

South Coworking 2011

Back to the roots



SouthCoworking

BACK TO THE ROOTS

3 OCTOBRE 15.00 H 28° LE PLAN DE LA TOUR SUD DE LA FRANCE



Le SouthCoworking, KEZAKO ?

Par Hayat Outahar

On aurait pu parler de North, East ou WestCoworking, mais comme tout n'est qu'affaire de géographie, on a choisi le SouthCoworking.

Le principe : échapper à la pression du monde professionnel pour aérer ses méninges au sud de la France.

Lancé par l'agence 50A l'an dernier, le concept du « travailler ailleurs » pour « mieux produire » n'est pas nouveau. C'est même une stratégie de management répandue pour renforcer l'esprit d'équipe.

Généralement appelées « séminaires » ces sessions de travail « en mode relaxe » ont de beaux jours devant elles. Mais alors, qu'est-ce qui différencie un séminaire d'un SouthCoworking ?

LA CIBLE : A l'inverse des séminaires, le SouthCoworking n'est pas une initiative imposée par des dirigeants et des managers.

Il est plutôt réservé aux Startups qui souhaitent s'isoler un instant avec ses collaborateurs freelances ou partenaires pour renforcer les liens de travail et évoluer ensemble dans un environnement qui favorise la décontraction et la proximité.

L'ORGANISATION : Le choix du lieu se fait en groupe ouvert. L'idéal étant de pouvoir « se poser » dans un endroit où les coworkers se sentiront suffisamment à l'aise pour s'exprimer, il convient de bannir les lieux impersonnels tels que les hôtels par exemple. Une fois sur place, tout le monde participe à la vie en communauté : Cuisine, ménage, rangement ... Pas de privilèges !



LES ATELIERS : Les ateliers se construisent sur le modèle des Barcamps.

Pas de programme, pas d'intervenant.

Les coworkers présentent leur fonction et évoquent leurs ambitions pour les projets en cours ou les projets à venir. Chacun apporte

alors son oeil critique et les discussions s'enrichissent des interventions de tous.

Lors de ce second SouthCoworking, à Saint-Maxime, les coworkers ont réfléchi à comment communiquer dans un monde en crise où chaque ressource est utile à l'amélioration de l'avenir : « La guerre du mp3, la diplomatie via wikileaks, la co-crédation de l'open source, le flickage de tes données Hadopie, Lopsy, les monnaies virtuelles, l'engouement de Facebook, l'influence et le temps réel de twitter, l'impact des standards, l'enjeu des réseaux décentralisés, l'extraction/la corrélation de donnée à forte valeur ajoutée ... ;o)

Cette méthode de travail, ouverte et décomplexée s'avère particulièrement payante pour des projets moteurs de changement où la rigueur doit laisser place à la créativité et la nouveauté.

Comprendre comment utiliser nos ressources pour porter un regard enthousiaste sur les défis à venir et avancer avec l'idée que ce que nous avons participera au renouveau des prochaines années.

Hayat Outahar

"Nous vivons dans un monde complexe, où nous ne pourrions plus intellectuellement tout comprendre."

La théorie du BIM

par Nicolas & Thibaut

A lire sur 50A.FR/LEBLOG/

LOG

- 1 Le père BERMOND
- 2 Ana MORALES GOMEZ
- 3 Xuan TRUONG VU
- 4 Olivier BREUX
- 5 Hayat OUTAHAR
- 6 David BARRIERE
- 7 Julien COSSON
- 8 Vincent MULARD
- 9 Adrien HORVATH
- 10 Damien HOULLE
- 11 Idir IBOUCHICHENE
- 12 Thibaut BROUSSE
- 13 Frédéric SALAÛN
- 14 Vincent PINTE DEREGNAUCOURT
- 15 Nicolas BERMOND



- 1 Le père
- 2 La copine du copain
- 3 Ingénieur iBrain
- 4 Stagiaire management de projet
- 5 Princesse digitale
- 6 Chef de projet junior/Community manager
- 7 Chef de projet
- 8 Ingénieur conseil
- 9 Sound designer
- 10 Consultant e reputation
- 11 Développeur
- 12 Directeur de projets
- 13 Directeur artistique
- 14 Directeur de recherche iBrain
- 15 Digital druide



{ SouthCoworking 2011 }



L'atelier de Vincent.

Par Vincent Pinte DEREGNAUCOURT, Directeur de recherche

Nous vivons aujourd'hui dans l'ère digitale où, chaque jour, des masses de données informatisées sont partagées, échangées et stockées aussi bien dans la sphère publique que dans la sphère privée (réseaux sociaux, données géolocalisées...).

L'un des enjeux de l'Open Data est de rendre public ces données afin de favoriser l'accès aux connaissances et à l'innovation : libérons les données !

La paradigme de l'Open Data est de faire en sorte que toute entité (personne, programme, ...) puisse disposer librement de données dont l'acquisition est rendue à la fois libre et simple.

C'EST QUOI LA R&D ?

Pour bien comprendre la notion de Recherche & Développement, il est fondamental de ne pas confondre innovation et innovant.

Ce qui est innovant est (simplement) nouveau, mais n'est pas forcément de l'innovation.

L'innovation en revanche est le caractère de mettre au point un procédé nouveau qui résulte d'une opération de R&D. Ce procédé a permis de contourner une difficulté intellectuelle ou techno-logique concernant la mise au point d'un processus.

Par exemple :

- faire une voiture avec 4 sièges frontaux à l'avant et à l'arrière, c'est très innovant : personne ne l'a jamais fait. Mais ce n'est pas une innovation.

- Fabriquer une voiture qui fonctionne sans roue ET sans aucun bruit, c'est une innovation (on pourrait croire que les aircraft le font déjà, sauf que là, l'innovation résulte du fait que la recherche a permis de réaliser le même procédé sans aucun bruit - C'est habituellement très très bruyant un aircraft, puisque c'est une sorte de sèche cheveux géant tourné vers le bas).



QUELS SONT LES AUTRES INTÉRÊTS DE LA R&D ?

La R&D est intéressante d'un point de vue intellectuel, marketing, et business...

QUEL EST LE PROCESS À SUIVRE POUR DÉPLOYER UNE STRATÉGIE DE R&D ?

- recruter un laboratoire prestigieux (Heudysic, UTC Compiègne, CNRS)
- recruter un thésard
- orchestrer le lien entre 50A, le Labo CNRS, la team chercheuse

QUEL EST LE SUJET DE LA THÈSE ?

Aujourd'hui, principalement, nous faisons des statistiques sur les pages web pour faire de la veille ou du calcul de e-réputation.

Demain, nous souhaitons comprendre la connaissance qu'il y a dans les pages web (open data, réseaux sociaux,)

Cela se fait par un partenariat avec le CNRS

- marketing
- transfert de connaissance

COMMENT ORCHESTRER UNE MÉTHODE AGILE ?

- Par brique : nous faisons de la recherche par essai (on essaie, on conclut, nous revenons sur nos pas, nous approfondissons les notions de tonalités, pattern, indicateur... le tout au service d'un dessin plus grand

et

- Nous travaillons au service de 50 A : c'est Nicolas (notre digital druide) mais aussi David (notre community manager par exemple qui doivent nous dire : voilà ce que la recherche doit (devrait) délivrer comme solution pour mieux servir nos clients.

Vincent Pinte Deregnacourt
Directeur de recherche



À SUIVRE...