Arnaud Passalacqua : des archives orales le Grand Paris Express

p. 06

Malik Diallo : une énergie nouvelle pour les bibliothèques

p. 51

The Shift Project : pour que la culture perdure, il ne faut pas nier les enjeux environnementaux !

p. 52

mensuel & professionnel

archimag.com

[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]

n° 356

19 euros - juillet-août 2022

serda

une publication du groupe

[dossier]

écoresponsabilité : comment devenir un professionnel engagé

écoresponsabilité globale

Petit à petit, tout le monde vient à l'écoresponsabilité. Dans Archimag, le sujet a d'abord été abordé occasionnellement, à propos de nouveaux bâtiments de bibliothèques ou d'archives soucieux de réduire leur impact sur l'environnement, ou en écrivant sur le référentiel des indicateurs clés de la dématérialisation écoresponsable (conçu par Serda Conseil et la Coopérative Carbone), ou encore en faisant parler de grands témoins (1).

On ne peut évidemment pas en rester là, s'adressant autant à des individus qu'à des organisations. Peut-on être écoresponsable dans le cadre de son travail, mais pas au-delà ? Ou miser sur une offre de services ou matériels verts, mais ne rien faire de plus ni pour l'humain, ni pour la planète, ni pour la redistribution ? Le dérèglement climatique oblige à voir les choses de manière globale.

C'est le credo du dossier de ce numéro de juillet-août où, une fois n'est pas coutume, nous débordons de nos sujets liés aux *« stratégies et ressources de la mémoire et du savoir »*.

Où l'on voit, de façon transversale, que d'un service d'archives à des éditeurs de solutions de gestion de contenu ou de digital workplace, en passant par une bibliothèque, les initiatives se multiplient. Avec la conscience qu'il faut viser la sobriété et la conviction que des opportunités de développement peuvent en découler.

Michel Remize

DR

Chemin faisant, les organisations réalisent que l'enjeu est mobilisateur, que de vraies dynamiques d'équipes se bâtissent à l'occasion de projets nouveaux ou réorientés. Ce pourrait être un élément très incitateur pour celles qui demeurent dans l'expectative — au moment où même les vingt-sept États membres européens sont parvenus à un accord pour réduire de 55 % leurs émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030 (par rapport à 1990), on se demande ce qui les retient encore !

Certes, la question des compétences se pose. On n'est bien sûr pas apte du jour au lendemain à calculer le bilan carbone de son entreprise, à proposer les bonnes options en matière énergétique ou de comportement, ou à lancer une offre incluant un mécanisme de compensation des émissions de gaz à effet de serre. Il y a tout de même urgence, on apprend en avançant. ■

Michel Remize
[Rédacteur en chef]

(1) Voir par exemple l'interview d'Eric Vidalenc, auteur de *« Pour une écologie numérique »*, *Archimag* n° 355, juin 2022.

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
rédacteur en chef
Michel Remize
directrice de la rédaction
Louise Guerre
directeur de la publication
Pierre Fuzeau
l'équipe de rédacteurs
Fabien Carré-Marillonnet, Myriam El Jamali, Axel Halsenbach, Clémence Jost, Eric Le Ven, Bruno Texier

nos correspondants
Arbido (Genève), Ikram Bouzikar (Tanger), Florian Delabie (Bruxelles), Philippe Laurent (Bruxelles), Élisabeth Lavigueur (Montréal),
ont collaboré à ce numéro
Caroline Buscal, Jéromine Doux, Christophe Dutheil, Didier Frochot
conception graphique
Julio Arias-Arranz, Arncoat
maquette
Artistyck (Aline Paumard)
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 et commercial
Albane Perrichon
01 44 53 45 00
vente au numéro service abonnement
Zamila Nguyen
zamila.nguyen@archimag.com
réclamations infos :
zamila.nguyen@archimag.com
BP 95-92244 Malakoff Cedex
tarifs et conditions d'abonnement
valables jusqu'au 31-12-2022
France : 1 an, 139 euros
France : 2 ans, 239 euros
Tarif étudiant : 1 an, 30 euros
Tarif demandeur d'emploi : 1 an, 65 euros
Vente au numéro : 19 euros
France : 1 an,
Pack Abo : 364 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
1re de couverture : Freepik
Page 54 haut : Harald Arlander/Unsplash
Intérieures : droits réservés, sauf mentions différentes
annonceurs
CID : 23
Coexel : 39
Cyberlibris : 11
Docaposte : 32-33
E-Futura : 3e de couverture
IDP : 7, 19
Infopro Digital (Open Source Experience) : 4e de couverture
Infopromotions (Salons Solutions) : 2e de couverture
ISSN : 2
Jamespot : 45
Serda Compétences : 21
Sindup : 37

Archimag sur les réseaux sociaux
Facebook
→ www.facebook.com/pages/archIMAG/102327599812643
Twitter
→ twitter.com/ArchimagRedac

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

Ce document est imprimé sur papier certifié PEFC

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
Abonnez-vous à Archimag : www.archimag.com/boutique

sommaire

[actualités]

04 un bilan répressif « sans précédent » pour la Cnil en 2021
05 de l'IA pour les fonds Arolsen consacrés aux persécutions nazies
06 3 questions à Arnaud Passalacqua
07 réouverture du Musée de Cluny
08 démarches en ligne : un tiers de renoncement
09 l'identité numérique s'invite au Fic 2022
10 la start-up du mois : Deskare

07 DR

[dossier]

12 écoresponsabilité : comment devenir un professionnel engagé

Devenir plus responsable écologiquement ? C'est à chaque professionnel de l'information de se lancer. Les initiatives couvrent une large palette : décarbonation de son activité, achats responsables, développement de compétences durables, partage des surplus… Rappelant les enjeux et les données, ce dossier montre les réalisations de différents acteurs.

Sommaire p.13

[outils]

24 les bibliothèques sont-elles indispensables ? Oui, sans restriction
26 quelle politique de la donnée en France et en Europe ?
28 la documentation juridique au défi des legaltech
30 sécuriser et renforcer la confiance
34 le recours à Dataverse pour la gestion de données de recherche en Belgique
35 l'essor du low code/no code pour s'affranchir du codage
36 veille transversale : un outil au service de tous
43 rendre un réseau social d'entreprise incontournable
46 150 ans d'histoire maritime racontés par les archives
48 rémunération des auteurs et CFC
50 favoris : outils de prise de notes
51 Malik Diallo, une énergie nouvelle pour les bibliothèques

24 B. Texier/Archimag

[perspectives]

52 The Shift Project : « si l'on veut que la culture perdure, il ne faut pas nier les enjeux environnementaux ! »
54 archimag store : applis, cadeaux, beaux livres…
56 dans les archives d'Archimag, juillet-août 2002

54 DR

un bilan répressif « sans précédent » pour la Cnil en 2021

La Commission nationale de l'informatique et des libertés a eu la main lourde en infligeant plus de 214 millions d'euros d'amendes en 2021. Soit une hausse de 55 % par rapport à l'année précédente. La Cnil déplore des mesures de sécurité insuffisantes de la part des organisations concernées.

214 489 300 euros. C'est le montant total des sanctions infligées par la Cnil au cours de l'année 2021, soit une hausse de 55 % par rapport à l'année précédente. Cette *« activité répressive sans précédent »* porte sur la mauvaise sécurité des données dans la moitié des cas, mais aussi sur des suites cryptographiques obsolètes rendant les sites web vulnérables aux attaques.

En présentant son rapport d'activité, la présidente de la Cnil Marie-Laure Denis a vanté les effets positifs de cette activité répressive : *« Google et Facebook ont fini par insérer un bouton pour accepter ou refuser les cookies dès le premier écran »*. Rappel important : les deux mastodontes ont respectivement écopé, en 2021, d'une amende de 150 millions d'euros et de 60 millions d'euros pour l'insuffisance de leur politique en matière de cookies. Année après année, la Commission ne cesse de battre des records d'activité. En 2021, elle a procédé à 384 contrôles et reçu 14 143 plaintes. Elle a par ailleurs reçu

Marie-Laure Denis, présidente de la Cnil, lors de la présentation du rapport d'activité de la Cnil.

Bruno Texier/Archimag

plus de 5 000 notifications de violation de données. Au total, la Cnil a prononcé 135 mises en demeure et 18 sanctions pour près de 215 millions d'euros. *« Les décisions ont concerné des secteurs d'activité et des acteurs très divers »*, explique-t-on à la Cnil ; *« les mesures de sécurité prises par les organismes restent souvent insuffisantes »*.

fichier automatisé des empreintes digitales

Les acteurs privés du numérique ne sont pas les seuls à être visés par la Cnil. Cette dernière a prononcé deux sanctions à l'encontre du ministère de l'Intérieur pour l'utilisation illicite de drones équipés de caméras destinées à surveiller le respect du confinement. La mauvaise gestion du fichier automatisé des empreintes digitales (FAED) a également valu à la place Beauvau un rappel à l'ordre. *« À l'issue des contrôles effectués auprès de services de la police technique et scientifique, la Cnil a relevé de multiples manquements à la loi Informatique et Libertés. (…) Des données y sont conservées pour une durée excédant celle prévue par les textes. (…) De plus, aucune information n'est délivrée aux personnes concernées dont les empreintes sont prises puis versées au FAED »*. Facteur aggravant : le fichier FAED s'est révélé insuffisamment sécurisé compte tenu de la faible robustesse des mots de passe permettant d'y accéder.

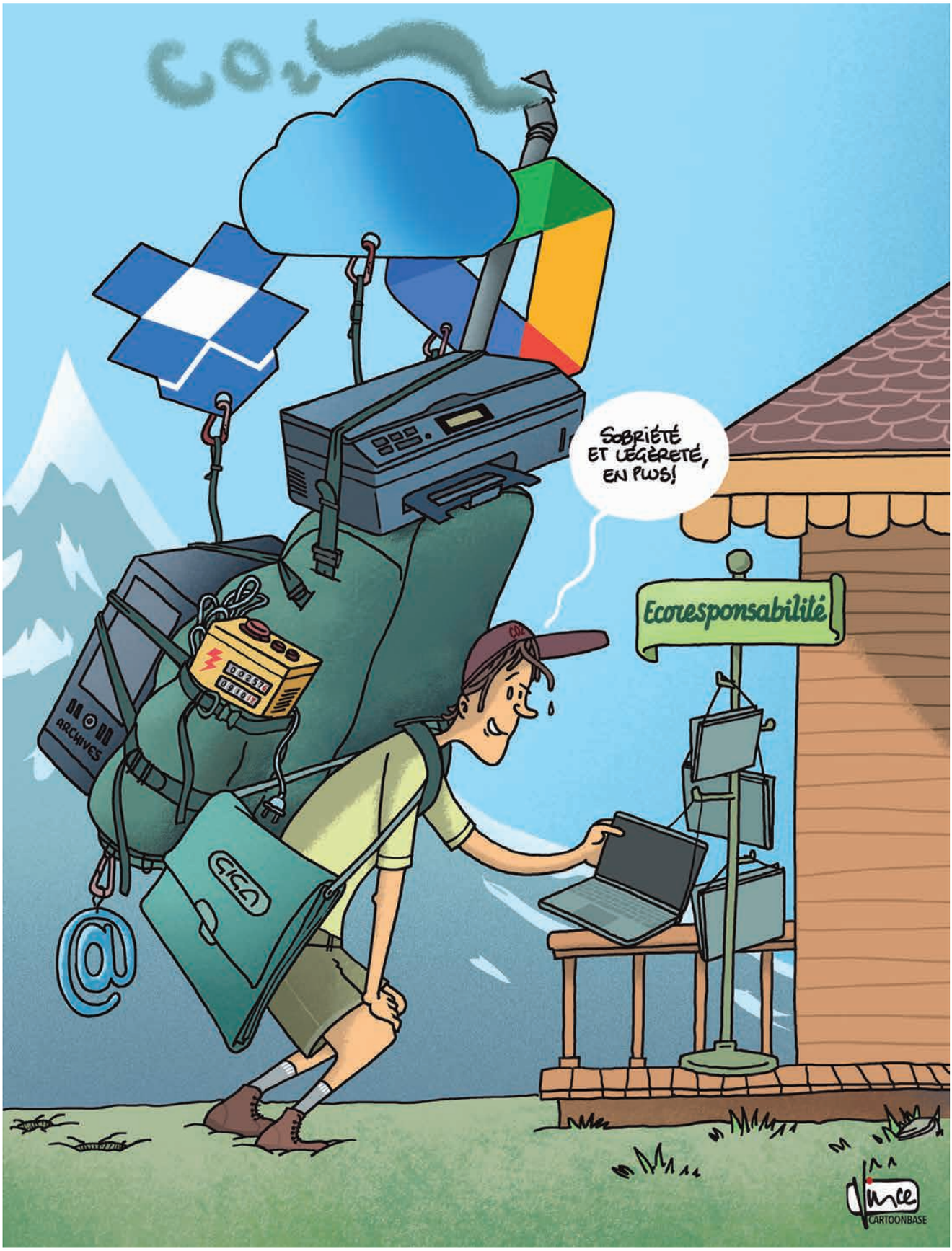
une attention portée aux caméras augmentées

Au-delà des sanctions prononcées, Marie-Laure Denis a esquissé les enjeux auxquels la Cnil devra répondre dans les années à venir. Un *« plan stratégique »* portant sur la période 2022-2024 visera à réguler trois domaines : les caméras augmentées (permettant la reconnaissance faciale), la collecte des données via les applications sur smartphone et le transfert des données dans le cloud. Ce dernier point sera abordé à l'échelle européenne dans le cadre de l'arrêt dit *« Schrems II »* qui a pour ambition de sécuriser les transferts de données personnelles des citoyens français vers des pays en dehors de l'Union européenne.

270 agents d'ici la fin de l'année

Face à l'augmentation de ses missions, la Cnil pourra compter sur un accroissement de ses moyens humains avec 270 agents à la fin de l'année 2022. À ce jour, la Commission emploie 245 personnes (âge moyen de 39 ans, avec une très forte présence féminine de 64 %) et dispose d'un budget de 21,8 millions d'euros. *« Un chiffre encore très modeste quand on le compare aux moyens dont disposent les Cnil allemande et britannique qui comptent près de 1 000 agents »*, souligne Marie-Laure Denis. ■

Bruno Texier


CO2
SOBRIÉTÉ ET LÉGÈRETÉ, EN PLUS!
Ecoresponsabilité
ARCHIVES
CARTOONBASE

sommaire

15 archives de Dunkerque : un bâtiment et de bonnes pratiques écologiques
16 la Canopée : conseils pour verdir votre bibliothèque
17 responsabilité sociétale, écoresponsabilité : des entreprises très peu mobilisées
22 des éditeurs naturellement verts

écoresponsabilité : comment devenir un professionnel engagé

Devenir plus responsable écologiquement ? C'est à chaque professionnel de l'information de se lancer. Les initiatives couvrent une large palette : décarbonation de son activité, achats responsables, développement de compétences durables, partage des surplus… Rappelant les enjeux et les données, ce dossier montre les réalisations de différents acteurs. Des exemples dans des services d'archives ou des bibliothèques sont proposés. Les résultats d'une enquête Serda-*Archimag* consacrée à l'écoresponsabilité et la responsabilité sociale des entreprises (RSE) sont dévoilés. Des éditeurs de logiciels font part de leurs actions.

Au début des années 2000, la dématérialisation était parée de toutes les vertus. Gain de temps, réduction de la consommation de papier, rapidité des échanges d'information… Vingt ans plus tard, l'engouement a laissé place au doute : *« La dématérialisation est un leurre complet »*, nous confiait récemment Guillaume Pitron, auteur d'un ouvrage remarqué sur l'empreinte environnementale du numérique (1) ; *« la dématérialisation est un grand récit qui nous fait croire que l'on peut continuer à prospérer tout en ayant peu d'impact sur la planète. En réalité, rien n'est dématérialisé et tout ce qui est virtuel laisse des traces sur notre planète. Il arrive même que, plus c'est virtuel, plus c'est matériel »*.

Un constat partagé par l'Agence de la transition écologique (Ademe) qui estime que, paradoxalement, plus on dématérialise, plus on utilise de matières. Plus on miniaturise et complexifie les composants, plus on alourdit leur impact sur l'environnement (2). Selon cette agence, le secteur numérique est aujourd'hui responsable de 4 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre. *« Et la forte augmentation des usages laisse présager un doublement de cette empreinte carbone d'ici 2025 »*. Au-delà des composants nécessaires à la conception de nos ordinateurs et de nos serveurs, les services numériques représentent 10,3 % de la consommation d'électricité française selon une étude Ademe-Arcep sur l'impact environnemental du numérique en France (2021).

les bibliothèques sont-elles indispensables ? Oui, sans restriction

L'Association des bibliothécaires de France a réuni ses adhérents à Metz pour plancher sur une question volontairement provocatrice : les bibliothèques sont-elles indispensables ? Qu'il s'agisse d'accès aux connaissances ou d'inclusion du public éloigné, les actions à mener ne manquent pas.

Après deux années sans congrès en présentiel, l'Association des bibliothécaires de France (ABF) n'a pas hésité à poser la question qui fâche : les bibliothèques sont-elles indispensables ? *« Face aux transformations sociales, aux difficultés économiques, aux enjeux climatiques, aux inégalités culturelles et sociales, la thématique pour le congrès 2022 est apparue comme une évidence »*, explique l'ABF. Pour cette édition, plusieurs centaines de congressistes se sont rendus à Metz au mois de juin dernier pour plancher sur cette question volontairement provocatrice.

Invitée à s'exprimer sur ce thème lors de la conférence inaugurale, la philosophe Marylin Maeso, spécialiste de l'œuvre d'Albert Camus, a apporté une réponse sans ambiguïté : *« J'ai découvert les livres de Victor Hugo au CDI de mon collège dans le Languedoc. Puis, dans le cadre de mes études, j'ai été amenée à fréquenter la bibliothèque du lycée français Charles de Gaulle à Londres, puis celle de l'École normale supérieure et enfin la Bibliothèque nationale de France. Sans les bibliothèques, je ne serai pas ce que je suis devenue. À mes yeux, les CDI et les bibliothèques municipales sont des biens communs qui contribuent à corriger les injustices. Elles permettent de redistribuer les richesses culturelles. Et face aux fléaux que sont la désinformation et le complotisme, les bibliothèques permettent le retour aux textes et aux sources »*.

des bibliothèques sans collections ?

Encore faut-il qu'il y ait toujours des livres, des revues et des disques dans les médiathèques. Mais que faire lorsque les collections se dématérialisent ? Comment donner de la visibilité à des contenus numérisés ? Bref, va-t-on vers des bibliothèques sans collections ? Tel était l'objet d'une table ronde qui a permis de découvrir le projet e-BU mené sur le campus Manufacture de Nancy. Cette bibliothèque propose désormais une offre uniquement numérique. *« Il s'agit de rendre visible l'invisible »*, explique Anne Réveillé, responsable de la médiathèque campus Artem et de l'e-BU campus Manufacture à Nancy. Un chantier qui est passé par le recours à des interfaces fonctionnant avec des QR codes. Plusieurs solutions ont été retenues : Scholar Vox, Europresse 360, Cairn et Web of Science. Devenu projet précurseur, e-BU a été conçu en tenant compte de l'expérience utilisateur. Le projet a désormais vocation à servir de référence pour d'autres bibliothèques universitaires.

Pour Benoît Epron, professeur associé à la Haute École de Gestion de Genève, un constat s'impose : *« La majorité des acquisitions en bibliothèque universitaire est consacrée aux ressources électroniques. Les étudiants cherchent avant tout un endroit pour travailler avec, éventuellement, des livres au format papier »*. Dans ces conditions, comment répartir la

B. Texier/Archimag

rendre un réseau social d'entreprise incontournable

Faciliter l'accès à l'information pour ses salariés et ses partenaires tout en gagnant en productivité, tels sont les objectifs d'un réseau social d'entreprise. Mais comment inciter les utilisateurs à utiliser ce type d'outils pour garantir leur succès ? Tour d'horizon des bonnes pratiques.

Mettre en relation les salariés et les partenaires d'une entreprise via des outils numériques conversationnels, le partage d'espaces de travail et de documents en ligne, c'est le rôle des réseaux sociaux d'entreprises (RSE) et des digital workplaces au sens large. Ils permettent d'avoir accès à l'organigramme d'une organisation, par exemple, mais peuvent aussi favoriser la création de liens entre les salariés, grâce à l'identification de centres d'intérêt commun. Via ces outils, l'accès à l'information est facilité, la transmission de messages devient plus efficace et cela limite les incompréhensions. Ce qui permet aux entreprises de réaliser des gains de productivité, d'améliorer la communication et ainsi de renforcer l'engagement des salariés.

Selon une étude réalisée par *Archimag* en 2021, dans le cadre d'un supplément sur la digital workplace, 79 % des DRH considèrent que cet outil est un élément de modernisation de l'environnement de travail, mais aussi qu'il favorise la collaboration en interne, pour 64 %. 83 % des décideurs RH estiment d'ailleurs que l'automatisation des processus optimise l'efficacité des collaborateurs. Ce qui explique l'engouement suscité par ces outils. Pour le cabinet de conseil en transformation digitale interne Lecko, dès 2015, 80 % des groupes du Cac 40 étaient équipés d'un RSE. Le marché de la digital workplace serait en effet porteur. Selon les prévisions, il atteindrait 2 milliards d'euros en France en 2023, grâce à une croissance annuelle de 5 %.

rassurer les utilisateurs

Mais si les entreprises sont de plus en plus nombreuses à s'équiper, elles ont toujours des difficultés à optimiser l'usage de ces plateformes. En 2013, le groupe Gartner publiait une étude révélant que seulement 10 % des déploiements de réseaux sociaux d'entreprise se soldaient par un succès. La raison, selon le cabinet de conseil américain : la difficulté à fédérer les participants autour de ce projet pour les organisations.

Booster l'implication des utilisateurs est donc le principal enjeu. Pour ce faire, il est d'abord conseillé de cadrer les usages et de lister les bonnes pratiques. L'objectif : être transparent et rassurer les utilisateurs ayant des réticences. Pour inciter les usagers à s'inscrire, consulter et publier des contenus, la plateforme doit également être attrayante. Avant d'ouvrir l'outil à tous les collaborateurs, mieux vaut initier des *« testeurs »* afin de faire vivre l'outil avant qu'il ne soit ouvert à tous. L'intérêt sera ainsi de ne pas proposer une coquille vide au démarrage, mais de commencer à créer des communautés, en comité restreint, et ainsi d'offrir des contenus et conversations sur des thématiques précises. Les premiers contenus et conversations doivent également permettre de toucher un large public afin d'éviter de n'intéresser que les experts ou de ne pas attirer l'attention de la majorité des collaborateurs.

créer un événement pour le lancement de la plateforme

Toujours dans l'idée de rendre l'outil attrayant et de le faire connaître, il est important de communiquer au sujet de son lancement. Une communication réussie intégrera les objectifs stratégiques de cette plateforme ainsi que l'intérêt pour les salariés de l'utiliser. Son lancement peut également être accompagné d'un événement et ponctué d'animations durant les premiers mois d'utilisation. Le succès d'un réseau social d'entreprise dépend aussi de ses ambassadeurs. L'idée est qu'un des managers de la société s'engage dans le déploiement de la plateforme pour crédibiliser l'outil. Des community managers peuvent également se charger d'animer les communautés et d'alimenter les discussions. Enfin, des salariés impliqués dans le projet peuvent être identifiés et, au besoin, formés pour impulser une dynamique. Selon la règle du 90-9-1, établie par Jakob Nielsen pour catégoriser les types d'utilisateurs des médias sociaux, il n'y aurait en effet qu'1 % de contributeurs systématiques, 9 % d'occasionnels et 90 % de personnes qui ne contribueraient jamais.

évaluations régulières

Si la communication autour du lancement est bien réussie, l'outil générera une vague d'engouement. Mais cette dernière pourra rapidement se briser si l'engagement des utilisateurs est insuffisant. Pour éviter que le réseau ne tombe dans l'oubli, l'idée est donc de mesurer son efficacité et l'intérêt