

APPEL A CONTRIBUTIONS

www.search2012.info

Recherche & Innovation, Veille, Social Knowledge, Big Data, Moteurs de Recherche, Visualisation, Décision, Mobilité

Paris, le 30 juillet 2012. La 5^{ème} édition de SEARCH (www.search2012.info) se tiendra le Jeudi 18 octobre au Pôle Leonard de Vinci, La Défense, Paris.

Dans le cadre de ce rendez-vous professionnel, nous lançons un appel à contributions

- d'une part auprès des éditeurs et fournisseurs de solutions offrant des applications innovantes,
- d'autre part auprès des professionnels en charge de l'information et du système d'information (veilleurs, gestionnaires, responsables SI...), qui doivent introduire les nouvelles offres du marché et anticiper l'évolution des usages en entreprise.

Cet appel à contributions porte sur les thématiques suivantes

1. Recherche et Innovation 2.0
2. Mobilité et Information professionnelle
3. Veille2012 : avancées et tendances
4. Social Knowledge & Search 2.0
5. Cartographie, Visualisation & Décision

1. Recherche et Innovation 2.0

Comment les services de recherche intègrent-ils la forte demande des utilisateurs 2.0 ?

Intégration d'applications dans des interfaces bibliographiques, optimisation de la notion de réseaux sociaux pour identifier des experts et des partenariats, personnalisation selon les profils, etc.

On le voit, nombre de plateformes réussissent désormais à intégrer le meilleur du Web 2.0 et parfois du 3.0 afin d'améliorer l'expérience de recherche et peuvent enfin offrir aux utilisateurs finaux des interfaces conciliant efficacité et intuitivité.

2. Mobilité et Information professionnelle

Adapter le système d'information de l'entreprise à un environnement de plus en plus mobile

Aujourd'hui le développement intensif des applications mobiles (pour smartphones, tablettes...) n'est pas un phénomène « limité » au grand public, il touche le monde de l'entreprise, et en particulier sa sphère informationnelle.

Les questions qui se posent :

Quelle est l'évolution de la demande et des exigences des clients en entreprise ?

Quelles sont les applications professionnelles les plus innovantes ?

Comment les professionnels de l'information ont-ils adapté leurs pratiques de veille, de gestion et capitalisation des connaissances dans cet univers de mobilité ?

Quelles stratégies de valorisation, de promotion et de diffusion du contenu vers les utilisateurs ?

Comment être acteur du changement dans un univers mouvant ?

Comment les applications mobiles cohabitent-elles avec les applications traditionnelles de l'entreprise ? Comment impactent-elles le système d'information de celle-ci ?

Le mobile a-t-il vraiment révolutionné les pratiques et outils dans la sphère informationnelle en entreprise ?

3. Veille2012 : avancées et tendances

Quelles sont cette année les avancées significatives dans les domaines de la veille professionnelle : R&D, medias, Propriété intellectuelle, e-reputation, etc... ?

Le web se conjugue au présent instantané. Ni indicatif, ni conditionnel, son mode est celui de l'immédiateté, du temps réel. L'ensemble des domaines d'application de la veille s'en trouve impacté : technologique, concurrentiel, image, commercial, brevets, prospective...

Il s'agit d'obtenir l'information de tout type, aussi vite que possible, via n'importe quel support.

La veille multi-canal, translingue devient une exigence.

Dans ce contexte, comment parvient-on à qualifier les sources ? Quelles sont les implications pour les professionnels de la recherche d'information et de la veille ? Qui a besoin, dans les entreprises ou organismes de telles évolutions ? Où en sont les capacités d'analyse ?

Cap sur l'ère de l'instantanéité : comment la maîtriser, lui donner du sens, la mettre en forme, l'orienter vers une perspective stratégique.

Quelles sont les autres avancées et tendances qui s'affirment ?

4. Social Knowledge & Search 2.0

Face à l'immensité du web et aux questions toujours plus complexes, la recherche sociale (ou social search) devient fréquente. Certes, ce phénomène est loin d'être récent. L'outil de recherche le plus utilisé, Google pour ne pas le citer, demeure avant tout un outil basé sur le social. Le fameux algorithme de Google le PageRank organise son classement en fonction de la popularité des pages web.

L'avènement du web 2.0 a accéléré la prégnance du phénomène. Dans l'univers 2.0, l'internaute est à la fois acteur et consommateur. La dimension sociale a ainsi pris du poids avec la toute puissance des réseaux sociaux (Facebook, Twitter) et des autres médias sociaux.

La recherche sociale renvoie à une réalité tridimensionnelle :

- la recherche au sein des médias sociaux
- la recherche friend filtered, la recherche dans des contenus filtrés par nos amis
- la recherche collaborative

De plus en plus, on assiste par ailleurs à la migration d'une recherche enrichie par une foule d'anonymes (via le crowdsourcing) à une aide fournie par nos amis.

Actuellement, le RSE (Réseau Social d'Entreprise) tente de réunir la substantifique moelle de la recherche sociale afin de doter l'entreprise d'un véritable outil d'intelligence collective.

Quels sont les outils basés sur la recherche sociale ? Quand et comment s'en servir ? Quels en sont les bénéfices ?

5. Cartographie, Visualisation & Décision

Aujourd'hui l'information est essentiellement numérique et avec l'essor des réseaux sociaux elle est devenue une denrée stratégique pour les entreprises et organisations qui savent la maîtriser. A l'heure de l'émergence du « Big Data » et de « l'opendata » ce phénomène ne fait que se renforcer.

Quelles sont les dernières innovations en matière d'extraction et de capitalisation des données textuelles associées aux dernières évolutions en matière de cartographie de ces informations ?

Comment exploiter de gros volumes d'information, afin de mieux comprendre et de capitaliser ces informations et donc de faciliter in fine la prise de décision.

Comité de programme

Les contributions seront proposées au comité de programme composé de : Anne-Marie Libmann, Jean Delahousse, Renaud Finaz, Laurent Lefoll, Guy Fermon, Xavier Delengaigne, Jean Rohmer, Hervé Basset et Jacqueline Sala.

Proposer vos contributions

Vous pouvez proposer votre contribution pour une intervention en Conférence Expert (présentation dans une salle dédiée de 45 min - retour d'expérience, projet) complétée d'une intervention en table ronde pour dégager avec les autres intervenants de la session les principales clés de compréhension sur les tendances et perspectives du secteur.

A propos de Search 2012 (www.search2012.info)

Search 2012 est organisé par Veille Magazine, le magazine professionnel de l'Intelligence économique et du management des connaissances (www.veillemag.com) en alliance avec Knowledge Consult. Veille Magazine est également l'organisateur de Reputation Day (www.reputationday.com) qui se tiendra le 26 octobre 2012 à l'Hôtel Lutetia et co-organisateur avec Reed Exposition France du MIS (Management-Information-Stratégie), manifestation qui se tient conjointement avec Documation (www.documation.fr) et dont la prochaine édition aura lieu les 20 et 21 mars 2013 au CNIT-La Défense.

Pour toutes informations et pour connaître les conditions de participation, merci de contacter Jacqueline Sala (jsala@veillemag.com).