



Mick Lévy : les organisations doivent considérer la data comme un actif à part entière

p. 10



Mathieu Andro : un parcours de veilleur bien construit

p. 43



Charles Huot : rapprocher le monde politique de la filière numérique

p. 44

n° 350

19 euros - décembre 2021 - janvier 2022

archimag.com

[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]



[dossier]

nouveaux médias : quelle valeur ajoutée ?



nouveaux médias

On se souvient de l'interview du président de la République Emmanuel Macron, le 4 décembre 2020, par le média en ligne Brut. Ces 2 heures 25 minutes ont fait le buzz. Le journaliste Rémy Buisine menait l'entretien, en précisant préalablement que, pour sa préparation et le recueil des questions, il avait été fait appel à la communauté des visiteurs de Brut, via Instagram, Facebook et Twitter. À lui seul, Brut résume bien une tendance observée dans l'évolution actuelle des médias : une publication en ligne, le ciblage d'un public — en l'occurrence les jeunes —, la vidéo et les podcasts comme formats privilégiés, l'appui sur les réseaux sociaux. Pour les veilleurs, documentalistes et bibliothécaires pour qui la presse, au sens large, est une source d'information et une ressource, appréhender ce type de média n'a rien d'évident. Il faudra revenir aux fondamentaux et se demander d'abord si le média analysé répond bien à un thème de recherche ou à un besoin d'information. Ensuite, on s'interrogera sur la réelle nouveauté de l'information apportée, sur son apport. Enfin, on évaluera si le contenu est d'un niveau assimilable par le public à servir.



Michel Remize

DR

Mais, chemin faisant, les questionnements ne vont pas manquer. Qui formule le besoin initial? Comment? Avant même d'analyser un média, le préalable est bien l'expression du besoin; des méthodes permettent de le formaliser. Concernant la nouveauté de l'information proposée — voire la nouveauté de l'offre globale du média —, elle ne saute pas toujours immédiatement aux yeux! Mais on peut avoir affaire à un angle ou un type de traitement qui, lui, peut paraître nouveau, mêlant parfois faits, analyses et opinions, avec

des journalistes qui n'hésitent pas à se mettre en scène, le résultat, in fine, donnant un ensemble qui a un ton propre. Et peut avoir le mérite d'attirer vers l'information des publics qui n'y viendraient pas autrement. Attention aux a priori. On voit donc que filtrer des sources ou des ressources est un vrai métier. Rendu d'autant plus passionnant que le paysage médiatique bouge en permanence. Vive la presse! ■



Michel Remize
[Rédacteur en chef]

(1) Lire par exemple : « *Changement climatique : comment Total et Elf ont contribué à semer le doute depuis des décennies* », Le Monde, 20 octobre 2021.



2022

Toute l'équipe d'Archimag se joint à moi pour vous souhaiter une belle et heureuse nouvelle année. Prenez soin de vous, de vos proches et de la planète! ■

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, Axel Halsenbach,
Clémence Jost, Eric Le Ven,
Marwa Nakib, Bruno Texier

nos correspondants
Arbido (Genève),
Ikram Bouzakar (Tanger),
Florian Delabie (Bruxelles),
Philippe Laurent (Bruxelles),
Élisabeth Lavigueur (Montréal),
ont collaboré à ce numéro
Antoine Graveriaux, Martial
Pradaud, Florence Thiault
conception graphique
Julio Arias-Arnan, Amcoart
maquette
Artistyck (Aline Paumard)
dessinateur
Yves Barros
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
Alexandre Corbier
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 Sari, au capital
de 40000 euros
Information,
documentation, presse
Numéro de commission
paritaire : 1221 T 85484
ISSN : 2260-166X
Dépôt légal à parution
du numéro
crédits photos
1^{ère} de couverture :
everythingpossible /
Adobe Stock
Page 46 haut :
MontyLov/Unsplash
Page 47 :
Olga Serjantun/Unsplash
Intérieures : droits réservés,
sauf mentions différentes

annonceurs
IDP : 2^e de couverture,
2, 13, 23, 27, 33,
4^e de couverture, encart
Intallo : 11
Serda Formation :
3^e de couverture

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 la sobriété numérique s'impose dans le débat public
- 05 AFP-Google : accord sur les droits voisins
- 06 le patrimoine iconographique militaire sur ImagesDéfense
- 07 « Que sais-je ? » se propulse sur YouTube
- 08 trois questions à Mick Lévy
- 09 1,8 milliard d'euros pour le cloud
- 10 Securix.com racheté par le Groupe Isagri
- 12 la start-up du mois : Facil'itri



07

[dossier]

14 nouveaux médias : quelle valeur ajoutée ?



Sur le Web, à côté de la presse classique qui s'y est exportée pour parfois s'y réinventer, de nouveaux sites d'information politique et générale ou spécialisée ne cessent de faire leur apparition et tentent de conquérir des lecteurs.

Sommaire p.15

[outils]

- 24 comment la crise sanitaire a bousculé l'organisation du travail
- 26 data librarians et services à la recherche en BU
- 29 comment l'action publique se transforme
- 31 le processus de digitalisation accéléré au Maroc à l'ère du Covid-19
- 32 s'orienter vers un prestataire en numérisation patrimoniale
- 36 Emmaüs Connect en première ligne contre la précarité numérique
- 38 des processus toujours plus automatisés
- 40 web scraping de base de données en ligne et moteurs de recherche : une protection juridique fragile !
- 42 favoris : retoucher ses photos
- 43 Mathieu Andro : un parcours de veilleur bien construit



36

Alex Giraud

[perspectives]

- 44 Charles Huot : Cap Digital a l'ambition de rapprocher le monde politique de la filière numérique
- 46 archimag store : applis, cadeaux, beaux livres...
- 48 dans les archives d'Archimag, décembre 2001 - janvier 2002



46

DR

« Que sais-je ? » se propulse sur YouTube



Vous avez lu et aimé les célèbres « Que sais-je ? » ? Vous allez adorer 128 secondes ! La vénérable collection « Que sais-je ? » se décline désormais sur YouTube dans un format original : 128 secondes en écho aux 128 pages des petits livres multicolores publiés par les Presses universitaires de France (Groupe Humensis).

Cette chaîne lancée le 18 octobre se veut « pop et moderne ». La collection fait le pari de la légèreté : « Dans une époque souvent trop pesante, cette série rappelle que le savoir peut être une fête, rigoureux et rock », explique le Groupe Humensis ; « chaque épisode est inspiré d'un titre de la collection et en respecte les codes de la diffusion d'un savoir certifié, en adaptant le format, le style et le ton à destination de nouveaux publics confrontés à la profusion numérique d'informations de qualité incertaine ».

une collection traduite en 45 langues

La première vidéo est consacrée aux légendes urbaines. Lancée il y a près de 80 ans, la marque « Que sais-je ? » se développe depuis 2016 autour de plusieurs collections et sur plusieurs supports (papier, numérique, audio, streaming) et désormais sur YouTube. Elle compte près de 1 000 références et est traduite en 45 langues. ■

→ www.youtube.com/watch?v=bE4IV-ArmbM

bibliothèque : enquête sur le passe sanitaire

L'enquête réalisée par l'Association des bibliothécaires de France (ABF) confirme ce que l'on pressentait. Les professionnels des bibliothèques sont très majoritairement hostiles au passe sanitaire : 88 % d'entre eux s'expriment contre lui.

Pour 90 % des répondants, le contrôle du passe s'est ajouté aux tâches quotidiennes sans aucun moyen supplémentaire en matière de ressources humaines. Plus de 60 % ont rencontré des situations conflictuelles avec les usagers. Résultat : 76,5 % des bibliothécaires constatent une baisse de fréquentation par rapport à septembre 2020...

Enquête réalisée entre le 15 septembre et le 2 octobre 2021. ■

bibliothèques numériques de ParisTech...

Héritière de la prestigieuse École nationale des Ponts et chaussées, fondée en 1747, l'École des ponts ParisTech lance sa bibliothèque numérique baptisée « L'Héritage des ponts et chaussées ». L'occasion de (re)découvrir l'aventure passionnante et méconnue de la conception des chemins de fer, des ponts, du métro ou des phares. Cette nouvelle bibliothèque numérique rejoint la communauté « Gallica marque blanche » de la Bibliothèque nationale de France (BNF). ■

→ heritage.ecoledesponts.fr/enpc/

... et de Sainte-Geneviève

La vénérable Bibliothèque Sainte-Geneviève vient de lancer sa bibliothèque numérique. Baptisée Genofeva, elle donne accès à plus de 6 500 documents dont plusieurs centaines de manuscrits rares, plus de 4 000 imprimés et de très nombreuses pièces iconographiques (cartes, portraits gravés, etc.). La bibliothèque a procédé elle-même à cette version bêta sur l'outil Omeka-S avec le soutien de IIF360. ■

→ genovefa.bsg.univ-paris3.fr

Kevin Riffault, DG de la BNF

Kevin Riffault cumulait les fonctions de directeur de l'administration et du personnel et directeur général adjoint de la Bibliothèque nationale de France depuis le 1^{er} juin 2019. Sur proposition de Laurence Engel, présidente de la BNF, il a été nommé directeur général de la BNF, en remplacement de Denis Bruckmann. ■

- 17 la reconquête passe inévitablement par de l'information à valeur ajoutée
- 18 les agrégateurs face aux pure players
- 19 mon métier de chargé de veille audiovisuel chez Kantar
- 20 bibliothèques et CDI actifs envers les usagers
- 21 l'IA au service des médias en ligne
- 22 comment évaluer un média ?

nouveaux médias : quelle valeur ajoutée ?

Sur le Web, à côté de la presse classique qui s'y est exportée pour parfois s'y réinventer, de nouveaux sites d'information politique et générale ou spécialisée ne cessent de faire leur apparition et tentent de conquérir des lecteurs. Parfois thématiques, pouvant cibler telle ou telle frange de public, ils font souvent la part belle à la vidéo. Un expert analyse ce mouvement et ses tendances. Les agrégateurs de presse s'interrogent sur le traitement à réserver à ces nouveaux supports. Il en va de même dans les bibliothèques ou centres de documentation, soucieux d'apporter l'information souhaitée par leurs utilisateurs. Côté back-office, les médias sur le Web recourent à des algorithmes spécifiques et travaillent à l'optimisation de leur référencement. Pour les professionnels de l'information, l'éducation aux médias et à l'information est on ne peut plus d'actualité.

Connaissez-vous le site Blast ? Avez-vous entendu parler de l'Anti-éditorial et de Àblock ! ? Avez-vous regardé la chaîne B Smart ? Ces quatre médias ont un point commun : ils sont récents et font figure de nouveaux entrants sur le marché de l'information sur le Web comme à la télévision. Autre point commun, ils ont été créés par des journalistes passés par « l'ancien monde » des médias

traditionnels qui ont décidé de poursuivre l'aventure par la voie numérique. Blast est à la fois un site et une web TV créée par Denis Robert un journaliste passé par *Libération* et connu pour avoir dénoncé le fonctionnement de la chambre de compensation financière Clearstream. *L'Anti-éditorial*, adossé au Groupe Bayard Presse, est dirigé par Jean-Pierre Denis, ancien directeur de la rédaction de *La Vie*. Àblock ! a été

fondé par Valérie Domain (*ex-France-Soir, Le nouvel Observateur, Gala*) qui souhaite mettre en avant un nouveau média en ligne féminin et sportif. Quant à B Smart, il s'agit d'une chaîne de télévision à vocation économique et financière créée par Stéphane Soumier et Pierre Fraidenraich (*ex-BFM Business*).



comment la crise sanitaire à bousculé l'organisation du travail

Selon l'Organisation internationale du travail, 557 millions de personnes ont télétravaillé en 2020 à travers le monde.

« *Le monde tel que nous le connaissions s'est arrêté brusquement au début de l'année 2020* ». Organisation quotidienne du travail, management, outils numériques... C'est tout un pan de l'économie traditionnelle qui a été chambardé par la pandémie de Covid-19.

en quelques mois seulement, la pandémie de Covid-19 est parvenue à bouleverser le monde du travail plus que n'importe quel syndicat ou parti politique. Le télétravail, qui a joué le rôle de planche de salut pour des dizaines de milliers d'organisations lors des différents confinements, est désormais bien ancré dans les habitudes. Signe qui ne trompe pas : huit entreprises sur dix prévoient de le faire perdurer (1).

Et comme on pouvait s'y attendre, l'organisation quotidienne du travail et le management ont été, eux aussi, touchés par ce bouleversement. « *À n'en pas douter, nous expérimentons actuellement le paradigme du travail le plus inattendu de cette génération. Le monde tel que nous le connaissions s'est arrêté brusquement au début de l'année 2020* » constate la très officielle Organisation internationale du travail.

garantir un accès à l'information en toutes circonstances

À commencer par le recrutement. Plusieurs acteurs de la filière numérique ont annoncé un changement radical de leur politique d'embauche : environ la moitié des futurs collaborateurs sera éligible au télétravail. De fait, ces emplois qui se déroulent essentiellement devant un écran d'ordinateur sont parfaitement compatibles avec le travail à distance. Les acteurs du numérique n'auront donc aucun problème pour migrer vers le travail à distance.

Chez l'éditeur Open Bee (spécialisé dans les logiciels dédiés à la gestion de l'information), « *le télétravail, ayant montré son efficacité, nous tirons parti de la situation et adoptons une politique de deux jours de télétravail par semaine. Un atout clé pour attirer les talents et un facteur de fidélisation pour nos collaborateurs. Les technologies d'information doivent permettre de supporter des conditions de travail hybride. Pour favoriser cette flexibilité, il est important de procurer aux collaborateurs le même environnement de travail, qu'ils soient en télétravail, en mobilité ou en présentiel. À la fois au niveau des outils, mais aussi d'assurer la continuité des processus métiers des équipes et garantir un accès à l'information en toutes circonstances. Il est fondamental de mettre en œuvre des outils faciles à utiliser, rapides à déployer et surtout sécurisés* ».

de zéro à cinq jours de télétravail par semaine

Autre filière professionnelle, La Mutuelle Générale (troisième mu-

tuelle française avec plus de 1,5 million d'assurés) a fait un pari audacieux : ses collaborateurs pourront choisir d'effectuer de zéro à cinq jours de télétravail par semaine avec un minimum de quatre jours de présence par mois. Ils auront aussi la possibilité de choisir leur lieu de télétravail : domicile, résidence secondaire, tiers-lieu ou un autre site de La Mutuelle Générale, de manière ponctuelle. Les salariés bénéficieront également de nouvelles flexibilités dans la gestion de leur journée de travail afin d'harmoniser contraintes personnelles (récupération des enfants à l'école, temps aidant...) et activité professionnelle.

Ouvert à l'ensemble des salariés en CDI, CDD et aux stagiaires, ce plan baptisé « *Open travail* » a été adopté à l'unanimité par les syndicats au mois de mai dernier.

impacts à plusieurs niveaux

« *On peut parler d'impacts au pluriel et à plusieurs niveaux* » constate Christophe Platet, P.-D.G. du cabinet de conseils en management Lundano ; « *impacts sur l'organisation des moments collectifs au sein de l'organisation car il faut savoir qui est là et quand, pouvoir organiser des moments communs. Impact sur le pilotage de la performance : l'essor du télétravail impose de repenser certains indicateurs dans une logique de résultat plutôt que de moyen. Impact sur l'organisation des espaces car le télétravail impose de revoir la configuration des espaces individuels et collectifs : redimensionnement des salles de réunion, implantation de "box" ou de "ruchettes"* »

comment l'action publique se transforme

La transformation publique s'accélère. D'un côté, la DITP a la charge du pilotage et du déploiement du programme de transformation interministériel. De l'autre, la Dinum assure la transformation numérique du service public. Point d'étape.

mettre en œuvre une action publique plus proche, plus simple et plus efficace, tel est l'enjeu de la Direction interministérielle de la transformation publique (DITP), dans la continuité des travaux engagés en 2017 et 2018 dans le cadre d'Action publique 2022. Avec pour priorités annoncées : « améliorer la qualité de service en plaçant le citoyen au centre de l'action publique et offrir un environnement de travail modernisé aux agents publics ». C'est elle qui rend compte de l'état d'avancement des différents chantiers et de l'exécution des décisions prises dans le cadre des Comités interministériels de la transformation publique (CITP). Placés sous l'autorité du Premier ministre, ils rassemblent deux fois par an les membres du gouvernement. Depuis le premier CITP de février 2018, qui présentait les premières feuilles de route interministérielles, trois mois tout juste après le lancement du programme Action publique

2022, cinq chantiers transversaux ont été engagés : ressources humaines, modernisation de la gestion budgétaire et comptable publique, simplification et qualité de service, transformation numérique, et organisation territoriale des services publics.

Juin 2019 marque l'acte II des réformes. Le mouvement des « gilets jaunes » et le grand débat national sont passés par là : d'un côté, 1,5 million de Français ont exprimé leurs attentes à l'égard de l'action publique, tandis que 130 000 agents publics ont, eux, aussi formulé leurs propositions pour lever les blocages qu'ils rencontrent au quotidien. AP22 est enterré mais le mouvement de transformation s'amplifie : de nombreux chantiers se poursuivent et de nouveaux sont alors ouverts.

Lors du quatrième CITP de novembre 2019, trois engagements prioritaires sont pris pour les administrations et les services publics : une organisation administrative plus simple et plus réactive, des administrations plus proches et plus accessibles géographiquement, et enfin une administration plus efficace (grâce aux outils numériques).

1. baromètre

Pandémie oblige, le cinquième CITP en février 2021 souhaite tirer les enseignements de la crise sanitaire et s'assurer que l'action publique produise chaque jour des effets concrets et mesurables. Quatre priorités sont alors fixées par le premier ministre : réarmer les services de l'État dans les territoires, mettre l'accent sur la mise en œuvre des réformes en partant du terrain, simpli-

fier les démarches administratives et la communication, et enfin responsabiliser les agents publics.

Un outil vient tout juste d'être créé pour assurer le suivi et la transparence des résultats : le baromètre des résultats de l'action publique (1). Depuis janvier 2021, il présente le détail de chaque politique prioritaire selon différentes thématiques et indique comment bénéficier des mesures. Par exemple, on y apprend que la part des démarches dématérialisées pour la délivrance d'actes d'état civil était de 87 % en mai 2021 pour un objectif de 90 % en 2022. Ou encore que 16 960 entreprises ont disposé d'un diagnostic numérique et d'un plan d'action individualisé en juin 2021 (contre 4 106 en janvier 2021). Ce dispositif spécifique créé dans le cadre du plan de relance (enveloppe de 100 milliards d'euros, annoncée en juillet 2020, dédiée à la transition écologique, à la compétitivité des entreprises et à la cohésion des territoires) ambitionne de profiter à 30 000 entreprises d'ici 2022.

Le sixième CITP s'est tenu en juillet dernier. Son objectif : accélérer et continuer le travail de réarmement de l'État territorial au service des citoyens et des agents publics. Six engagements sont pris : parmi eux, priorité à la mise en œuvre de la réforme de l'organisation territoriale de l'État en accélérant la convergence des systèmes d'information et des pratiques RH, encouragement d'une administration plus proactive grâce au numérique et au partage des informations entre services publics, déploiement du programme Services publics +.



des processus toujours plus automatisés

**Automatisons !
Automatisons ! Nombre de services et de métiers souhaitent rationaliser davantage leurs workflows et processus et leur ajouter de l'efficacité grâce à l'automatisation. Une démarche rigoureuse est à suivre et qui peut aboutir à des stades plus ou moins forts de robotisation.**

Workflow et processus, il convient d'abord de situer chaque terme. « *Le workflow sert à décrire le circuit des traitements, les tâches à répartir entre les différents acteurs d'un processus, les délais, les contrôles et modes de validation, et à fournir à chacun des acteurs les informations nécessaires à l'exécution de sa tâche. [...] Les acteurs peuvent être des humains ou des automates présents dans le système d'information* » (Wikipédia). Le moteur du workflow est le logiciel qui exécute le workflow ; par abus de langage, on le désigne simplement par « *workflow* » (1). En informatique, un processus est une tâche en cours d'exécution. C'est un programme qui s'exécute, il déroule un ensemble d'instructions en accédant à des données qui subissent un traitement pour la restitution d'un résultat (une information, un service, une décision...). Des indicateurs renseignent sur l'activité du processus, d'autres sur

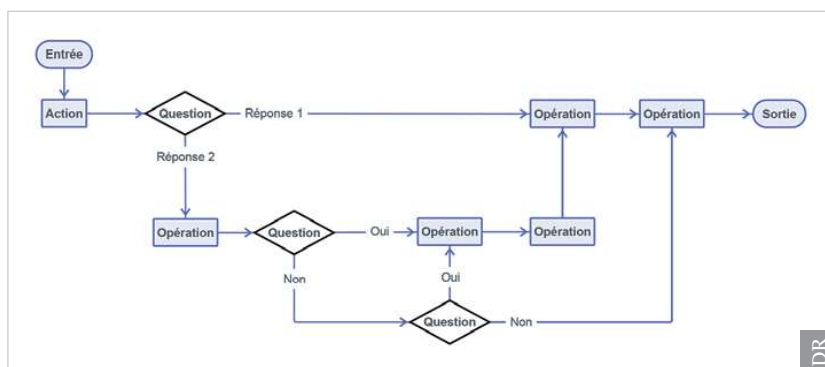
la conformité des résultats par rapport aux exigences initiales. Le processus est déclenché par l'utilisateur ou par un autre processus.

Bien sûr, on attend du processus un apport de valeur, que l'on veut nécessairement supérieure à son coût. On cherche donc à améliorer le processus pour accroître cette différence positive. Cela peut s'inscrire dans une démarche de certification Iso 9001 (voir encadré) qui permettra de mettre en œuvre le cycle de progrès PDCA (plan-do-check-act) pour pérenniser le

sitifs de workflows incluent maintenant systématiquement des fonctions de parapheurs et de signatures ou de visas.

modélisation

À ce stade, on fera appel à une représentation ou une modélisation des workflows (ordinogramme ou diagramme). Pour un workflow, il s'agit de décrire les activités sous forme logique, en montrant le cas habituel et son mode de traitement, et les exceptions et leurs traitements adaptés (*voir schéma*).



workflow mis en place grâce aux actions correctives et évolutives.

D'un côté, on se situe donc au niveau de l'organisation, en particulier pour la réalisation d'un travail propre à un métier ; de l'autre, il est question d'agencement et d'outil. Et en effet, on a parfois besoin d'une approche organisationnelle, transversale, pour analyser des workflows, éventuellement les remettre en question, et les rendre plus efficaces. On citera par exemple l'instruction d'une demande de crédit dans le secteur bancaire, l'instruction d'une demande d'aide sociale dans le secteur public ou mutualiste. Il est à noter que ces dispo-

Pour analyser un workflow, il est recommandé de faire participer les collaborateurs concernés. Ils en connaissent le contexte, les avantages (efficacité ?) et les défauts éventuels (irritants ou manques d'efficacité ?).

On commence bien sûr par le workflow prioritaire pour l'activité.

Il existe différentes méthodes d'analyse de workflow. On peut par exemple recourir à la méthode Six Sigma, élaborée par Motorola. Elle déroule cinq étapes, « *define, measure, analyse, improve, control* » (DMAIC), soit :

- définir : définir le projet, le processus, les attentes (des clients ou autres) ;