

solutions dans la course à l'innovation

Pas de repos pour les moteurs de recherche et les outils de veille. À peine atteint un certain confort technique et fonctionnel, les voilà obligés de répondre à de nouvelles demandes. La soif des usagers semble insatiable, le web social encourageant les appétits !

à l'heure de l'internet partout et pour tout, la veille et la recherche d'information dans ce territoire planétaire doivent se parer des meilleurs outils. Nous faisons ici un tour d'horizon des technologies et des tendances en vogue.

moteur de recherche

Les moteurs de recherche se positionnent aujourd'hui de plus en plus comme les produits phare de l'accès à l'information, ouvrant des portes à tout ce qui est utile dans l'entreprise : sur le poste utilisateur, dans les e-mails, dans le système d'information et sur le web. Pour en arriver là, le parcours qu'ils ont effectué est loin d'être négligeable. Une véritable révolution les a vus se transformer pour leur permettre de rechercher l'information dans tous les formats et outils de gestion de contenu existants dans l'entreprise.

Un moteur de recherche doit fournir bon nombre de connecteurs aux systèmes et outils les plus connus : Ged, bases de données, messageries, avec Documentum, Lotus Notes, etc. Et adapter rapidement un connecteur à une nouvelle

source. On attend de l'application de recherche qu'elle soit transparente du point de vue de la sécurité, c'est-à-dire qu'elle donne accès à l'information que l'utilisateur aurait obtenue sans le moteur de recherche, ni plus, ni moins.

Ces dernières années, la volumétrie de l'information, observée et supportée par les moteurs de recherche, a explosé. Ce sont des données de l'ordre d'un ou plusieurs téraoctets, souvent réparties dans des localisations géographiques différentes, qui sont désormais à prendre en compte. Le moteur doit savoir gérer la charge d'indexation que cela représente, disposer d'une architecture évolutive susceptible d'indexer ces importants volumes et d'assurer une mise à jour des index en continu, avec au minimum un cycle complet par 24 heures.

Les nouveautés les plus remarquables se situent du côté de la navigation dans la recherche. La tendance consiste à présenter dans la liste de résultats des filtres de recherche explicites : « Parmi les résultats, voulez-vous les 23 documents du mois dernier, les 41 concernant le marketing, uniquement les documents en format Word ou encore les 57 qui citent votre responsable ? ». Les interfaces s'enrichissent pour naviguer par des métadonnées contenues dans les documents – auteur, catégorie – ou par des expressions extraites – entités nommées – et souvent présentes dans les documents, telles que les nuages de tags ou les noms de personnes, de sociétés, de lieux et de produits.

outils de veille

Les outils de veille se décomposent en deux typologies : d'une part, les agents de surveillance, entre les mains du veilleur, pour surveiller automatiquement des



Éric Debonne

DR

sites et des pages web, et, d'autre part, les plates-formes de veille qui prennent en compte l'ensemble des fonctionnalités autour de la veille, de la collecte à la diffusion.

Les agents de surveillance évoluent avec le web et rendent un service pour un coût souvent modique. Les plates-formes de veille répondent de mieux en mieux au défi de la complexité des fonctions à mettre à disposition, de nombreuses compétences étant nécessaires à leur manipulation. En effet, la phase de configuration des sources à surveiller et la collecte demandent souvent une compétence web. La mise en place des thèmes de veille et leur structuration s'appuient sur des compétences de gestion de l'information. L'expertise et l'analyse constituent une compétence métier propre. La diffusion, enfin, relève d'une compétence de webmestre. Il est forcément difficile pour



un outil de couvrir parfaitement toutes ces fonctions, mais la course est lancée avec des acteurs de plus en plus nombreux sur ce créneau.

Les technologies web 2.0 arrivent en force pour ajouter de la convivialité aux interfaces utilisateurs : widgets à la iGoogle ou Netvibes, ajout de commentaires, articles les plus populaires, etc. Mais il s'agit aussi d'aides permettant au veilleur d'être efficace pour la sélection et la diffusion de l'information pertinente : sourcing via un métamoteur ou la recherche dans un panel de sources sélectionnées, ciblage de l'information pertinente à collecter, catégorisation automatique, présentation d'information d'aide à la lecture pour une sélection rapide – entités nommées, résumé, date, dédoublonage –, workflow de validation, diffusion via un fil RSS ou un portail 2.0. Enfin, ces plates-formes doivent fournir une palette de niveaux de sécurité permettant de partager certaines informations et pas d'autres selon les communautés existantes dans les entreprises.

tendance Saas

La grande tendance pour ces plates-formes, comme pour les logiciels d'une manière générale, est l'utilisation du mode software as a service (Saas). Grâce à celui-ci, l'entreprise s'affranchit des charges informatiques internes qui ne sont pas anodines, avec un accès facile à ces outils, pour des périodes données ou pour un certain périmètre de veilleurs. Le mode Saas libère de contraintes de furtivité d'accès aux sources d'information et de mise en place d'une bande passante adéquate. Seule la confidentialité des informations de veille de l'entreprise en freine encore quelques utilisations, malgré la mise en œuvre d'une sécurité.

Ces plates-formes ultrariches de fonctions peuvent paraître coûteuses, mais la crise actuelle a pour effet d'entamer une rationalisation des outils pour s'adapter à des budgets serrés en ne proposant que des fonctionnalités importantes. Une concurrence accrue se développe afin de répondre au mieux à ces contraintes. L'utilisation du Saas y répond nécessairement mieux.

accès aux informations internes

Jusqu'à présent écartés des outils de veille sur internet, les moteurs de recherche sont de plus en plus demandés par les utilisateurs, non seulement pour la recherche au sein des informations de veille, mais aussi pour permettre l'accès à de l'information pertinente, disponible en interne, concernant un thème de veille. En effet, il est connu que 50 % de l'information utile à la veille est déjà disponible dans l'entreprise. La problématique d'accès aux sources d'informations hétérogènes de l'entreprise devient partie prenante des projets de veille.

De plus, la veille ne cesse de s'étendre au sein de l'ensemble de l'entreprise. Il devient nécessaire de retrouver facilement une information de veille, par exemple que l'on a *vu passer* et qui est devenue essentielle.

évolutions des terminaux d'accès

Si les moteurs de recherche et les outils de veille s'introduisent maintenant de manière certaine dans l'entreprise, ils doivent déjà penser aux évolutions technologiques du web et des terminaux d'accès. D'un côté, l'audio et la vidéo sont devenus des outils de diffusion d'information, de communication et il faut rechercher dans le texte compris dans une telle séquence, de l'autre, la multiplication des smartphones rend possible pour les utilisateurs la consultation des dernières informations de veille ou le lancement de recherches à partir de ces terminaux mobiles, ce qui implique un travail important de structuration technique du contenu diffusé.

de la maison à l'entreprise

L'évolution de la diffusion et le partage de l'information, avec la multiplication des réseaux sociaux, sont devenus les inconnus de demain : jusqu'à quel point resteront-ils en dehors de l'entreprise et des utilisations professionnelles ? Les usages dans ces domaines naissent autrefois dans le monde du travail.

Les choses s'inversent aujourd'hui, avec une avance indéniable de l'utilisation de l'informatique à la maison. Les modèles pour l'entreprise ne paraissent pas encore matures, mais il est sûr que ces outils vont avoir une place prépondérante en termes de fonctionnalités d'accès à l'information.

Les réseaux sociaux positionnent les personnes de manière centrale, les thèmes étant abordés en premier lieu par des acteurs et ces systèmes encourageant avant tout les relations avec d'autres acteurs. Il est ainsi visible que l'information prend pour le lecteur une valeur proportionnelle à la confiance qu'il donne à l'acteur auteur, à son expertise et à ses relations. C'est là un fonctionnement somme toute naturel. S'il n'est pas formalisé, il existe dans ou hors de l'entreprise : Un expert détenant cette reconnaissance de son discours ou de ses écrits, ne fait-on pas plus facilement confiance à une personne avec laquelle on travaille régulièrement ou qui est connue d'un proche collaborateur ?

Autre particularité de ces technologies, l'outil et le contenu ne sont pas dissociés. Il ne s'agit pas d'un outil utilisé de manière différente, mais, par exemple, de Facebook pris dans son ensemble, somme indifférenciée de personnes, de relations, de contenus et de fonctionnalités. L'outil social mène une vie propre qui évolue par son utilisation sans directive imposée d'en haut, avec peu de contrôle. Identifié par quelques exemples marquants, l'outil révèle plus d'informations sur les personnes que toute application existant précédemment. Ce point mérite déjà une attention particulière lors d'une utilisation grand-public. Autant d'éléments qui incitent les utilisateurs à la prudence pour une adoption massive dans l'entreprise. ■

Éric Debonne

[Consultant indépendant]