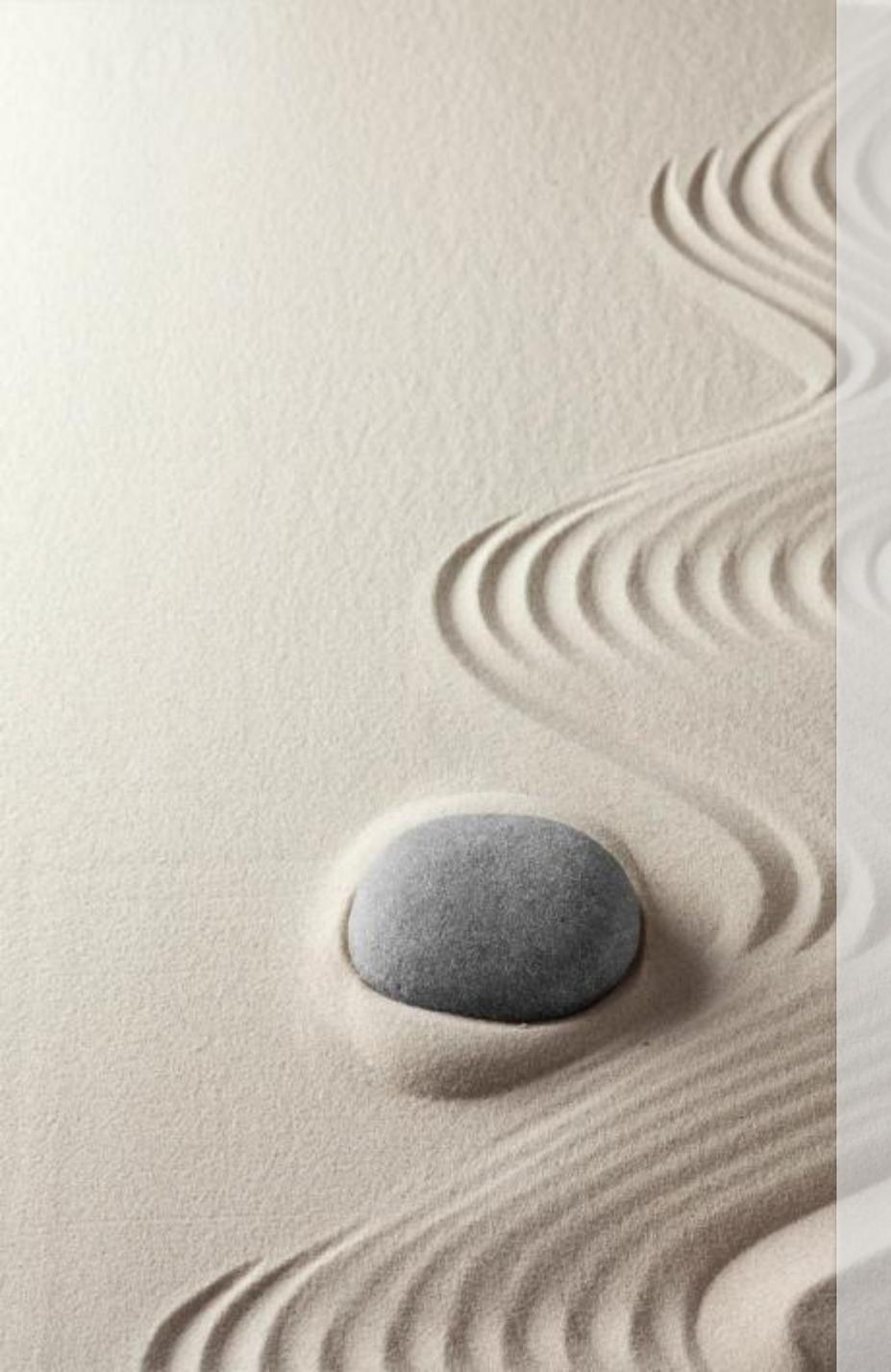




Tendances et nouvelles pratiques de la veille

Février 2013



- ✓ Tendances de la veille : Quels nouveaux outils pour quels nouveaux usages
- 1. Les nouveaux médias sociaux sur le Web
- 2. Les contenus multimédias sur le Web
- 3. La veille et l'instantanéité ou veille temps réel
- 4. La veille en mobilité



1. Les nouveaux médias sociaux sur le Web
 - Les utilisateurs des nouveaux médias sociaux
 - L'information qu'ils véhiculent
 - En quoi modifient-ils l'approche de la veille ?

Les utilisateurs des nouveaux médias sociaux

✓ Une nouvelle génération d'Internautes

1. « Born connected »
 - Ont grandi avec les « nouvelles technologies »
 - N'ont pas connu le minitel
 - Internet n'est plus un moyen d'accès à l'information mais un moyen large de communication bidirectionnel et transversal
2. Une approche sans complexe et sans frayeur
 - L'internaute, essaie, publie puis s'adapte
 - La technologie s'efface, c'est l'interaction, les possibilités offertes qui priment
 - Une relation à la vie « privée » qui évolue fortement

✓ Une acculturation Internet des générations plus âgées

- Propagation de l'utilisation d'Internet dans toutes les classes d'âge avec un fort rattrapage des seniors
- Des usages restant toutefois variés avec des différences par :
 - Âge
 - Zone urbaine / rurale
 - Sexe
 - CSP

Temps moyen passé par mois aux US

✓ Facebook en tête des temps d'attention sur les médias sociaux

- Mais Google, le moteur de recherche, reste très proche
- Sont exclus ici les réseaux sociaux vidéos par exemple

✓ Tumblr en croissance extrêmement forte surtout chez les jeunes générations

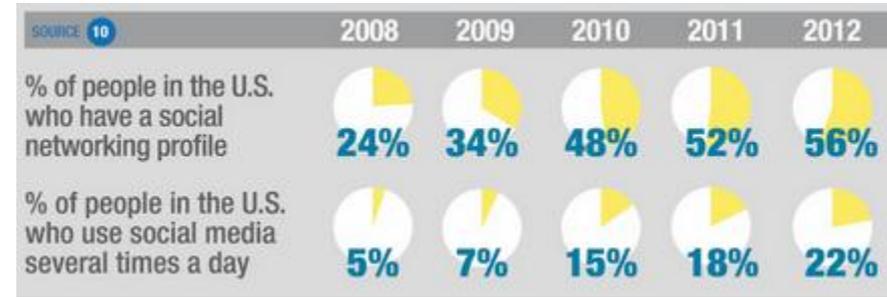
✓ Pinterest, marginal en termes d'utilisateurs est pourtant addictif en temps consommé



Proportion des internautes « socialisés »

✓ En 2012 plus de 50 % des individus aux US ont un profil sur un réseau social

- La plupart de ces profils sont créés sur Facebook



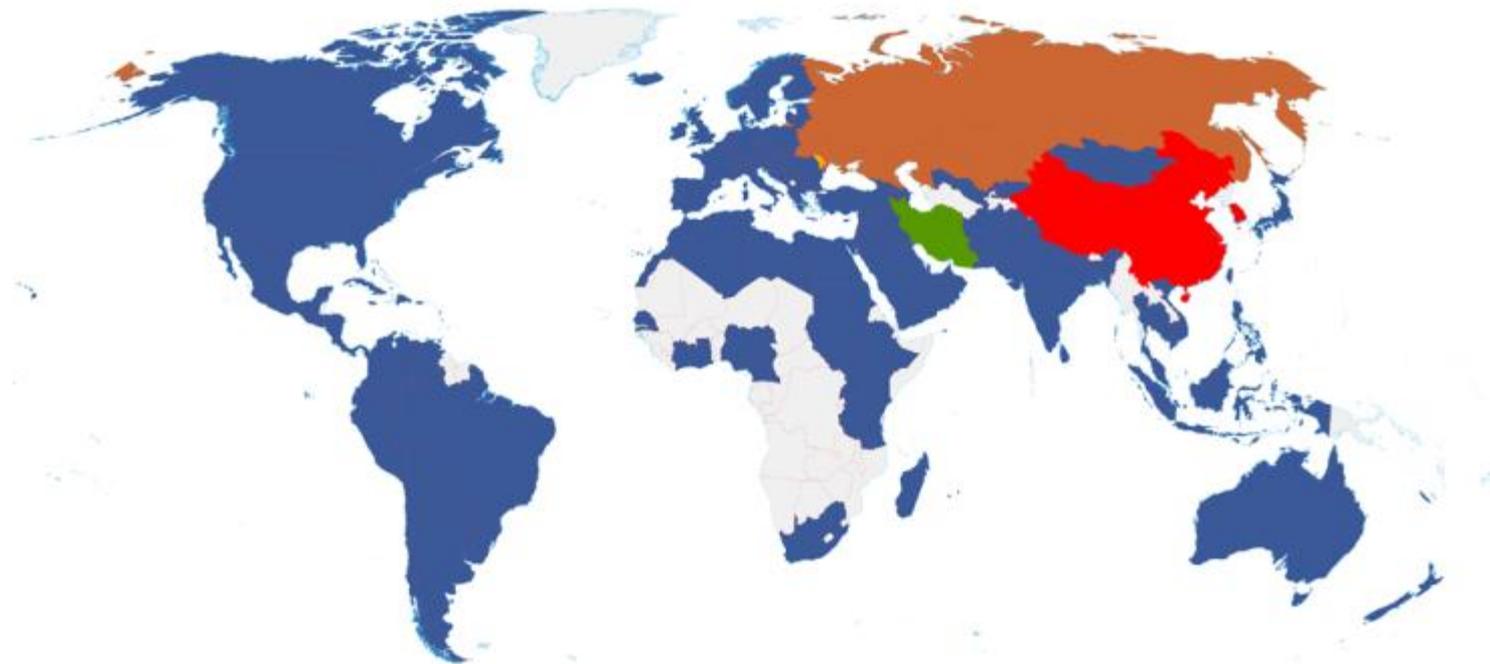
✓ La proportion des habitants ayant un profil social croît de façon continue mais plus encore la proportion d'utilisateurs qui se connectent à un de leur profil quotidiennement

✓ Les usages se cumulent et de plus en plus nombreux sont ceux qui consultent leur profil social ou ont une autre activité sur un réseau social tout en regardant la télé 1.0

Des réseaux sociaux généraliste qui dominent (1)

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2012



■ Facebook ■ QZone ■ V Kontakte ■ Odnoklassniki ■ Cloob

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

sources: Alexa

Des réseaux sociaux généraliste qui dominant (2)

✓ **Bien que d'autres types de réseaux sociaux existent, ce sont les généralistes qui dominant le monde avec des spécificités locales :**

1. Facebook dans les pays occidentaux et une grande partie du monde
2. Qzone en Chine
3. Vkontakte en Russie

Social networks ranking

Social Network	Statistiques (août 2012)
Facebook	955 million d'utilisateurs actifs
Twitter	Plus de 500 millions d'utilisateurs (pas forcément actifs)
Qzone	576 millions d'utilisateurs
Sina Weibo	Plus de 500 millions d'utilisateurs (pas forcément actifs)
RenRen	Plus de 170 millions d'utilisateurs
LinkedIn	174 millions d'utilisateurs
Google plus	170 millions d'utilisateurs ayant activé G+
Tumblr	9 millions de blogs
Instagram	80 millions d'utilisateurs
Tagged	20 millions de visiteurs uniques par mois
FourSquare	Plus de 20 millions d'utilisateurs
Pinterest	Plus de 11 millions d'utilisateurs enregistrés
Posterous	3,9 millions de membres



1. Les nouveaux médias sociaux sur le Web
 - Les utilisateurs des nouveaux médias sociaux
 - L'information qu'ils véhiculent
 - En quoi modifient-ils l'approche de la veille

Sur les blogs

- ✓ **Des avis / opinions éclairés (ou pas) pour les blogueurs professionnels ou experts**
- ✓ **Des billets « sponsorisés » pour les blogueurs qui publient sur des secteurs grands publics**
- ✓ **Des billets sur sa vie personnelle**
- ✓ **Et dans les espaces de commentaires :**
 1. Des commentaires / compléments d'avis sur le billet original publié
 2. Des débats stériles (trolls)
 3. De la publicité déguisée (backlinks)
 4. Des vrais avis consommateurs
- ✓ **Le blog est plus un média bottom up mais reste un média social de par ses espaces ouverts de prise de parole**
- ✓ **Peu de blogs sont réellement participatifs voire communautaires**

Sur les blogs : vision entreprise

- ✓ **Certains blogs sont de véritables blogs d'expert et sont des sources d'information incontournables.**
- ✓ **Quelques secteurs d'activité privilégiés :**
 1. High-Tech
 2. Télécoms
 3. « Internet »
 4. Mode
 5. Marketing / communication
- ✓ **Les blogs retiennent l'attention des veilleurs dans le secteur de l'e-réputation :**
 1. Détection d' « insights » / avis consommateurs
 2. Risque image
 3. Analyses pertinentes
 4. Indiscrétions / informations en avant-première

Les forums

- ✓ **Les forums sont des « ancêtres » des médias sociaux**
- ✓ **Ils sont aujourd'hui toujours très actifs et l'on y trouve :**
 1. Des avis sur des produits / marque
 2. Des questions / demandes de conseil
 3. Des réponses à ces questions
 4. Des débats d'opinion
- ✓ **Les forums spécifiques sont de vrais espaces communautaires qui regroupent des individus autour d'une passion d'une thématique**
- ✓ **Les forums généralistes sont des forums utilitaristes où l'on vient pour trouver une réponse ou poser une question qui n'a pas encore été posée.**
- ✓ **La plupart des forums interdisent la présence des marques / entreprises**

Les forums : vision entreprise

- ✓ **Utile pour mesurer la présence de sa marque ou de ses produits par rapport à celles de ces concurrents**
- ✓ **Sur certains forums spécialisés des informations très pointues et techniques**
- ✓ **Détection de problèmes / bugs / dysfonctionnement**
- ✓ **Les forums sont parfois utilisés par les entreprises qui publient sous pseudonymes pour :**
 1. Répondre subtilement à leurs détracteurs
 2. Faire de la publicité déguisée

Exemples de forums dédiés

LES NOUVEAUX VENUS		SUJETS	MESSAGES	DERNIER MESSAGE
	Présentation des forumeurs Ici, vous devez obligatoirement vous présenter lors de votre arrivée sur les forums d'Horlogerie-Suisse avant de poster votre première question et veuillez lire le règlement dans la barre orange Modérateurs: fabala, J.M.Fangio, tranber70, hl9000, DaggetMC, magellan	4313	26902	par fabala  22 Jan 2013, 14:25
LES FORUMS HORLOGERS		SUJETS	MESSAGES	DERNIER MESSAGE
	Forum général On parle de l'horlogerie et des montres en général, de notre passion horlogère et des actualités concernant l'horlogerie suisse. Commentaires sur les nouvelles montres présentées par les marques. Modérateurs: fabala, J.M.Fangio, tranber70, hl9000, DaggetMC, magellan	8562	104955	par bob6600  22 Jan 2013, 14:41
	Forum technique On parle technique horlogère. Que huiler, comment fonctionne un mouvement, rhabillage horloger etc... Modérateurs: fabala, J.M.Fangio, tranber70, hl9000, DaggetMC, magellan	4118	43990	par tempus  22 Jan 2013, 12:56

Horlogerie-Suisse : Un des forums français les plus actifs sur les montres suisses de précision



CAC 40
FR0003500008 PX1

3 745.60 Pts -0.46%
Nyse EuroTemps réel

 Créer une alerte  Ajouter à ma liste  Ajouter au portefeuille

Cours | Graphique | Actualités | Analyses | Warrants | **Forum**

Posté par M8604038 (franck nord) ·  Suivre [boursomarquer](#) · [ignorer](#)

action oxis c'est maintenant !

Auj. à 14:43
ca va bouger sur oxis...il est temps

[Recommander ce message](#)   0 

[Sauvegarder ce message](#) · [Reporter un abus](#) · [Lien vers ce message](#)

Extrait du forum Boursorama, majeur en France et consulté par les petits porteurs. Le forum Boursorama fait partie des forums surveillés afin d'identifier les potentielles manipulations de titres et délits d'initié.

Les réseaux sociaux généralistes

✓ **Ils permettent de tout publier ou presque ;**

1. Photos
2. Vidéos
3. Statuts
4. Messagerie privée entre utilisateurs

✓ **Le contenu dépend des choix de l'utilisateur :**

1. Profil plus pro / impersonnel
2. Profil plus perso / personnel et souvent très fermé et réservé aux stricts amis

✓ **Ils sont créés pour l'interaction**

1. Like / dislike
2. Commentaires
3. Partage
4. Espaces communautaires : « fan page » / Groupes

✓ **Beaucoup de solutions tierces permettent de rediffuser aisément sur ces médias sociaux**

✓ **Par ailleurs certains proposent un système de connexion qui est utilisable sur de nombreux sites tiers**

Les réseaux sociaux généralistes : vision entreprise

- ✓ **Difficile de réaliser de la veille sur les réseaux sociaux généralistes traditionnels car ils sont très fermés et restrictifs au niveau du contenu exploitable**
- ✓ **La jurisprudence autour des réseaux sociaux généralistes est prolifique :**
 1. Droit du travail
 2. Concurrence déloyale
 3. Dénigrement / diffamation
- ✓ **Les réseaux sociaux généralistes sont plutôt utilisés par les entreprises comme :**
 1. Espace de présence numérique / communication
 2. Espace publicitaire
 3. Lieu d'interaction avec ses clients / consommateurs

Les outils de micro-blogging

- ✓ **Permettent de publier 140 caractères incluant si on le souhaite :**
 1. Des liens hypertextes
 - Vers des articles
 - Des contenus multimédias
 2. Des hashtags, sortes de mots clés
 3. Des noms de personnes pour s'adresser à elle
- ✓ **Contrairement à Facebook ou d'autres réseaux sociaux, la plupart des publications sont publiques**
- ✓ **Les utilisateurs publient sur n'importe quel sujet**
- ✓ **Les contenus produits sont massifs mais beaucoup ne sont que des rediffusions**
- ✓ **Ils n'offrent pas d'espace de commentaires mais permettent de répondre / rediffuser**

Les outils de micro-blogging : vision entreprise

✓ **L'utilisation de Twitter pour les entreprises en termes de veille recèle un potentiel énorme :**

1. Identification de « chocs » / d' « issues »
2. Détection de signaux faibles
3. Veille thématique, le site de micro-blog est alors vecteur de l'information primaire
4. Identification de réseaux, de communautés, d'experts, de Key Opinion Leader
5. Détection de retours consommateurs directs

✓ **En termes de communication les usages sont aussi multiples :**

1. Diffusion de communiqué de presse
2. Aide aux clients / SAV
3. Développement de visibilité autour d'une thématique

Les outils de partage de vidéo

- ✓ Ils constituent un usage majeur du Web aujourd'hui et viennent directement concurrencer la télé
- ✓ Ils représentent un temps passé important
- ✓ Ils permettent à quiconque de diffuser ses propres vidéos...
 - Mais peu connaissent le succès
- ✓ Ils offrent un potentiel de visibilité fort à un coût faible
- ✓ Ils offrent des espaces de commentaires et d'interactions
 1. Like / dislike
 2. Commentaires
 3. Abonnement à ses utilisateurs favoris
- ✓ Les vidéos elles mêmes deviennent interactives (cf pub tip-ex)

Exemple de vidéo interactive

A hunter a bear



AndyTheHunter | 17 August 2010
Huge bear attacks after being shot by a hunter!



9213586
views



Les outils de partage de vidéo : vision entreprise

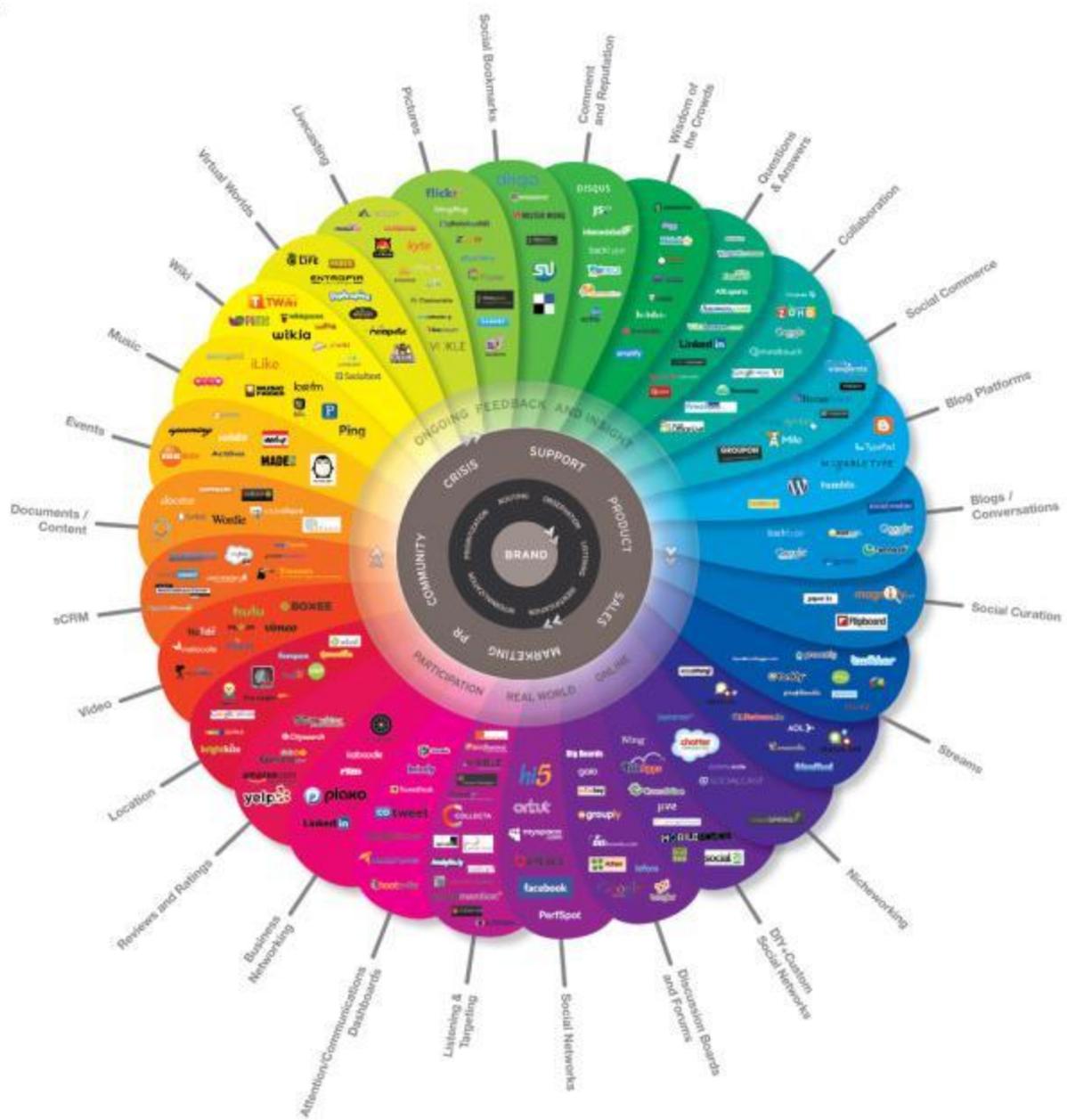
✓ **Les espaces vidéo sont surtout utiles en veille pour les entreprises :**

1. Pour avoir accès à quelques vidéos de leurs concurrents
2. Pour faire de la veille sur une de leur thématique (mais peu de vidéos « professionnelles »)
3. Principalement pour dénicher des vidéos sur l'utilisation de leurs produits (tutoriels, exemples)
4. Certaines vidéos dans une logique de veille concurrentielle peuvent être utiles : visites d'usines, vidéos tournés à l'intérieur de locaux, ...

✓ **Ce sont surtout des espaces de communication / promotionnels, avec ses propres codes**

THE CONVERSATION PRISM

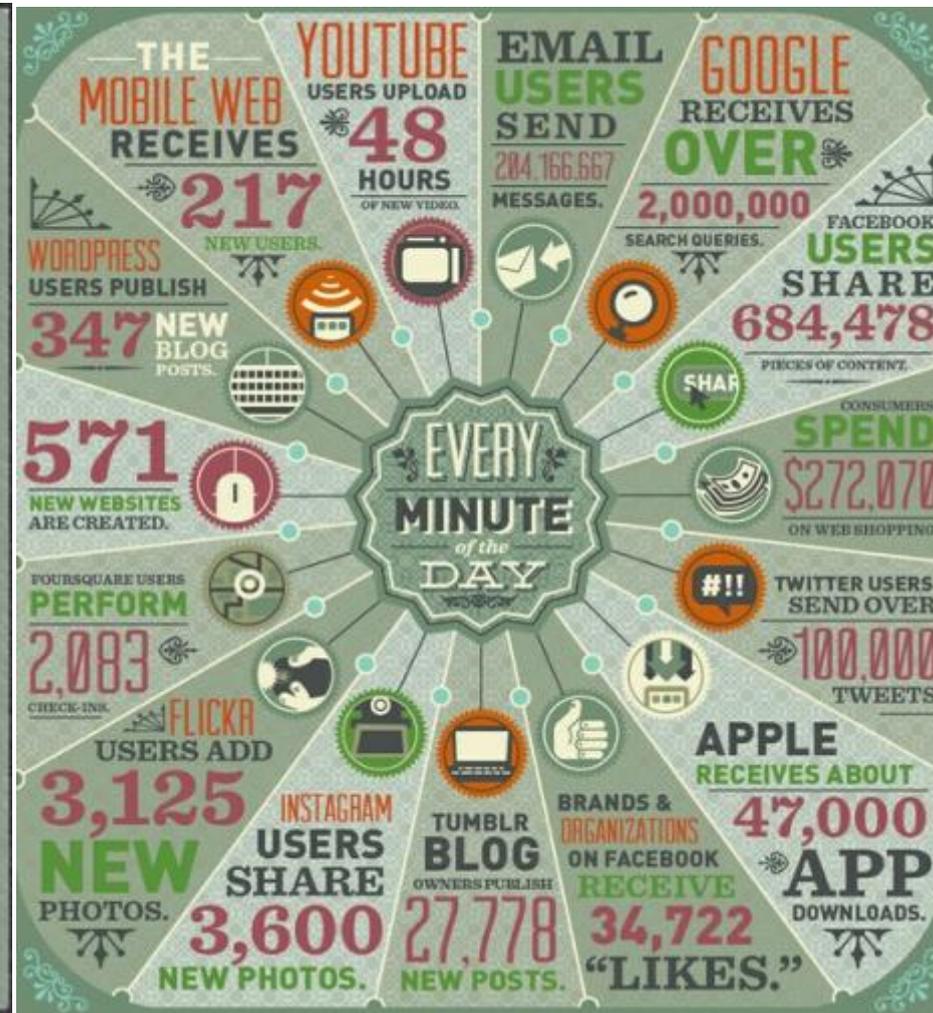
Brought to you by Brian Sells & JESS3



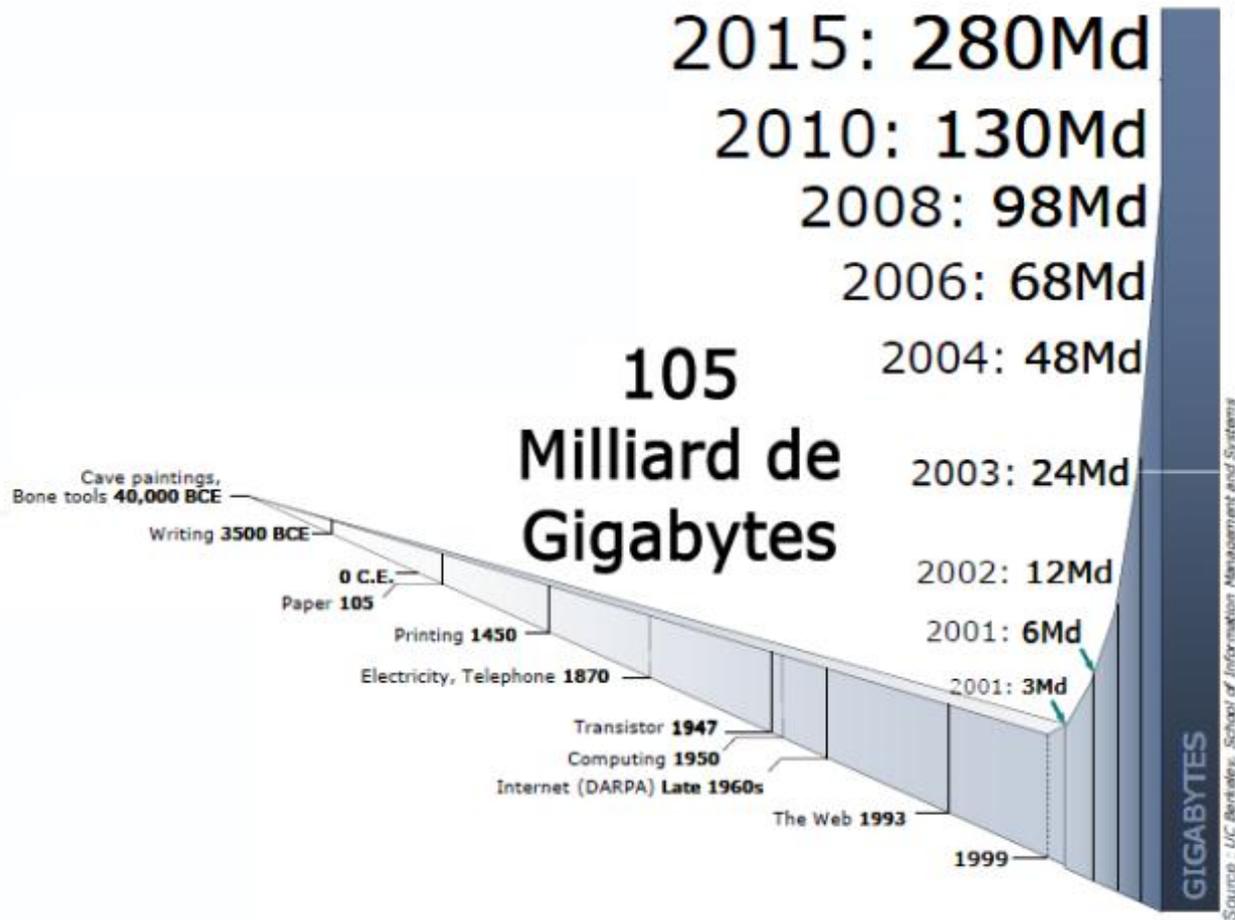


1. Les nouveaux médias sociaux sur le Web
 - Les utilisateurs des nouveaux médias sociaux
 - L'information qu'ils véhiculent
 - En quoi modifient-ils l'approche de la veille

Les aspects volumétriques



L'impact des médias sociaux sur la taille du Web



Source : UDC Berkley – School of Information Management & Systems

La volumétrie : un problème pour la veille

✓ Une information pléthorique, peu intéressante :

1. Complexe à exploiter car nécessitant un traitement lourd pour en tirer l'essentiel (analyse prédictive, analyse FCP, sémantique)
2. Ayant une implication forte sur les ressources à mobiliser dans les processus de veille :
 - Infrastructure de crawling
 - Infrastructure de capitalisation
 - Ressources humaines pour le traitement

✓ Un vrai problème de gestion des doublons :

1. L'information primaire se multiplie à l'infini
2. Elle devient de plus en plus dure à localiser et à isoler, à rattacher à son auteur et à sa source

Les solutions pour aborder et gérer la volumétrie

- ✓ **Un recentrage sur la démarche de veille qui vise à limiter la l'utilisation d'infomédiaire (moteurs de recherche, services sociaux de partages, agrégateurs, plateformes de curation) et à identifier les sources primaires**
- ✓ **Un développement fort des technologies sémantique :**
 1. Identification et regroupement des doublons
 2. Désambiguïsation
- ✓ **Un renforcement des infrastructures techniques de veille chez les prestataires :**
 1. Multiplication des proxys avec IP variables
 2. Crawling parallèle
 3. Optimisation global des processus de crawling et d'indexation
- ✓ **Renforcement des équipes**
 1. Pour les aspects de validation / qualification analyse
 2. Accompagné souvent d'une optimisation des ergonomies et de l'aide à la lecture

L'accessibilité de l'information

- ✓ **Il n'y a plus un Web mais des webs (THE Web is dead ?) et ils sont relativement étanches entre eux en tout cas pour les veilleurs**
 1. Constellation des applications mobiles
 2. Réseaux sociaux « fermés » et nécessitant la mise en relation directe
 3. Groupes de discussion sécurisés
 4. Forums avec authentification

- ✓ **Les moteurs de recherche ne sont pas en mesure d'indexer tous ces contenus UGC**
 1. Les sites webs et réseaux sociaux se protègent contre les crawlers
 2. Certains langages de programmation propriétaires compliquent la tâche

- ✓ **Le droit d'auteur s'applique également aux contenus UGC**

Les solutions pour résoudre les problématiques d'accessibilité

- ✓ **Retour aux fondamentaux de la veille à travers une sélection non plus des sources mais des auteurs / individus intéressants**
- ✓ **Utilisation des API :**
 1. Les médias sociaux fournissent des règles de programmation qui permettent de les interroger directement
 2. Cela nécessite le développement de connecteurs individuels
 3. Ces API ont toutefois des règles :
 - Tout le contenu n'est pas accessible
 - Le contenu accessible respecte les paramètres de confidentialité des utilisateurs
 - La volumétrie est également limitée
 - Elles peuvent être payantes
- ✓ **Développement d'outils à façon qui permettent de cumuler :**
 1. Crawl HTTP standard directement sur la source
 2. Utilisation des API
 3. Utilisation de requêtes sur les moteurs de recherche tiers

Exemple API : Twitter (1)

The screenshot shows the Twitter Developers API documentation page. At the top, there is a navigation bar with links for 'Developers', 'API Health', 'Blog', 'Discussions', 'Documentation', and 'Sign in'. Below the navigation bar, the page is titled 'Documentation'. A sub-header reads 'Getting Started with the Twitter Platform is easy. Jump right into the API resource documentation, explore the developer console, or manage your apps. Have a question? Read the FAQ. Don't know what to build? Check out our Case Studies.' Below this, there is a section titled 'A field guide to Twitter Platform objects' which features four images representing different API objects: 'Tweets' (a blue bird), 'Users' (a person), 'Entities' (a yellow flower), and 'Places' (a group of birds). Below the images, there is a paragraph: 'Explore the Twitter platform's variety of flora and fauna with this field guide to the most frequently observed wild objects.' Further down, there are sections for 'Twitter cards' and 'Embedded Timelines'. The 'Twitter cards' section shows a tweet from Richard Henry with a card for 'Parade of Fans for Houston's Funeral'. The 'Embedded Timelines' section shows a list of tweets from various accounts, including 'Twitter em português' and 'Twitter Sports'.

Les API de Twitter expliquent la façon de travailler avec la base de données, de s'authentifier, de l'interroger. L'espace dédié aux développeurs propose une documentation très complète, des avertissements sur les changements à venir et une console de test de script

Exemple API : Twitter (2)

Request URL
GET https://api.twitter.com/1.1/favorites/list.json?count=50

Query* | Template | Headers | Body

Request

```
GET /1.1/favorites/list.json?count=50
HTTP/1.1
X-HostCommonName: api.twitter.com
Authorization: OAuth
oauth_consumer_key="DC0sePOBbQ8bydc8r45mg",oauth_signa
SHA1",oauth_timestamp="1359321488",oauth_nonce="193444
Ps50ozHirqubgauwexZPYR6FG5DQ5BHXPACpZvp9Ms",oauth_sign
Host: api.twitter.com
X-Target-URI: https://api.twitter.com
Connection: Keep-Alive
```

Response

```
HTTP/1.1 200 OK
X-Rate-Limit-Limit: 15
Content-Length: 124527
X-Transaction: b13a947daf1e7439
Expires: Tue, 31 Mar 1981 05:00:00 GMT
X-Access-Level: read-write-directmessages
Last-Modified: Sun, 27 Jan 2013 21:18:09 GMT
X-Rate-Limit-Remaining: 14
Set-Cookie: guest_id=v1%3A135932148913625175;
Expires=Tue, 27-Jan-2015 21:18:09 GMT; Path=/;
Domain=.twitter.com
Set-Cookie: lang=fr
Set-Cookie: k=10.252.227.192.b13a947daf1e7439;
path=/; expires=Sun, 03-Feb-2013 21:18:09 UTC;
domain=.com; httponly
Connection: close
Server: tfe
Cache-Control: no-cache, no-store,
must-revalidate, pre-check=0, post-check=0
Pragma: no-cache
X-Frame-Options: SAMEORIGIN
Status: 200 OK
Date: Sun, 27 Jan 2013 21:18:09 GMT
X-Rate-Limit-Reset: 1359322389
Content-Type: application/json; charset=utf-8

[
  {
    "created_at": "Tue Dec 11 19:26:31 +0000 2012",
    "id": 278581549790806000,
    "id_str": "278581549790806016",
    "text": "RT @SouthsideAdeuv: EXCELLENT READ: Whv M"
```

Ci-contre un extrait d'une console d'administration Twitter et ci-dessous l'état des fonctionnalités de APIs fourni par Twitter.

Performance and Availability History

Service / Website	Jan 27	Jan 26	Jan 25
/statuses/home_timeline (OAuth 1.0a)	✓	✗	✗
favorites	✓	✓	✓
friends/ids	✓	✓	✓
search	✓	✓	✓
stream	✓	✓	✓
users/show	✓	✓	✓
userstream	✓	✓	✓

Les atouts des médias sociaux pour la veille

- ✓ **Les médias sociaux reposent sur la qualification / validation humaine. Les cellules de veilles peuvent exploiter les efforts individuels des utilisateurs des médias sociaux.**
 1. Toutefois attention aux faux experts ou aux rediffusion / validation automatiques
 2. L'utilisation de cet intermédiaire ne doit pas effacer la source primaire
 3. Le « résumé » ne doit pas se substituer à l'entièreté de l'information

- ✓ **Les médias sociaux offrent des possibilités de mise en relation forte mobilisables dans le cadre de l'intelligence économique :**
 1. Identification d'experts
 2. Créations de réseaux d'influence

- ✓ **De nombreuses innovations ergonomiques, fonctionnelles et technologiques peuvent inspirer les dispositifs de veille sur le partage et le collaboratif**



2. Les contenus multimédias sur le Web

- Les lieux de diffusion des images et vidéos
- L'utilisation des entreprises
- L'utilisation des utilisateurs
- Réaliser une veille sur les contenus multimédias

Les types de lieux de diffusion des contenus vidéos

✓ **Les contenus vidéos sont diffusés aujourd'hui sur de nombreux sites Webs non dédiés spécifiquement à ces types de contenus :**

1. Chaînes télés en ligne / VOD / Replay
2. Vidéos sur les sites corporates
3. Vidés « embeddées » sur des sites généralistes / blogs à partir de réseaux sociaux dédiés au partage de vidéos
4. Liens partagées sur des réseaux sociaux généralistes

✓ **Par ailleurs il existe des plateformes intégrant des fonctionnalités sociales dédiées au partage de vidéos :**

1. YouTube
2. Vimeo
3. DailyMotion

Plateforme Vimeo



Glock 18

from **A Dewey** PLUS 4 years ago |

September 29th, 30th & October 1st & 2nd I worked on a DVD for the Japanese market that used high speed video & compared Machine Pistols. We shot (literally) at Desert Lake Shooting Club in Boulder City & used expert shooters to compare the models & stocks or no stocks & also used some attractive females to demonstrate the weapons. Part of the demonstrations included a "hosing" technique apparently in use by Chinese & Russian Soldiers using the force of the firing weapon to sweep the hoards of attacking enemy at close range. Machine pistols were developed for close quarters combat & don't appear to be effective at much over 20 yards. We did however test a "Rocket Pistol" at longer range as part of the same DVD. This pistol fires a self propelled copper bullet & on the second of two tests was accurate enough to pierce a man sized target at the full distance of the shooting bay we were using, 150 feet as I remember. At around \$100 per cartridge, if you can find them, we stopped at two times.

La plateforme de partage vidéo Vimeo est spécialisée sur les vidéos artistiques, et de haute qualité.

Elles sont toutefois également utilisée par les entreprises privées qui voient à travers cette interface un moyen de diffuser leurs vidéos dans une interface plus esthétique.

Plateforme YouTube

Chaîne officielle BNP Paribas S'abonner 291 abonnés 295 826 vidéos

Sélection Parcourir les vidéos Rechercher sur la chaîne

MANQUE DE DISPONIBILITÉ

3 questions à Elisabeth Karako de BNP Paribas il y a 1 semaine 344 vues

Les vidéos mises en ligne 1 - 10 sur 340 Tout regarder

À propos de : Chaîne officielle BNP Paribas
The bank for a changing world !
La banque d'un monde qui change !

- twitter.com/#bnpparibas_co
- bnpparibas.com
- bnpparibas.net
- twitter BNP Paribas
- twitter BNP Paribas N
- twitter BNP Paribas /
- Twitter BNP Pariba
- BNP Paribas NET
- Pour un monde c
- BNP Paribas

de BNPParibas
Date d'inscription 27 juin 2006

Sélection de playlists

Chaîne vidéo de BNP Paribas sur YouTube.
Sur la droite l'on peut voir la liste de différents comptes sur les réseaux sociaux.

Les types de lieux de diffusion des contenus images

- ✓ **Tout comme pour les vidéos, les images sont diffusées aujourd'hui sur de nombreux sites Webs non dédiés spécifiquement à ces types de contenus :**
 1. Intégrées à la charte graphique des sites webs (fond, header, ...)
 2. Sur des espaces dédiés sur les sites des entreprises
 - On trouve souvent par exemple des logos, visuels corporate dans la partie RP
- ✓ **Des sites se sont spécialisés dans le « partage » d'images, même si ce n'est pas leur seul usage possible, et même si souvent ces photos sont accessibles par ailleurs :**
 1. Reddit
 2. Tumblr
- ✓ **Il existe également pas mal de base de données de photos commercialisées à des fins professionnelles**
 1. Fotolia
 2. Photo Stock
 3. Mais aussi : bigstockphoto.com, istockphoto.com, dreamstime.com, fotosearch.com, ...
- ✓ **Par ailleurs il existe des plateformes intégrant des fonctionnalités sociales dédiées au partage :**
 1. Une des plus anciennes et plus connu : Flickr
 2. Une plus récente rachetée Facebook : Instagram
 3. La solution Google : Picasa
 4. Le petit nouveau : Pinterest

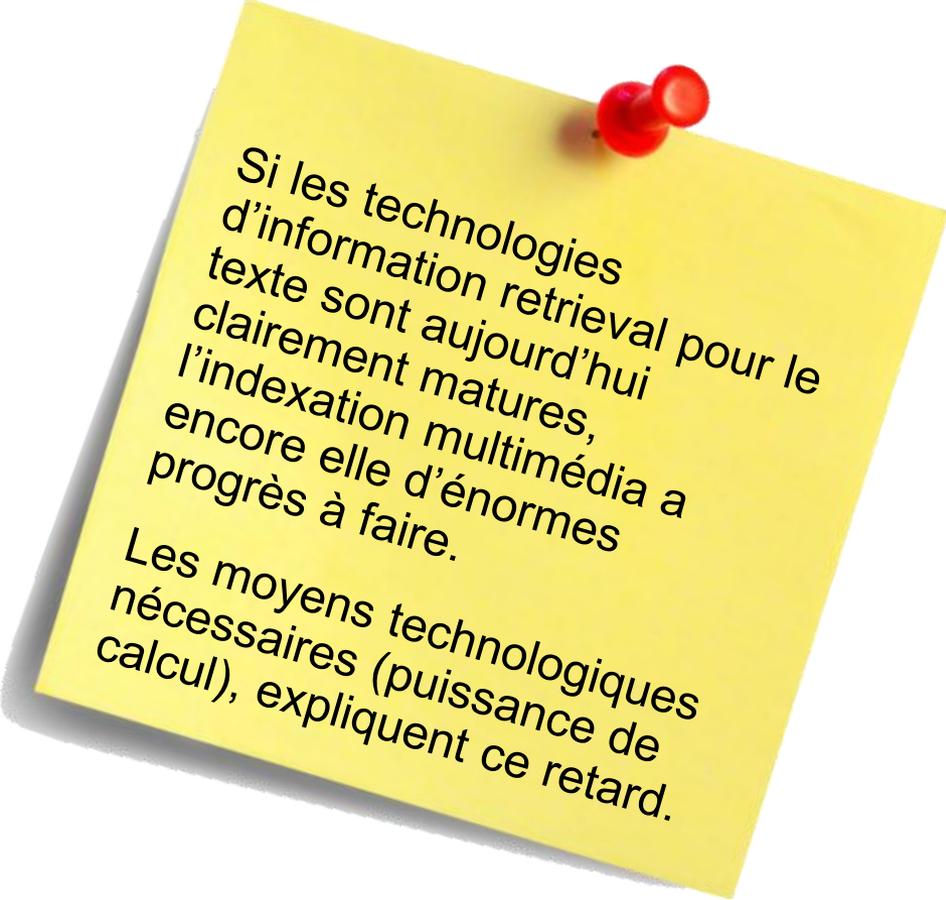
Exemple de collecte d'images Pinterest sur BNP Paribas

The image shows a screenshot of a Pinterest search results page for the query "bnp paribas". The page features a grid of various pins related to the bank. The search bar at the top left contains the text "bnp paribas" and a search icon. The Pinterest logo is in the top right corner. Below the search bar, there are navigation tabs for "Pins", "Boards", and "Pinners", along with the text "search results for bnp paribas" and a "Like" button with a count of 0. The pins displayed include:

- A "JOBS OFFERS" graphic with a network diagram and several small portraits.
- A storefront window display for BNP Paribas with a green and white theme.
- A "BNP PARIBAS Storefront Stickers" pin by Julien Grandclement, showing a colorful map of France.
- A "BNP PARIBAS OPEN" pin by Julien Grandclement, featuring a black background with the bank's logo.
- A "STARTIN' /blog" pin by BGL BNP Paribas, showing a green speech bubble with the text "STARTIN' /blog".
- A "BNP Paribas 2012 Players Towel" pin by Tennis Warehouse, priced at \$30.00.
- A pin by Maria Sharapova posing with retail representatives at the BNP Paribas Open.
- A "U Turn" poster by David, featuring a man and a woman with a large red "U" over the text.
- A "Tennis Warehouse" pin titled "Love-All Tennis".
- A "BNP Paribas Careers" pin titled "Recruitment: Film Strips".
- A "BNP PARIBAS MASTERS" pin by Mikado Publicis, showing a tennis player.
- A pin titled "Notre Dame de Grasse au musée des Augustines à Toulouse | Banque BNP Paribas", showing a statue.
- A pin titled "This is first-ever, bank concept store for BNP Paribas in Paris, created by Paris-based architect Fabrice Ausset of Zeevax", showing an interior view of a modern bank branch.

Constatations sur le web, la vidéo et l'audio

- ✓ Si de nombreux lieux sont dédiés à la diffusion et au partage spécifique de la vidéo et de l'audio, il faut surtout retenir qu'il en existe dans une multitude d'endroits.
- ✓ L'accessibilité des photos, vidéos et audios, malgré les progrès technologiques, reste limitée d'autant plus que ces derniers ne sont pas sur des plateformes dédiées proposant des champs d'indexation spécifique.



Si les technologies d'information retrieval pour le texte sont aujourd'hui clairement matures, l'indexation multimédia a encore elle d'énormes progrès à faire.

Les moyens technologiques nécessaires (puissance de calcul), expliquent ce retard.



2. Les contenus multimédias sur le Web

- Les lieux de diffusion des images et vidéos
- L'utilisation des entreprises
- L'utilisation des utilisateurs
- Réaliser une veille sur les contenus multimédias

Utilisation de la veille vidéo dans les entreprises

✓ Les applications de la recherche et de la veille sur les vidéos sont nombreuses :

1. Veille concurrentielle :
 - Discours des dirigeants
 - Vidéo filmées dans les locaux des entreprises concurrentes
 - Utilisation des produits
2. Veille image :
 - Récupération des vidéos sur l'entreprise, ses dirigeants ou ses produits
3. Enrichissement éditorial :
 - Identification de vidéos intéressantes pour les salariés de l'entreprise (reportages, sujets de fonds, ...)
4. E-Learning :
 - Tutoriaux logiciels
 - Cours / Enseignement à distance
5. Veille sécurité
 - Identifier les contenus qui en disent trop ou portent atteintes aux intérêts de l'entreprise

Veille sur les usines concurrentes avec Google Vidéos

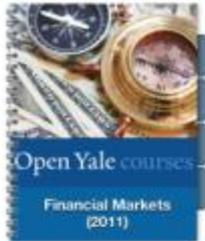
-  [Transportation Matters: Tour of Goodyear retread ...](#)
Norton
youtube.com
22 oct. 2008 - 6 min - Ajouté par TransportMatters
11:08. Watch Later Retread Tire **Factory** Tour, from CalRecycleby
CalRecycle 20,680 views · Banned Sexy ...
-  [Stock Footage - Workers leave Goodyear factory and ...](#)
Norton
criticalpast.com
13 oct. 2010
View **Goodyear factory** exteriors stock footage in Akron Ohio,
1942. Buy HD video and historic still photo ...
-  [Stock Footage - Workers mill around outside ...](#) Norton
criticalpast.com
24 avr. 2010 - 1 min
View workers stock footage in Akron Ohio, 1936. Buy HD video
and historic still photo images of clip number ...
-  [Goodyear Dunlop tyre factory in Wolverhampton ...](#)
Norton
youtube.com
15 mars 2012 - 2 min - Ajouté par runningonflat
Report on the celebrations at the **Goodyear Dunlop factory** in
Wolverhampton following a £6m investment in ...
-  [cityzen bravaradio goodyear factory - YouTube](#) Norton
youtube.com
7 oct. 2012 - 3 min - Ajouté par pidiepoo
Cityzen & bravaradio goes to **goodyear factory**by Onov
Siahaan11 views ... Transportation Matters: Tour ...
-  [Cityzen & bravaradio goes to goodyear factory ...](#)
Norton
youtube.com
9 nov. 2012 - 3 min - Ajouté par onovsiahaan
Cityzen & bravaradio goes to **goodyear factory** ... cityzen
bravaradio **goodyear factory**by pidie poo100 ...

Ci-contre l'utilisation de
Google Vidéo pour détecter
des vidéos faisant mention
d'usine GoodYear.

Il est rare de tomber sur des
vidéos faites en caméra
cachée ou par un salariée
pouvant se révéler
intéressante, mais le jeu en
vaut la chandelle.

E-Learning : cours de Yale sur le financial market

iTunes U > Yale University



Abonnement gratuit

Instructeur : Robert Shiller
 Catégorie : Finance
 Langue : Anglais

S'il est consulté avec l'app iTunes U pour iOS, ce cours peut également comprendre des documents tels que des notes de l'instructeur et des devoirs.

En savoir plus sur les cours iTunes U >

Tout sur Yale University

Early Middle Ages
 Astronomy: Frontiers and Controv...
 American Revolution
 Atmosphere, Ocean and Environm...
 Death

Financial Markets (2011)

Robert Shiller

Description

An overview of the ideas, methods, and institutions that permit human society to manage risks and foster enterprise. Description of practices today and analysis of prospects for the future. Introduction to risk management and behavioral finance principles to understand the functioning of securities, insurance, and banking industries.

This Yale College course, taught on campus twice per week for 75 minutes, was recorded for Open Yale Courses in Spring 2011.

Plan du cours

- I. Introduction and What this Course Will Do for You and Your Purposes
- II. Risk and Financial Crises
- III. Technology and Invention in Finance
- IV. Portfolio Diversification and Supporting Financial Institutions
- V. Insurance, the Archetypal Risk Management Institution: Its Opportunities and Vulnerabilities...

...Suite

▲	Nom	Description	Durée	Prix
1	Introduction	Professor Shiller provides a description of the course, inclu...	1:14:12	GRATUIT
2	Introduction	--	--	GRATUIT
3	Risk and Financial Crises	Professor Shiller introduces basic concepts from probability...	1:09:44	GRATUIT
4	Risk and Financial Crises	--	--	GRATUIT
5	Lecture 2: Risk and Financial Crises	--	--	GRATUIT
6	Lecture 2: Multiple-Choice Quiz (with answer key)	--	--	GRATUIT
7	Problem Set 1	--	--	GRATUIT
8	Problem Set 1 Solutions	--	--	GRATUIT
9	Technology and Invention in Finance	In the beginning of the lecture, Professor Shiller reviews the...	1:15:28	GRATUIT
10	Technology and Invention in Finance	--	--	GRATUIT
11	Lecture 3: Multiple-Choice Quiz (with Answer Key).pdf	--	--	GRATUIT
12	Portfolio Diversification and Supporting Financial Institutions	In this lecture, Professor Shiller introduces mean-variance ...	1:18:01	GRATUIT
13	Portfolio Diversification and Supporting Financial Institutions	--	--	GRATUIT
14	Lecture 4: Portfolio Diversification and Supporting Financi...	--	--	GRATUIT
15	Lecture 4: Multiple-Choice Quiz (with answer key)	--	--	GRATUIT

198 articles

Utilisation de la veille images dans les entreprises

✓ Les applications de la recherche et de la veille sur les images sont intéressantes mais plus limitées que pour la veille vidéo :

1. Veille contrefaçon :

- Identification des visuels de l'entreprise utilisés sur d'autres supports :
- L'identification de visuels produits de l'entreprise permet parfois d'identifier les mêmes images identifiées sur d'autres sites et qui commercialisent des produits contrefaits

2. Veille concurrentielle :

- Identification des produits d'entreprises concurrentes / reverse engineering
- Logos des clients / partenaires

3. Veille image :

- Illustration d'articles parlant son entreprise

4. Illustrations :

- Pour contenu éditorial / intranet / illustration documentaire
- De nombreuses entreprises se constituent des bases de données d'illustration libres de droits ou dont elles ont acquis les droits pour faciliter l'illustration des documents produits en internes / supports de conférence etc...

Exemple de l'utilisation du moteur TinyEye



www.i-e.fr

[SocieteGenerale.png](#)

www.i-e.fr/media-sociaux-radiofrance/

[Compare](#) | [Link](#)

PNG Image
125x125, 15.3 KB



www.knowings.com

[RTEmagicC logo societe-generale 05.jp...](#)

www.knowings.com/Our-clients.86+M56e4...

[Compare](#) | [Link](#)

JPEG Image
108x108, 11.4 KB

[< Prev](#) [1](#) [2](#) ... [9](#) [10](#) [11](#) [12](#) [13](#) [14](#) [Next >](#)

Le moteur de recherche TinyEye, en partant du logo téléchargé sur le site de l'entreprise permet de détecter l'utilisation d'autres sites similaires sur d'autres sites. Ici par exemple l'on peut retrouver des sociétés utilisant le logo de l'entreprise dans ses références clients.



PNG, 201x66, 8.8 KB

139 Results

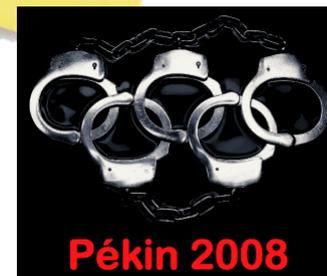
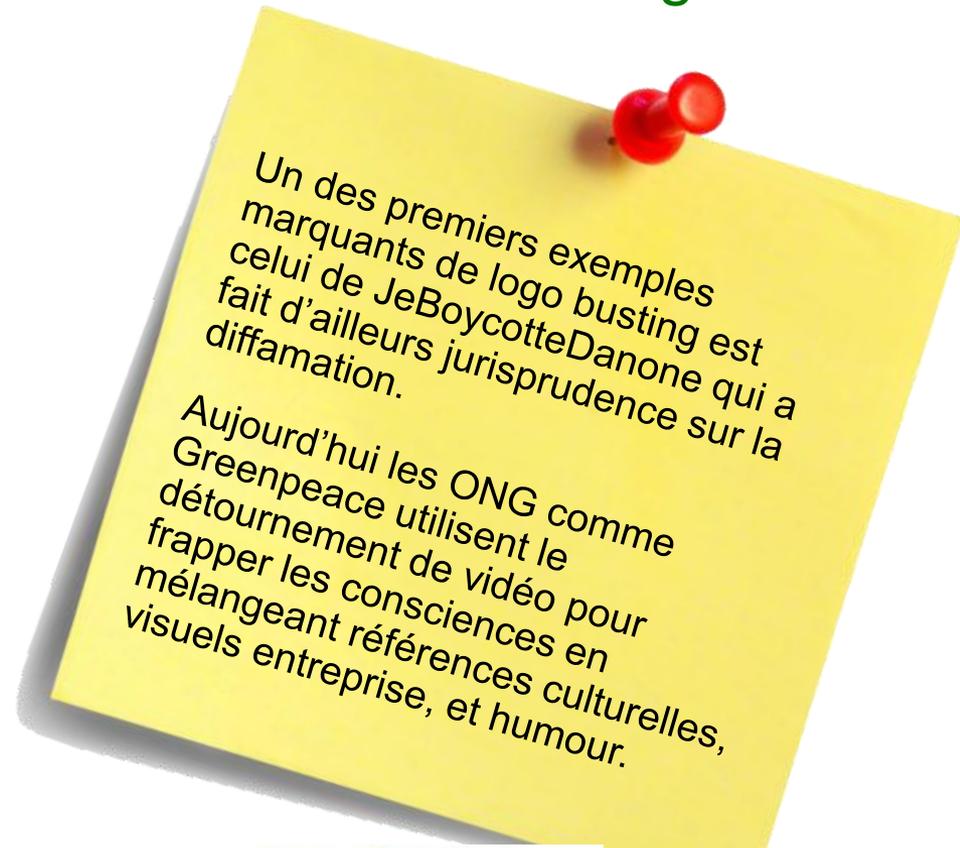
Searched over [2.2742 billion](#) images in 0.006 seconds.

for file: http://www.societegenerale.fr/images/eimm_logo.png

- These results expire in 72 hours. [Why?](#)
- [Share a success story!](#)
- TinEye is [free](#) to use for non-commercial purposes.

La vidéo et la photo comme vecteurs de l'« image »

- ✓ La multiplication des contenus Webs place l'image au cœur des attentions : il est clair qu'un article illustré, des profils sociaux comportant une partie graphique, etc attirent plus l'attention.
- ✓ L'impact sur les esprits de l'image fait qu'elle est au centre de toutes les stratégies de manipulation.



Wolkswagen : Jedi ou Sith ?



Avec sa publicité sur la nouvelle Passat en 2012, Volkswagen gagne le prix de la meilleure pub et s'attire les foudres de Greenpeace qui dénonce le défaut d'engagement de Volkswagen sur la réduction des émissions carbone et l'associé au côté Obscur de la Force. Le buzz est large et compliqué à gérer pour Volkswagen.





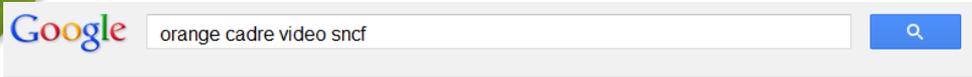
2. Les contenus multimédias sur le Web

- Les lieux de diffusion des images et vidéos
- L'utilisation des entreprises
- L'utilisation des utilisateurs
- Réaliser une veille sur les contenus multimédias

Les utilisateurs et la vidéo

- ✓ **Aujourd'hui la vidéo est un des premiers usages qui est fait sur Internet et la croissance de la vidéo sur mobile est un des premiers vecteurs de sa consommation massive.**
- ✓ **La croissance de la diffusion de vidéos est également allée de pair avec la généralisation des appareils / caméras sur mobile.**
- ✓ **Pour les utilisateurs, la diffusion de vidéos est éloignée des problématiques d'entreprise et majoritairement consacré aux loisirs. Quelques utilisations peuvent toutefois revêtir un intérêt pour l'entreprise :**
 1. Diffusion des CV vidéos pour les recrutements
 2. Identification des dérapages de l'entreprise (clients filmant la façon dont ils sont accueillis, dont on leur parle)
 3. Partage de vidéos filmées sur son lieu de travail

Orange VS SNCF VS opinion public



Web Images Maps Shopping Vidéos Plus Outils de recherche

Environ 684 000 résultats (0,32 secondes)

Vidéo d'un agent SNCF insulté : c'est moi qui ai filmé, c'était ... 
leplus.nouvelobs.com/.../660886-video-d-un-agent-sncf-insulte-c-est-...
19 oct. 2012 – ... un **cadre d'Orange**, à une agente **SNCF**, en gare de Viroflay (Yvelines). ... Cette **vidéo** me paraît vraiment intéressante parce qu'on parle ...

Vidéo polémique - Orange a identifié le cadre qui a agressé une ...

 Norton

www.rtl.fr > Toutes les Actualités info

19 oct. 2012 – **Orange** a identifié le salarié qui avait été filmé en train d'agresser verbalement une employée de la **SNCF** mercredi, suscitant de nombreuses ...

VIDEO - Un cadre à un agent SNCF : "Je gagne 70.000 euros, alors ...

 Norton

www.rtl.fr > Toutes les Actualités info

Créé le 18/10/2012 à 11h01. Le logo de la **SNCF** / AFP. Polémique en vue pour un **cadre** de **Orange**. Une **vidéo**, mise en ligne sur Youtube, le 17 octobre ...

Un cadre d'Orange insulte une employée de la SNCF - Vidéo ... 



www.wat.tv > Les vidéos de jeanmarcmorandini

18 oct. 2012

Un **cadre d'Orange** insulte une employée de la **SNCF** - Découvrez la **vidéo** Un **cadre d'Orange** insulte une ...

Un cadre orange insulte une employée au SMIC de la SNCF ... 



www.youtube.com/watch?v=iqTUIzTtOLE

18 oct. 2012 - Ajouté par MrMoh3med

You need Adobe Flash Player to watch this **video**. Download it from Adobe. Un **cadre orange** insulte une ...

[Autres vidéos pour orange cadre video sncf >](#)

Employée SNCF insultée : Orange a identifié le cadre - LCI - TF1 

lci.tf1.fr/.../employee-sncf-insulte-orange-a-identifie-le-cadre-75963...

19 oct. 2012 – **Orange** a identifié son **cadre** qui, sur une **vidéo** postée sur le Net, insulte violemment une agent de la **SNCF** lui disant notamment : "je gagne ...





2. Les contenus multimédias sur le Web

- Les lieux de diffusion des images et vidéos
- L'utilisation des entreprises
- L'utilisation des utilisateurs
- Réaliser une veille sur les contenus multimédias

Réaliser une veille sur les vidéos via RSS

✓ **Les plateformes vidéos peuvent proposer des abonnements par RSS qui facilitent la mise en veille de certains types de contenus :**

1. Flux RSS de suivi d'un abonné
2. Flux RSS d'une chaîne d'entreprise
3. Flux RSS d'un mot clé

✓ **Quelques exemples :**

Réseau	Type	RSS
YouTube	Par catégorie	https://gdata.youtube.com/feeds/api/standardfeeds/regionID/FEEDID_CATEGORY_NAME?v=2
YouTube	Uploadées par un utilisateur	https://gdata.youtube.com/feeds/api/users/userId/uploads
YouTube	Comportant un tag / nom de catégorie	https://gdata.youtube.com/feeds/api/videos/-/category_or_tag
Viméo	Vidéos d'un utilisateur	http://vimeo.com/nom_utilisateur/videos/rss
Viméo	Vidéos d'un groupe	http://vimeo.com/groups/ID_Group/videos/rss
Dailymotion	Vidéos d'un utilisateur	http://www.dailymotion.com/rss/user/user_name/1
Dailymotion	Vidéos contenant un mot clé	http://www.dailymotion.com/rss/search/keyword/1

Réaliser une veille vidéo via les moteurs de recherche

✓ Via Google Vidéo (ou autre moteur de recherche)

1. En tapant la combinaison de mots clés
2. Puis en restreignant par période de date
3. Et enfin en utilisant un logiciel de veille permettant la surveillance de pages de résultats Google

✓ En utilisant les alertes emails ou les flux RSS fournis par les Google Alertes dédiés aux vidéos

The screenshot displays the Google Alerts configuration page. On the left, the search criteria are set as follows: 'Requête de recherche' is 'glock', 'Type de résultat' is 'Vidéo', 'Fréquence' is 'Une fois par jour', and 'Nombre de résultats' is 'Seulement les meilleurs résultats'. An 'E-mail' field is present but empty. At the bottom of this section are buttons for 'CRÉER L'ALERTE' and 'Gérer vos alertes'. On the right, a preview of an alert email is shown, titled 'Alerte Google du jour'. The email is from 'Google Alerts <googlealerts-noreply@google.com>' and contains one video result for 'glock': '(Airsoft)Review Glock 18 c AEP Cyma (reapack ASG ... 8 min. A regarder en HD Review du Glock 18 c AEP (électrique) de chez CYMA reapack par ASG ... youtube.com'. A small video thumbnail is visible next to the text.

Utiliser les technologies de speech to ext

The screenshot displays the Voxalead search interface. At the top, there is a search bar with the text 'françois hollande' and a 'Search' button. Below the search bar, a timeline shows dates from Jan '09 to Jan '13. The main content area is titled 'i>TELE, LE JOURNAL' and contains three news items with timestamps: 00:17, 03:14, and 04:00. Each item includes a small image and a brief text snippet. On the right side, there is a sidebar with sections: 'Channel' (listing various news channels like BFM TV, Europe 1, etc.), 'related terms' (listing terms like 'président de la république', etc.), 'Person/People' (listing names like François Hollande, Nicolas Sarkozy, etc.), and 'Organization' (listing UMP).

Voxalead est un démonstrateur qui intègre les technologies de speech to text permettant d'identifier des vidéos à l'intérieur d'une vidéo.

Ces types de technologies commencent également à être intégrées dans Google, après un premier essai (Google Audio Indexing alias Gaudi) et sont utilisées par certains prestataires de veille.

Nuance, éditeur de technologies speech to text

Nuance est l'une des sociétés leaders dans le domaine du speech to text. Elle développe entre autre le logiciel Dragon Naturally Speaking, logiciel de dictée vocale.

The screenshot shows the Nuance website's 'Voice to Text Services' page. The header includes the Nuance logo, navigation links for 'United States & Canada', 'Developers', and 'Careers', and a search bar. Below the header, there are tabs for 'For Individuals', 'For Business', 'For Healthcare', and 'Our Partners', along with 'Company', 'Support', and 'Store'. The main content area features a large image of a woman talking on a phone. Below this, there is a section titled 'Voice to Text empowers differentiation' with two sub-sections: 'Dragon Voicemail to Text' and 'Dragon Missed Call Messenger'. Each sub-section includes a small image and a list of benefits.

Dragon Voicemail to Text

With Dragon Voicemail to Text, you can read your voicemail – on your phone, on your PC. Any time, anywhere. Easily. In text messages, only spending time on the cases that matter. You'll be better informed and more responsive.

- Voicemails delivered as SMS or email ensure a familiar and easy experience.
- Save time as reading voicemails much faster than listening.
- Stay on top of things, as voicemail text delivered immediately after the message is left.
- Text delivery ensures you get the message anywhere at any time.
- Easily reply with SMS, email or phone call with a touch of a button.

Dragon Missed Call Messenger

Complete more calls. Dragon Missed Call Messenger shows the calling party to speed an SMS message if the called party does not pick up. This drives both higher revenues, and more satisfied users on your network.

- Turn otherwise missed calls into SMS messages.
- Calling party gets their message through.
- Carriers experience higher call completion, driving revenues higher.
- Called party can easily respond to the SMS messages, driving further traffic.

Réaliser une veille sur les images avec du RSS

✓ **La veille sur les images peut être réalisée également via certains réseaux sociaux et les flux RSS qu'ils fournissent :**

1. Sur Flickr par exemple en s'abonnant à un compte, à un tag
2. Sur Picasa «également : utilisateur ou flux RSS

Réseau	Type	RSS
Flickr	Par tag / mot clé	http://api.flickr.com/services/feeds/photos_public.gne?tags=KEYWORD&lang=fr&format=rss_200
Flickr	un compte utilisateur	http://api.flickr.com/services/feeds/photos_public.gne?id=ID_USER
Flickr	Plusieurs comptes utilisateurs	http://api.flickr.com/services/feeds/photos_public.gne?id=ID_USER1,ID_USER2,...
Picasa	Un compte utilisateur	http://picasaweb.google.com/data/feed/base/user/rssUser?uname=UserName
Picasa	Un tag / mot clé	https://picasaweb.google.com/data/feed/base/all?alt=rss&kind=photo&access=public&tag=TAG&filter=1&imgmax=1600&hl=fr
Instagram	Hashtag	http://instagram.com/tags/HASHTAG/feed/recent.rss
Pinterest	Compte utilisateur	http://pinterest.com/NOM_UTILISATEUR/feed.rss
Pinterest	Board d'un utilisateur	http://pinterest.com/NOM_UTILISATEUR/NOM_du_BOARD.rss

Réaliser une veille image avec Twitter

- ✓ **Twitter peut servir d'infomédiaire donnant accès à de nombreuses images partagées sur différents réseaux sociaux. Cela reste parcellaire comme univers de recherche mais fonctionnel :**

Réseau	Type	RSS
Twitter	Photos d'un compte Par tag / mot clé	http://search.twitter.com/search.rss?q=KEYWORD%20pic.twitter.com%20R%20flic.kr%20R%20twitpic.com%20R%20yfrog.com%20R%20twitgoo.com%20R%20pinterest.com%20R%20instagr.am%20R%20flickr.com%20R%20imgur.com
Twitter	Photos d'un compte un compte utilisateur	http://search.twitter.com/search.rss?q=from:NOM_COMPTE_TWITTER%20pic.twitter.com%20R%20flic.kr%20R%20twitpic.com%20R%20yfrog.com%20R%20twitgoo.com%20R%20pinterest.com%20R%20instagr.am%20R%20flickr.com%20R%20Oimgur.com

Utiliser les moteurs de recherche

✓ **L'utilisation des moteurs de recherche est compliquée pour détecter de nouvelles images. Les options sont maigres :**

1. Disposer d'une solution technique qui fait de la veille sur les résultats de recherche Google dans la partie images
2. Faire des requêtes manuelles régulièrement
3. Disposer d'une solution globale qui contient cette fonctionnalité (en général via les APIs des principaux éditeurs mais pas sur une base Google)

Custom Search 327

Developer's Guide

Using REST to Invoke the API

This document describes how to use the JSON/Atom Custom Search API.

Programmer's Guides

Contents

1. [Introduction](#)
2. [Working with search results](#)
 - a. [Response data](#)
 - b. [Optional query parameters](#)
3. [Query parameter reference](#)
 - a. [Standard query parameters](#)
 - b. [API-specific query parameters](#)

Custom Search Element

Creating Custom Search Engines

Customizing Your Result Snippets

Filtering and Sorting Search Results

Providing Structured Data

JSON/Atom Custom Search API

Overview

Getting Started

Version 1

CSE

Introduction

This document is intended for developers who want to write applications that can interact with harness the power of Google to create a customized search experience for your own website. Search results programmatically.

If you're unfamiliar with Google Custom Search concepts, you should read the [Getting Started](#)

Comme de nombreux éditeurs, Google propose des APIs qui permettent d'interroger le moteur de recherche y compris sur la partie image.

L'utilisation des APIs reste réservée à des techniciens / développeurs. Limitées en volume et nécessitant de s'authentifier elles restent toutefois extrêmement riches en possibilités pour l'univers de la veille.



3. La veille et l'instantanéité ou veille temps réel

- Les médias en temps réel
- Twitter et la veille
- Mener sa veille en temps réel

Les défis de la veille en temps réel

- ✓ **Limiter les temps d'identification des informations utiles ou sensibles**

- ✓ **Gérer un volume de données parfois impressionnant**

- ✓ **Faire le tri entre information intéressante et information inutile**

- ✓ **Augmenter la réactivité :**
 1. Bénéficier de remontées d'information terrain directes
 2. S' « engager » [répondre / participer]

La veille en temps réel comme nouveau hub CRM (1)

- ✓ L'on parle de **Social CRM** et certaines marques se sont doté de vrais dispositifs d'écoute et de réponse en temps réel :



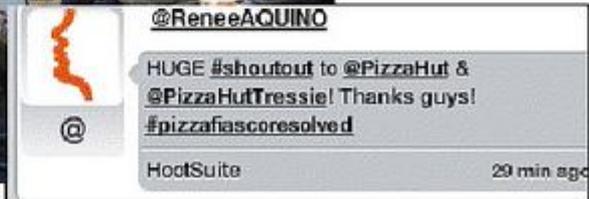
La veille en temps réel comme nouveau hub CRM (2)

- ✓ 14 000 conversations autour de la pizza suivies par jour
- ✓ Interactions et réponses sur les conversations « clés » sur Twitter et Facebook
- ✓ Service et relation clients live (plus de 400 réponses à des clients en difficultés)

 Hut Hub Left No Pizza Conversation
|| Behind




@kdanie4
Aww great customer service @PizzaHut, I post abt bad experience & got a tweet 2 resolve issue...luv it
twitter.com/kdanie4 12 min ago


@ReneeAQUINO
HUGE #shoutout to @PizzaHut & @PizzaHutTressie! Thanks guys!
#pizzafiascoresolved
HootSuite 29 min ago

Crédit photo :
<http://www.flickr.com/photos/northlandfox/>

Le constat

- ✓ **Des médias traditionnels qui ont raccourcis leurs temps de publication entre la survenance d'un événement et sa mise en ligne / mise sous presse**
- ✓ **Des médias alternatifs / médias sociaux qui ne dorment jamais il y a toujours quelqu'un de réveillé à travers le monde pour relater un événement**
- ✓ **Des moteurs de recherche qui ont accru leur puissance de crawling et raccourcis leurs temps de réindexation (apprentissage des fréquences optimales de crawling en fonction du site)**

Quelques exemples (1)

Avant de se retrouver propulsée à la *Une* de la presse internationale, l'information de l'arrestation de Dominique Strauss-Kahn, pour "agression sexuelle" présumée, a d'abord été diffusée sur Twitter. Le premier à l'avoir évoquée sur le réseau était un jeune militant UMP et certains y ont vite vu la trace d'un possible coup monté. Retour sur le parcours du tweet qui a semé le doute.

Samedi 14 mai à 22h59, Jonathan Pinet, membre des Jeunes Populaires ayant notamment participé au lancement d'un site dénonçant "les mensonges de la gauche", publie le message suivant sur Twitter :



@j_pinet

Jonathan Pinet

Un pote aux Etats-Unis vient de me rapporter que **#DSK** aurait été arrêté par la police dans un hôtel à NYC il y a une heure.

Trois minutes plus tard, il précise : son "pote" a eu vent de cette information par une troisième personne, qui selon nos informations travaillerait au restaurant du Sofitel où séjournait Dominique Strauss-Kahn. Sur le réseau social, un compte parodique "Jeunes Popkemon" n'attend alors qu'un démenti pour contre-attaquer :



Dans l'affaire Strauss-Kahn / Sofitel, la première publication mentionnant l'arrestation de DSK s'est faite sur Twitter.

Quelques exemples (2)

Actualité > Japon : séisme, tsunami et risque nucléaire

Japon : Fukushima en direct grâce à Twitter

Publié le 16.03.2011



The screenshot shows a Twitter post from the account W7VOA. The text of the tweet reads: "OK, understand @w7vos onpassed on XM Radio s and Anthony today. Enco hear they're devoting time tragedy." Below the text, it says "Il y a 15 minutes via TweetDeck". To the right of the tweet is a photograph of the Fukushima nuclear power plant, showing significant damage and smoke rising from the site. The background of the tweet image shows a person's hands holding a mobile phone.

L'Américain Steve Herman, 52 ans, est l'un des derniers journalistes étrangers encore présents près de la centrale de Fukushima. | [DR et AFP/TEPCO](#)

Lors du drame de Fukushima, Twitter s'est révélé un média désormais incontournable pour disposer de remontées d'information directement du terrain de la part des individus qui subissent l'actualité.

Quelques exemples (3)

Les fils Twitter



@afpfr - 03/02/2013 - 13:39
Une mère perd son #bébé in utero et incrimine la maternité saturée <http://t.co/DbQK80V4> #AFP



@afpfr - 03/02/2013 - 13:09
INFOGRAPHIE - #USA: la finale du #Superbowl en un coup d'oeil. #AFP <http://t.co/L0NUCJwn>



@afpfr - 03/02/2013 - 13:02
#Syrie: Assad accuse Israël de vouloir "déstabiliser" le pays <http://t.co/1UFeFLUh> #AFP



@afpfr - 03/02/2013 - 12:30
Alpinistes bloqués au Mont-Blanc: échec du repérage par hélicoptère <http://t.co/dTlvdIPp> #AFP



@afpfr - 03/02/2013 - 12:00
#Tunisie: crise politique faute de compromis sur un nouveau gouvernement <http://t.co/OjOOUJo3> #AFP

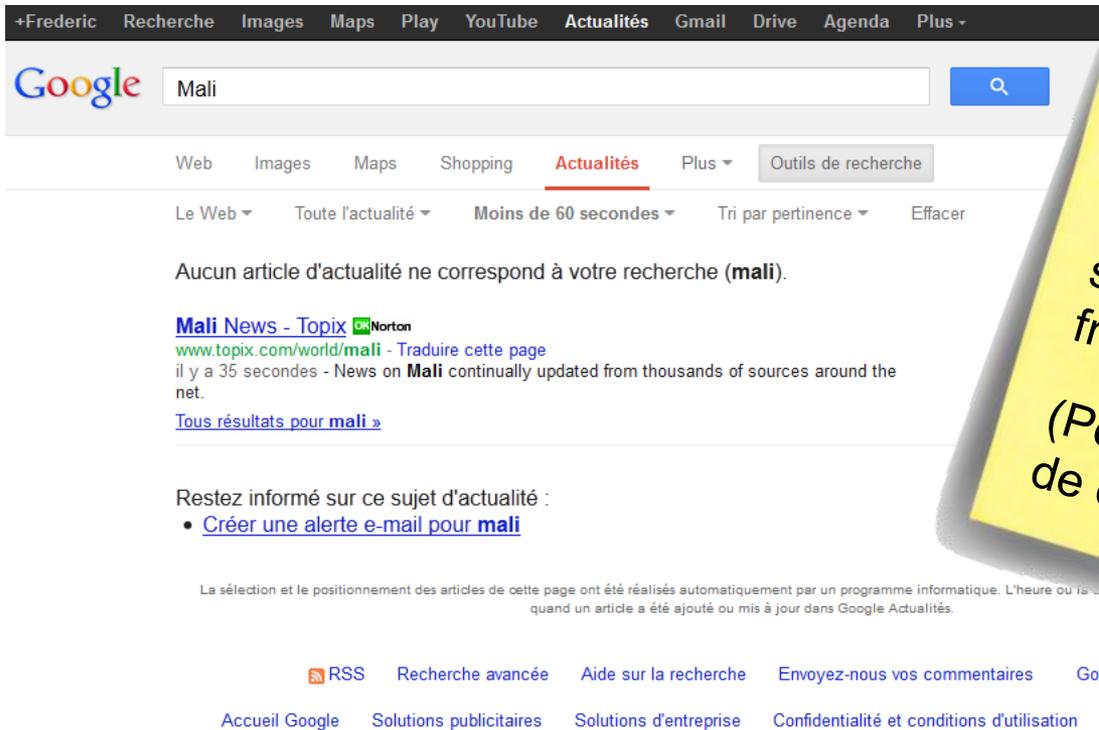


@afpfr - 03/02/2013 - 11:44
#Nucléaire: les Etats-Unis doivent prouver leur "sincérité", estime l'Iran <http://t.co/3V9Ema6g> #AFP

L'AFP, et plus globalement les agences presse qui délivrent des dépêches, passent également au temps réel grand public.

Les dépêches étant déjà positionnées sur une logique d'instantanéité, le couplage avec Twitter était tout naturel.

Google et le temps réel



+Frederic Recherche Images Maps Play YouTube Actualités Gmail Drive Agenda Plus ▾

Google Mali

Web Images Maps Shopping **Actualités** Plus ▾ Outils de recherche

Le Web ▾ Toute l'actualité ▾ Moins de 60 secondes ▾ Tri par pertinence ▾ Effacer

Aucun article d'actualité ne correspond à votre recherche (**mali**).

[Mali News - Topix](#)  www.topix.com/world/mali - Traduire cette page
il y a 35 secondes - News on **Mali** continually updated from thousands of sources around the net.
[Tous résultats pour mali »](#)

Restez informé sur ce sujet d'actualité :

- [Créer une alerte e-mail pour mali](#)

La sélection et le positionnement des articles de cette page ont été réalisés automatiquement par un programme informatique. L'heure ou la date indiquée dans les articles correspond à celle indiquée dans l'article quand un article a été ajouté ou mis à jour dans Google Actualités.

 RSS Recherche avancée Aide sur la recherche Envoyez-nous vos commentaires Google.com

Accueil Google Solutions publicitaires Solutions d'entreprise Confidentialité et conditions d'utilisation À propos de Google

En jouant avec les requêtes Google Actualités l'on peut s'"amuser" à réduire le délai à 1 minute pour identifier les nouveaux résultats mais l'on s'aperçoit que cela est peu fructueux.
(Pour cela changer la valeur de qdr à s60)

L'intégration du temps réel dans les moteurs de recherche

- ✓ **Google s'est essayé à la recherche en « temps réel » qui comprenait l'indexation et la mise à disposition de résultats incluant ;**
 - Twitter, Facebook, MySpace, FriendFeed, Google Buzz
 - Suite au lancement de Google+, ce service de Google a été stoppé

- ✓ **Les moteurs de recherche traditionnels ont du mal à indexer les résultats correspondants à ces espaces :**
 1. A cause des problèmes de disponibilité des informations publiées qui pour la plupart ne sont pas publiques
 2. Même pour les posts ou statuts publics, le crawl http standard utilisé par les moteurs de recherche n'est pas suffisant
 3. Les accords commerciaux entre les principaux sites de médias sociaux et les moteurs de recherche sont instables voire impossibles à cause de la concurrence de plus en plus évidente qui se joue sur le terrain du search et du social

- ✓ **Bing intègre toutefois une partie « sociale » dans la liste de ses résultats**

Exemple de Bing et du social

The screenshot shows the Bing search engine interface. At the top, there are navigation links for WEB, IMAGES, VIDEOS, MAPS, NEWS, SOCIAL, and MORE. Below these is the Bing search bar with a magnifying glass icon. Under the search bar, there are tabs for TRENDING TOPICS and PUBLIC UPDATES. Below the tabs, there are links for All, Twitter, and Facebook. The main content area displays a list of social search results for 'Super Bowl Sunday'. Each result includes a profile picture, the name of the source, a brief description, a URL, and the time it was posted. A small blue button on the right side of the results area says 'See recent tweets on Bing Twitter Maps'.

bing

WEB IMAGES VIDEOS MAPS NEWS SOCIAL MORE

TRENDING TOPICS PUBLIC UPDATES

All Twitter Facebook

Super Bowl Sunday · AP Offensive Rookie · Walking Dead · Dragon Ball · Warren Sapp · Adventure Time · Cns Carter · Fairy Tail · Black History Month · Mickey Mouse

OxfordWords · Oxford Dictionaries
Tackling the language of Super Bowl Sunday <http://t.co/LDV5Ezrx> (oxforddictionaries.com) @SuperBowl #SuperBowl · 1 hour ago
Favorite · Retweet · Reply

WGEM News - The Tri-States' News Leader
Super Bowl Sunday is quickly becoming one of the most dangerous days on the road due to drunk drivers, according to the Insurance Information ... · 1 hour ago

BumofCovington · Bum of Covington
Super Bowl Sunday at Bum of Covington <http://t.co/UnJ6u45> (bumcovington.com) @BumofCovington · 48 minutes ago
Favorite · Retweet · Reply

Linderella's Quilt Works
Super Bowl Sunday Sale at Linderella's Quilt Works <http://myemail.constantcontact.com/Sup...> · 1 hour ago

ungthesteepie · The Steeple
Super Bowl Sunday - Dahlonaga Style <http://t.co/KR9CEMwV> (ungthesteepie.com) via @ungthesteepie · 1 hour ago
Favorite · Retweet · Reply

Q104JeF · Jeff McNeice
Super Bowl Sunday, nearly here! on Q104: <http://t.co/ZC0d98B> (qcountry.ca) via @q104country · 1 hour ago
Favorite · Retweet · Reply

Tonja's Table
<http://myemail.constantcontact.com/Sup...> Super Bowl Sunday-Give Me Some Franks <http://corta.cc/14saJoh> · 51 minutes ago

WEWS - WEWS NewsChannel5
Super Bowl Sunday pet food drive benefits animals in need #Early5 <http://t.co/4UdmfEUg> (newsnet5.com) · 2 hours ago
Favorite · Retweet · Reply

See recent tweets on Bing Twitter Maps

Bing US propose une partie "social" search : LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+, malheureusement le moteur se focalise principalement sur les trending topics. Il s'agit plus d'une version bêta qu'autre chose...



3. La veille et l'instantanéité ou veille temps réel

- Les médias en temps réel
- Twitter et la veille
- Mener sa veille en temps réel

Twitter et la veille : introduction

✓ **Twitter s'est imposé comme un nouvel acteur incontournable de l'accès à l'information :**

1. Interface simple voire simpliste de publication
2. Ecosystème riche d'applications qui a permis l'essor et l'implantation de Twitter sur tous types de terminaux et pour tous type d'usage :
 - Stratégie d'ouverture totale des APIs
 - Croissance du trafic
 - Rachat ou intégration des meilleurs applications
 - Fermeture partielle des APIs et reprise en main de l'écosystème
 - Monétisation
3. Positionnement comme vecteur de l'information entre le réseau social, le SMS, et le blog

✓ **Twitter devient un véritable outil de veille structuré autour de ses « followings » :**

1. Sélection d'individus qui sont des passeurs d'information
2. Fonctionnalités de listes (organisation des individus)
3. Fonctionnalité de suivi / d'abonnement
4. Fonctionnalité de recherche

Identification des personnes sur Twitter



La fonctionnalité recherche de Twitter permet d'identifier des tweets mais aussi des individus faisant apparaître une thématique dans la description de leurs profils.

Organisation des individus en listes et abonnements

The screenshot shows a Twitter list interface. On the left, the list is titled "IE_et_veille" and is a public list created by Frédéric Martinet. It has 27 members and 12 subscribers. Below this, there are buttons for "Éditer" and "Supprimer". The main area displays a stream of tweets from various users, including "Demain la veille", "Béatrice Duboisset", and "Marie-Laure VIE".

L'identification des individus permet aussi d'identifier des listes spécialisées et de s'y abonner. L'on bénéficie alors d'un abonnement à ces listes, aux tweets de ses membres et à la mise à jour de cette même liste

Applications dédiées Twitter



L'application Tweetdeck permet de centraliser et d'organiser sa veille sur Twitter de façon extrêmement souple et efficace.
D'autres solutions identiques et performantes existent telles que HootSuite.

Twitter et ses APIs

- ✓ **Twitter a mis en place des APIs très structurées qui permettent de travailler avec ses contenus et ses technologies.**
- ✓ **Dans le cadre d'un dispositif de veille complet et performant, le fonctionnement d'une veille industrialisée doit quasiment systématiquement passer par l'utilisation des APIs Twitter.**
- ✓ **Elles permettent :**
 1. De minimiser les temps de remontées d'information
 2. De systématiser la collecte (bien que l'exhaustivité reste difficile)
 3. De disposer d'une information plus structurée
- ✓ **Certaines solutions ont des partenariats privilégiés avec Twitter :**
 1. Permettant un accès à l'historique
 2. Proposant des interfaces user friendly d'interrogation du firehose Twitter.

Extrait des APIs Twitter

Entities

View [What links here](#)

Updated on Mon, 2012-10-08 09:54

API version 1 [API version 1.1](#)

Entities provide metadata and additional contextual information about content posted on Twitter. Entities are never divorced from the content they describe. In API v1.1, entities will be returned wherever Tweets are found in the API. Entities are instrumental in [resolving URLs](#).

Field Guide

Consumers of Entities should tolerate the addition of new fields and variance in ordering of fields with ease. Not all fields appear in all contexts. It is generally safe to consider a nulled field, an empty set, and the absence of a field as the same thing.

Field	Type	Description
hashtags	Array of Object	Represents hashtags which have been parsed out of the Tweet text. Example: <pre>"hashtags": [{"indices": [32, 36], "text": "lol"}]</pre>

media	Array of Object	Represents media elements uploaded with the Tweet. Example: <pre>"media": [{"type": "photo", "sizes": {"thumb": {"h": 150, "resize": "crop", "w": 150}, "large": {"h": 238, "resize": "fit", "w": 226}, "medium": {"h": 238, "resize": "fit", "w": 226}, "small": {"h": 238, "resize": "fit", "w": 226}}, "indices": [15, 35], "url": "http://t.co/r3C5Pxsu", "media_url": "http://p.twimg.com/AZVLep-CIAAbkyy.jpg", "display_url": "pic.twitter.com/r3C5Pxsu", "id": "114080493040967680", "id_str": "114080493040967680", "expanded_url": "http://twitter.com/yunorno/status/114080493036773378/photo/1"}]</pre>
-------	-----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Natural habitat

Entities are most often found in Tweets.



Tags

- Tweets (27)
- Entities (32)
- Mentions (19)
- t.co (43)
- field descriptions (9)
- hashtags (5)
- finding media (4)

L'extrait ci-contre des APIs Twitter détaille les objets manipulables dans Twitter : urls raccourcies, images, hashtags, etc bénéficient de possibilités spécifiques et multiples.

Datasift solution unifiée de social media harvesting

The screenshot displays the Datasift web application interface. At the top, there is a navigation bar with the Datasift logo and links for Platform, Solutions, About Us, Blog, and Community. A user profile for 'actulligence' is visible, along with a notification bell and a balance of \$10.00. Below the navigation, there are tabs for Dashboard, Streams, Tasks, Data Sources, Data Destinations, and Billing. The main content area is titled 'Browse Sources' and features a search bar. A sidebar on the left lists various source categories: Feeds, Augmentations, All Sources, Featured Sources, Free Sources, News, Social Networks, Videos, Blogs, and Forums. The main grid contains 12 data source cards, each with a logo, name, and a button to 'Activate & Sign License' or 'Enquire'. The sources listed are: 2channel, Amazon, Bitly, Blogs, Boards, DailyMotion, Demographics, Facebook, Flickr, IMDb, NewsCred, and Reddit.

DataSift est une société qui s'est spécialisée dans le couplage avec les APIs des principaux sites de médias sociaux et propose une interface « simple » et unifiée d'interrogation de ces APIs. D'autres sociétés telles que Gnip, Radian 6 ou Crimson Hexagon ont partie des rares à avoir accès au firehose de Twitter.



3. La veille et l'instantanéité ou veille temps réel

- Les médias en temps réel
- Twitter et la veille
- Mener sa veille en temps réel

Comment mener sa veille en temps réel

✓ Il est possible d'utiliser différentes stratégies pour la veille en temps réel :

1. Recours à un prestataire unifié intégrant les médias sociaux et le temps réel dans ses bouquets de source
 - Ceci est en train de se développer chez les agrégateurs et les éditeurs de logiciel de veille
2. Recours à des pure players du social media monitoring
 - Qui donnent souvent accès à un nombre limité de médias sociaux
3. Recours à des solutions techniques spécialisées dans le social media harvesting de pointe
4. Développement de solutions sur mesure, internes en fonction de ses besoin

Quelques outils simples / entrée de gamme

✓ **Les solutions desktops type « Hootsuite » :**

1. Proposent la connexion à un ou plusieurs comptes sociaux
2. Fonctionnalités de suivis de flux multiples multi-comptes

✓ **Les solutions dédiées plus orientées veille avec système d'alertes**

1. Elles proposent le paramétrage de requêtes (souvent simples)
2. Elles interrogent régulièrement les réseaux sociaux (les principaux)
3. Elles collectent, stockent et alertent
 - Quelques exemples : [Mention.net](#), [Radar.ly](#), [SproutSocial](#)

✓ **La veille sur Twitter et sur les réseaux sociaux peut aussi être abordée par RSS**

Twitter et les RSS

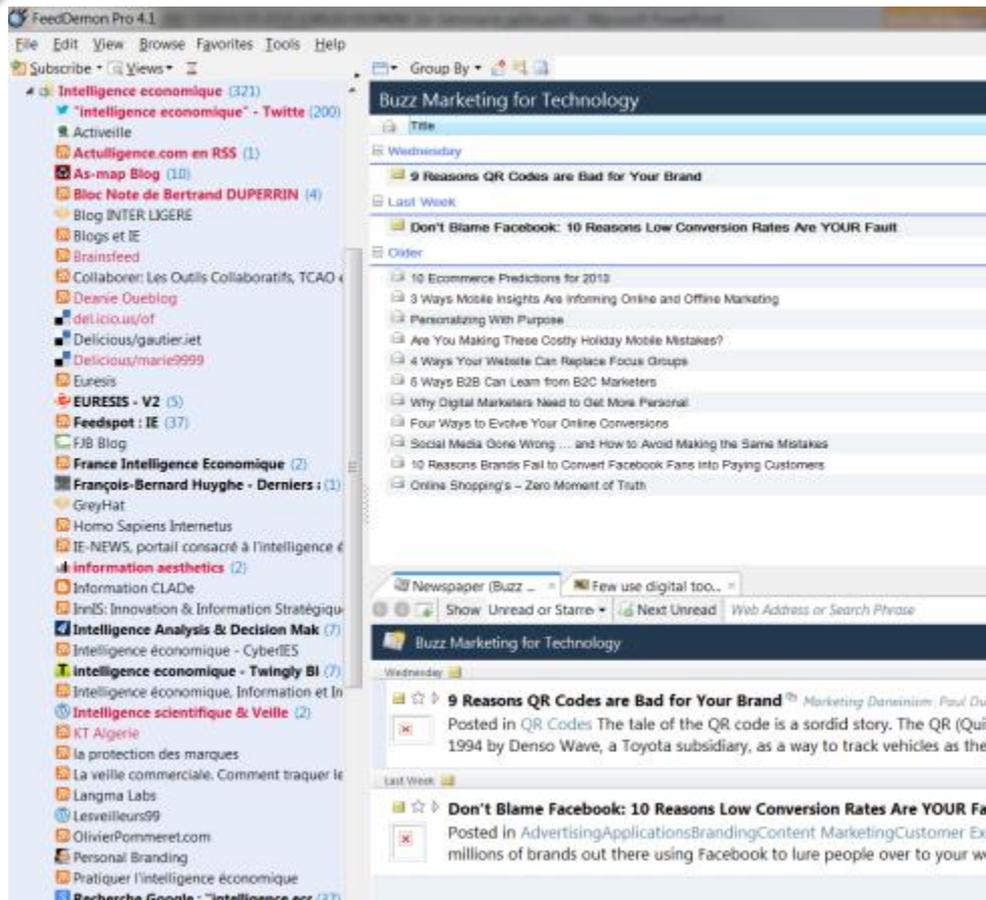
- ✓ **Twitter a effacé les adresses de flux RSS accessibles sur sa plateforme mais toutefois ils restent encore accessibles pour quelques mois :**

Réseau	Type	RSS
Twitter	Tweets d'un utilisateur	https://twitter.com/statuses/user_timeline/NOM-UTILISATEUR.rss
Twitter	Tweets mis en favoris par un utilisateur	https://api.twitter.com/1/favorites/NOM-UTILISATEUR.rss
Twitter	Mentions d'un utilisateur	https://search.twitter.com/search.rss?q=NOM-UTILISATEUR
Twitter	RSS d'un ou de plusieurs mots clés	https://search.twitter.com/search.rss?q=MOTCLE1+MOTCLE2
Twitter	RSS d'une liste	https://api.twitter.com/1/NOM-UTILISATEUR/lists/NOM-LISTE/statuses.atom

Utiliser un lecteur RSS

- ✓ **Une fois tous les flux RSS paramétrés , qu'il s'agisse de flux de blogs publics, de RSS sur les réseaux sociaux multimédias ou pas, de RSS de sites d'actualités, de RSS payants (flux de dépêches), etc, il est possible de centraliser dans un logiciel RSS :**
 1. Le logiciel doit tourner en contin
 2. Pour faire de la veille en temps réel quelqu'un doit surveiller en temps réel
 3. Il faut réduire augmenter au maximum la fréquence ce crawl des RSS paramétrés
 4. Il faut fair vivre son bouquet de flux RSS pour intégrer les nouveaux éléments (nouveaux hashtags, nouveaux utilisateurs identifiés, ...)
- ✓ **Cette solution reste envisageable mais peu productive et peu professionnelle :**
 1. Pas de dédoublonnage
 2. Pas de reporting / dashnoards
 3. etc

Exemple de solution RSS



La solution ci-contre, FeedDemon est un lecteur RSS parmi d'autres. Elle permet d'ajouter des flux divers et variés. Par exemple ici : bookmarks, recherches des utilisateurs, ajoutés par Google (Google alertes), flux Twitter, blogs, sites corporates,...

Les règles de la veille en mobilité

✓ La veille en mobilité est une préoccupation liée à :

1. La mobilité des personnels travaillant à la veille qui se déplacent entre les sites d'une même entreprise, sont en déplacement professionnels voire en télétravail partiel
2. L'exploitation de la mobilité des personnels qui sont autant de capteur terrain

✓ La veille en mobilité implique :

1. Un accès continu et de qualité à l'information
 - Une bonne connexion Web en somme
2. L'accès aux ressources de l'entreprise
3. Une ergonomie adaptée
4. Une préservation de la confidentialité et de la sécurité

Les matériels

✓ Les matériels permettant l'accès à l'information et le travail en mobilité sont aujourd'hui nombreux :

1. NetBook qui ont connus leur heure de gloire
2. Ultra portables combinés avec :
 - Clés USB externe
 - Port SIM intégré
3. Les smartphones de plus en plus « smart » et connectés
4. Les tablettes qui sont de plus en plus exploitées pour le travail en mobilité :
 - Emails
 - Remontées d'information terrain
 - Accès aux applications métiers

Préservation de la confidentialité

- ✓ **Une des contraintes fortes mais également un des risques est constitué en entreprise par les « mobile devices »**
 1. Vol potentiel de données
 2. Manque de « discrétion » (écrans visibles dans des endroits publics)
 3. Interception de communication
- ✓ **Si pour certains types de veille cela n'a pas d'importance, pour des veilles plus métiers / intelligence économique, la confidentialité doit être préservées**
- ✓ **Cela passe par :**
 1. Un équipement adéquat
 2. La sensibilisation des personnels
 3. La mobilité et l'externalisation des données raisonnée

Les risques de fuites

Humains



Manque de discrétion, manque de réflexes sécuritaires, non respect de règles de sécurité élémentaires ...

Matériels



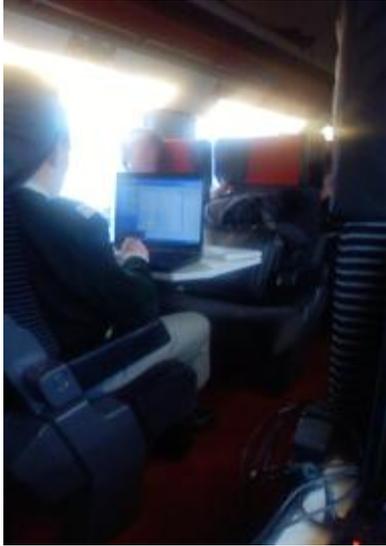
Oubli ou pertes de téléphones portables, clés USB, ordinateurs portables

Informatiques



Mauvaise sécurisation du système informatique, mauvaises prestations informatiques, ...

Quelques exemples de fuites de tous les jours



Colonel offrant une vue sur son écran et diffusant une présentation d'une intervention du Commandement des opérations spéciales sur les drones
<http://fjb.blogs.com/weblog/2009/03/train-%C3%A0-grande-visibilit%C3%A9-.html>

François Jeanne-Beylot – Troover



Audit de la réputation digitale de la société Maggi trouvé dans une poubelle du métro parisien

<http://twitpic.com/304svq> / [Séverine Godet](#) / www.twitter.com/tamala75

Quelques anecdotes...

- ✓ **En 2009, un prestataire informatique travaillant pour le gouvernement britannique, Daniel Harrington, égare une clé USB contenant des mots de passe permettant d'accéder UK Government Gateway system et en février 2012, un salarié d'EDF, britannique, égare une clé USB non chiffrée contenant des détails techniques sur la centrale nucléaire d'Hartlepool**

- ✓ **De nombreuses « agences privées de renseignement » travaillant pour les entreprises réalisent un part conséquente de leur chiffre d'affaires en faisant les poubelles :**
 1. En 2008, une plongée dans les poubelles des ménages d'Ile-de-France montrait que 80 % recelaient au moins un document personnel (feuilles de paye, de sécu, relevé bancaire) – Etude du Credoc
 2. Dans la même étude, il est apparu que les deux tiers des poubelles de PME analysées contenaient au moins un papier confidentiel. En moyenne, chaque bac recélait 8,5 documents intéressants

- ✓ **En 2009, 4 000 ordinateurs portables ont été volés dans les principaux aéroports européens dont 700 à Roissy (source Baromètre KPMG du vol et de la perte d'informations.)**

Quelques solutions nécessaires au travail en mobilité

✓ **Sécurisation des connexions :**

1. VPN
2. Cryptage des connexions

✓ **Sécurisation des supports physiques :**

1. Mots de passe
2. Protection biométriques
3. Supports de stockage cryptés

✓ **Protections visuelles :**

- Filtres d'écran pour la confidentialité
- Ordinateurs portables
- Téléphones portables / Tablettes



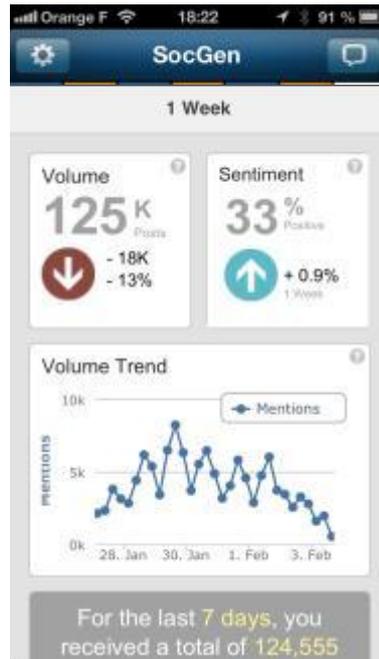
- ✓ L'arbitrage entre mobilité et sécurité est complexe et nécessite une vraie réflexion et une vraie prise en compte des besoins nécessaires à l'exercice de la veille en mobilité et aux moyens nécessaires.

Les outils hors matériels disponibles pour la veille

✓ Les outils de veille en mobilité :

1. De nombreuses versions des logiciels de veille proposent des extensions / applications dédiées sur les principaux OS mobiles
2. Les ergonomies sont également souvent optimisées pour les versions mobiles
 - Versions spécifiques
 - Versions « responsive » design
3. Les applications métiers ou faites maisons commencent à apparaître pour la veille :
 - Applications type rapports d'étonnement pour les forces sur le terrain

Exemple de solution mobile de veille temps réel



Les copies d'écran ci-contre montrent une version mobile d'une application de veille social média.

L'ergonomie adaptée à l'écran permet de faciliter le suivi en mobilité, et également de réaliser des actions simples.

Le principal du paramétrage se fait sur une version Web "full" de la solution

Exemple de solution pour les remontées d'information terrain



Ci-contre une vue de l'application mobile Ushahidi conçu initialement pour la remontée d'information terrain par les populations en zone de conflit.

Cette solution open source peut être facilement exploitée pour proposer une solution simple de remontée d'information pour les personnels en mobilité tout en offrant une solution centralisée de validation et de mise à disposition.

Thank you!

✓ Merci pour votre attention



Frédéric Martinet

Consultant Intelligence Economique, Veille stratégique et e-réputation

Actulligence Consulting

+33 (0) 6 19 05 41 37

frederic.martinet@actulligence.com

www.actulligence.com



www.facebook.com/actulligence



www.twitter.com/actulligence



fr.linkedin.com/in/fmartinet