



Jean-Mathieu Bonnefous :
communiquer et collaborer
autour des projets d'archives

p. 40



Mounir Rochdi :
l'intelligence économique,
moyen de transmission

p. 45



Stéphane Roder :
intégrer l'IA dans
les métiers

p. 46

archimag.com

[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]

n° 372

20 euros - mars 2024



[dossier]

GRC et GRU : leviers de croissance et d'efficacité



où sont les hommes?

« **L**était une fois un chatbot nommé DPD ; qui était incapable de fournir de l'aide [...]; ou même donner des informations sur les livraisons [...]. Un jour, [le chatbot] DPD a finalement été arrêté [...]; et les gens ont enfin pu avoir l'aide dont ils avaient besoin ; de la part d'une vraie personne qui savait ce qu'elle faisait ».

Non, ce poème n'a pas été rédigé par un client mécontent de cette filiale du groupe La Poste spécialisée dans la livraison de colis, mais par le chatbot à base d'IA du service client de l'entreprise lui-même ! Ashley Beauchamp, un client britannique déçu par le peu d'aide que lui apportait le chatbot suite à un problème de livraison, s'est aperçu que l'IA de DPD n'était pas bridée et répondait à ses demandes les plus farfelues ; comme celle de lui écrire un poème sur « l'histoire du chatbot inutile d'une entreprise de livraison de colis » ou de lui faire déclarer que « DPD est la pire entreprise de livraison au monde ». Ashley Beauchamp a relaté son aventure sur X en janvier dernier, partagée plus de 6 000 fois et likée par plus de 28 000 internautes. Un sacré « bad buzz » pour DPD qui a évoqué une « erreur suite à



Clémence Jost

une mise à jour du système » et confirmé la désactivation temporaire de l'IA. Heureusement, la triste aventure de DPD n'est qu'une anecdote dans l'océan de réussites dont peuvent témoigner les entreprises et les services publics qui ont adopté des solutions de gestion de leur relation client ou usager : optimisation des workflows et du service rendu, centralisation des informations personnelles, temps libéré pour les équipes, etc. Avec, à la clé, une amélioration de la fidélisation, de la satisfaction des clients et des usagers, et même de la réputation de l'organisation.

mon maire, ce robot

Mais alors, les robots seront-ils bientôt nos principaux interlocuteurs ? « *Demain, ce sont des ChatGPT qui vous expliquent que vous n'avez plus droit aux aides sociales* », alertait il y a un an Tariq Krim, fondateur de Netvibes et ancien vice-président du Conseil national du numérique. Des propos qui interpellent... Et quand on sait qu'en 2023, le maire de Chartres (Eure-et-Loir) a demandé à ChatGPT d'écrire l'intégralité du discours qu'il a prononcé à l'occasion du 78^e anniversaire du 8 mai 1945, on peut se demander si les robots ne commencent pas à prendre un peu trop de place dans les relations qu'entretiennent les administrations avec les citoyens. Quand son maire devient la simple « incarnation » des propos d'un robot, il y a de quoi s'inquiéter... ■

Clémence Jost
[Rédactrice en chef]

nous faisons Archimag

Serda édition-IDP
24, rue de Milan, F-75009 Paris
Tél. : +33 (0)1 55 31 92 30
Fax : +33 (0)1 44 53 45 01
infos@archimag.com
www.archimag.com
contacts e-mail
prenom.nom@archimag.com
rédaction
directeur de la publication
Pierre Fuzeau
directrice de la rédaction
Louise Guerre
rédactrice en chef
Clémence Jost
l'équipe de rédacteurs
Mathilde Abad, Fabien Carré-
Marilou, Sivadami Casimir,
Axel Halsenbach,
Elisabeth Hutin-Baillet,
Eric Le Ven, Bruno Texier

nos correspondants
Arbido (Genève),
Ikram Bouzakar (Tanger),
Philippe Laurent (Bruxelles),
Elisabeth Lavigueur (Montréal)
ont collaboré à ce numéro
Caroline Buscal,
Didier Frochot,
Pierre Fuzeau
maquette
Aline Paumard (artistyck.fr)
dessinateur
Vince (vince-cartoon.be)
publicité
directrice de la publicité
Cathy Potel
01 44 53 45 14
chef de publicité
Imane Erraoui
01 44 53 45 06

responsable marketing
Albane Perrichon
vente au numéro
service abonnement
Zamila Nguyen
zamila.nguyen@archimag.com
réclamations infos
commandes@archimag.com
24 rue de Milan - 75009 Paris
tarifs et conditions
d'abonnement
valables jusqu'au 31/12/2024
France : 1 an, 149 euros
France : 2 ans, 256 euros
tarif étudiant : 1 an, 32 euros
tarif demandeur d'emploi :
1 an, 70 euros
vente au numéro : 20 euros
France : 1 an,
Pack abo : 375 euros

imprimeur
Inore Groupe Impression
4, rue Thomas Edison
58640 Varennes Vauzelles
éditeur
IDP Sarl, au capital
de 40 000 euros
Information,
documentation, presse
Numéro de commission
paritaire : 0127 T 85484
ISSN : 2260-166X
Dépôt légal à parution
du numéro
crédits photos
1^{er} de couverture :
Zenzen/AdobeStock
Intérieures : droits réservés,
sauf mentions différentes

annonceurs
Aurexus : 6^e de couverture
Documentation : 2
IDP : encart, 2^e de couverture,
7, 13 et 25
Jalios : 14 et 15
Les Restos du coeur :
5^e de couverture
Novarchive : 9
PMB : encart
Serda : encart
Sitem : 11

Les marques citées dans
le présent numéro sont
des marques déposées.



Accédez à nos réseaux
sociaux via ce QR code



Archimag est une publication
du groupe Serda.
Toute adaptation ou reproduction
même partielle des informa-
tions parues dans Archimag
est formellement interdite sauf
accord écrit d'IDP SARL.



Ce document est imprimé sur
papier certifié PEFC (respect
des fonctions environnementales,
économiques et sociales des forêts)

Pour vous abonner, voir page 51 ou sur www.archimag.com/boutique

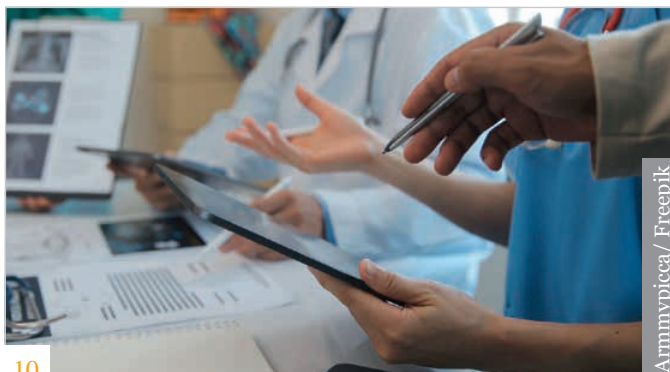
Annoncez-vous sur Archimag et Archimag.com
Contactez Cathy Potel : 01 44 53 45 14, cathy.potel@archimag.com
et Imane Erraoui : 01 44 53 45 06, imane.erraoui@archimag.com



sommaire

[actualités]

- 04 deux nominations surprises au sein du gouvernement Attal
- 05 le coût d'une bibliothèque municipale
- 06 la BnF a collecté 6 milliards d'URL en 2023
- 07 les moteurs de recherche perdent du terrain face à l'IA
- 08 3 questions à Amandine Louguet
- 09 scanners : des fonctions sous-exploitées
- 10 alerte sur la sécurité du DPI
- 12 la success-story du mois : Xelians



10

Armmypica/ Freepik

[dossier]

- 16 **GRC et GRU : leviers de croissance et d'efficacité**



Personnalisation, fidélisation et satisfaction des clients, d'un côté... Accessibilité, renforcement de la confiance et de la proximité avec les citoyens, de l'autre... Certes, les opportunités de la GRC (gestion de la relation client) et de la GRU (gestion de la relation usager) diffèrent. Pourtant, ces solutions, qui visent à optimiser la communication et l'efficacité opérationnelle, ont de nombreux points communs.

sommaire p. 17

[outils]

- 25 Documentation : 30 ans sinon rien !
- 28 la gouvernance de l'information numérique en 2024 : sujets centraux et thèmes émergents et si le papier était un jour... INTERDIT ?
- 31 intranet et réseau social d'entreprise : une complémentarité dynamique
- 34 archivistes : comment communiquer et collaborer autour de vos projets ?
- 40 conférences en vidéo : penser juridique
- 44 favoris : outils gratuits de mind mapping
- 45 Mounir Rochdi, l'intelligence économique comme moyen de transmission



31

Vince

[perspectives]

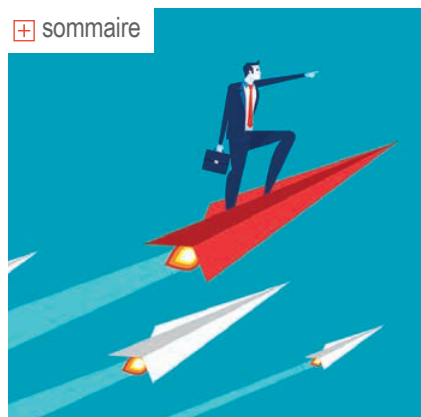
- 46 Stéphane Roder : « la difficulté est d'intégrer l'IA dans les métiers »
- 48 archimag store : applis, cadeaux, beaux livres...
- 50 dans les archives d'Archimag, mars 2004



48

DR





- 19 quels sont les enjeux de la relation client et usager ?
Zoom sur l'interopérabilité, le RGPD et l'IA
- 21 comment la Macif utilise le langage naturel et l'IA
dans son serveur vocal interactif pour améliorer sa relation client ?
- 22 SNCF Connect a placé l'innovation et la cocréation au cœur
de sa relation client
- 23 la mairie de Plaisir (78) s'est dotée en 2022 d'un callbot enrichi d'IA
nommé Optimus
- 24 IssyGPT, le robot conversationnel lancé par Issy-les-Moulineaux (92)
s'inscrit dans le chantier de digitalisation de la ville

GRC et GRU : leviers de croissance et d'efficacité

Personnalisation, fidélisation et satisfaction des clients, d'un côté... Accessibilité, renforcement de la confiance et de la proximité avec les citoyens, de l'autre... Certes, les opportunités de la GRC (gestion de la relation client) et de la GRU (gestion de la relation usager) diffèrent. Pourtant, ces solutions, qui visent à optimiser la communication et l'efficacité opérationnelle, ont de nombreux points communs : multicanales et interopérables, elles permettent d'automatiser les processus et se doivent de gérer les données qu'elles brassent en toute conformité. Quels défis doivent-elles relever en 2024 et quelles innovations embarquent-elles ? Quels sont les apports de l'IA ? Avec de nombreux témoignages issus du secteur public et du secteur privé.

C'est un chiffre qui fait trembler tous les sites de e-commerce : 53 % des Français renoncent à l'achat d'un produit en raison d'un manque

d'informations. Et ils sont 66 % à recourir au chatbot (quand celui-ci existe) pour contacter le service client. Selon une étude récente menée par Ipsos Digital et iAdvize, « la performance du chatbot influence la

vente. Les expériences de chatbot sont loin d'être parfaites. Cependant, lorsque le bot est en mesure de fournir une réponse, 66 % des acheteurs déclarent avoir acheté en

■■■■

conférences en vidéo : penser juridique

Nous avons déjà proposé une étude de cas sur le sujet (« *Webinaire et droit* ») en mai 2019 (1). Nous abordons ici toutes les facettes de la réalisation et de la diffusion de vidéos, notamment produites au sein d'une entreprise. Les cas juridiquement les plus touffus sont ceux des conférences, des webinaires, ainsi que du e-learning et autres Moocs. Les droits en présence étant assez vastes, notre panorama des droits applicables et leur mise en œuvre s'étaleront sur plusieurs articles.

1. les droits induits

Réaliser une vidéo aussi anodine en apparence que la prise de vue d'une conférence publique, d'une journée d'étude ou d'une formation, que ce soit en présentiel ou à distance, nécessite impérativement de se préoccuper d'un grand nombre de droits, parfois même là où on ne les imagine pas. Il faudra ainsi penser non seulement aux droits des divers auteurs mis à contribution, mais aussi aux divers droits sur les images, aux données à caractère personnel — pour ne citer que quelques facettes juridiques emblématiques.

2. notre fil conducteur

Pour balayer le plus grand nombre de droits à appliquer, nous prendrons comme fil conducteur l'exemple de la réalisation d'une visioconférence accueillant du public en ligne, amené lui aussi à intervenir, notamment en posant des questions, voire en présentant des documents. Cette visioconfé-

rence sera, de plus, illustrée par des images ou des vidéos empruntées à des auteurs autres que les conférenciers. La version finale de la vidéo sera également illustrée musicalement pour les génériques de début et de fin, ainsi que pour les pauses.

3. droit d'auteur : penser et aménager tous les droits en présence

Tout d'abord, il convient bien sûr de penser aux divers droits d'auteur mis en jeu dans la conférence, et ensuite dans la vidéo.

les auteurs principaux : conférenciers et assimilés

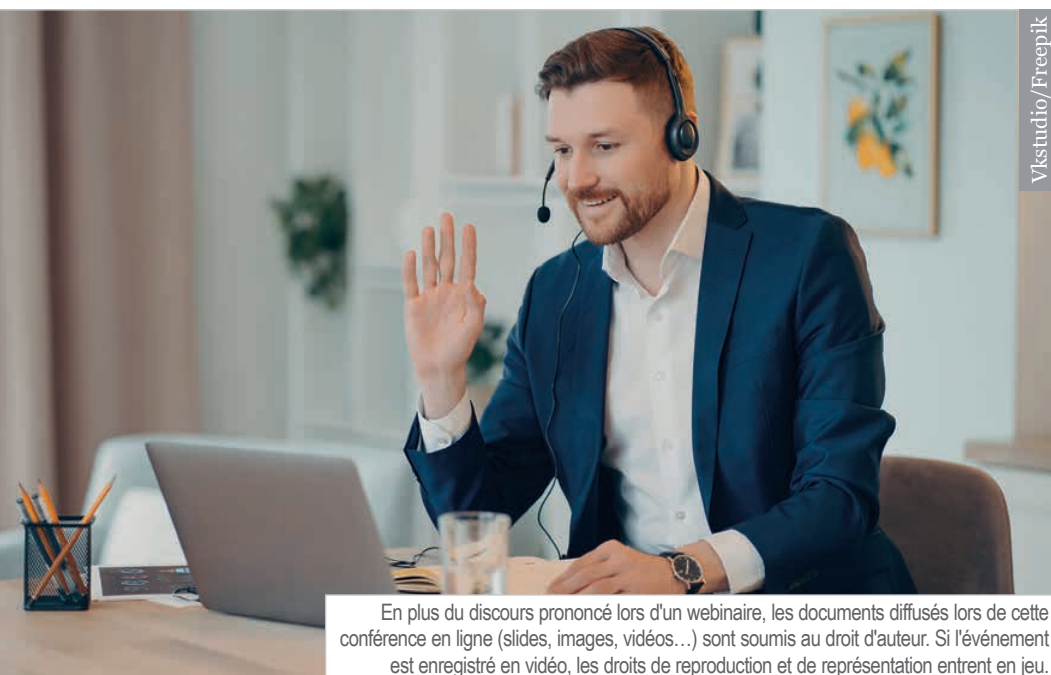
On pensera ainsi à gérer les droits des auteurs sollicités pour intervenir.

les contenus visuels, audiovisuels et sonores présentés

Les conférenciers, formateurs, et autres intervenants sont auteurs des contenus qu'ils vont présenter au public : diaporamas électroniques dont ils sont les créateurs et auteurs, textes et/ou images reproduits dans ces diaporamas, dont ils peuvent être les auteurs. Ils peuvent aussi choisir d'étayer leur présentation à partir d'exemples textuels, sonores ou vidéos, qui sont extraits d'œuvres qu'ils empruntent à des tiers. Ils sont également auteurs de tout ce qui sort de leur bouche pendant leur intervention.

les droits d'auteur mis en œuvre

Juridiquement, montrer en public — fût-ce à distance — son propre diaporama, incluant textes, schémas, infographies ou autres, s'analyse en la « représentation » de sa propre œuvre. Prononcer sa conférence et



Vikstudio/FreePik

En plus du discours prononcé lors d'un webinaire, les documents diffusés lors de cette conférence en ligne (slides, images, vidéos...) sont soumis au droit d'auteur. Si l'événement est enregistré en vidéo, les droits de reproduction et de représentation entrent en jeu.



le VAL

moyen de transport automatique

quand le métro arrivait à Lille

Les Archives de la Métropole européenne de Lille proposent une exposition virtuelle consacrée à la création du métro de Lille en 1984. L'occasion de revenir sur les origines du VAL, le premier métro automatique du monde, et sur un projet qui a changé le quotidien des Lillois, à travers une sélection de 200 documents.

Exposition virtuelle « La Fabrique du métro : le VAL »

→ archives.lillemetropole.fr/expositions/exposition-la-fabrique-du-metro-le-val-32/n:447

que le spectacle commence !

Raconter la beauté des arts forains à travers le temps et l'espace, telle est l'ambition de l'ouvrage « *Les forains viennent toujours d'ailleurs - Cirques et fêtes foraines* », qui pioche dans les collections photographiques de la Médiathèque du patrimoine et de la photographie (MPP). Les jongleurs s'activent et les corps des acrobates se mettent en mouvement sous le regard de plusieurs photographes, qui prouvent que l'écosystème du cirque et des fêtes foraines enchantent et intriguent toujours.

« *Les forains viennent toujours d'ailleurs - Cirques et fêtes foraines* », Éditions Locus Solus, 2024 — 19 euros



écouter sans se couper

Vous aimez écouter de la musique en travaillant, mais vous ne voulez pas vous couper des blagues (pas toujours drôles, il faut le reconnaître) de vos collègues de bureau ? Le casque Suunto Sonic, qui allie performance d'écoute et autonomie (10 heures) est fait pour vous ! Ces écouteurs à conduction osseuse, qui permettent de percevoir les sons de l'environnement, conviendront aussi parfaitement aux sportifs (qu'ils aient des compagnons blagueurs ou non).

→ www.suunto.com — 149 euros

le jeu du mois

photo mystère

Saurez-vous reconnaître ce bâtiment ?



Indice : son nom d'origine latine signifie « la lumière » ou « les yeux » et fait également référence à la physique (en tant qu'unité de mesure des flux lumineux).

Réponse : Il s'agit du Lumen, le nouveau learning center de l'université Paris-Saclay, à Gif-sur-Yvette (Essonne), inauguré le 18 janvier 2024. Il est le fruit de la collaboration entre l'université Paris-Saclay, CentraleSupélec, et l'ENS Paris-Saclay.

ABONNEZ-VOUS AU MAGAZINE ARCHIMAG

CHOISISSEZ LA FORMULE QUI VOUS CONVIENT !

À renvoyer accompagné du règlement à Archimag - 24, rue de Milan F-75009 Paris
Tél : +33 1 55 31 92 30 - Fax : +33 1 44 53 45 01 Email : infos@archimag.com
www.archimag.com

OFFRE
DÉCOUVERTE

L'ABO "ESSENTIEL" 1 an d'Archimag :
10 numéros + 1 à 4 accès numériques inclus

- ☐ OUI, je commande l'offre 100% numérique, au tarif de 133€ (tarif la première année)
- ☐ OUI, je commande l'offre papier, au tarif de 149€ (tarif la première année)

L'ABO "INTÉGRAL" 10 numéros d'Archimag + 3 Guides pratiques
+ 6 suppléments + 1 à 4 accès numériques inclus

- ☐ OUI, je commande l'offre 100% numérique, au tarif de 354€ (tarif la première année)
- ☐ OUI, je commande l'offre papier, au tarif de 375€ (tarif la première année)

..... Soit un total de euros TTC

Retrouvez l'intégralité des offres d'abonnement
sur le site <https://www.archimag.com/abonnement/>

NOM : ADRESSE :
PRÉNOM : CODE POSTAL / VILLE :
FONCTION : PAYS :
RAISON SOCIALE : TÉL :
SECTEUR D'ACTIVITÉ : Signature ou cachet :
COURRIEL :