bouquet de sources mondiales (médias et blogs) dans toutes les langues. Jusqu'à présent aucune étude, aucune enquête quantitative et qualitative n'a été menée à l'aide d'un moteur sémantique avec des spécialistes du secteur.

Pourtant, le client a découvert en avril dernier que c'est au Nigeria que le terrorisme et la menace d'enlèvement des employés de compagnies pétrolières ont le plus frappé. Pendant un mois, les personnels les plus ciblés ont été ceux de Chevron et de Shell. Personne ne l'avait identifié.



DE GAUCHE À DROITE : NICOLAS CHAZAUD (ANIMATEUR BLOG CAFÉ, LEXISNEXIS), BERTRAND DUSSAUGE (LEXISNEXIS), MARC DE FOUCHECOUR (ENSAM, NEXTMODERNITY)

Les analyses croisées des données extraites par les services commerciaux, marketing, financiers ou des processus organisationnels permettent de prendre des décisions à partir de faits observés et moins sur des intuitions. Ces nouvelles règles analytiques s'appliquent maintenant à la plus grande base mondiale d'informations accessible via Internet.

Déceler une pépite de savoir dans les informations qui jaillissent chaque minute d'un bout à l'autre de la planète internet donne une idée de ce que peut être un morceau d'éternité. Et parce que l'éternité c'est infini, LexisNexis® Analytics industrialise un tri et une sélection intelligents et redoutables d'efficacité.

Comment ça marche ?

Apprendre, c'est évidemment cibler ce qu'on veut savoir. Bien sûr, la question n'est pas seulement de sélectionner des milliers de sources d'information parmi des milliards, mais également de s'interroger sur le contenu et la pertinence de l'information publiée. Il s'agit de s'enraciner au cœur d'un réseau de connexions de personnes, de faits et de lieux mémorisés. Bref, un réseau d'efficacité qui contourne les apparences. C'est tout le savoir-faire technologique et de conseil de LexisNexis® Analytics. La récolte d'un élément essentiel concret. Utile et exploitable, à chaque instant.

Pour obtenir plus d'infos :

bertrand.dussauge@lexisnexis.fr
Directeur du Marketing LexisNexis Intelligence Solutions

Bertrand Dussauge a développé cet exemple lors de sa conférence le mercredi 3 octobre à 16h30 dans le salon ICC au Palais des congrès de Paris, Porte Maillot.

LexisNexis Intelligence Solutions (LNIS) est la nouvelle raison sociale de datops, acquise par le groupe Reed Elsevier en décembre 2006. Les nouvelles solutions de LNIS reposent sur les technologies, les conseils, les méthodes et les contenus de datops et de LexisNexis et sont commercialisés par les directions des ventes nationales du groupe, installées dans près de 200 pays. LexisNexis a réalisé un chiffre d'affaires 2006 de plus de 2 milliards euros.

Les mots-clés sont ceux qui font sauter le verrou, pas ceux qui désignent la serrure.

La recette : un fond de sémantique avec une couche de sur-mesure. La méthode éprouvée de LNA, c'est un moteur sémantique, paramétré sur mesure par des ingénieurs et des analystes, pour donner un sens aux milliers d'articles traitant de ce risque et analysés automatiquement. La veille intelligente. S'il le désire, le client est alerté lorsque le volume ou la tonalité des publications sur chaque entité suivie varient anormalement sur la planète. Puisque l'information navigue sur des mots, il s'agit de repérer les expressions « qui parlent ». L'essentiel n'est pas forcément serti dans la grande actualité.

“En fait, pour LexisNexis Analytics, une requête de mots-clés, c'est un troussseau plein de passe-partout officiels. Des dictionnaires de sésames qui ouvrent et qui s'ouvrent sur des horizons sans cesse renouvelés. En un clic. Sur un thème, une entité sélectionnés ou même un graphique la palette des informations filtrées, espérées ou inattendues, apparaît. Les sources journalistiques classiques (reportages, dossiers, interviews) comme les nouveaux blogueurs sont brutalement redevenus plein d'intérêt dans les profondeurs des analyses comparatives avec leurs consœurs étrangères. Ce qui compte, ce sont les correspondances, les croisements d'informations. La force des entreprises analytiques, c'est l'association d'idées avec de moins en moins d'intuition. Pour savoir et pour agir plus vite.

Simon ? Eh bien, il y a toujours les cellules de renseignements humains qui, pour certaines, ont du mal à respecter les lois. B.D.

« Contrôlez le pétrole et vous contrôlerez les nations. »



Ce livre montre comment le pétrole, par son importance vitale, en temps de paix comme en temps de guerre, a été le vecteur d'unpouvoir sans pareil. Henry Kissinger l'a formulé de façon saisissante lors du premier choc pétrolier : « Contrôlez le pétrole et vous contrôlerez les nations. »

Le rôle de la France dans cette histoire fut parfois éminent, parfois peu reluisant. Mais toujours, elle fut partie prenante de la pièce qui se jouait. Depuis les premiers forages pétroliers de Mésopotamie à la veille de la Première Guerre mondiale jusqu'aux honteux accords Sykes-Picot qui organisèrent secrètement le dépeçage de l'Empire ottoman par les Français, les Russes et les Anglais, la France

resta un acteur majeur. Après l'échec décisif de l'expédition du capitaine Marchand face aux troupes de lord Kitchener à Fachoda (1898), la France fut prise dans un réseau d'alliances dirigé contre l'Allemagne qui aboutit à la boucherie que l'Histoire appelle la Grande Guerre. Dans cette guerre, et dans toutes celles qui ont suivi jusqu'à l'occupation de l'Iraq par une soi disant « coalition des volontés », le pétrole a joué un rôle décisif, mais occulte. Par ses décisions unilatérales, cette coalition des volontés, conduite par un président américain, a peut-être annoncé la fin irréversible de l'ère américaine.

La France a participé à la plupart de ces aventures, ainsi qu'à la ruée vers l'or noir. Dans le passé, les élites françaises ont toujours tenté de définir pour leur pays une politique aussi indépendante que possible de la « perfide Albion », comme le général de Gaulle se plaisait à appeler la Grande-Bretagne. De nos jours, une perfidie plus dangereuse que celle qui entraîna la Première Guerre mondiale et ses lendemains tumultueux menace l'existence de notre planète.

**Ouvrage : Pétrole, Une guerre d'un siècle, Par William Engdahl
Editeur : Jean-Cyrille Godefroy (17 septembre 2007) ISBN-10: 2865532003**

veillemag.com abonnement

Pack web offert !

10 ans d'archives, annuaire, newsletter,....



Le magazine professionnel
de l'Intelligence économique et
du Management de la connaissance

Je m'abonne à Veille Magazine

!_! Abonnement classique -> 151 euros TTC (TVA 2,10 %)

!_! Abonnement PackWeb -> 199 euros TTC (TVA 2,10 %) **Offert**

Soit une économie de 48 euros !



1

Je choisis l'abonnement classique
• un an d'abonnement

Le magazine de référence
des professionnels
de l'information stratégique
• Veille • IE • KM •
au prix de 151 euros TTC

2

Offert !

je choisis la formule Pack Web

• un an d'abonnement à
L'édition papier
+ l'accès à l'espace interactif
www.veillemag.com

(archives intégrales depuis 1987, fil
info, annuaires, sources profession-
nelles, alertes, moteurs de recher-
che, revue de presse, Newsletter)

offre spéciale
Bienvenue
2007

3

Offre Spéciale
ICC2007
Edition en ligne
Pack Web Offert

!_! Mme !_! Melle !_! M.

Nom : !_!

Prénom : !_!

Société : !_!

Adresse : !_!

Code Postal : !_! !_! !_! !_! !_!

Ville : !_!

Pays : !_!

Tél. : !_!

Email : !_!

Date : _____ Signature _____

Mode de règlement
!_! Je vous règle par chèque bancaire ci-joint et je recevrai une facture acquittée
!_! Je vous règle à réception de facture.

Offre valable du 2 octobre 2007 au 31 décembre 2007

retournez ce bulletin complété
• par courrier à Veille Magazine
Service abonnement
38 avenue Henri Barbusse
92220 — Bagneux
• Par fax : 01 46 65 32 96
• Pour toute info :
(33)01 46 65 44 30



Squido, assistant intelligent et personnalisable pour mener des recherches complexes sur le web visible et profond, est né de l'expérience acquise depuis 2002 par IXXO dans ses activités de conseil et d'intégration de solutions de recherche professionnelle d'informations.

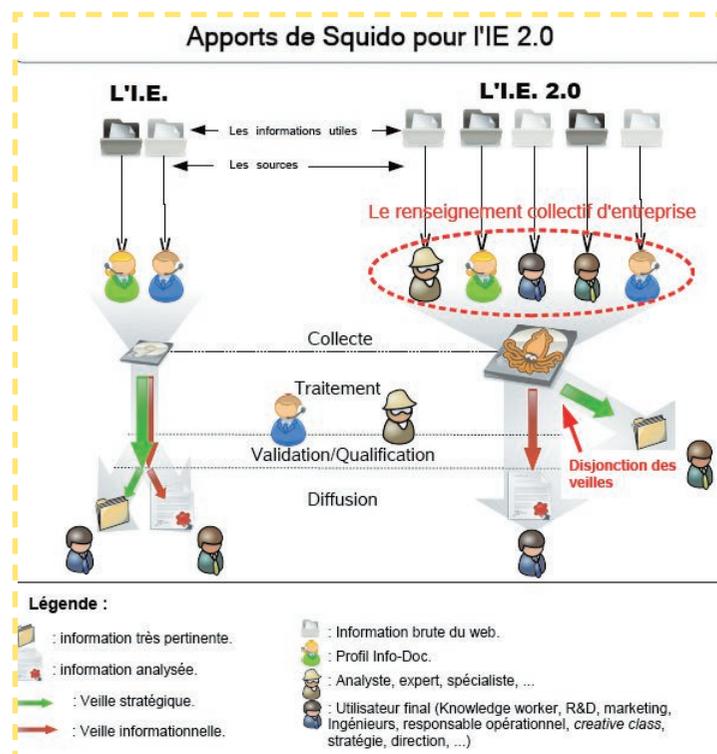
Naissance

du renseignement collectif d'entreprise avec Squido, d'Ixxo

Le métier premier des dirigeants de IXXO est la gestion des connaissances. Les références d'IXXO sont nombreuses avec entre autres Airbus, France Telecom, le Ministère de la Défense, Bibliothèque Municipale de Lyon, le Crédit Lyonnais, le Ministère de l'Emploi ...

« Au cours de son activité, et plus particulièrement sur des sujets de systèmes de veille, IXXO a rapidement remarqué que des besoins essentiels de l'Intelligence Economique n'étaient pas couverts par les logiciels disponibles sur le marché », déclare Jean-Pierre Bourdais, PDG de IXXO.

« Les informations sensibles peuvent être publiées n'importe où sur le Web. Les outils actuels de veille se concentrent



sur une sphère fixe de sources qu'ils surveillent. Si l'information ne sort pas dans les sources paramétrées par l'utilisateur elle n'est pas détectée. De plus les professionnels (tous les knowledge workers) n'ont pour leurs recherches d'autres alternatives que les grands moteurs généralistes du web visible. »

« Notre laboratoire ayant des solutions particulièrement prometteuses à proposer, la Direction Générale d'IXXO a décidé d'orienter nos activités afin de construire une solution novatrice et compléter ainsi notre offre. Le résultat dépasse aujourd'hui largement nos attentes et nous encourage à nous investir vers de nouvelles versions. »

DIFFÉRENT DES MOTEURS DE RECHERCHE GRAND PUBLIC

Squido se différencie des moteurs de recherche grand public par sa capacité de permettre une recherche à partir de textes longs en langage naturel, de ne fournir que les résultats pertinents sans tenir compte de la popularité, d'adresser le web visible et le web profond, de personnaliser sa recherche en précisant ses sources et en choisissant des ontologies, de mutualiser des résultats et des sources au sein d'une équipe. Cette exploration professionnelle du web a été soutenue par Oséo.

Squido s'adresse aux cadres et professionnels de l'Infodoc qui sont amenés à mener des recherches complexes sur le web : R&D, analyses économiques, veille, marketing, documentation, communica-

tion. « Avec Squido, précise Jean-Pierre Bourdais, chacun dans l'entreprise peut assumer sa propre veille sans surcharger les veilleurs et documentalistes. C'est la naissance du renseignement collectif d'entreprise. »

Il permet aux knowledge workers d'utiliser l'outil directe-

ment et faire eux-mêmes des recherches poussées. Les résultats peuvent être intégrés rapidement dans les processus. Le savoir se double de surveillance de l'environnement. L'IE et le KM fusionnent. C'est sur cette nouvelle vision qu'IXXO a lancé en juin 2007 le concept d'IE 2.0.

MIREILLE BORIS

Points Forts

- la simplicité d'utilisation,
- l'exploration thématique et sélective du web,
- la détection automatique et intelligente de sources d'informations : capacité de faire du sourcing automatique,
- les gains de temps considérables (facteur 10) pour trouver l'information pertinente.

En bref...

Squido est multiprotocole.

Il évalue et classe les informations avec un algorithme de pertinence objectif.

La recherche est guidée et la navigation aisée dans l'information collectée.

Multilingue et crosslingue, Squido est capable de suivre et analyser plusieurs centaines de milliers de liens par itération, et sélectionnera de façon rigoureuse les documents correspondant aux attentes de l'utilisateur...

La métaphore de l'utilisation d'un tamis d'orpailleur peut convenir à Squido.

Le prix du serveur Squido est de 90 K euros HT et 10 K euros pour les 20 premiers utilisateurs. La grille des prix pour les utilisateurs est ensuite dégressive. Ce produit correspond à un besoin sur le marché des grands comptes et des PME pour lesquelles il existe une version ASP en abonnement. Sur le modèle économique en ASP, IXXO décline 4 offres dont l'une spécifique pour les dispositifs territoriaux (CCI, Pôles, Clusters, ...).



Le marché préférentiel de Pertimm pour son moteur de recherche sémantique multimédia, est l'Intranet et les grandes bases de données.

La société a organisé en novembre à ICC, une conférence sur le Pertimm Database Accelerator, dont l'objectif est d'accélérer les requêtes et de diminuer les temps de réponse aux questions des internautes.

Speed Matching avec le Database Accelerator de Pertimm

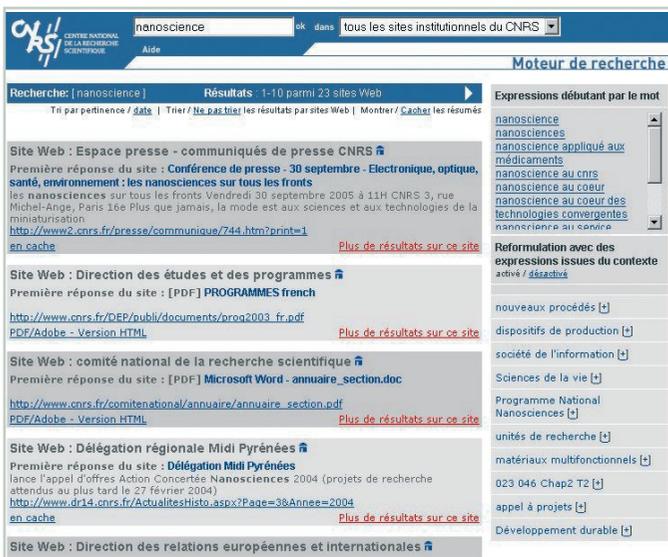


« Nous voulons intégrer l'ensemble de toutes les technologies existantes, et surtout donner à l'ordinateur une capacité de recherche qui s'approche de l'être humain. Permettre à l'homme d'accéder aux informations de façon humaine. Cette humanisation de l'ordinateur fait appel à beaucoup de linguistique... Notre pari réussi est de répondre en quelques centièmes de seconde à une requête sur un volume de données très important. » Patrick Constant, Pdg Pertimm

Pour faire simple, la solution mise au point par Pertimm est particulièrement dédiée aux entreprises, sites marchands par exemple, qui souhaitent offrir à leurs clients un meilleur accès à leurs données. Meetic, leader européen de la rencontre en ligne (plus de 28 millions de profils enregistrés depuis sa création, 10 millions de clients) a fait confiance à Pertimm pour améliorer son service auprès des utilisateurs du site Internet.

TROUVER UNE AIGUILLE DANS UNE BOTTE DE FOIN

Les responsables de Meetic souhaitent que les internautes puissent effectuer des requêtes par âge minimal, maximal, ou entre deux valeurs. Ils ont également donné comme objectif à Pertimm de pouvoir augmenter le périmètre de la recherche en prenant en compte le contenu de l'annonce et en ayant la possibilité de définir n'importe quel croisement de critères. Enfin, ils veulent permettre aux membres d'améliorer les possibilités de tri des résultats selon plusieurs critères. Quelques chiffres de l'application... Nombre moyen de critères par requête : 5, 100000 requêtes utilisateur par jour, de 15000 à 75000 connexions en parallèle en fonction des périodes de la journée, 10 serveurs, 10 requêtes utilisateurs traitées chaque 15 ms, 1500 requêtes par seconde, les requêtes ont été accélérées plus de 500 fois. Entre les clients et la base de données, Database Accelerator qui s'adosse directement à la base de données, s'intègre au système d'information sans y toucher.



Pertimm anime le portail
<http://www.cnrs.fr> du CNRS.

Cette humanisation de l'ordinateur fait appel à beaucoup de linguistique...

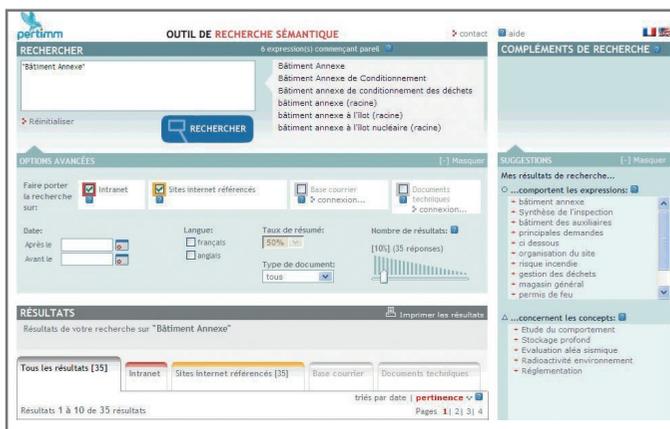
LA RECHERCHE PAR CONCEPT SÉMANTIQUE OU PERTIMMISEUR

L'originalité du moteur de recherche sémantique Pertimm est d'autoriser des recherches multidimensionnelles, dont la recherche par «concept sémantique», ou «pertimmiseur». Un pertimmiseur est une liste de termes caractérisant une idée ou un concept. C'est une idée associée au point de vue d'une personne. Elle permet à l'utilisateur d'exprimer ses idées à travers les mots qui correspondent à ces idées. En augmentant le pouvoir d'expressivité de l'utilisateur, une recherche par concepts apporte des résultats encore plus pertinents qu'une recherche par mots-clés classiques.

Moteur de recherche sémantique multimédia du projet Infom@gic au sein du Pôle de compétitivité francilien Cap Digital, Pertimm anime également le portail <http://www.cnrs.fr> du CNRS mais il a été retenu

comme moteur transverse du EADS Shared Information System (ESIS) pour la veille de toutes les Business Units du groupe EADS.

La société Pertimm est responsable du sous-projet 1 «recherche d'informations numérisées» qui représente plus de 10 millions d'euros sur les 56 millions d'euros du projet Infom@gic. Le Pertimm Database Accelerator est dans la droite ligne des travaux Infom@gic. Le financement est en phase 3. Pertimm vient de présenter avec succès à la DGE et au Conseil Général des Hauts de Seine, l'état de l'art actuel de ce que peut être un moteur sémantique pour le web.



DE GRANDES AMBITIONS

En 2006, Pertimm a connu une croissance de 100% et a recruté une dizaine de collaborateurs. L'entreprise compte maintenant vingt personnes, ingénieurs, commerciaux, marketing, docteurs en linguistique, statistique, robotique, et a procédé à un grand déménagement dans des locaux plus grands, toujours à Asnières. Ses concurrents sont l'ensemble des entreprises qui font des moteurs de recherche, de Google, à Exalead, Sinequa, TripleHop, etc... Les ambitions de Pertimm sont grandes, reconnaît Patrick Constant, fondateur, Président de Pertimm SAS, CTO, Pertimm, Inc., responsable de la technologie Pertimm en Europe et aux Etats Unis. « Nous voulons intégrer l'ensemble de toutes les technologies existantes, et surtout donner à l'ordinateur une capacité de recherche qui s'approche de l'être humain. Permettre à l'homme d'accéder aux informations de façon humaine. Cette humanisation de l'ordinateur fait appel à beaucoup de linguistique... Notre pari réussi est de répondre en quelques centièmes de seconde à une requête sur un volume de données très important. »

Mireille Boris