



CYBER CONTAGION

Le virus numérique irradie nos vies.
Chaque sphère de la société est contaminée.
Pour le meilleur et pour le pire.

BIENVENUE !

L'ÉDITO



LA FIÈVRE NUMÉRIQUE

Bars fermés, cinémas clos, restaurants sous clef... En 2021, les sorties de classe se déroulent dans les centres de dépistage du Covid ! Nous en avons fait l'amère expérience. Un jeudi printanier, qui en temps normal se serait terminé par une bière à la main, a commencé par un coton-tige dans le nez. Entre l'isolement et les difficultés pour achever ces pages, le constat est sans appel.

Heureusement, nous avons pu nous reposer sur trois piliers. Le pigeon voyageur du 21e siècle : Facebook / Messenger. La valeur sûre : Google Drive. L'étoile montante depuis un an : Zoom.

Dans un pays hyper-connecté - excepté quelques zones blanches - le numérique et ses algorithmes irriguent notre quotidien et modifient nos pratiques et nos habitudes. Parfois, il fédère, parfois il divise. Il impressionne aussi et fait peur. Mais finalement peu de monde résiste à monter dans le

train des nouvelles technologies.

D'ouest en est, du nord au sud, les villes, les métiers, les enfants, les personnes âgées ont suivi la révolution numérique. Il n'est ainsi plus rare d'apercevoir des tracteurs autonomes dans les champs, rencontrer des robots dans les écoles, découvrir des antennes satellites sur des terrains de rugby, trouver l'amour sur Tinder ou suivre un curé sur TikTok !

Et les rédactions n'ont pas échappé à cette évolution. Le site internet est devenu la norme pour les journaux. Certains l'utilisent comme support, d'autres font le choix du *web first* et développent leurs réseaux sociaux. Même notre licence a lancé son blog ! Il viendra accompagner ce journal qui, on l'espère, pourra être lu en terrasse. Une bière à la main.

Louis Lesueur et Aglaé Kupferlé, rédacteurs en chef



L'ÉQUIPE

Belle année pour l'équipe. Après un bon début de saison, l'automne a été plus compliqué. Heureusement, décembre a rimé avec renouveau. Une nouvelle période faste qui a continué jusqu'au printemps, au sprint final : l'apothéose. Un collectif s'est alors formé. Une équipe a vu le jour. La Team Poupone !

WWW.PHRASES.MEDIA



À partir du 28 mai, PHRases se décline désormais sur le web. Retrouvez en permanence l'info de la presse de proximité, et faites-nous part de vos initiatives, pour que ce site devienne le vôtre !

Remerciements

Laurent Brunel, pour sa bienveillance, son engagement et sa détermination lors du montage.

Hervé Leroy, pour ses relectures attentives.

La Manche libre, pour supporter Juliette et nous en débarrasser.

Pierre Savary, pour sa présence tout au long de l'année.

Le SPHR, pour soutenir cette formation depuis 26 ans.

L'imprimerie Riccobono, pour avoir rendu ce magazine réel, encore une année, dans ces conditions si particulières.

PHRASES

JUIN 2021
NUMÉRO 26

Une publication de l'ESJ Lille
50 rue Gauthier-de-Châtillon - 59000 Lille - France

Directeur de la publication : Pierre Savary

Directeurs de la rédaction : Laurent Brunel

Rédacteurs en chef : Aglaé Kupferlé et Louis Lesueur

Rédacteurs : Martin Bizerey, Thomas Deleglise, Hugo Deniziot, Cassandra Ducatillon, Laurène Fertin, Alexandre Gournay, William Lacaille, Juliette Murie, Alexandre Penard, Louise Reymond, Alan Sénicourt, Hugo Sergeant, Mélanie Sparfel

Imprimé en France par Riccobono - Ce papier d'une production éco-responsable est labellisé FSC / PEFC / Label écologique européen.
© 2021 ESJ-Lille. Reproduction même partielle interdite. Illustrations non créditées : Shutterstock.

PHRASES • JUIN 2021



L'actu de la PHR 4-17

4-9 LES NOUVEAUX OUTILS DU WEB

Podcasts, newsletters, réseaux sociaux : les rédactions de presse régionale diversifient les formats numériques.

10-17 LA PHR GARDE LE CAP

Les dessinateurs de presse font de la résistance sur le papier et la PHR s'arme face au Covid.

Dossier : notre monde numérique 18-57

18-21 RETOUR À L'ÉCOLE

Trois étoiles par-ci, 6 sur 10 par-là. Sortis d'un restaurant, d'un logement, les consommateurs dégagent leurs téléphones et laissent une note, un commentaire, ce qui n'est pas sans conséquences pour la réputation des professionnels ou particuliers.

22-25 A VOTÉ

Le numérique a gagné les débats, les urnes et les rues des villes. Réseaux sociaux, messageries instantanées, caméras de vidéosurveillance... Leurs usages ne font jamais l'unanimité, mais continuent de gagner du terrain.

26-31 JE N'AI PAS DE RÉSEAU

Il y a les déconnectés heureux et les autres. Habitants des zones blanches ou exclus du numérique par le matériel, des familles de Lagorce et de Colmar, ainsi que des aînés du Nord, de Bretagne, d'Ariège se lancent dans la course à la connexion.

32-41 NOTRE PETIT QUOTIDIEN

Celui qui partage ta vie, celui qui partage ta nuit. Au travail, à l'école, chez le médecin ou à l'église, le numérique devient incontournable dans la société. Sa diffusion au grand public s'accélère.

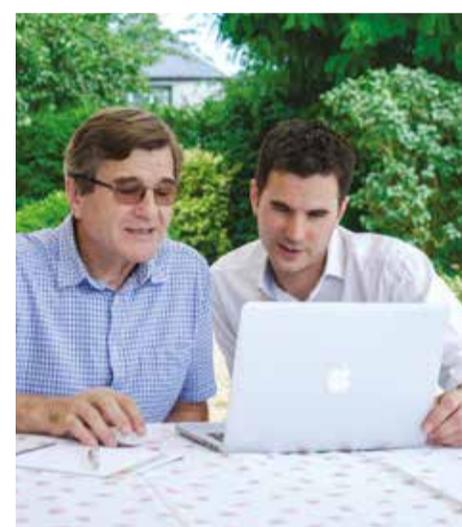
42-47 SILENCE ÇA POUSSE

Plus vite, plus précis, plus efficace. La technologie a gagné du terrain pour les agriculteurs. Ressources créées mais aussi épuisées. Certains craignent que ce modèle soit insoutenable et préconisent de ralentir la cadence.

48-57 LA CULTURE AB-ONDE

Swiper pour trouver l'amour, un trésor, réaliser une œuvre d'art, écouter de la musique ou découvrir ses performances sportives... Pour s'amuser, l'usage d'Internet est devenu inévitable.

Trombinoscope 58-59



CES NOUVEAUX MÉDIAS QUI AIMENT LA LOCALE

Édouard Frémy, rédacteur en chef adjoint de *La Manche Libre* à Saint-Lô (Manche) assiste aux premières loges au développement du premier hebdomadaire régional de France : application, Instagram, Facebook, Twitter, sans oublier le print.

Peu de journaux en presse hebdo régionale possèdent une application, des comptes Twitter, Facebook et Instagram...

Très tôt, nous avons décelé l'importance du numérique dans le développement de notre média. Les comptes Twitter et Facebook ont été créés en 2011 et celui d'Instagram en début d'année. Être présent sur le numérique permet de toucher une audience plus large que le simple territoire d'une édition. Il n'est pas rare que nos articles soient relayés dans toute la région, mais aussi dans toute la France. Cette volonté de relayer autrement l'info et de la faire rayonner a déclenché ce tournant numérique.

Pourquoi un compte Instagram ?

Il constitue LE réseau social de ces deux dernières années. Il est devenu incontournable pour tout média. Mais créer un compte sans y réfléchir en amont, simplement pour dire : « *Nous sommes sur Insta* », ne nous intéressait pas. Nous avons donc pris le temps d'établir une stratégie avant de nous lancer en début d'année.

Quel est l'avantage de ce réseau ?

Instagram nous permet de toucher une audience plus jeune. Nous n'y partageons pas des articles mais plutôt des photos qui font l'actualité, des coulisses de reportage, de l'insolite, de l'extraordinaire. Sur ce réseau, le visuel a une importance primordiale. Il dicte notre stratégie.



Édouard Frémy, au micro de la radio du groupe, Tendence Ouest. OR

RÉSEAUX SOCIAUX ET WEB

« L'AVENIR DE LA PHR ? UN PRINT DE QUALITÉ ET UN SITE PUISSANT »

Chaque outil numérique a-t-il la même utilisation et le même public ?

Chacun a une cible bien différente. Twitter est très utilisé aujourd'hui par des internautes bien identifiés sur leur territoire : des journalistes, des élus, des sportifs. Twitter est donc une vitrine importante pour notre média mais ne constitue pas sa principale source de trafic. Facebook a eu un rôle déterminant dans le développement des audiences de notre site.

Mais si ce réseau était utilisé hier par un public jeune, il a depuis bien évolué : avec Facebook, nous touchons aujourd'hui les 40-70 ans. Quant à Instagram, il vise les moins de 35 ans. Aucun article n'est partagé puisque notre stratégie se porte sur le visuel. Enfin, tous ces outils ne seraient rien sans un site internet optimisé. Le nôtre a été refait fin 2020. Depuis, l'audience ne fait qu'augmenter, tout comme le nombre d'abonnés.

En quoi est-ce utile de développer le multimédia pour le premier hebdomadaire régional de France ?

Nous croyons fermement au journal papier et à son développement. Des dizaines de milliers de lecteurs continuent de recevoir dans leur boîte aux lettres "leur" *Manche Libre* ou vont la chercher dans leur kiosque. Mais le développement du journal ne peut se passer d'une montée en puissance sur le digital. L'un ne va pas sans l'autre. En plus de multiplier nos abonnements numériques, nous sommes persuadés que le développement de nos sites et de nos réseaux sociaux nous permet de toucher une audience plus large qui, sans cette présence digitale, ne serait pas intéressée à notre média. Ce maillage numérique peut conduire un nouveau public à acheter notre journal.

Selon vous, le multimédia est-il l'avenir du journalisme en PHR ?

Encore une fois, il ne faut pas opposer print et digital. L'avenir de la PHR passe par un journal papier de qualité, appuyé par un site puissant, qui touche une audience plus large. L'avenir des médias passe par une pluralité de formats - l'écrit, la photo, le podcast, la vidéo, le data journalisme - toujours au service de nos lecteurs.

Quel est l'avis des lecteurs sur cette présence numérique croissante ?

La hausse du nombre de visiteurs et de pages vues ne s'est jamais démentie depuis toutes ces années. Bien sûr, il est parfois difficile de faire comprendre à une audience, peu prête à payer, qu'une information de qualité a un coût et qu'il faut donc s'abonner pour y accéder. Mais avec le temps, les internautes comprennent. Aujourd'hui, et plus encore depuis le lancement de notre nouveau site, nous n'avons que de bons retours.

- PROPOS RECUEILLIS PAR JULIETTE MURIE

Réseaux sociaux, podcasts, newsletters, plateformes vidéos... Le numérique prend une place grandissante dans la société et la presse régionale a suivi cette (r)évolution. Des locaux-motives ont pris rapidement le pas pour entretenir ou créer un lien avec les lecteurs.

• PAR LA RÉDACTION



RACONTER
FILMER
INTERAGIR

APPLICATIONS POUR MOBILE

NOVATRICE, MAIS CHRONOPHAGE

Lancée en 2016, l'application de l'hebdomadaire des Alpes-de-Haute-Provence *Haute-Provence Info (HPI)* se fonde dans l'utilisation conjointe des réseaux sociaux et du site internet, quitte à passer pour l'instant en seconde position.

« Avec l'application, nous voulions avoir une identité visuelle propre, en dehors de notre page Facebook et des réseaux sociaux. » Jean-Luc Icard, directeur de publication de *HPI* à Manosque, résume ainsi la volonté d'incorporer ce nouvel outil numérique en 2016 au sein du journal. Cinq ans plus tard, même si elle comptabilise environ 3 500 téléchargements, l'objectif n'est pas (encore) de valoriser ce canal d'informations via le smartphone.

L'idée de créer l'application est venue du webmaster Christian Kalinowski. Pour un budget d'environ 4 000 euros, l'outil est hébergé par l'agence La News Company, spécialisée dans l'accompagnement des supports numériques des journaux et des radios. L'app dévoile un contenu gratuit et similaire à celui du site *hauteprovenceinfo.com* : politique, faits divers, culture, sport ou encore high-tech.



Depuis le départ du journaliste il y a trois ans, l'application n'est plus alimentée par une personne attirée. Le rédacteur en chef, Guillaume Messien, et la community manager, Manon Mathieu, s'occupent de l'alimentation du contenu de l'application, en plus du papier et des autres voies de diffusion. « Nous n'avons pas forcément le temps de bien l'approfondir car il y a un partage de temps qui se fait entre les quatre autres supports : Facebook, Twitter, Instagram et dernièrement LinkedIn », développe Jean-Luc Icard.

Pour un hebdomadaire local, *HPI* tire son épingle du jeu en multipliant sa visibilité numérique, quitte à devoir délaissier l'application sur le volet développement. Sans pour autant en faire totalement abstraction, puisqu'elle permet « une promotion importante de la marque », selon le directeur de publication. « L'objectif premier est de revoir la mouture de notre site internet pour 2022, après son lancement en 2012. Après dix ans, on peut aussi réfléchir à un journal dématérialisé, à l'avenir. »

- LAURÈNE FERTIN

LE PARI INSTAGRAM, À L'OBS DE BEAUVAIS

À son arrivée à *L'Observateur de Beauvais*, qu'il a quitté récemment, Pierre Méribault a constaté qu'il y avait seulement, sur la page Instagram du journal,

« des publications de la Une chaque semaine ». Tous les journalistes sont censés publier du contenu, mais difficile de s'y consacrer à fond entre le journal papier et le site.

Pierre Méribault devait donc développer le compte du journal. « Il faut réussir à l'entretenir chaque semaine. Dès qu'il y a une story, les gens se jettent dessus », souligne-t-il. Le jeune journaliste a alors ré-

alisé des dossiers sur les tests Covid disponibles en pharmacie ou sur la création d'une ferme pédagogique : « C'était une enseignante en reconversion professionnelle. Je pouvais faire de belles illustrations avec ses animaux, tout en racontant son histoire. »

En effet, ce qui attire le plus sur Instagram, ce sont les portraits. Il a ainsi pu mettre en avant un jeune passionné de judo qui allait faire le tour des clubs dans le monde entier. « Il faut surtout bien penser à annoncer l'article en mettant "découvrez son histoire dans le prochain journal" », glisse Pierre Méribault.

En résumé, pour valoriser un article sur Instagram, la recette est simple. « Il faut une bonne photo. Si elle ne met pas en avant ton info, cela ne marche pas. Ensuite, un texte pas trop long et assez simple. Il doit être dynamique et percutant », indique-t-il.

Avoir une interactivité avec les lecteurs par Instagram est un bon moyen pour les fidéliser.

- HUGO SERGEANT

Si tous les quotidiens nationaux ou régionaux possèdent désormais leur application dédiée, rares sont les titres de PHR à avoir franchi le pas et à posséder leur interface pour smartphone et/ou tablette. Mis à part *Haute-Provence Info*, la *Manche Libre* est elle aussi disponible sur appli. Et *actu.fr* devrait dans quelques mois également développer la sienne au sein du groupe.

PODCAST

LES SONS INÉDITS DU TERROIR

PHR, PQR, PQD... Les rédactions de presse écrite locale prennent d'assaut le podcast, un format audio pour surprendre les lecteurs et diversifier l'audience. • PAR ALAN SÉNICOURT

Un micro. C'est tout ce qu'Audrey Rorbach a eu besoin d'acheter pour lancer ses rédactions dans la production de podcasts. Rédactrice en chef de *L'Indicateur des Flandres* et du *Journal des Flandres*, elle a créé, avec son équipe, la série *Histoires de Carna* au début de l'année. Six épisodes consacrés au carnaval de Bailleul, et cinq autres réalisés avec ceux qui font perdurer cette tradition à Bergues et aux alentours. « On voulait faire vivre le carnaval malgré son annulation, souligne-t-elle. À Bailleul, les habitants sont très fiers de cette tradition. » La série, qui a commencé en janvier, a comblé un vide qui n'avait pas été ressenti depuis les guerres mondiales. Le vide d'un hiver sans cortège, sans tambours, sans confettis... « Nous avons préféré le podcast à la vidéo car il permet l'imagination, poursuit la journaliste. Chacun de nos lecteurs a un rapport particulier au carnaval. Et les voix accompagnées de sons d'ambiance font remonter des souvenirs propres. La vidéo, elle, n'aurait rien apporté de plus : tout le monde a déjà vu des images de carnaval. » La série a bien été reçue par les lecteurs flamandais. Un succès illustré par les retours positifs sur les réseaux sociaux, et confirmé par les audiences. « Le

Audrey Rorbach et Yohann Lemore.



premier soir, on a clairement vu un pic. Et ce qui est marrant, c'est que la semaine suivante, pour le deuxième épisode, on a retrouvé un pic d'audience sur le premier. » La série permet de ramener les auditeurs en cours de route. Lancés, les journalistes ne s'arrêteront pas là. Bientôt, de nouvelles séries seront créées et il y aura une saison 2 d'*Histoires de Carna* l'hiver prochain. Cette fois-ci, sur le carnaval de Cassel.

DE YOUTUBE À LA RÉDACTION DE L'INDÉPENDANT

À l'autre bout de la France, Yohann Lemore est responsable du pôle audio de *L'Indépendant*, titre de presse quotidienne des Pyrénées-Orientales. Un virage à 90° pour un homme qui ne se destinait pas au journalisme. En 2019, *L'Indépendant* lance un appel à can-

didature pour développer une section consacrée au journalisme audio avec le lancement des podcasts. À l'époque, Yohann Lemore s'occupe des relations clients et des abonnements du journal. Et, pendant son temps libre, il alimente son compte Youtube avec des émissions sur les jeux vidéo. Il est alors recruté dans une équipe d'une dizaine de journalistes pour mettre en place ce projet. Mais il ne laisse pas son poste au service abonnements.

C'est en janvier 2021 qu'il quitte ses fonctions pour se concentrer à 100 % sur les émissions. « C'est allé très vite. Je me suis exfiltré en quelques mois. » Aujourd'hui, à raison de deux publications par jour, *L'Indépendant* a environ... 900 podcasts à son compteur. Sport, culture locale, quizz et même sexualité, tous les sujets sont bons. « Il n'y a pas de recette miracle pour faire un bon podcast.

LE PODCAST,
« C'EST
LE MÉDIA
DE L'INTIME »



Iris Ouedraogo, journaliste podcast. OR

Le podcast se développe à vitesse grand V dans la presse locale. Iris Ouedraogo, journaliste podcast chez Paradiso et indépendante, ne fait que ça. Et elle voit dans ce média une manière de toucher un public plus jeune.

Qu'est-ce que le podcast peut apporter à un titre de presse locale ?

Le podcast permet une narration différente, de prendre le temps de laisser parler les acteurs locaux d'un territoire. Raconter une région à travers des histoires intimes et individuelles, en entendant la voix de ceux qui la composent. Il permet de diversifier l'audience. C'est l'occasion de toucher un public plus jeune qui ne lit pas forcément la presse locale.

Comment réaliser un bon podcast ?

Il n'y a pas de recette type. Comme tout

objet journalistique, cela demande de la rigueur, du fact-checking et de trouver un bon angle. Le podcast permet cependant une plus grande créativité dans la forme ou le ton, étant un média de l'intime. Le podcast est un phénomène encore assez récent en France, il y a donc encore une certaine liberté d'écriture. Pour sortir du lot, il faut une thématique originale, un angle pertinent et une création sonore de qualité. Il ne faut pas négliger l'aspect technique du podcast : prise de son, musique, illustrations sonores, sons d'ambiance...

Comment mesurer l'audience d'un podcast ? Rapporte-t-il de l'argent ?

Il existe des services comme Anchor ou Ausha qui redistribuent le flux du podcast vers toutes les plateformes existantes : Apple

On teste. Nous avons au total 31 séries mais seulement sept ou huit sont alimentées régulièrement. Les autres n'ont pas marché ou sont des émissions éphémères comme celles sur les municipales ou le confinement. »

Son objectif au sein de la rédaction : développer le journalisme audio. En plus des nombreux podcasts, une web radio va naître à *L'Indépendant* dans les prochains mois. Une manière de propulser davantage leurs productions.

AFFAIRES SONORES : HISTOIRE D'UN FAIT DIVERS

La Voix du Nord s'est aussi lancée dans les podcasts grâce à Élodie Rabé. Avec *Affaires sonores*, elle raconte dans une série de six épisodes l'affaire d'Outreau. Un fait divers qui avait bouleversé la France dans les années 1990. Un traitement en droite ligne avec une utilisation raisonnée et quasi historique des grandes histoires qui ont passionné les Français. Ce que la télévision exploite depuis déjà longtemps avec, par exemple, *Faites entrer l'accusé*.

Et ici, comme à Perpignan ou dans les Flandres, on voit bien que la multiplication des canaux utilisés pour délivrer l'information devient indispensable pour une presse locale qui est en train de changer de visage. Après avoir pris de la voix.



ÉCOUTEZ LES PODCASTS...

L'Indicateur des Flandres



L'Indépendant



La Voix du Nord

podcast, Google podcast, Soundcloud par exemple. Ces services comptabilisent aussi le nombre d'écoutes. Le podcast peut rapporter de l'argent à travers des publicités au début et à la fin d'un épisode par exemple. Par ailleurs, il existe des podcasts créés en partenariat avec des institutions ou des marques qui peuvent générer des revenus supplémentaires pour un média.

Tous les sujets peuvent-ils être traités dans un podcast ?

Oui. Mais cela demande une écriture différente de la presse. Il faut imaginer pour que l'auditeur se représente les scènes, les personnes. Il faut trouver des personnages avec des voix attrayantes, et de la personnalité. Et encore une fois, rester rigoureux journalistiquement.

NEWSLETTER

GAZET, L'INFO AUSSI SÉRIEUSE QUE DÉJANTÉE



Nicolas de Ruyffelaere et son nouveau-né, 100% numérique. 📧

Nouvelle venue dans le paysage médiatique flamand, *Gazet* est une newsletter conçue par le journaliste Nicolas de Ruyffelaere. Sur un ton particulièrement décontracté, les abonnés peuvent découvrir toutes les deux semaines des informations exclusives en Flandre.

Un portrait d'un viking flamand, les cinq fois où on a vu un Ovmi ou encore une interview décalée d'un économiste flamand... Depuis février et toutes les deux semaines, un mail un peu original atterrit dans les boîtes de réception des abonnés de *Gazet*, une newsletter hyperlocale confectionnée par Nicolas de Ruyffelaere, indépendante de tout média traditionnel.

« J'avais envie de produire du contenu pour le Flamand qui s'intéresse à la culture, à l'associatif et à l'actu locale, explique-t-il, mais j'ai constaté après plusieurs éditions que *Gazet* intéresse aussi des lecteurs qui ne connaissent pas du tout le territoire. C'est l'abonné qui fait la démarche. À partir de ce moment-là, il y a plus de chance pour que la personne soit intéressée. On crée une sorte d'intimité, parce que la newsletter arrive dans la boîte mail sans déranger. » Dans cette dernière, on trouve de l'humain, des histoires et de l'humour à la frontière entre Flandre belge et Flandre française.

Le journaliste met aussi un point d'honneur à faire de l'exclu et ne pas traiter des sujets déjà-vu : « J'ai envie de m'amuser. Je prends du plaisir à écrire. La recherche d'originalité me motive. » C'est en effet ce qui définit les rubriques de *Gazet*. À l'image de cette enquête : « Le plus grand Jésus de France à Steenwerck ? », ou de la rubrique musicale nommée : « Six chansons au bon goût de Flandre » ou encore « Les 10 bonnes raisons d'annuler le carnaval de Bailleul... à vie ! »

Nicolas de Ruyffelaere considère que son contenu vient en complément des autres médias existants : « Il y a la PQR et la PHR qui font le taffet les médias plus funs comme *Gazet*. » *Gazet* est disponible en accès gratuit après s'être abonné sur le portail internet gazet.info. « L'information en tant que bien commun, c'est motivant. *Gazet* ne me rapporte rien, je le fais parce que j'aime ça », commente Nicolas de Ruyffelaere. « La question du modèle payant se pose, mais je préférerais trouver une solution où le lecteur ne doit pas déboursier un centime pour s'informer. »

- AGLAË KUPFERLÉ

Plus d'infos : www.gazet.info

UN CONCENTRÉ D'INFO DANS UN COURRIER PERSONNALISÉ

Réputée ringarde et redevenue ces derniers mois aussi prisée qu'incontournable dans le monde de la presse, la newsletter fait aussi son trou en PHR. On retrouve à présent, sur presque toutes les pages d'accueil des sites web des journaux, une invitation à renseigner son adresse mail pour s'y abonner. Simple et rapide, en un clic les visiteurs du site peuvent recevoir un avant-goût du journal, gratuitement. Si le principe est le même, les formats et périodicités divergent. Au *Journal d'ici* à Castres, on privilégie le format hebdomadaire. Chaque jeudi matin, un mail est déposé vers 5 h dans la boîte des abonnés. Au programme, les unes du journal, six articles sélectionnés et une rubrique « top des internautes ». Le mail est réalisé par l'entreprise Pro édito qui propose un projet de newsletter chaque semaine, validé ensuite par le rédacteur en chef Pierre Archet. Du côté de la Bretagne et plus particulièrement du *Trégor*, une newsletter arrive tous les jours dans la boîte mail des abonnés. À son bord, les dix infos du jour concernant Lannion et ses environs, la Bretagne ou encore la France. Le mail renvoie à des articles publiés sur la plateforme actu.fr.



Virginie Menvielle dans sa rédaction de *La Thiérache* à Vervins (Aisne).

© Clément Reveaux, *La Thiérache*

YOUTUBE

DONNER À VOIR ET ÊTRE VU

L'Hebdo de ma presse locale, un nouveau magazine web, réunit des reportages vidéos issus de tous les journaux du groupe Sogemedia. L'idée : mettre en avant la marque.

• PAR HUGO SERGEANT

Dans sa stratégie *web first*, Sogemedia a plusieurs cordes à son arc : voter pour les personnalités de l'année à Beauvais, pour le plus beau chien de l'année dans les Hauts-de-France ou mettre en avant les reportages vidéos des journaux du groupe. « C'est devenu vraiment une volonté de faire du digital first », souligne Virginie Menvielle, cheffe d'agence à *La Thiérache* (Vervins, Aisne).

Avec l'Hebdo de ma presse locale, Sogemedia revient à la base de sa stratégie éditoriale. « Quand on a débuté, en novembre dernier, nous étions partis sur *Ma quotidienne* avec deux à trois vidéos par jour, sélectionnées dans les différents journaux du groupe, détaille Virginie Menvielle. C'était le JT du web. Mais ça n'a pas aussi bien fonctionné qu'espéré. Il y avait trop de vidéos différentes et elles étaient trop longues. »

Ainsi, un passage au format hebdomadaire a été décidé le vendredi 5 février, comme pour le rythme de parution des journaux. « C'est vraiment une bonne manière de collaborer », souligne-t-elle. On a moins l'esprit où chacun travaille dans son coin. On veut vraiment mettre en avant l'image de la marque, du groupe. »

SE SENTIR CONCERNÉ, S'IDENTIFIER

Les vidéos sont d'abord relayées sur Facebook, le principal pourvoyeur de vues puis sur les différents sites des journaux du groupe... mais aussi sur YouTube. « Peu de personnes le savent et quand on leur apprend, cela donne tout de suite une impression de sérieux », constate la journaliste.

« Sur YouTube, on veut vraiment mettre en avant l'image de la marque, du groupe. »

VIRGINIE MENVIELLE
CHEFFE D'AGENCE À LA THIÉRACHE (02)

Pour choisir les reportages mis en avant, « on connaît déjà ceux qui ont fonctionné ou pas sur nos sites respectifs », indique Virginie Menvielle. On sait que tout ce qui fait ressortir de l'émotion et touche à l'humain va marcher parce que les gens se sentent concernés. »

La cheffe d'agence se rappelle notamment un reportage sur la mère d'un enfant handicapé qui ne pouvait pas avoir d'auxiliaire de vie. « J'ai juste eu son témoignage et il a très bien marché, que ce soit dans mon journal ou sur *Ma presse locale*. On ne s'y attendait pas du tout. »

Virales, les vidéos attirent les visiteurs sur le site internet des journaux et le nombre de pages vues augmente. « On avait à peu près 70 000 vues pour *La Thiérache*. Maintenant, on atteint les 100 000 et les personnes nous restent fidèles. »

YOUTUBE, L'INCONTOURNABLE PLATEFORME

Juste derrière Google, YouTube est le deuxième site le plus visité en France en décembre 2020. Les utilisateurs passent en moyenne 21 minutes par jour sur la plateforme de vidéos en ligne. La filiale de Google est aussi de plus en plus populaire aux États-Unis, où elle a gagné huit points d'usage en deux ans, passant de 73 % de personnes l'utilisant fréquemment en 2019 à 81 % en 2021.

Deux chaînes YouTube se démarquent dans l'Hexagone. France 24 d'abord, qui est la plus grande chaîne francophone présente sur la plateforme avec 3,4 millions d'abonnés. À titre de comparaison, BFMTV compte plus de 950 000 abonnés et CNews, environ 420 000.

Au niveau de la presse écrite, c'est *Le Monde* qui arrive en première position. Le journal a passé le million d'abonnés à la fin mars, devenant ainsi le premier titre francophone à franchir cette barre symbolique.

• HUGO DENZIOT

LIVE SUR INTERNET

QUEST-FRANCE SWITCHE SUR TWITCH



Twitch est le média star de 2021 : autrefois réservé aux jeux vidéo, il s'ouvre aux médias. Si les titres de PHR n'ont pas encore tenté l'expérience, certains, comme *Ovest-France* en PQR, se jettent dans le bain du direct sur Internet et souhaitent renouer des liens avec leurs lecteurs.

• PAR WILLIAM LAGAILLE

L'arrivée d'Ovest-France sur Twitch est une réflexion menée depuis pas mal de temps. On avait commencé à préparer le sujet en septembre. C'est notamment la raison de mon poste. » Loup Lassinat-Foubert est social media manager pour *Ovest-France*. Il définit les stratégies de communication en ligne du média et supervise le développement de contenus natifs et projets vidéo en ligne. « C'était une manière très intéressante de travailler une horizontalité avec les lecteurs et une notion de proximité », précise le journaliste. Twitch est une plateforme américaine initial-

ment lancée en 2011 pour diffuser des parties de jeux vidéo. Plus tard, plusieurs catégories se sont développées telles que la musique, la cuisine et les talk-show.

Ovest-France est venu chercher de l'interaction. « Sur les réseaux sociaux traditionnels, c'est un peu trop descendant. Les utilisateurs oublient que derrière les articles et les publications, il y a des gens qui travaillent. » La relation entre le lecteur et le journaliste s'est déshumanisée. A l'inverse des réseaux sociaux impersonnels, « Twitch apporte une discussion rapprochée entre eux. Par son principe, la plateforme fait fructifier ce lien. »

« À ROME, FAIS COMME LES ROMAINS »

Pour cela, le quotidien tente de réaliser des interviews, des rencontres pour favoriser les échanges avec les abonnés. « Les questions des utilisateurs sont parfois aussi intéressantes que pourraient l'être celles d'un professionnel. » Cette interactivité permet de placer le lecteur comme acteur de l'information et d'humaniser d'autant plus le journal. « Il faut chercher la synergie entre le média et le spectateur. On essaye d'avoir au maximum des invités. L'axe de la culture et du sport correspondent à la plateforme. On vient

également de lancer la rubrique gaming à *Ovest-France*. » Un hasard du calendrier qui tombe à pic pour réaliser des directs sur une plateforme historiquement liée aux jeux vidéo.

L'arrivée sur Twitch ne peut pas se faire sans connaître l'environnement de celle-ci. « C'est beaucoup de travail, d'investissement et de coordination entre les équipes, rapporte Loup Lassinat-Foubert. On regarde et on apprend en fonction de ce qui a du succès ou pas. Mais il était sûr qu'on n'allait pas arriver sur un sujet de politique internationale. » Le souhait de *Ovest-France* était donc de produire de l'information qui pourrait toucher plus facilement les utilisateurs de la plateforme. « Le destinataire de ce contenu est le lecteur. Il faut donc adapter la thématique. Comme on dit à Rome, fais comme les Romains. » L'intégration dans le paysage de Twitch semble réussie : le public est à chaque fois plus nombreux au rendez-vous. Loup Lassinat-Foubert le constate à chaque direct qu'il lance : « On a des habitués de Twitch qui regardent le direct, mais aussi des personnes qui sont moins initiées, arrivées après que Samuel Étienne a démocratisé la plateforme. On voit de plus en plus des spectateurs réguliers. »

CE QU'ILS PENSENT DE L'ARRIVÉE DES MÉDIAS SUR TWITCH...

POUR > POPPIE LA LA, STREAMEUSE

« Au début, ça me faisait un peu peur. Finalement il n'y a pas de crainte à avoir. L'arrivée des médias ne va pas empêcher de grossir de mon côté. De base, je ne consomme pas beaucoup de contenu d'information sur Twitch. Malgré cela,



j'ai pas mal regardé Samuel Étienne. Il faut juste que ces médias arrivent avec les bons codes et évitent le rejet, comme ça a pu être le cas avec le trolling massif qu'a subi BFM TV. »

PARTAGÉ > VINVIN, STREAMEUR

« C'est une bonne chose, cela va apporter une audience supplémentaire. J'ai ainsi vu un public un peu plus âgé venir sur mon stream depuis l'arrivée des différents médias. En revanche, ces derniers n'ont pas intérêt à recycler leurs recettes. Ils doivent aller chercher l'intérêt du spectateur qui a abandonné leur média. Cela doit être agréable à regarder. Ils doivent aussi travailler sur leur attitude et leur sympathie et avoir de la considération avec les gens qui utilisent Twitch. »



CONTRE > VICTORIA COSTANZO, SPECTATRICE

« La télé est un média délaissé par les jeunes. Ils se désintéressent de la politique, mais ce n'est pas uniquement à cause de la télé. Je ne sais pas si ça va faire du bien, c'est plus de l'intérêt des personnalités politiques.



Elles vont surtout faire de la politique à des fins de communication, là où le CSA ne régleme pas le temps de parole. Et personnellement, c'est surtout sur la forme que je suis en désaccord, notamment avec BFM TV. »

DESSINS DE PRESSE

D'UN TRAIT, TOUTE L'ACTU

Violemment mis à la une de l'actualité avec les attentats de *Charlie hebdo* ou la polémique sur le dessin de Xavier Gorce dans le *Monde* cet hiver, le dessin de presse reste un des derniers bastions de la liberté de trait. Rencontres avec deux dessinateurs de la PHR. • PAR MARTIN BIZERAY ET ALEXANDRE GOURNAY

Le dessin est historiquement lié à la presse », observe Michel Chemin, ancien professeur d'arts plastiques et dessinateur depuis 25 ans pour *La Semaine dans le Boulonnais*, *Les Échos du Touquet* ou encore *Le Réveil de Berck*. Il explique être l'un des seuls de la région : « Nous ne sommes plus beaucoup. Cela n'attire malheureusement plus tellement les jeunes. » Pour lui, cette raréfaction est regrettable car le dessin donne un autre regard sur une actualité : « Cela permet de prendre du recul sur une information. Dans certains cas, il est beaucoup plus parlant qu'une photographie. »

UN TRAVAIL EN COLLABORATION AVEC LES JOURNALISTES

Chaque semaine, le dessinateur propose trois caricatures aux rédactions pour lesquelles il travaille. Si le dessin est totalement libre, les sujets lui sont soufflés par les rédacteurs : « Le lundi matin, on m'appelle pour me dire deux ou trois thèmes importants de la semaine, je dessine ensuite toute la journée et je propose le mardi ma-

tin mes productions. » Son inspiration vient surtout du sujet qu'il traite : « Certaines semaines, je passe toute la journée à réaliser mon dessin car l'actualité ne m'inspire pas, d'autres fois, cela est fait en quelques heures à peine. »

Si ses productions sont souvent satiriques, aucun des travaux de l'artiste n'a été refusé par les rédactions. Le texte des bulles est décidé en collaboration avec les journalistes : « En cas de problème, de plainte, le journal peut être embêté, il est responsable de ce qui est publié. Il est donc normal que les textes soient décidés et validés par le rédacteur en chef » explique le dessinateur. De plus, Michel Chemin fait tout pour ne blesser personne : « Une caricature est drôle si elle est juste et si elle n'est pas blessante. Je me refuse à faire des dessins offensants ou désignant une personne ad hominem. »



Michel Chemin, un quart de siècle de dessins de presse sur la Côte d'Opale. OR



DEPUIS L'AUBE DE LA PRESSE

Bien avant l'apparition de la photographie, le dessin de presse avait déjà pour principal but d'illustrer l'actualité. Et nombre de gravures ou dessins se retrouvaient dans les pages des « illustrés ». Avec l'apparition du cliché, les photos vont peu à peu remplacer les dessins d'illustration. Seule exception, le dessin judiciaire qui persiste puisqu'il est - au moins jusqu'à présent - interdit de photographier dans un tribunal. Le dessin de presse se tourne alors vers la caricature et la satire, portée notamment par *Le Canard enchaîné*. Aujourd'hui encore, de nombreux titres de presse nationale et régionale proposent des dessins de presse afin de donner un regard décalé sur une actualité.

DOMÉ, ENFANT DE CHARLIE

7 janvier 2015. Une attaque terroriste frappe *Charlie Hebdo*. Douze personnes y perdent la vie. Cet événement a lancé Domé dans l'aventure du dessin de presse pour *L'Abeille de la Ternoise*, hebdomadaire du Pas-de-Calais. « Il faut se remettre dans le contexte des attentats, se souvient-il. Un journaliste de *L'Abeille* a eu l'idée d'inclure des dessins pour illustrer son article. Cela ne s'était jamais fait dans ce journal. »

Domé a donc répondu présent et a envoyé ses croquis. « L'idée a tout de suite plu aux lecteurs qui ont sûrement vu un peu d'originalité. » Lui aussi, il est séduit. À tel point qu'il devient le dessinateur attitré de l'hebdomadaire. Six ans plus tard, l'artiste-peintre d'Hesdin (Pas-de-Calais) est toujours aussi enthousiaste : « Ma motivation reste la même. Je suis riche de vivre de ma passion. C'est local, et je suis un artiste engagé à faire vivre l'art en milieu rural. »

Domé, de son vrai nom Dominique Poiteaux, travaille dans son atelier hesdinois. Il s'inspire de l'actualité locale, comme dernièrement l'usine Bridgestone, mais rebondit surtout sur des événements nationaux. Sous les coups de crayon, l'artiste met en scène Beebee l'abeille et souhaite traiter de l'actu avec humour, dans l'esprit des Charb ou Cabu, tout en invitant les lecteurs à s'interroger. « Je veux amener les gens à se remettre un peu en question, à provoquer du débat. Ce n'est pas un dessin pour blesser quelqu'un ou attaquer de front sans argument. J'essaie de provoquer des réflexions. Par le dessin, ça passe très bien. »

C'est aussi l'avis du rédacteur en chef de *L'Abeille de la Ternoise*, Benoît Cailliez : « Il a un regard extérieur à la rédaction et apporte un dessin léger, sans faire de morale. Parfois, un message dans une image vaut mieux qu'un papier de 3 000 signes. » Le rédacteur en chef



« Domé » signe ses dessins depuis six ans dans *L'Abeille de la Ternoise*. OR

donne au dessinateur le thème chaque mardi. « Domé fait le dessin qu'il veut, il l'envoie le mercredi matin juste avant le bouclage »,

ajoute Benoît Cailliez. Beebee se trouve toujours en page 2, grand sourire aux lèvres. En bas à droite, une signature : « Domé ».

MICRO-LOCALE

À LYON, LES QUARTIERS VUS À LA LOUPE

Trois ans après La Croix-Roussienne, sa toute première ultra-locale consacrée au quartier de la Croix-Rousse, *Tribune de Lyon* continue sur sa lancée avec une nouvelle édition : Lyon Six, lancée en février dernier. « Couvrir les quartiers est le cœur de notre propos éditorial, témoigne François Sapy, directeur de publication du journal. Dans une métropole comme Lyon, l'espace de vie du lecteur, c'est son quartier. Si on veut intéresser les gens avec de l'info locale, il faut aller au bout de leur rue. » Dénicher de nouvelles adresses, traiter la politique sous l'angle hyperlocal, raconter le quartier pour offrir aux habitants des informations qui les concernent... Sous la houlette du chef d'édition Romain Desgrand, les ultra-locales de *Tribune de Lyon* vont au plus proche de la vie du lecteur.

Parce qu'elle lui parle de son quotidien et de son territoire, l'ultra-locale est à même de susciter son adhésion en stimulant un sentiment d'appartenance. Pour ces micro-éditions, *Tribune de Lyon* a d'ailleurs choisi des quartiers ayant une forte identité socio-culturelle. « À Croix-Rousse, les gens se sentent Croix-Roussiens, illustre François Sapy. C'est le quartier écolo bobo, très à gauche. Lyon 6^e est un quartier riche qui a émergé au 19^e siècle avec la bourgeoisie. Tous deux ont une identité forte et homogène. » Mais l'hebdomadaire a longtemps hésité entre le 6^e et le 7^e arrondissement lyonnais : « Le 7^e a l'avantage d'être dynamique. Mais quels points communs entre un habitant de la Guillotière et un habitant de Gerland ? Aucun. L'arrondissement est trop disparate pour avoir une ligne éditoriale globale, explique le chef du journal. Le jour où on pourra faire un spécial Guillotière et un spécial Gerland, on ira dans le 7^e. »

COUVRIR LES QUARTIERS, ÇA PAYE

Le choix s'est donc arrêté sur le 6^e, plus cohérent, mais aussi avec une forte concentration de kiosques et de commerces susceptibles de louer des espaces de publicité. « Ce qui nous a guidés, c'est aussi de savoir si



Chef d'édition de *La Croix-Roussienne* depuis 2016, Romain Desgrand gère depuis février 2021 la nouvelle édition Lyon Six © Suzie Waroude

on peut doubler nos ventes dans le 6^e », rappelle le directeur de publication. Encartées dans *Tribune de Lyon*, les éditions ultralocales s'avèrent en effet une démarche pertinente pour augmenter les ventes du journal dans les quartiers. Lancée en juillet 2017, *La Croix-Roussienne* a ainsi permis à l'hebdomadaire lyonnais de doubler sa diffusion sur le périmètre. « Du côté de *Lyon Six*, ça n'a pas encore doublé, note François Sapy. Juste après le lancement, il y a eu reconfinement et fermeture des commerces. Mais on observe quand même une progression des ventes. » À terme, *Tribune de Lyon* ambitionne de couvrir tous les quartiers de la ville pour devenir peu à peu un journal multilocal au cœur de la vie des Lyonnais.

• LOUISE REYMOND

ÉTOILES ACPM : LES LYONNAIS RÉCIDIVENT !

Tribune de Lyon a remporté sa cinquième Étoile ACPM (+ 157 exemplaires), récompensant « la constance dans le succès » de l'hebo lyonnais. « Aucun journal n'a eu cette récompense autant de fois de suite, pointe le directeur de publication François Sapy. On est ravis car ça arrive après une année difficile. Ça prouve une chose, c'est qu'il faut être indépendant, pas seulement au niveau de la rédaction, mais aussi de la diffusion », pose celui qui a arrêté de travailler avec les Messageries de Presse Lyonnaises depuis longtemps. « Si on se contente de miser sur des groupes pas chers mais inefficaces comme Presstalis, on n'avance pas. À *Tribune*, on a recruté des livreurs qui desservent aujourd'hui les trois quarts des kiosques. Cet investissement dans la diffusion est la première source de notre croissance, assure le chef du journal. La seconde, ce sont nos éditions ultra-locales. Ça coûte cher, car on recrute des journalistes et pas des correspondants de presse, mais ensuite on double nos ventes sur un quartier comme Croix-Rousse. La proximité paye. »



NOUVELLE APPLICATION

LE GROUPE EBRA MET LA LOCALE DANS LES SMARTPHONES

En voilà de la nouveauté dans la presse de proximité ! Le groupe EBRA (*L'Alsace*, *le Dauphiné Libéré*... mais aussi *la Presse de Gray*, *la Presse de Vesoul* et *la Tribune de Montélimar*) va lancer son application AsApp dans les deux métropoles de son secteur : Lyon et Strasbourg. Pas de papier ni de site web, seulement une application payante (5 euros) pour accéder à son contenu. En phase de test depuis le mois d'avril, AsApp devrait voir le jour à la mi-septembre. « Nos études nous ont montré que le lecteur est surinformé et, paradoxalement, a peur de manquer l'information qui l'intéresse. Cette application est une réponse adaptée à chaque type de lectorat dans un contexte

où la presse en grande mutation doit innover », explique Xavier Antoyé, coordinateur du groupe Ebra et rédacteur en chef du *Progrès*.

Plus concrètement, AsApp délaissera l'actualité chaude pour traiter des sujets plus légers comme le lifestyle, la culture et les loisirs sous plusieurs formats. Sans oublier un condensé de l'actu livré au petit matin. « Le but est que l'application soit facile d'utilisation et qu'on puisse lire les articles en scrollant, swipant dans les transports en commun », indique Xavier Antoyé. Rendez-vous sur vos téléphones à la rentrée... avant peut-être une adaptation pour les hebdomos du groupe ?

• THOMAS DELEGLUSE



© AsApp Lyon/groupe Ebra

INTERVIEW DE VINCENT DAVID

« LES LECTEURS NOUS ONT FAIT CONFIANCE »

Alors que le monde des médias traverse depuis plus d'un an la crise du coronavirus, Vincent David, le président du Syndicat de la presse hebdomadaire régionale, revient sur l'adaptation des journaux de proximité et sur les conséquences de cette période inédite.

• PAR ALEXANDRE PENARD

Cela fait désormais un an que la crise sanitaire fait partie de notre quotidien. Comment se porte la PHR ?

D'une manière générale, nous avons subi les mêmes effets que nos collègues de la PQR et de la PQN : on se retrouve avec des chiffres de diffusion qui ne sont pas catastrophiques. Même si l'on a souffert de la fermeture de certains points de vente dans quelques zones et des problèmes de livraisons avec La Poste, dans l'ensemble, nos diffusions ont plutôt bien résisté. L'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM) dénote une petite érosion dans les ventes et les abonnements, mais elle n'est ni nouvelle, ni spectaculaire cette année. Avec du recul, on a bien tenu et je dirai que le bilan reste positif.

Comment expliquez-vous cette stabilité ?

Cela s'explique par une volonté des citoyens, durant la crise sanitaire, de s'informer, notam-

ET TROIS ANS DE PLUS !

À la tête du SPHR depuis 2015, Vincent David arrive cette année au terme de son second mandat. Une aventure qu'il envisage de poursuivre pour trois dernières années et qui devrait sans grande surprise, se renouveler. « *Après concertation avec mes confrères, on a pu voir qu'il n'y avait pas de nouvelles candidatures. On m'a donc demandé s'il était possible que je reparte pour trois ans et j'ai dit oui.* »



Vincent David,
président du
SPHR. DR

ment en dehors des réseaux sociaux. Les lecteurs nous ont fait confiance et certains journaux ont même vu leurs ventes augmenter. Puis nos équipes et les journalistes ont fait du très bon boulot toute cette année. J'ai pu observer dans mes rédactions et chez mes confrères une mobilisation générale dans des conditions très difficiles. Avec le télétravail, il y a eu une absence de collaboration en équipe, mais nos journaux ont été très bons. On a suivi la pandémie en se démarquant de la presse quotidienne, avec notamment beaucoup de reportages au plus près de la population. Les gens l'ont vu et se sont reportés sur nos journaux.

Concernant le télétravail, les rédactions ont dû adapter leur manière de fonctionner.

Pensez-vous que ces nouvelles habitudes sont amenées à disparaître avec le retour à la vie normale ?

Je pense qu'on ne va pas pouvoir tourner la page du télétravail d'un coup. Au début, sa mise en place s'est faite naturellement pour répondre à une situation de crise. Aujourd'hui, on s'aperçoit que cela fonctionne et que beaucoup de journalistes affectionnent cette organisation. Avec un ordinateur et un téléphone, on peut travailler n'importe où, comme si l'on était en équipe. Cependant, je pense qu'il est important de trouver un certain équilibre avec le travail en rédaction. Il existe un manque chez de nombreux journalistes, des moments de partage, se retrouver le matin, d'échanger de manière spontanée. L'émulation qui existe en présentiel doit être conservée.

L'an passé, vous misiez sur la reprise économique et le retour de la publicité pour relancer

le secteur. Cette reprise a-t-elle eu lieu ?

De mars à juin 2020, ce fut une véritable descente aux enfers. La vente d'espaces publicitaires a chuté fortement. Mais contrairement à ce que l'on craignait, le second semestre de 2020 a été plutôt bon. Cela ne veut pas dire que nous avons retrouvé le niveau d'avant Covid. D'une manière globale, l'année s'est conclue avec une baisse des recettes. On ne peut donc pas réellement parler de reprise économique mais le plus dur est passé, et nous avons réussi à nous stabiliser en réduisant nos dépenses.

On a pu observer une diversification des canaux de diffusion dans le paysage médiatique pendant cette période. Où en est la PHR ?

Aujourd'hui, on en est aux balbutiements. On se lance doucement. Actuellement ce n'est pas une priorité. Nous sommes nombreux à penser que nos journaux papiers ne sont pas forcément morts et que la bataille que doit mener la PHR est la bataille de la qualité. Nos journaux doivent apporter une plus-value par rapport à la surinformation que nous connaissons actuellement. Nous survivrons si nous maintenons de la qualité dans le travail des journalistes. Le combat est plus dans ce domaine que dans les outils de diffusion.

La filière PHR de l'ESJ passe à partir de l'an prochain en alternance. Une bonne nouvelle pour leurs futurs employeurs ?

Je suis totalement favorable à cette évolution, je crois beaucoup en l'alternance. Nous avons réussi à aménager un calendrier qui permettra aux élèves une continuité dans nos rédactions avec également une disponibilité pendant les vacances. C'est du gagnant-gagnant.

AIDES À LA PRESSE

DES CONDITIONS PLUS STRICTES

Alors que certaines rédactions se vident, Laurence Franceschini, la présidente de la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) préconise de lier les aides publiques à la présence des journalistes.



Dans les années 80, au sein de Libé, la conférence de rédaction réunissait de nombreux journalistes. Une image définitivement d'archives ? © Patriek EVENO Histoire de la presse française

Le 24 décembre 2020, la ministre de la Culture a confié à Laurence Franceschini, conseillère d'État, une mission de réflexion sur les conditions d'accès aux aides à la presse et notamment celles relatives à la composition des rédactions. Elle est jugée indispensable pour répondre à l'évolution du modèle économique de certains titres qui délaissent les équipes rédactionnelles. Ils ne les jugent plus nécessaires au bon fonctionnement des journaux ou de leurs sites respectifs.

Dans un communiqué de presse, le ministère de la Culture souligne que « *les journalistes sont les garants des principes essentiels pour éclairer le jugement du citoyen* » et précise que la modification des textes permettra de « *conforter la légitimité de ces derniers dans leur rôle, essentiel dans toute démocratie.* »

Une volonté accélérée par les récents événements survenus avec la rédaction de *Science et Vie* où la majorité des journalistes a quitté le

magazine lorsqu'ils se sont aperçu qu'ils ne pourraient plus garantir la qualité éditoriale du titre et du site internet. En effet, au-delà du manque d'effectifs, les journalistes déploraient la gestion du site web par des « chargés de contenus ».

Avec la modification des conditions d'aides à la presse, les rédactions favorisant la création de leurs contenus en ligne par des personnes non journalistes se verraient retirer les aides publiques. Le nouveau texte précisant que la presse en ligne devra impliquer la présence au sein de l'équipe rédactionnelle d'au moins un journaliste professionnel.

QUELLES CONSÉQUENCES POUR LA PHR ?

Les titres de PHR sont-ils les grands perdants de ces réformes ? Une question qui se pose légitimement quand on sait que certaines rédactions n'ont qu'un seul journaliste dans certaines zones. En effet, une des options envisagée dans la mo-

dification du texte prévoit de déterminer la part minimale de la masse salariale des journalistes et des autres frais éditoriaux par rapport aux coûts globaux de l'entreprise éditrice. Il est cependant précisé que la PHR pourrait faire figure d'exception avec la mise en place d'un comité éditorial. Ce dernier serait chargé de veiller au respect des critères de traitement journalistique dans la recherche, la collecte, la vérification et la mise en forme de l'information.

Une possibilité qui n'inquiète pas Vincent David, le président du Syndicat de la presse hebdomadaire régionale (SPHR) et vice-président de l'Alliance de la presse d'information générale. « *Nous privilégions en très grande majorité des journalistes professionnels dans nos rédactions et nous ne devrions pas être gênés par ces réformes. Je sais que les pouvoirs publics vont faire attention à ce que nos petites entreprises de presse ne soient pas maltraitées par ces textes.* »

· ALEXANDRE PENARD

DROITS VOISINS

L'HISTOIRE AVEC GOOGLE NE FAIT QUE COMMENCER...

« *C'est un premier pas.* » Jean-Pierre de Kerraoul, PDG du groupe Sogemedia, se veut « *optimiste* » pour l'avenir de la presse en France. Pourtant, tout n'a pas été rose ces derniers mois et lui le sait mieux que personne. Le président de la commission juridique de l'Alliance de la presse d'information générale a mené tout au long de 2020 et encore en ce début d'année les discussions avec Google sur les droits voisins. Les plateformes, dont Google, gagnent des milliards d'euros dans le monde grâce aux contenus journalistiques - plusieurs centaines de millions en France, « *aucun chiffre précis n'est disponible* » - notamment grâce aux données récoltées sur les visiteurs. Les journaux veulent ainsi obtenir une somme contre l'utilisation de leurs articles et leur mise en avant sur Google. « *Les négociations ont été longues et difficiles, in-*

siste Jean-Pierre de Kerraoul. Nous voulions obtenir la reconnaissance officielle et claire de Google des droits voisins avec un principe d'universalité. » Après quatorze mois d'échange, les négociations ont débouché fin janvier 2021 sur un accord cadre, « *des conditions générales à partir desquelles Google doit négocier un accord avec chaque éditeur. Pour l'instant, il n'y en a eu aucun...* » L'audience du 5 mai 2021 devant l'autorité de la concurrence pourrait de nouveau rebattre les cartes.

Les accords entre Google et les éditeurs auront une durée de trois ans et devront donc être renégociés au cas par cas à l'issue de cette période. Désormais, l'Alliance s'attelle à négocier sur le droit voisin avec une nouvelle plateforme, Facebook. Les échanges ont commencé il y a quelques semaines. - LOUIS LESQUEUR



JPK s'attelle désormais aux négociations avec Facebook.

© Archives PHRases.



CHANGEMENT DE TEMPO AVEC MELODY

Le 30 avril 2021, la rédaction de *L'Éclairleur*, à Châteaubriant, lance son premier journal papier, monté avec le logiciel Melody. Marie Mangane, rédactrice en chef revient sur cette transition qui va progressivement s'étendre à tout le réseau Publihebdos.

C'est un gros morceau d'un point de vue technique, mais ça a tout d'une grande aventure. » Mardi 20 avril, à quelques jours de la bascule sur le nouveau système éditorial Melody, la rédaction de *L'Éclairleur* prépare sa transition. En effet, le premier journal sous Melody du groupe Publihebdos paraît dans dix jours : « *Je me suis positionnée pour qu'on soit la première rédaction test. Nous sommes donc les premiers à passer sous ce système de mise en page, confie Marie Mangane, rédactrice en chef du journal de Châteaubriant, en Loire-Atlantique. C'est compliqué pour le moment, le temps que ça se mette en place, mais on va bien y arriver.* »

Avec sa rédaction axée webfirst, la journaliste est enthousiaste à l'idée d'utiliser ce nouvel outil de montage, qui va remplacer l'ancien devenu obsolète : « *C'est un système hybride, un peu comme celui de Ouest-France, avec une vraie connexion entre le web et le print. L'ancien logiciel, la V3, n'était pas adapté pour cela. Il nous ralentissait.* »

UN RYTHME PLUS CONFORTABLE

Pour Demain un autre jour, la société qui propose le système éditorial, c'est un gros coup. Après avoir déjà séduit nombre d'hebdomadaires (*Le Journal d'Ici, La Manche Libre, Sogemedia...*), de quotidiens (*L'Humanité, Le Figaro...*) et de magazines (*Le Point, Télérama...*), voilà donc l'ensemble du groupe Publihebdos qui sera maqueté par l'entreprise toulousaine, soit près de 80 titres en plus. Melody apparaît comme un facilitateur du



Marie Mangane, rédactrice en chef

quotidien : « *En PHR, t'es vraiment pris par le bouclage. Grâce à Melody, le journal se monte au fur et à mesure. On aura ce stress en moins, qui mobilise tout le monde. C'est une passerelle pour tous les supports, un gain de temps vraiment énorme.* » Selon Marie Mangane, le logiciel permettra à de nombreuses rédactions de développer leur partie web : « *L'enjeu avec Melody, c'est d'avoir 50/50 entre le web et le print dans les rédactions, en faisant sauter cette barrière.* » Autre avantage de Melody : tout est en ligne, les journalistes peuvent se connecter, écrire et publier de n'importe où, n'importe quand.

Cependant, Benoît Canto, éditeur-chef de projet d'actu.fr, nuance l'idée selon laquelle Melody boosterait le développement en web. Selon lui, l'outil seul ne suffit pas : « *Melody, c'est une évolution plus qu'une révolution. C'est juste un changement pour un logiciel plus développé, mais avec des fonctions basiques qui restent les mêmes globalement. Ce n'est pas l'outil qui fait l'informa-*

tique, il faut une volonté de départ de la part des rédactions. Mais si Melody aide à faire évoluer les rédactions en web, tant mieux. »

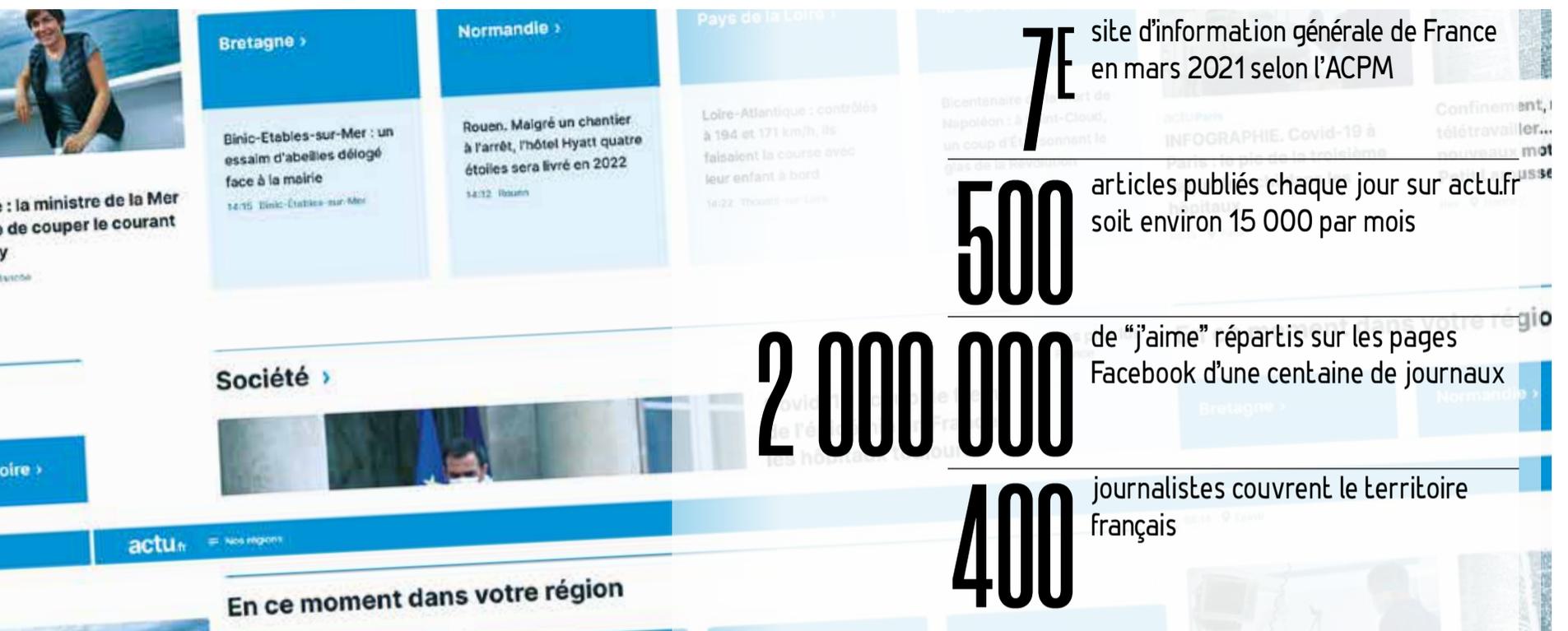
UN TEMPS D'ADAPTATION

Chacun des journalistes de *L'Éclairleur* a reçu deux jours de formation pour apprivoiser Melody, et Marie Mangane affirme que le logiciel est « *simple d'utilisation* ». Il reste cependant la question de la transition au sein du réseau, qui selon elle pourrait être plus compliquée pour d'autres : « *C'est un dispositif compliqué à déployer, et toutes les rédactions ne sont pas au même niveau de web.* » D'ailleurs, Gwendal Le Priellec, journaliste à *L'Éclairleur* quitte ses collègues pour une année pendant laquelle il parcourra les différentes rédactions de Publihebdos pour former les journalistes à l'utilisation du nouveau système.

La rédactrice en chef s'interroge également sur la façon dont les correspondants vont s'accoutumer au nouveau système. À cela, Benoît Canto répond : « *Je n'ai pas trop d'appréhensions. Ils sont tout à fait capables de s'adapter, il nous l'ont déjà prouvé par le passé, lors de précédents changements. Il faudra peut-être un peu d'accompagnement, mais je ne m'en fais pas.* »

DES LOGOS ENFIN HARMONISÉS

Le moins que l'on puisse dire, c'est que Publihebdos avait, jusqu'à ce printemps une collection éclectique de logos, du fait des origines des 90 titres du groupe (rachats, créations...) Depuis ce printemps, un salubre toilettage a été entrepris pour donner de la cohérence graphique sur les logos et une vraie identité visuelle corporative.



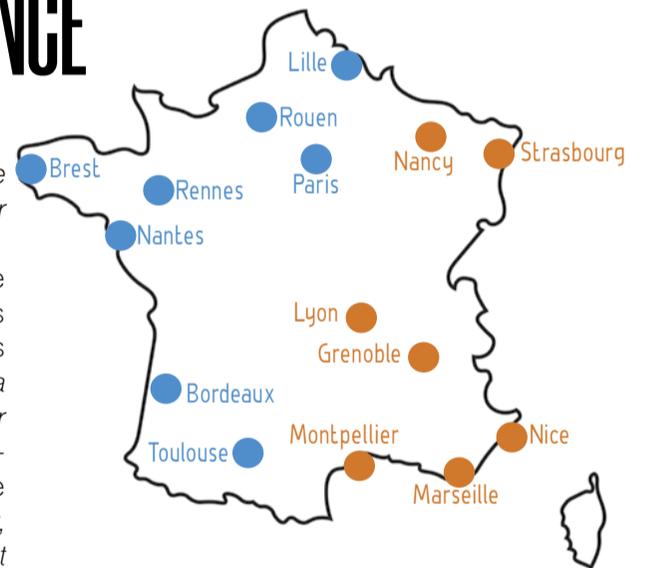
LES BRETONS POURSUIVENT LEUR TOUR DE FRANCE

Après plusieurs victoires d'étapes dans l'Ouest de la France, en Bretagne – son bastion historique – et en Normandie, actu.fr poursuit son tour de France en mettant le cap sur l'est et le sud. « C'est cohérent d'avoir des positions sur l'ensemble du territoire français pour un média national d'information locale et régionale », souligne Benoit Canto, éditeur et chef de projet d'actu. Lancée en février 2017 par le groupe Publihebdos, la plateforme actu.fr s'appuie sur plusieurs stratégies différentes pour se développer en France. « À Montpellier, détaille Benoit Canto, on a trouvé un partenaire, Métropolitain, qui nous a rejoint sur actu. À Nancy et Metz, on s'est appuyé sur des journalistes déjà implantés là-bas pour créer Lorraine Actu. Ce sont des opportunités qui nous ont permis de nous développer. En Gironde, on était présent avec le Républicain (NDLR : Sud Gironde), mais pas à Bordeaux. On a donc décidé de prolonger notre action en

lançant Actu Bordeaux parce qu'on avait une base arrière. On s'est reposé avec un éditeur pas très loin. »

Dans le sud est, où actu.fr a récemment posé ses bagages – en mars et en avril dans les dernières villes –, des pure players ont été mis en place à Lyon, Marseille et Nice. « On n'a pas trouvé de partenaire. On ne veut pas ralentir notre plan de marche donc on lance notre développement. » Pour débiter, un seul journaliste est présent pour « poser le projet, l'implanter, trouver le bon positionnement. Quand le projet prend et l'audience grandit, on renforce l'équipe. On ne va pas mettre la grosse cavalerie tout de suite, on va être prudent. »

Dans les semaines et mois à venir, actu.fr compte bien poursuivre et terminer son maillage des grandes villes pour continuer à faire progresser la plateforme. Une nouvelle étape dans leur tour de France.



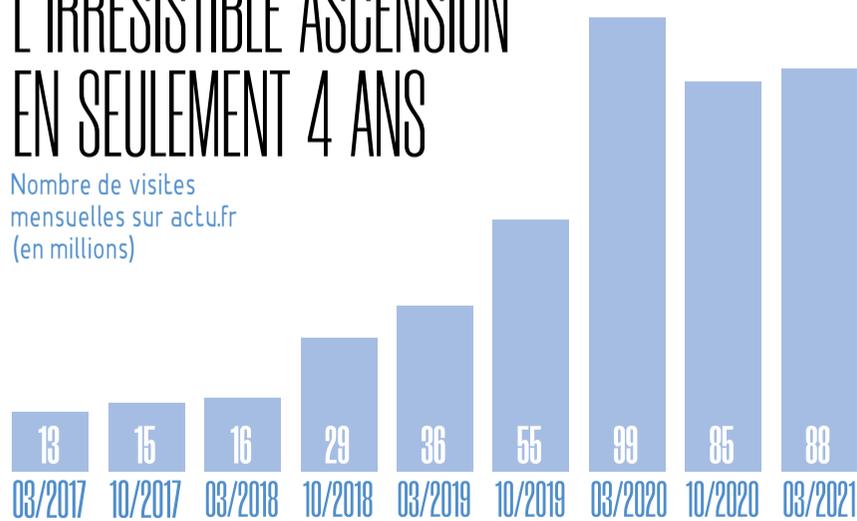
Fortement ancré à l'ouest, dans les métropoles comme dans les zones rurales, actu.fr poursuit son développement et son maillage du territoire français.

Place à l'est désormais pour la plateforme gérée par Publihebdos.

Après Lorraine Actu et Actu Strasbourg, actu.fr a lancé des verticales dans les métropoles du sud-est.

L'IRRÉSISTIBLE ASCENSION EN SEULEMENT 4 ANS

Nombre de visites mensuelles sur actu.fr (en millions)



UNE ACTU PLUS ACCESSIBLE SUR LA PLATEFORME

Dans un communiqué publié en octobre 2020, Publihebdos annonçait « la mise en ligne d'une nouvelle version de son site actu.fr avec comme objectif une mise en avant renforcée des médias locaux et une lisibilité améliorée. » Le 3 mai 2021, une nouvelle fonctionnalité est venue s'ajouter sur la plateforme : l'espace « mon actu ».

Moyennant une connexion sur le site, le visiteur a la possibilité de choisir une ou des marques favorites et/ou une ville favorite. « On sait que les gens restent attachés aux marques, c'est pourquoi il y aura la possibilité de mixer marque et lieux, détaille Benoit Canto, éditeur et chef de projet d'actu. Ce n'est pas toujours facile d'accéder aux marques. On veut rendre ça plus accessible, plus lisible. Cela nous permettra de mieux connaître les habitudes des visiteurs. »

D'ores et déjà présent sur le site, cet espace sera à retrouver sur l'application actu.fr qui sera mis en ligne durant l'été 2021.

PASSAGE OBLIGÉ

L'INTERVIEW PAR VISIO CRÈVE L'ÉCRAN

Encore impensable il y a seulement quinze mois, le reportage via Zoom ou Teams est quasiment devenu incontournable. Utile, efficace et moins chronophage, cette nouvelle réalité, largement utilisée en presse locale, est-elle la panacée ?

• PAR LOUIS LESUEUR

Une bonne interview, c'est celle qui conduit à faire sortir l'interviewé de sa langue de bois. » Albert du Roy, journaliste politique âgé de 82 ans a trouvé les mots justes en 2002 pour décrire le travail d'un journaliste.

La langue de bois n'est, de nos jours, plus la seule barrière entre le journaliste et l'interviewé. Covid oblige, les échanges se font à distance, par téléphone, mais aussi souvent en visio. « Au moins, on voit la personne, coupe Julien Veyre, ancien journaliste à La Voix de l'Ain. Le langage corporel permet de mieux comprendre la personne. Elle peut dire quelque chose alors que ses yeux et son visage, l'inverse. »

La visio permet ainsi de décrire l'interviewé, son attitude, mais aide également à le discerner par une photo, un tableau, un bibelot présent dans son dos ou tout simplement par le lieu où il a décidé de se tenir. « J'ai interviewé deux brasseurs par visio, rapporte Hervine Mahaud, journaliste à Lille Actu. Ils font de la bière artisanale. Ils étaient dans leur cuisine, c'était cocasse. »

Toutefois, elle n'apprécie pas trop ces

échanges par écrans interposés. « Je ne suis pas une grande fan. Je trouve ça intrusif, avoue-t-elle. Je ne suis pas à l'aise. » Ainsi, lors des conférences de presse, elle n'allume ni sa caméra ni le son. « Je prends mes notes en tapant sur mon ordinateur donc on verrait mon front », plaisante la journaliste.

RENDEZ-VOUS AUX ÎLES CANARIES

À Lille, pour ces rendez-vous par Zoom, Teams ou Google Meet, Hervine Mahaud a l'avantage de profiter d'une bonne connexion. Ce n'est pas le cas pour Julien Veyre. « Dans l'Ain, ça ne passe pas du tout parfois, mais quand on cale une visio, on a un rendez-vous prévu donc on a la possibilité de trouver l'endroit adéquat. » Le journaliste de sport avoue avoir déjà suivi, depuis sa voiture, une conférence de presse par visioconférence. Mais il ne veut pas que ça dure. « De manière ponctuelle, c'est une bonne chose. C'est logique dans le contexte de pandémie, mais ça coupe le lien. La visio ne doit pas devenir un réflexe. Les interlocuteurs ne doivent pas en profiter pour garder leur barrière et le journaliste doit reprendre les réflexes de terrain. »



« C'est un métier de contact, c'est important de voir les gens en vrai, abonde Hervine Mahaud. La visio peut être un bon outil car on peut suivre des sujets auxquels on n'aurait pas pu aller car ils sont trop éloignés. » La journaliste a par exemple eu la possibilité de suivre une conférence de presse organisée aux Îles Canaries sur l'ouverture de nouvelles lignes à l'aéroport de Lille. « Il doit y avoir un mix, conclut-elle, entre la visioconférence et les vraies rencontres. »

L'entretien sur Zoom ou Teams a conquis les rédactions.

FORMATION À L'ESJ LILLE

L'ALTERNANCE AU PROFIT DE LA PRESSE DE PROXIMITÉ

Après 26 ans en formule « classique », la licence pro Presse de proximité/PHR de l'ESJ Lille, soutenue par le Syndicat de la presse hebdomadaire régionale (SPHR), va vivre une révolution dès la prochaine rentrée. Les étudiants seront en effet répartis à travers les titres de France en contrat d'apprentissage.

Cette nouveauté correspond à l'air du temps : de nombreux médias étaient en effet demandeurs d'une telle formule, et les étudiants eux-mêmes sont de plus en plus à la recherche de tels contrats. Côté emploi du temps, 52% du temps (hors congés) sera passé dans les rédactions. Et, quand ils seront à l'ESJ, les apprentis recevront quasiment le même volume d'enseignement. Ces cours ou partages d'expériences continueront à évoluer, notamment en direction des médias numériques, pour correspondre encore et toujours aux évolutions de la profession.



La durée totale reste toutefois inchangée (un an de la mi-septembre 2021 à la même époque en 2022) pour que le diplôme soit toujours une licence professionnelle, co-validée par l'Université de Lille. Les recrutements pour la 27^e promo sont en cours, avec un nombre de candidats qui a battu tous les records, une preuve supplémentaire de l'engouement réel suscité par l'apprentissage.



CONNECTÉS, PARTOUT, TOUT LE TEMPS

Prendre rendez-vous chez le docteur, choisir un restaurant,
cultiver les champs, se divertir, mener une campagne politique, prier...

La transition numérique, c'est ça. Un courant qui modifie profondément nos pratiques et habitudes.
Par choix ou par obligation, certains restent sur la rive, se déconnectant de la frénésie ambiante.
Mais la plupart embarque avec plaisir dans ces technologies aussi innovantes qu'envahissantes.

Les possibilités offertes par le numérique sont considérables.

Mais les débats de société qu'il engendre ne sont pas rares non plus.

De l'éducation à la religion, en passant par le tourisme, le patrimoine, l'agriculture et l'amour,
plongez dans notre monde bouleversé par les algorithmes et technologies.





À COUTEAUX TIRÉS AVEC TRIPADVISOR

Bertrand Lefebvre est propriétaire du restaurant Au Côte d'Argent à Calais. Après chaque repas, il va voir ses clients qui semblent toujours satisfaits. Mais les retours ne sont pas les mêmes sur Internet... • PAR THOMAS DELEGLISE

Bertrand Lefebvre met un point d'honneur à répondre à tous les commentaires.

© Thomas Deleglise

1 079 avis

« Tout était très bien, m'avez vous dit. Pour mieux me descendre sous un pseudo. » ; « Vos assiettes étaient pourtant vides. Merci pour la jolie publicité mensongère. » ; « Quand le chef est passé vous voir, pas un mot. Merci pour votre franchise. » Des commentaires comme ceux-ci, il y en a des centaines sur la page Tripadvisor du restaurant Au Côte d'Argent. Bertrand Lefebvre, le gérant, se dit lui-même très susceptible, c'est pour cette raison qu'il répond à tous les commentaires postés sur les plateformes de notes. Paradoxe : il déteste ces sites. « Les gens critiquent et ne savent pas le boulot qu'il y a derrière. Ça peut démolir les gens. Les com-

« On note de la même façon un McDonald's et un restaurant comme le mien. »

BERTRAND LEFEBVRE
CHEF-CUISINIER
ET GÉRANT DU RESTAURANT AU CÔTE D'ARGENT

mentaires négatifs touchent autant mes employés que moi. Nous mettons beaucoup de cœur dans ce que nous faisons », regrette-t-il.

UNE SUBJECTIVITÉ QUI L'AGACE

Dans la restauration depuis trente-six années, le chef-cuisinier reste fidèle à une pratique : aller voir son client à la fin du repas. « Malheureusement, les gens ne sont pas toujours très francs... Mais bon, si tous ceux qui sont satisfaits mettent une bonne note, je serais peut-être à 99 % d'avis positifs, ce serait formidable. » Sauf que depuis l'explosion de ces sites de notation dans les années 2000, le Calaisien n'a jamais vu autant de notes et de commentaires négatifs.

Avec le Covid, Bertrand Lefebvre vit sûrement les jours les plus difficiles de sa vie professionnelle. Son appartement se situe au-dessus du restaurant, mais il ne peut pas s'empêcher de descendre pour travailler sur les tables, où d'habitude sont assis les clients. Ces longs mois de fermeture n'apaisent en rien sa colère contre les sites de notation. « La note est très subjective. Sans rien leur enlever, les petites brasseries qui font des plats que l'on peut manger chez soi sont classées de-

vant nous. Je trouve ça un peu dommage », déplore-t-il. Au Côte d'Argent pointe à la septième place (sur 114) des meilleurs restaurants calaisiens selon Tripadvisor. Une situation qui laisse perplexe le chef-cuisinier. « On note de la même façon un McDonald's et un restaurant comme le mien, la critique est devenue trop facile. » Trop facile et parfois de mauvaise foi.

BLÂMÉ POUR UNE MOUCHE...

Certains commentaires le mettent hors de lui. « Une fois, il y avait des travaux à côté de mon restaurant, j'ai reçu une critique... Qu'est-ce que je peux y faire ? Encore mieux, une mouche est tombée dans le verre d'un client. J'ai été blâmé là-dessus. »

Le chef cuisinier pointe tous les défauts de ces sites un par un : la subjectivité, la critique facile, la non catégorisation des restaurants et le manque de modération (voir page suivante). Pourtant, il y trouve tout de même un avantage. « On devrait tous les utiliser pour les photos. Elles me servent uniquement pour regarder les assiettes. C'est là qu'on peut voir s'il y a du travail derrière. » Pas suffisant toutefois pour faire changer l'avis global de Bertrand Lefebvre sur Tripadvisor et ses alter ego...

QUI SONT LE MEILLEUR ET LE PIRE HÔTEL DE LA CÔTE D'OPALE ?



1,8 contre 5 étoiles sur Google. 2 contre 5 sur 5 sur Tripadvisor. 4,7 contre 9,6 sur 10 sur Booking. Peu importe les sites de notation, la tendance est la même à chaque fois. Le Pacific, hôtel à Calais, possède la pire note de la Côte d'Opale. La Dolce Vita, installé à deux kilomètres de là, à Blériot-Plage, s'en sort avec la meilleure. Rien à voir niveau standing puisque le premier propose des prix défiant toute concurrence à 35 € la nuit alors que le deuxième en demande le triple pour la même durée.

« On est l'un des hôtels les moins chers ici, les gens se fichent des notes et des commentaires, ils veulent juste économiser de l'argent », indique Samir Tawsik, gérant du Pacific. Selon lui, les mau-

vaises notes s'expliquent par l'exigence disproportionnée des clients. « Les gens veulent du 4 étoiles à 35 €. Pour le même prix dans d'autres villes, ils seraient surpris de ce qu'ils trouveraient. De toute façon, les notes ne changent rien pour moi, il y aura toujours du monde », argue-t-il.

UNE COURSE À LA NOTE ?

Deux salles, deux ambiances. Caroline Lemaire, propriétaire de la Dolce Vita, est très déçue à la vue d'un 7 sur 10. « C'est pesant... Je ne vis pas pour ça mais quand on me dit que c'est parfait et qu'on me donne cette note, c'est décevant », regrette-t-elle. Pourtant, elle ne déçoit que rarement. Son hôtel se

rapproche même de la perfection en frôlant le 10 sur 10 sur Booking.

Au-delà de la qualité des services, c'est surtout sa personne qui met tout le monde d'accord. « Il n'y a pas de recette. Je suis moi-même, je suis dévouée et je me donne à 10 000 %. Ça se joue aussi énormément sur les regards et les sourires. Mais je ne demande jamais qu'on me mette des bonnes notes ! », assure-t-elle. Finalement, avec la moyenne ou pas, les hôteliers ne concourent peut-être pas à la course à la meilleure note. Tant que les clients réservent des chambres, le monde continuera de tourner pour eux. Tout au moins tant que ces fameuses notes ne seront pas l'unique critère de choix.

TRIP ADVISOR :
LE VRAI DU FAUX

2,1 %

des 66 millions d'avis envoyés en 2019 ont été identifiés comme frauduleux.

27 %

de chance qu'un avis ou commentaire frauduleux soit publié.

0,6 %

de tous les avis identifiés comme frauduleux ont été supprimés après leur publication.

Sources : Tripadvisor.

LES COMMERÇANTS RÉCLAMENT PLUS DE MODÉRATION

« Quand un touriste veut manger, c'est simple : il prend son smartphone, il tape "restaurant" et il regarde les étoiles et les commentaires ». Hervé Lefebvre est président de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih) du Calais et vice-président régional. Les sites de notations, il connaît. Une heure par jour, il décortique les commentaires postés sur les comptes de sa brasserie Le Café de Paris. « Je pense qu'il faut s'approprier ces sites de critiques. On se doit de répondre aux commentaires en s'excusant, en présentant le protocole, en se justifiant... Celui qui ne répond pas, ça va le desservir. La critique est presque toujours constructive », explique-t-il. Presque. Parce qu'il existe un fléau sur la toile : les spammeurs. Au Côte d'Argent, Hervé Lefebvre a déjà eu affaire avec ce genre d'individus. « Un client est venu et n'a pas apprécié. Tous les mois, il mettait le même commentaire sans que je puisse le supprimer. Le pire, ce sont ceux qui en postent sans être venus... ».

N'importe qui peut commenter et noter un restaurant. Si un client veut s'acharner sur une auberge, ou qu'un cuisinier veut dévaloriser la concurrence, il le peut. Il doit créer une adresse e-mail, se cacher sous un faux pseudo et... le -mauvais- tour est joué ! Ça, le président de l'UMIH du Calais ne l'accepte pas : « C'est trop facile de critiquer sous un autre nom. Je veux que les utilisateurs s'identifient avec une preuve de leur passage. Un ticket de caisse, une photo, un nom, un horaire, une date... À partir de ce moment, il sera plus simple d'écouter et



Hervé Lefebvre dans son restaurant. © Julien Pouyet/Nord Littoral

d'accepter la critique. » Caroline Lemaire, gérante de l'hôtel la Dolce Vita, s'est inscrite sur le site Booking et s'est retrouvée sur Tripadvisor sans son consentement. « Quelqu'un m'a inscrite à ma place », explique-t-elle. Aujourd'hui, elle avoue être davantage concernée par les avis laissés sur Booking. « Avec ce site, l'utilisateur est obligé de rentrer son numéro de réservation. Sur Tripadvisor, chacun est libre de mettre ce qu'il veut. » L'un devrait-il prendre exemple sur l'autre pour satisfaire les commerçants ? Quoi qu'il en soit, pour ces derniers, il faudrait que ça change.

Contacté par la rédaction, Tripadvisor n'a pas donné réponse à nos sollicitations.

AIRBNB, LES ÉTOILES DE LA DISCORDE

Rassurant pour les uns, inquiétant pour les autres : le système de notation d'Airbnb n'en finit pas de diviser les propriétaires de logements de tourisme... • PAR ALEXANDRE GOURNAY

La nuit est déjà tombée devant la « Coloc'au manoir », rue Pasteur à Lure (Haute-Saône). Cette belle petite bâtisse, de style Belle-Époque, avec une porte monumentale, est un ancien hôtel particulier reconverti en un ensemble de locations pouvant accueillir une petite dizaine de personnes. La sonnerie retentit et Marie Demesmay ouvre la grande porte de la demeure. Enseignante en arrêt maladie, la maîtresse des lieux propose le gîte sur Airbnb depuis environ six ans. « Sur le site, nous sommes notés sur cinq, explique-t-elle. Les critères sont la précision, l'arrivée, la propreté, la communication, l'emplacement et le rapport qualité-prix. Je trouve le système des notes sur cinq un peu ridicule : pour beaucoup, aujourd'hui, un quatre est considéré comme archi-nul ! C'est dingue d'être dans un monde où l'on s'évalue en permanence. »

Sur Airbnb, les clients peuvent aussi laisser des commentaires privés à leurs hôtes. « C'est appréciable, d'autant que ces remarques ne sont visibles que par nous. Cela permet aux gens de s'améliorer sans forcément les plomber. » Parce que ce qui fait la force d'Airbnb, ce sont les avis laissés par les voyageurs, librement consultables sur le site. Des avis qui forgent ou détruisent la réputation de l'hébergement... « Pour moi, le commentaire global pour les clients suffit, on n'a pas besoin du reste. » L'hôte est clairement opposée au système de notation. Une opinion renforcée par un constat dans sa propre sphère familiale : « Mon fils fait des trajets en Blablacar et se met une pression de fou avec les commentaires. Mais moi, ça ne me stresse pas. Je ne me sens pas du tout en compétition. » Elle dit ne pas se soucier de sa note, tout de même à 4,7. Pour-



tant, Marie reconnaît qu'elle ne peut résister à la tentation de consulter les notes des logements lorsqu'elle se rend elle-même en voyage.

L'ODE À LA SÉCURITÉ ET À LA TRANSPARENCE

À quelques centaines de mètres de là, rue Fréthin, voici Sophie Grosjean qui loue une chambre-studio de 35 m² juste à côté de son propre logement, c'est ce qu'elle propose sur le site. Et c'est le principe originel d'Airbnb : être logé chez les gens avec un espace privé, pour une durée déterminée. Sophie Grosjean s'est inscrite

sur le site en décembre et adhère au principe, en percevant les cinq étoiles de manière très positive. « On sélectionne les personnes que l'on veut recevoir suite à leurs demandes. Les gens que l'on reçoit peuvent donner un avis... C'est intéressant comme système. » Le gros avantage de la notation, pour elle, c'est le volet sécurité. « La note est un gage de qualité, un partenariat. C'est sécurisant, même si nous ne sommes pas à l'abri de quelqu'un qui n'est pas à la hauteur de ce que l'on attend. Airbnb repose sur la confiance des gens. »

TAUX DE SATISFACTION : L'AUTRE COURSE DES LIVREURS

99 %. Mohamed, livreur à Besançon, montre fièrement sur son téléphone la note plus que positive que lui attribue Uber Eats. « J'aimerais être à 100 %. La note permet d'être plus ou moins demandé par les clients. Mais c'est aussi beaucoup trop de pression. » Comme des dizaines d'autres livreurs, il sillonne la ville sur son vélo. Impossible de les louper, le week-end le long des quais du Doubs. Les coursiers Deliveroo ou Uber Eats sont particulièrement visibles avec leurs sacs vert flashy de forme carrée sur le dos.

Place Richebé à Lille, les livreurs sont aussi omniprésents entre midi et quatorze heures. Ils attendent au Mc Donald's, au Subway, ou dans des restaurants plus traditionnels, avant de repartir illico sur leur deux roues vers les clients affamés. D'autres patientent dans la rue, ou sont en attente d'une commande sur leur appli. Adekune Aziz en fait partie. « J'aime bien la notation, les clients peuvent vérifier si

on est bien sérieux. Au début ce n'était pas simple car j'avais beaucoup de dislikes, mais, avec le temps, j'ai amélioré ma note donc je suis assez satisfait maintenant. »

Adekune a aujourd'hui 97 % de satisfaction. Yassine fait un peu mieux, à 98 %. « Cela nous incite à aller plus vite pour avoir de meilleures notes. Pour booster nos chances, il est important de bien parler, d'arriver devant la porte et de rester courtois. La pression est facile à contourner. Si tu es débrouillard, tu t'en sors. »

Uber Eats donne aussi des recommandations à ses livreurs pour « obtenir un taux de satisfaction optimal ». L'entreprise assure que si les coursiers annulent ou refusent des livraisons, leur note n'est pas affectée... Cependant, Uber Eats précise : « Un taux de 90 % est requis pour pouvoir continuer à se connecter à l'application Uber Drive. » Une contrainte qui les condamne à assurer de nombreuses livraisons.



Pour les répartiteurs d'Uber Eats, une note inférieure à 90% signifie une exclusion du système. © Alexandre Gournay

« SI VOUS CATÉGORISEZ UN INDIVIDU, IL A PERDU SA CHANCE D'ÉVOLUER »

« Ars industrialis. » La formule latine a permis à Franck Trommenschlager, psychanalyste et psychologue à Luxeuil-lès-Bains (Haute-Saône), de travailler sur les nouvelles technologies pendant huit ans. « Ars industrialis » est le nom du groupe de réflexion dont il faisait partie, présidé par le philosophe Bernard Stiegler, décédé en 2020. Le collectif réfléchit à la place de la technologie dans la société et la vaste question du numérique trône au centre des discussions. Le psychanalyste a rejoint ce groupe de réflexion il y a dix ans. À l'époque, ce qu'on peut appeler le « jugement numérique » n'en était qu'à ses débuts. Depuis, les notes sur les écrans semblent incontournables dans l'économie digitale. « Sur Amazon, vous n'avez pas forcément de système de régulation qui peut vous garantir la fiabilité d'un produit. Pourquoi ? Parce qu'il faut écouler les stocks à toute vitesse. Ce qu'ils font, c'est le do it yourself. C'est vous qui faites tout à la place de ces structures, via des systèmes de notation ou d'évaluation qui les dédouanent d'une forme de responsabilité... » Franck Trommenschlager lie aussi ce phénomène à l'ubérisation, le fait pour des entreprises - souvent des indépendants - de proposer des services moins chers en passant par des plateformes de réservation sur le net. « On fait tourner un système en boucle où on répond aux besoins des gens quasi immédiatement. Le Covid a été l'alibi de l'ubérisation... »

Cette évaluation des services pour et par tout le monde n'est pas sans conséquences... « Le point positif, c'est l'aspect contributif du système de notation. C'est le sentiment que vous allez laisser quelque chose, un témoignage de vous-même. Sur Amazon, je regarde les notes, car ça crée un climat de confiance et cela vous permet de connaître des choses que le vendeur ne va pas forcément signaler. » Selon lui, les notes doivent permettre de construire des échanges constructifs. « Dans les systèmes de notation, vous avez aussi beaucoup de connaissances et d'objectivité, et parfois de la subjectivité ! Il faudrait apprendre aux enfants à discerner, à penser ces notes : ce système de notation, il t'apporte quoi ? »

CONTRIBUTION CONTRE RÉIFICATION

Mais le système révèle aussi très vite son côté obscur : « La notation dans son aspect positif est la contribution. Mais le niveau négatif, c'est la marchandisation de l'individu. Ce dernier devient lui-même l'objet d'une transaction où on va évaluer un vendeur comme si c'était l'objet lui-même. C'est ce qu'on appelle un principe de réification : on va enlever le droit à l'erreur, le caractère humain d'une personne pour le réifier, pour le chosifier, et pour l'évaluer comme on évaluerait une marchandise. » Il critique également la stigmatisation qu'entraîne l'afflux de notes : « Si vous annotez quelqu'un négativement, vous le catégorisez. Si vous le catégorisez, il a perdu sa chance d'évoluer. On lui donne une image fixe. Et un individu ne peut jamais avoir une image figée... » La généralisation de ces étoiles et de ces pourcentages pour juger peut être dangereuse, pense le psychologue : « Les notes par les clients sont une forme de ségrégation. Nous ne sommes pas très loin de l'étoile jaune et du régime de Vichy. Il faut faire attention à la catégorisation, Aristote le



Franck Trommenschlager met en lumière le côté obscur des systèmes de notation sur internet et les réseaux sociaux. © Alexandre Gournay

disait déjà. Elle appelle le rejet. Le sous-entendu est que si vous n'êtes ni utile ni rentable, vous dégagez. »

Face aux effets pervers du numérique en général, Franck Trommenschlager propose de philosopher son usage avec le concept du pharmakon. Une idée qui remonte à Socrate et à Platon : « Il ne faut jamais oublier cette règle que toute technologie, tout outil, tout système technologique, est à la fois un poison et un remède. Avec des ciseaux, vous pouvez ouvrir un sachet ou vous couper le doigt. C'est un peu pareil avec l'informatique. » Nous pouvons à la fois avoir accès à des savoirs infinis ou devenir addict. La solution ? « Il ne faut pas être technophile ou technophobe, il y a un juste milieu à rechercher... » Un dosage propre à chacun : « Savoir comment on transforme son activité, ce qu'on fait, en poison ou en remède. »



Marie Demesmay dans sa « Coloc'au manoir ». © Alexandre Gournay

Sophie, qui travaille dans le tourisme, veut profiter de ce service pour faire la promotion de sa région, la Franche-Comté. « J'ai envie de partager, d'être un peu le guide touristique à la maison. On ne vient pas chez moi pour dormir et ne rien faire ! » Et rien de mieux pour attirer des gens qu'un 5/5. « Je n'ai pas à rougir de la qualité de mon logement dont le design est soigné, je suis sereine. Mais je reste attentive s'il y a des écarts. » Elle n'oublie pas l'idée de base de la notation : permettre de se corriger et donc d'évoluer positivement.



LA PETITE HISTOIRE DE LA NOTATION NUMÉRIQUE

Dans la pensée collective, la notion de « notes » dans le sens de « juger les capacités d'une personne ou d'un service sur une échelle de valeurs numérotées » renvoie depuis longtemps à l'école. Ce sont les célèbres notes sur 20 ! Aujourd'hui, elles s'immiscent ailleurs avec les écrans : Google, Amazon, Blablacar, Airbnb, Uber Eats ou taxis Uber, mais encore Letterboxd, Allociné, Booking.com, Vinted, Facebook...

Les premières notes attribuées à des produits par les acheteurs remontent aux années 1990. C'est un certain Amazon qui a initié la tendance, en utilisant les cinq fameuses étoiles qu'on retrouve partout aujourd'hui. Uber et Blablacar sont allés plus loin dans les années 2000 : ce ne sont plus seulement les produits, mais aussi les hommes - les services des chauffeurs et coursiers - qui sont évalués. Depuis, les notes se sont généralisées dans différents domaines, comme les questionnaires de satisfaction pour les opérateurs téléphoniques. Le géant Google s'y est mis également : n'importe quelle entreprise, lieu culturel ou service public est noté par les internautes de une à cinq étoiles jaunes.

Le système de notation le plus abouti et le plus intrusif dans la vie privée se trouve sans doute en Chine. Le pouvoir communiste a imposé à ses citoyens un contrôle permanent via une très orwellienne « notation sociale ». Et suivant la hauteur de cette note, elle permet - ou non - à chacun de louer un appartement, une voiture, obtenir un emploi, bénéficier d'aides sociales...



Patrick Laffont (à gauche),
maire de Laroque-d'Olmes,
et ses adjoints (à droite). © DR



LES POLITIQUES JOUENT LE JEU DES RÉSEAUX SOCIAUX

Habitués par nature à la communication, les politiques doivent apprendre à dompter les réseaux sociaux. Ce qui est loin d'être évident... • PAR CASSANDRA DUCATILLON

Patrick Laffont est maire de Laroque-d'Olmes, en Ariège. Très adepte des réseaux sociaux, il a d'ailleurs déjà fait l'objet d'attaques à ce sujet. Épinglé par *Le Canard Enchaîné*, il a aussi été élu 4e maire "le plus toxique de France" par *Marianne* (notamment derrière Patrick Balkany et Jean-Claude Gaudin) pour son égocentrisme dans les rapports de conseil et sur les réseaux sociaux.

Mais le maire ariégeois n'en démord pas. Pour lui, « les réseaux sociaux sont les plus gros canaux de communication ». Patrick Laffont est d'ailleurs sur tous les fronts : Facebook, Twitter, Instagram... et même TikTok !

Le Laroquais justifie sa communication massive sur les réseaux par une caractéristique particulière de son territoire : l'isolement. « En Ariège, beaucoup de personnes âgées sont isolées, et ne peuvent même pas se déplacer en kiosque », explique-t-il. Par ce biais, l' élu « entretient un contact perpétuel avec ses habitants et ceux des communes alentours ». Le contact, pour lui, c'est essentiel. « Je ne veux pas avoir l'air d'un maire lointain, éloigné

de ses habitants », affirme-t-il.

Alors, les réseaux sociaux constituent un bon compromis. « Les gens voient beaucoup plus ce côté sympathique et proche, sans pour autant qu'on me tape sur l'épaule dans la rue », témoigne-t-il. Le maire de Laroque-d'Olmes souligne également son besoin de s'exprimer librement : « Ici, je peux parler comme je l'entends et comme j'en ai envie. Je peux jouir pleinement de mon libre arbitre ! »

PESER SUR LE DÉBAT

C'est aussi l'avis de Thierry Pfister. Ancien journaliste au *Monde* et à *L'Obs* et chargé de mission auprès du Premier ministre sous Pierre Mauroy, il a de nombreuses fois décrypté les canaux de communication utilisés en politique. Selon ce dernier, la liberté d'expression qu'offrent les réseaux sociaux permet de « contribuer à peser sur le débat politique électoral et parlementaire ».

Les deux hommes s'accordent sur un autre point : la rapidité qu'offrent les réseaux sociaux peut être un plus pour communiquer

en politique. Le maire de Laroque-d'Olmes estime que « si un événement se déroule à minuit, ce n'est pas dans la presse que je vais pouvoir intervenir le plus rapidement. Les réseaux sociaux offrent cette spontanéité ».

Néanmoins, Thierry Pfister avertit sur les conséquences déjà visibles, qui continuent de s'accroître, à cause de ce besoin de vitesse. « Ces vecteurs de diffusion se sont transformés en raison du numérique (réseaux sociaux) et des réseaux d'informations instantanés. Dans les deux cas, ces supports privilégient le commentaire à l'enquête car ils ont besoin de réactions immédiates et d'une diffusion continue », explique-t-il. Cela tend alors à la suppression de l'approfondissement effectué, à l'origine, par les médias.

COMMUNICATION OU INFORMATION ?

Désormais, « la notion de communication a pris le pas sur l'information (...). Or, la communication est une version prédigérée de l'information », argumente l'ancien politique. La course à l'information devient la course à

L'ÉTAT SOIGNE SA RÉPUTATION...

Tout dans la communication et dans les réseaux sociaux, voilà la stratégie gouvernementale pour améliorer sa réputation. Ces outils constituent un véritable tremplin pour les campagnes à venir. Personne n'est sans savoir qu'à l'heure actuelle, les réseaux sociaux sont le vecteur de communication qui touche le plus de monde. Mais en plus de cela, ils offrent la possibilité de toucher une population plus jeune : les électeurs de demain.

Alors, l'Etat a investi auprès de deux entreprises afin de diagnostiquer sa réputation sur Internet. 2,8 millions d'euros : c'est la somme offerte par le gouvernement afin de surveiller les réactions à son contenu sur les réseaux sociaux.

Les entreprises retenues pour le marché sont des expertes du social listening. La formulation peut paraître brutale, voire intrusive. Néanmoins, il s'agit de techniques déjà utilisées depuis longtemps par les plateformes telles que Facebook ou Twitter. Plus précisément, il s'agit « de mesure d'impact sur les réseaux sociaux pour permettre au gouvernement de détecter, analyser et mesurer les préoccupations et attentes des internautes vis-à-vis de son action en particulier et de l'actualité en général » selon la fiche du Bulletin officiel des annonces de marchés publics (BOAMP).

Si cela représente un véritable coup de boost pour la campagne pour certains ou de l'espionnage pour d'autres, il s'agit indéniablement d'un pari onéreux.



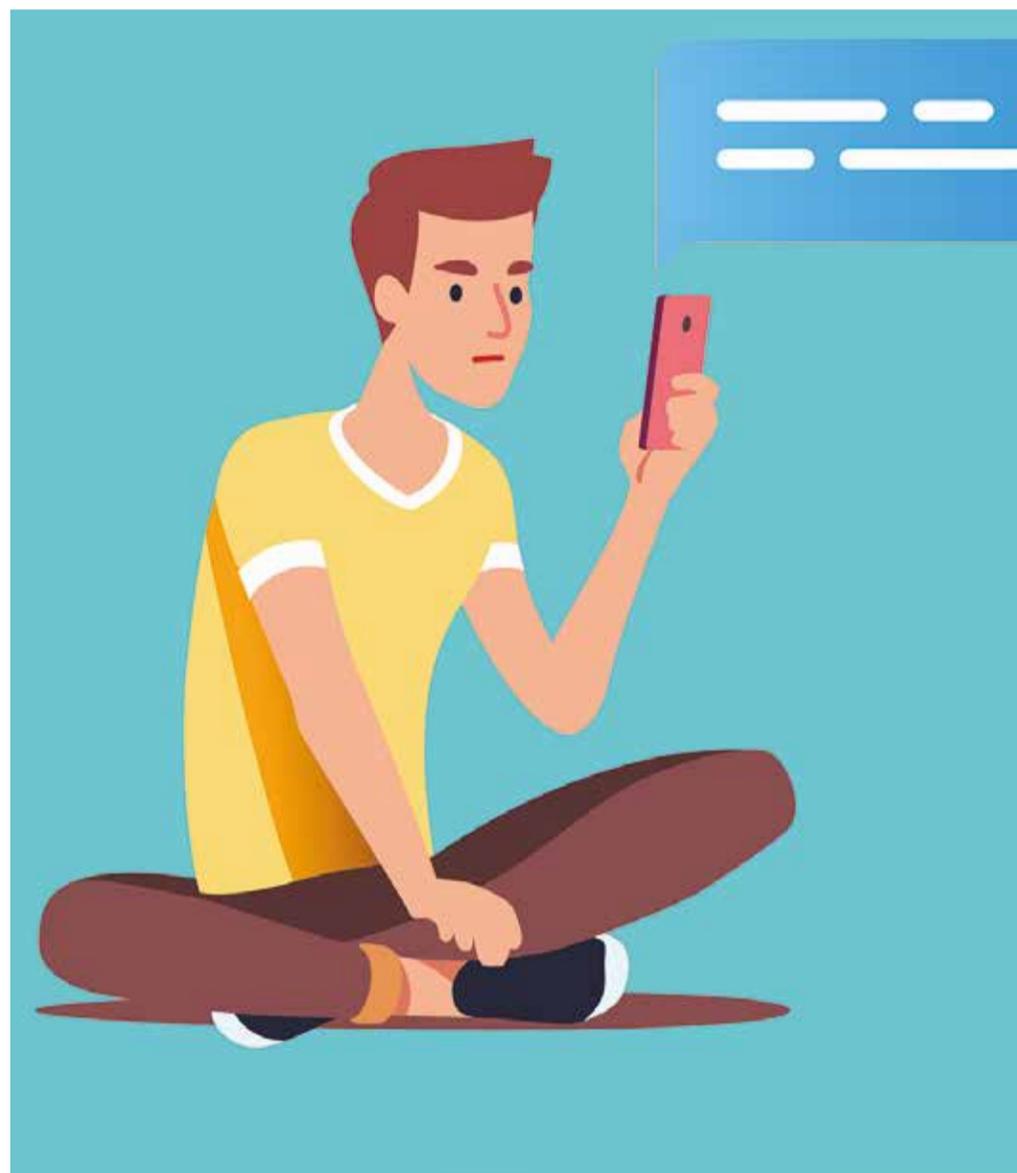
la réaction. « Il est devenu primordial d'être le premier à réagir. Tout événement est devenu sujet à la récupération politique », déplore Patrick Laffont.

Ainsi, depuis l'avènement des réseaux sociaux, les députés, sénateurs ou encore les élus jouent le jeu de la réaction, donnent à voir des semblants d'information à leurs internautes, qui peuvent être en réalité, plus que jamais désinformés.

« Il est devenu important d'être le premier à réagir. Tout événement est devenu sujet à la récupération politique. »

PATRICK LAFFONT
MAIRE DE LAROQUE-D'OLMÉS

À WIMEREUX, LES RÉSEAUX SOCIAUX ONT FAIT BASCULER L'ÉLECTION



Dans la station balnéaire de 7 000 habitants du Pas-de-Calais, la campagne pour les élections municipales de 2020 a rarement été aussi mouvementée. L'entre-deux-tours rallongé de plusieurs mois a permis de renverser une élection où les réseaux sociaux ont joué un rôle primordial. En effet, au soir du premier tour des dernières élections municipales, l'avocat Aurélien Portuese pensait avoir fait le plus dur pour briguer la mairie de Wimereux. Il était arrivé en tête des six candidats en lice avec 32,43 % des voix, soit quasiment 10 points d'avance sur son rival le plus proche Jean-Luc Dubaele.

Rien ne semblait pouvoir empêcher le trentenaire de remporter l'élection municipale. Dans un entre-deux-tours rallongé en raison des conditions sanitaires, un événement va cependant faire chanceler l'élection.

UNE MAUVAISE UTILISATION DU RÉSEAU TÉLÉGRAM

Tout bascule au début du mois de juin quand Loic Cheuva, l'un des colistiers d'Evelyne Portolan, éliminée dès le premier tour, est alerté par sa fille de 14 ans de l'existence

d'un groupe sur le réseau social Telegram : « C'est un ami qui regardait les différents groupes Telegram sur Wimereux qui est tombé dessus et a vu qu'ils insultaient mon père, il m'a prévenu », explique t-elle.

Sur ce groupe, de nombreux messages d'insultes voire de menaces à l'encontre des différents candidats. Problème, ce groupe est composé exclusivement de membres de la liste d'Aurélien Portuese. Les colistiers pensaient ce groupe privé, or tout le monde pouvait y entrer et voir les différents messages. Suite à la découverte de ces échanges, cinq plaintes pour injures et diffamation sont déposées par les membres des listes visées par les messages.

Suite à la révélation de cette affaire dans la presse, peu de temps avant le scrutin du second tour, l'opinion publique s'est retournée et a voté massivement pour Jean-Luc Dubaele, arrivé deuxième lors du premier tour. Ce dernier a récolté plus de 45 % des suffrages lors d'une quadrangulaire et a été élu avec 14 points d'avance sur son rival.

MARTIN BIZERAY

Elles sont 3 600, juste au-dessus de la tête des 341 000 Niçois. Les caméras de vidéosurveillance ont pris une place considérable dans le paysage de la ville depuis 2008. Alors qu'elles n'étaient que 280 à son arrivée, le maire Christian Estrosi a décidé de faire de cet outil le fer de lance de sa politique sécuritaire. En dix ans, Nice est devenue la ville la plus vidéo surveillée de France.

Le Centre de supervision urbain (CSU) de la ville est le poumon du système sécuritaire niçois, il se compose de trois salles, équipées de cinquante à soixante-dix écrans et cent fonctionnaires. Une des salles est chargée de surveiller les abords de 153 établissements scolaires de la ville. Une autre salle est consacrée aux transports en commun, en particulier le tramway. Enfin, dans la dernière salle, les agents municipaux vérifient la sécurisation de l'espace public. Les images sont toutes enregistrées et visionnables pendant dix jours, si la justice les demande.

Anthony Borré, premier adjoint au maire et chargé de la sécurité, assure que cet outil est efficace. Selon les services de la ville, en 2020, 5 740 interpellations ont été permises grâce aux caméras (soit une hausse de 34 % par rapport à l'année précédente) et 1 600 réquisitions judiciaires ont été formulées par le procureur.

Mais le maire veut aller plus loin et veut parfaire son système sécuritaire avec des outils de reconnaissance faciale. Lors du carnaval de Nice en 2019, la mairie a été autorisée à expérimenter pendant trois jours cette technologie. « 100 % de réussite », c'est ce que revendique Christian Estrosi, pour cette expérience qui a réuni 5 000 cobayes dont 50 avaient fourni une photo plus ou moins datée. Un logiciel de l'entreprise israélienne AnyVision avait été déployé pour l'une des entrées du carnaval afin d'évaluer sa fiabilité. La mairie rapporte que le logiciel avait su retrouver les personnes, malgré certains camouflages et avait même pu distinguer des jumeaux.

Retiqué par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) pour d'autres projets comme l'application Reporty qui consistait pour les citoyens niçois à filmer des incivilités en direct sur leurs smartphones, Christian Estrosi espère un revirement du côté de gouvernement. Il est prêt à faire basculer du jour au lendemain les 3 600



SOURIEZ, VOUS ÊTES FILMÉS !

À Nice, la technologie numérique est en pleine action dans les rues. Avec une caméra pour 110 habitants, c'est déjà la ville la plus équipée de France en caméras de vidéosurveillance. Son maire, Christian Estrosi (LR) veut aller encore plus loin en usant de la reconnaissance faciale • PAR AGLAË KUPFERLÉ

caméras de la ville en scanners de visages. « Tant que le législateur n'a pas tranché, on ne peut rien mettre en place. Mais la technologie est prête. Dès que nous en avons l'opportunité nous faisons des tests en partenariat avec des startups spécialisées dans les logiciels d'intelligence artificielle. Nice est un véritable terrain de jeu pour Thalès, Two-i ou encore AnyVision », révèle la mairie.

DES CITOYENS SCEPTIQUES

Même si la plupart des Niçois semblent adhérer au programme sécuritaire du maire (Christian Estrosi a été réélu pour un troisième mandat avec 60 % des voix en 2020), certains citoyens continuent de se mobiliser contre les caméras qui peuplent la ville. « On voit bien ce que ça a donné le 14 juillet 2016 », soupire d'entrée Henri Busquet, membre de la Ligue des droits de l'homme de Nice. Avec son association, il considère que la technologie sécuritaire mise en place à Nice est un placebo. Il a eu accès aux chiffres sur la délinquance dans la ville, fournis par le ministère de l'Inté-

rieur : « Depuis sept ans, les agressions sont en hausse, le nombre de vols stagne mais le nombre de caméras a été multiplié par trois. » Il ajoute : « On ne s'oppose pas aux mesures par principe. Les caméras ont prouvé leur utilité sur certains axes principaux et sur les parkings. Mais ce qui nous gêne, c'est la surveillance généralisée et permanente. On met brique après brique les éléments pour arriver au système chinois. »

Irénée Régnault, chercheur et consultant en transformation numérique, porte lui aussi un regard très critique sur la politique sécuritaire via la vidéosurveillance : « Il y a une intolérance de plus en plus forte envers ce qui dépasse de la norme et donc une demande sociétale pour réguler toutes sortes d'incivilités. La réponse des politiques, c'est de mettre la technologie au service de la surveillance. Grâce aux caméras, les politiques pensent rassurer la population, mais ce n'est pas le cas. Les caméras arrêtent des voitures, pas des terroristes. » Face aux essais de reconnaissance faciale qu'a mené la ville de Nice

« Nice est un véritable terrain de jeu pour des startups comme Thalès, Two-i ou encore AnyVision. »

SERVICE DE LA COMMUNICATION
MAIRIE DE NICE

À LILLE, LES YEUX DE LA VIDÉO DIVISENT



lors du carnaval, Irénée Régnault se montre inquiet : « C'était une véritable catastrophe. L'expérimentation a été menée n'importe comment, les 5 000 personnes concernées par le test n'ont pas été correctement informées du caractère particulier des données biométriques, ni du caractère éminemment dérogatoire de l'expérience. C'est inquiétant pour la suite car les maires s'en fichent de plus en plus de ce que dit la Cnil... »

LA CNIL RÉGULE ENCORE LA RECONNAISSANCE FACIALE

Depuis 2018, la Cnil plaide pour un "code de la route" de la reconnaissance faciale. Encore récemment, en février 2021, le gendarme français de la vie privée avait averti le FC Metz, club de football, qui envisageait d'installer un système permettant d'identifier de façon automatisée les personnes interdites d'accès et les objets abandonnés dans son stade. La Cnil a rappelé qu'un système qui repose sur le traitement de données biométriques n'est pas licite au regard du RGPD (Règlement général sur la protection des données) et de la loi Informatique et Libertés. Si la Cnil n'est aucunement catégorique sur l'utilisation de cette technologie, elle défendait un usage minimal et très encadré dans un rapport publié en 2018. L'autorité mentionne que « les données biométriques sont relatives à l'intimité de la vie privée des personnes. Elles présentent la particularité de permettre à tout moment l'identification de la personne concernée sur la base d'une réalité biologique qui lui est propre, permanente dans le temps et dont elle ne peut s'affranchir. La reconnaissance faciale, tout comme les autres techniques biométriques, n'est donc jamais un traitement tout à fait anodin. »

Plusieurs quartiers de Lille accueilleront une cinquantaine de caméras de vidéosurveillance en 2021. Martine Aubry s'y était pourtant opposée lors de ses précédents mandats, pour finalement s'y résoudre sur demande des commerçants lillois. « Une caméra de surveillance ne pourra jamais rattraper un voleur », affirmait la maire lors du conseil municipal du 9 octobre 2020. Pourtant, cinquante nouvelles caméras feront irruption dans le paysage des habitants pendant l'année en cours. Dans la rue Jules Guesde et ses alentours, on compte déjà huit caméras depuis 2016. Cinq ans plus tard, les commerçants, pourtant demandeurs, ne sont pas convaincus : « Les deals continuent et je suis persuadée que les images ne sont pas visionnées par la police », s'agace Anita Duquenoy, employée à La Lainière de Wazemmes depuis 21 ans et habitante du quartier. Amine, vendeur dans la boutique Corner Mobile au bout de la rue Jules Guesde, voit la caméra au-dessus de son magasin tous les jours. Il porte le même avis que sa collègue : « Elles sont vraiment là pour le décor, personne ne regarde ce qui se passe. La ville les a installées sous la pression des commerçants, mais la vérité c'est que ça n'a rien changé. » Interrogé au sujet des images captées par les caméras, Jean-Claude Menault, adjoint à la sécurité, concède : « Il n'y a actuellement pas de suivi en temps réel. »

Malgré ces retours d'expérience contrastés, la mairie va déployer des caméras dans plusieurs quartiers de Lille. Selon la maire, « ce dispositif permettrait d'apporter des preuves qui, jusque-là manquaient pour lutter contre les deals et l'insécurité ». Les quartiers Masséna, Solférino, la Briqueterie et Saint-Maurice Pellevoisin seront concernés par cette mesure. Le coût de celle-ci s'éleverait à 2 millions d'euros. La place des Reignaux en bénéficie déjà avec deux caméras installées depuis fin mars 2021. Dans l'enseigne de la Mie Câline, les deux employées Maria et Nathalie peuvent la contempler derrière le comptoir. « Dans le secteur de la gare Lille Flandres, tous les commerçants en demandaient et comme dans toutes les villes, les quartiers des gares craignent », souligne Maria. Les deux femmes expliquent faire face à de la violence au quotidien dans leur magasin : « Il y a souvent des toxiques, ils sont vraiment incontrôlables. Il faut faire comme si on n'avait pas peur alors que je crains tous les jours de me prendre un coup de couteau », raconte Nathalie. Si l'arrivée des caméras les rassurent, les deux femmes ne placent pas grand espoir sur cet outil sécuritaire : « Pour l'instant, on est contentes et on espère que les violences vont se



calmer. Mais je pense qu'en vérité, ça va juste déplacer le problème. » De l'autre côté de la rue, la Grande Pharmacie de Paris n'attend pas non plus de miracle : « On se fait piller tous les jours et mes employés font face à des agressions et menaces au quotidien. Les caméras donneront des preuves en cas de délit ou de trafic. Mais dans ma pharmacie, cela ne changera rien », explique le gérant.

De son côté, Ahmad, propriétaire de Chicken Ville sur la place des Reignaux compte sur les caméras pour rendre plus sûr le quartier et attirer les clients : « Il y a des bandes qui dealent de la cocaïne ici, donc bien sûr les clients ont peur de venir jusqu'à nous. On aimerait que ça change, c'est pour ça que je demande depuis longtemps des caméras. »

Stéphane Baly, conseiller municipal de l'opposition chez Europe écologie Les Verts, s'oppose à cette méthode de vidéosurveillance à Lille. Il pointe du doigt l'inefficacité des caméras déjà mises en place. Pour lui, elles auraient plutôt un "effet plumeau" : « Le problème serait simplement déplacé d'une dizaine de mètres », explique-t-il. Il ajoute : « On le voit très bien à Nice, c'est la ville la plus surveillée de France et il n'y a pas moins de délinquance qu'ailleurs. » Il accuse Martine Aubry de faire le choix de la technologie plutôt que de l'humain : « Je pense qu'il faudrait plutôt doubler les effectifs de la police municipale », se justifie-t-il.

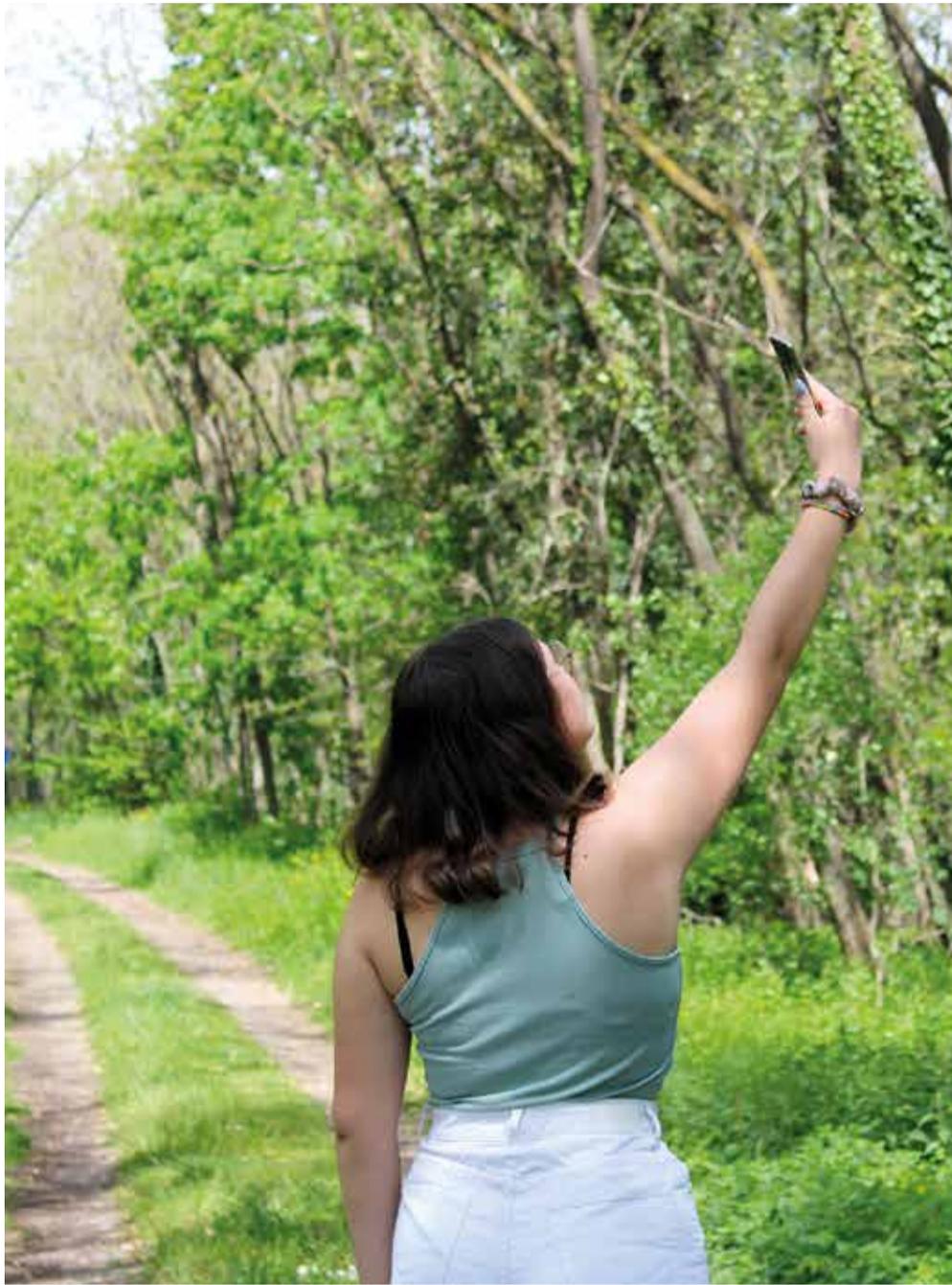
À cette critique, la maire répond qu'en effet, seules, des caméras ne servent à rien et que les effectifs de la police municipale de Lille seront renforcés avec cinquante nouveaux agents en 2021. Pour pallier le problème du visionnage en temps réel des images, un nouveau Centre de surveillance urbaine (CSU) va être créé, sur le modèle d'autres villes comme Nice. Dans celui-ci des opérateurs pourront visionner en direct les images captées par les dispositifs de vidéoprotection. Ce centre prendra place dans un ancien hôtel de police, rénové pour l'occasion.

LES PETITES COMMUNES FILMENT AUSSI...

Staple, 600 habitants et neuf caméras. C'était la promesse de campagne d'Eddie Defèvre pour son second mandat à la tête de la petite commune du département du Nord. Mais pourquoi de la vidéosurveillance dans un si petit village ? « Pour moi, les petites communes ne sont pas moins concernées par les incivilités que les villes. On fait face à de nombreux cambriolages et dégradations de biens », souligne le maire.

Dès ce printemps 2021, neuf caméras ont donc été installées progressivement, à la fois au centre puis aux entrées et sorties du village. Soit une caméra pour 77 habitants. Il y deux ans, la municipalité avait déjà fait installer un système de surveillance dans un local de distribution de denrées alimentaires. « Grâce à cette caméra, on avait pu repérer qui dégradait le local. Ça s'était réglé à l'amiable et ensuite on n'a plus eu de soucis. Après cette bonne expérience, on voulait élargir l'usage d'outils sécuritaires », explique Eddie Defèvre.

Avec ces nouvelles caméras, la mairie prône surtout un effet dissuasif. Les Staplois ne seront pas observés en permanence. « On utilise de la vidéoprotection et non pas de la vidéosurveillance, avec mon adjoint, je n'aurai accès aux vidéos qu'en cas de problème », précise le maire. Mais si les incivilités se multiplient, Eddie Defèvre est prêt à distribuer les avertissements, même pour des faits qui semblent négligeables, quitte à paraître extrême. « Si on remarque qu'il y a sans arrêt des crottes de chiens non ramassées dans la commune, je n'hésiterai pas à consulter les caméras et à aller voir les habitants qui commettent ces oublis », répond sérieusement l'édile de Staple. Selon ce dernier, sa politique sécuritaire fait l'unanimité auprès des Staplois, il rappelle : « C'était une de mes propositions de campagne, on m'a élu et la mesure a été votée à l'unanimité au conseil. »



ZONE BLANCHE EN PÉRIODE DE CRISE

Xavier et Sylvie ont quitté leur vie citadine pour vivre à la campagne. Une vie dont ils avaient rêvé mais que le confinement et les problèmes de réseau ont transformé en cauchemar. • PAR ALEXANDRE PENARD

Dans des centaines de communes françaises, capter du réseau est encore impossible.

Dans la petite commune girondine de Lagorce, il y a deux sujets sur lesquels les habitants prennent plaisir à plaisanter : les horaires d'ouverture pas toujours clairs de la boulangerie et la couverture réseau. Pourtant, le village d'un peu moins de 1 800 habitants ne fait pas partie de la liste des 541 communes classées en zone blanche par le gouvernement. Une absence dans ce recensement que beaucoup ne comprennent pas. Cette incompréhension, Xavier et sa famille avaient décidé d'en faire abstraction lors de leur arrivée en 2019.

Ces ex-citadins bordelais avaient décidé de quitter le rythme effréné de Bordeaux pour le calme de la campagne girondine. Xavier, directeur d'entreprise, explique la raison de cet exode, pas si ordinaire à l'époque. « Il y a bientôt trois ans, j'ai eu la possibilité de diriger une entreprise spécialisée dans le bois, près de Lagorce. Nous n'avons pas eu à réfléchir longtemps avec ma femme, la vie citadine ne nous convenait plus et nos filles allaient bientôt quitter le nid. » Sylvie, sa femme, est infirmière libérale. Ils n'avaient donc aucune attache particulière dans la métropole girondine et l'attractivité du marché de l'immobilier en campagne confirmait leur décision. « Notre loyer sur Bordeaux était astronomique, se souvient Sylvie,

nous n'étions pas à plaindre mais aujourd'hui nous avons une grande maison avec jardin pour un loyer deux fois moins élevé. »

Pourtant à l'époque, cette décision ne fait pas l'unanimité dans l'entourage de la famille. « Beaucoup d'amis bordelais ne comprenaient pas que l'on s'éloigne du confort de la vie citadine, explique Xavier. Mais pour nous, c'était fini l'époque où les zones rurales étaient des zones déconnectées. » Cette idée était confortée dans la réflexion du couple avec l'annonce d'Emmanuel Macron qui, en 2017, déclarait : « L'ensemble de la population aura le très haut débit en 2022, dont 80 % en fibre. »

L'ÉPREUVE DU CONFINEMENT

Quelques mois après leur emménagement, un virus venu de Chine commençait à faire parler de lui. Début février, on parlait de sa progression sur le territoire français. « Quand le Covid a commencé à devenir réellement menaçant en France, nous étions soulagés d'être si éloignés de la ville et des attroupements. Mais quand le confinement a commencé, ce soulagement est rapidement devenu un sentiment d'isolement. » La raison de cela ? Une couverture réseau quasi inexistante qui est devenue un véritable handicap au fil des semaines de confinement strict. « Ma première

fillette était en terminale et devait donc passer le bac. À l'époque, nous ignorions les modalités de l'examen et suivre les cours à distance était un combat quotidien. »

Dans la commune girondine, 26 % des logements ont des difficultés d'accès à Internet. Un phénomène auquel la famille avait déjà fait face lors des mois précédents, mais qui n'avait jamais été un tel frein. « Chaque visionnage de film sur un site de streaming était déjà un véritable challenge. Nous sommes obligés d'attendre que le film puisse avoir assez avancé pour pouvoir le regarder mais parfois les pauses sont si longues que nous renonçons tout simplement à ce moment de détente. »

Concernant la convivialité, le premier confinement a vu naître de nouvelles pratiques, comme les apéros en visio. Un moment de

« Pour nous, c'était fini l'époque où les zones rurales étaient des zones déconnectées... »

XAVIER

PÈRE DE FAMILLE MAL CONNECTÉ À LAGORCE

À COLMAR, DES TABLETTES POUR SE RECONNECTER



Abiba et ses enfants, autour de la tablette offerte par la ville. © Aglaé Kupferlé

UNE COUVERTURE MOBILE À AMÉLIORER

Sur cette carte, la zone en bleu correspond à la zone de déploiement prioritaire qui coïncide avec les zones peu denses. Ces zones correspondent aux communes peu peuplées en zones rurales où les opérateurs ont des obligations de couvertures réseaux. Ces obligations sont régulées par un plan allant jusqu'au 8 décembre 2030 qui prévoit que 97,7 % de la population en zone prioritaire ait accès au très haut débit mobile.

Carte interactive pour vérifier la couverture voix/data sur : <https://monreseaumobile.arcep.fr/>



partage inenvisageable pour le couple. « Avoir un lien à distance avec un de nos proches était un véritable périple, se remémore Sylvie. Sans accessibilité de réseau par téléphone, nous utilisions les appels par Internet comme WhatsApp ou FaceTime...Cependant, avec le faible débit, l'échange était souvent haché, entrecoupé et entraînait parfois une impossibilité à se comprendre et donc à communiquer avec notre famille. »

AUX GRANDS MAUX, LES GRANDS REMÈDES

Au milieu du mois d'avril, Xavier et Sylvie prennent la décision d'investir dans une deuxième box Internet. Un investissement leur permettant de ne pas être quatre sur le même réseau. « Quand notre fille au lycée avait des cours en visio, nous évitions de nous connecter sur le réseau. Après l'achat de la deuxième box, nous nous mettions simplement sur l'autre connexion Internet », commente Sylvie. Cependant, et malgré les solutions mises en place par ses parents, cette expérience reste un mauvais souvenir pour Camille, l'aînée de la famille. « C'était tellement de contraintes et de stress rajoutés inutilement. Je suis maintenant étudiante sur Bordeaux, et à l'annonce du second confinement, j'ai préféré rester seule en ville. » Une décision que les parents ont accepté non sans mal comme le témoigne Xavier : « On a admis qu'elle reste seule là-bas pour que la qualité de son enseignement ne diminue pas à cause de notre connexion. Mais la savoir seule en cette période était très compliqué pour nous. »

Dès l'entrée dans le petit appartement d'Abiba Sahel dans le quartier Europe de Colmar, résonne le tube Anissa de la jeune chanteuse Wejdene. Le son sort tout droit de la tablette autour de laquelle s'affairent les trois enfants Anesse, Rania et Nesrine. Abiba et ses enfants ont longtemps été exclus du numérique, malgré eux. Faute de moyens, la maman des trois enfants se débrouillait avec un seul téléphone portable. Une situation difficile, notamment pour effectuer toutes les démarches administratives mais aussi pour l'école à distance des enfants, lors du premier confinement en mars 2020.

Mais à Colmar, une entrée en CP d'un enfant est désormais synonyme d'acquisition gratuite d'une tablette numérique. Cette initiative, mise en place depuis 2016, vise à faciliter l'apprentissage du numérique des jeunes colmariens.

Une chance pour de nombreuses familles populaires de la ville, comme la famille Sahel, qui s'est vu rembourser à hauteur de 120 €, deux tablettes lors de l'entrée en CP d'Anesse et Rania. Depuis, leur maman a pu se créer une adresse mail personnelle, lui permettant de consulter directement des services comme ceux de la CAF. Avec cette tablette, elle peut aussi plus facilement prendre contact avec sa famille loin de Colmar, consulter les offres de logements et d'emploi.

LA TABLETTE LOIN D'UN USAGE SCOLAIRE

En revanche, pour l'instruction, qui devait être au centre de l'utilisation de la tablette numérique, « nous sommes loin du

compte », rapporte Joëlle, la travailleuse sociale qui accompagne la famille Sahel. D'ailleurs, lorsqu'on demande aux trois enfants s'ils utilisent leur tablette pour l'école, ceux-ci répondent « jamais », d'un sourire qui en dit long.

Les deux sœurs Nesrine et Rania montrent fièrement leurs TikTok et Anesse ses courses sur son jeu de voiture préféré. Ensemble, ils aiment aussi regarder des clips sur YouTube. Mais ces clips sont loin des vidéos que leur conseille leur maîtresse. « À chaque fois que je viens les voir, je leur mets des jeux de maths en vidéo, recommandés par les enseignants. Mais pour eux la tablette est totalement associée au divertissement et en aucun cas à l'école », explique Joëlle.

Mais ce qui compte pour Nesrine, 9 ans, c'est d'avoir les mêmes occupations virtuelles que ses copines et pouvoir accéder à YouTube et à toute la culture musicale de sa génération par ce biais. Quand on lui demande si elle apprécie avoir une tablette, Rania, 6 ans, répond avec malice : « J'aime être riche. »

AGLAE KUPFERLE

8

millions de Français étaient exclus du numérique par l'équipement, en 2020.

Sources : Emmaüs.

DÉCONNECTÉS.. ET HEUREUX

Notre société hyperconnectée cache encore quelques résistants et réfractaires à toute utilisation des nouvelles technologies. Alain et Georgette, deux exclus de la numérisation, n'en voient pas l'intérêt. • PAR ALAN SÉNICOURT

Une télévision, un poste de radio et un smartphone qu'elle n'utilise que pour... téléphoner. Georgette, 72 ans, n'a pas besoin de plus pour vivre. Et bien vivre.

Alors que la plupart des humains paniquent lorsqu'ils traversent une zone blanche (zone sans réseau internet), la grand-mère n'a jamais vu une box arriver chez elle, à Petite-Synthe (Nord). « Ça ne servirait à rien et ça reviendrait trop cher », estime-t-elle. Alain, lui, est encore moins connecté au monde qui l'entoure puisqu'il n'a rien. Même pas un poste de radio pour écouter les informations. « Je ne comprends rien à tout ça, martèle le Gravelinois de 56 ans, j'ai déjà essayé mais je n'ai aucune patience. Alors j'ai vite abandonné. »

DU SPORT ET DES JEUX POUR TUER LE TEMPS

« Quand j'ai fini mon ménage, je fais des mots croisés, fléchés, mêlés. » Georgette affirme n'avoir pas le temps de s'ennuyer. « Souvent, mon petit-fils me dit qu'il existe des jeux comme ça sur mon portable, mais je préfère avoir un cahier et un stylo dans les mains ! Et puis, j'ai déjà du mal à envoyer un message.

Alors, si je commence un jeu, il me faudrait cinq jours pour le finir ! »

En 2013, Alain a divorcé et perdu son travail dans la foulée. Une descente aux enfers qui a complètement changé sa vie. Aujourd'hui, il vit seul dans un petit appartement à Gravelines (Nord). « J'apprécie ma solitude », commente-t-il. Le quinquagénaire n'a toujours pas retrouvé de travail mais il remplit ses journées avec du sport. Vélo et randonnée pédestre rythment sa vie loin des écrans qui, selon lui, éloignent les gens. « J'ai un ami qui est accro à ça et c'est vraiment embêtant. Quand on parle à deux, il arrive qu'il décroche complètement de la conversation. Je peux dire n'importe quoi, il n'entend rien. Comme s'il était dans une bulle. C'est insupportable. » Alain et Georgette effleurent ou ont effleuré du bout du doigt des outils numériques. Mais la vie hyperconnectée, ce n'est pas pour eux. « Je ne comprends pas pourquoi les gens racontent leur vie sur Internet. Je n'aime pas du tout ça. C'est un peu malsain », fulmine Georgette.

Quant à Alain, ses nombreuses expériences ne sont pas près de le faire changer d'avis. Sur-



tout qu'il est habitué à cette forme de solitude. « Les seules personnes que je vois souvent, ce sont mes parents et les gens qui viennent chez eux, raconte-t-il. Parfois, je croise des amis et nous nous donnons des nouvelles de vive voix. C'est très agréable ! D'abord, tu as



« AVOIR UN PORTABLE, C'EST UNE PRIVATIO

Un téléphone fixe, une adresse mail, un appareil photo. Frédéric Berthelot est un journaliste "déconnecté". Rédacteur à *L'Indépendant du Pas-de-Calais* depuis 1995, il ne s'est jamais mis au téléphone portable. Alors que son métier mise sur le web, il continue de résister.

La grande majorité des journalistes ont un portable aujourd'hui. Pas vous. Pourquoi ?

Je trouve que c'est un objet trop intrusif dans la vie personnelle. C'est une vraie contrainte car on est joignable toute la journée. Moi, quand je rentre chez moi, ma journée est terminée. Avoir un portable dans mon métier, c'est une privation de liberté. Un autre point qui me rebute à l'idée d'acheter un smartphone : l'outil devrait faciliter les relations sociales. Et c'est tout le contraire qui se passe. Je le vois en réunion au boulot, tout le monde a les yeux rivés sur son écran.

Lorsque vous partez en reportage, vous êtes donc injoignable. Comment vos collègues réagissent-ils ?

Ah bah, ils ont pris l'habitude et ils font avec ! (rires) Non, mais plus sérieusement, ça me pose des problèmes car les gens croient que je refuse de donner mon numéro alors que je n'en ai tout simplement pas. Alors, je leur explique pourquoi. Et parfois, après de longues discussions, ils me comprennent. Je vais peut-être en persuader certains d'arrêter le portable !

Selon une étude de l'Université de Canterbury Christchurch réalisée en 2016, 91 % des journalistes utilisaient les réseaux sociaux. Ce n'est pas votre cas. Mais comment faites-vous pour trouver des informations ?

Personnellement, je n'utilise pas ces plateformes. Mais parfois j'utilise le compte Face-

L'ÉMANCIPATION NUMÉRIQUE

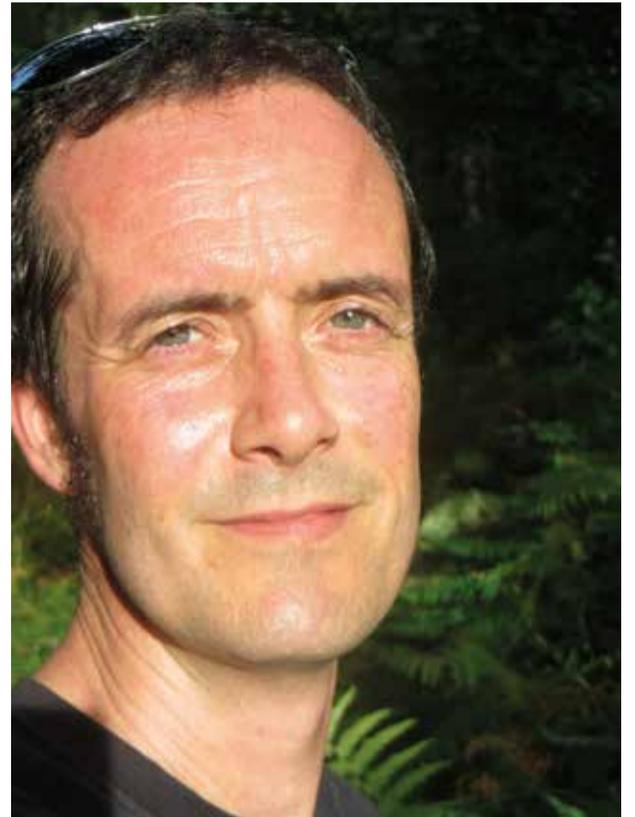
Diplômé de l'École nationale supérieure d'informatique et de mathématiques appliquées, Nathanaël Leroy milite aujourd'hui contre la systématisation de l'usage du numérique. Il a fondé l'association Éhtic : Émancipation humaine du totalitarisme informatique et cybernétique.

« À l'Éhtic, c'est zéro ordi. » Professeur particulier à Montpellier, Nathanaël Leroy est aussi membre fondateur des Amis de la décroissance, association de lecteurs du mensuel homonyme. Ce journal prône entre autres un mode de vie plus sobre, moins gourmand en énergie. L'Éhtic se concentre sur le volet numérique et alarme sur ses effets. « Je connais tout ça par cœur, j'ai longtemps été plongé dans les ordi, je suis un rescapé.

Les smartphones, par exemple, qui se présentent comme des outils émancipants et des vecteurs d'autonomie, créent surtout addiction et aliénation. Nous sommes de plus en plus "guidés" par des logiciels, nous désapprenons à faire les choses par nous-même. » Il dit constater les effets sur ses élèves en classe préparatoire aux grandes écoles : « Je vois clairement une chute de niveau, de concentration, de compréhension etc. L'usage de plus en plus intensif des écrans a un impact considérable sur leur cerveau. Dans ce type d'études, altérer son lobe préfrontal est la dernière des choses à faire. » Nathanaël Leroy est aussi membre de l'Appel de Beauchastel, un « collectif d'enseignants qui lutte contre l'invasion du numérique à l'école ».

"ON VA VERS UNE SOCIÉTÉ TOTALITAIRE"

Ce ne sont pas les seules explications de ce refus : l'enseignant dénonce le fait que « la tendance sociétale est à l'algorithmisation de nos vies » et à « l'injonction permanente de tout faire par Internet », notamment les démarches administratives. Les Gafam sont reines, « les États ne font qu'accompagner voire favoriser les événements ». En effet, selon lui, la crise sanitaire n'a fait que renforcer cette tendance au tout numérique. L'ancien ingénieur financier ne mâche pas ses mots : « On nous explique qu'on doit tous s'y soumettre, qu'il n'y a pas de remise en cause possible... On va vers une société totalitaire. » Mais le créateur de l'Éhtic ne se laisse pas abattre, au contraire. D'autant que selon lui, et malgré la situation qui tend à s'aggraver, une prise de conscience émerge.



Nathanaël Leroy a fondé l'Éhtic DR

Avec les quelque soixante autres membres de l'association, dont environ la moitié sur Montpellier, il cherche à sensibiliser sans passer par les PC. L'heure est aux tracts, aux courriers ou aux appels téléphoniques.

LE PROGRÈS EN QUESTION

« Nous sommes dépossédés de notre destinée. Nous perdons notre souveraineté au niveau individuel et collectif. Et on ne veut pas revenir en arrière, car le secteur du numérique est un pilier du système économique international. »

Au-delà de cette critique de la cybernétisation de la société, c'est tout un pan de notre civilisation que Nathanaël dénonce : « Pousser à toujours plus de croissance économique et technologique est absurde en regard des conséquences, autant humaines qu'environnementales. » L'ambition de Nathanaël Leroy ? « Contribuer à faire régresser l'emprise numérique et économique pour humaniser le progrès. »

ALEXANDRE GOURNAY

53

millions de Français sont des internautes, soit 84,4 % des 2 ans et plus. En moyenne, 44,9 millions d'internautes se sont connectés chaque jour (71,5 % de la population française).

Sources : Médiamétrie, février 2021.



Sport et mots mêlés. Alain et Georgette savent occuper leurs journées... loin des écrans.

© Alan Saincourt

la surprise de voir la personne. Et ensuite, comme tu ne l'as pas vue depuis longtemps, tu pars dans des longues discussions. J'avoue que ça finit souvent autour d'une bière ou deux... (rires) » Rester loin des écrans pour continuer d'avoir de vraies interactions sociales. Il est peut-être là, l'avantage...

N DE LIBERTÉ »

book de L'Indépendant pour m'informer. On trouve des infos sur les réseaux sociaux. C'est le bon côté. Ce que je n'aime pas en revanche, c'est l'instantanéité. Selon moi, ça pousse les gens à diffuser de fausses informations et c'est dangereux. Sinon, je reste la plupart du temps sur le terrain. Je suis journaliste depuis 1995 et je n'ai pas changé ma manière de chercher l'information. En tant que journaliste local, si tu ne vas pas au conseil municipal ou au marché, tu n'es au courant de rien. Donc, ne pas être connecté ne me pose pas de soucis.

Dans votre vie privée, comment restez-vous au contact de vos proches ?

Mon épouse et mes enfants possèdent chacun un portable, donc si j'en ai absolument besoin, je peux leur emprunter. Mais moi, je n'en ai pas besoin. Mes proches savent que s'ils veulent me parler, il faut appeler sur le téléphone fixe de la maison.

LA MAMIE, TWITCH ET SAMUEL ÉTIENNE

Marie-Madeleine Ledanois et son petit-fils Nathan sont devenus adeptes des lives de Samuel Etienne sur Twitch ; une façon étonnante de consommer de l'information pour une personne âgée de bientôt 80 ans. • PAR MÉLANIE SPARFEL



Marie-Madeleine et Nathan, deux générations accros à Twitch. © Mélanie Sparfel

« Ça y est, ça va commencer ! » Marie-Madeleine Ledanois, 79 ans au compteur, ne raterait pour rien au monde son rendez-vous quotidien avec Samuel Etienne. Mais pas pour l'inoxydable jeu de France 3 "Questions pour un champion". Non, ce que la Bretonne attend avec impatience, c'est le live Twitch de l'animateur qu'elle suit sur son smartphone tous les matins.

La septuagénaire est très proche de son petit-fils Nathan Breton, 20 ans, qui vit dans le même immeuble, dans la commune bretonne de Saint-Pol-de-Léon. C'est lui, en novembre 2020, lors du deuxième confinement, qui a initié sa grand-mère à la plateforme Twitch : « Au début, je lui ai fait découvrir quelques trucs que faisait Samuel Etienne, depuis elle regarde tout ce qu'il fait. Un jour, je lui ai proposé de créer un compte parce que le présentateur venait de lancer sa revue de presse #LaMatinéeEstTienne sur Twitch. Je lui ai montré comment ça fonctionnait, et elle y a très vite pris goût. Elle a rapidement trouvé ses marques et elle maîtrise désormais l'outil. »

UNE MAMIE CONNECTÉE

Très à l'aise avec le numérique, Marie-Madeleine se sert également d'Instagram, Facebook, Youtube ou encore Deezer : « C'est moi qui apprends à ma fille de 49 ans à se servir

de certains réseaux sociaux ! », affirme-t-elle. D'ailleurs, Nathan ajoute en plaisantant : « C'est peut-être la doyenne de la famille, mais c'est aussi la plus jeune. »

Mais il arrive encore que la Finistérienne se heurte à des problèmes de compréhension : « Quand je ne comprends pas quelque chose, je note et je cherche, par exemple pour les termes techniques de Twitch, comme les viewers. Sinon, je demande à Nathan. C'est lui qui m'a expliqué ce qu'était un sub (subscribe). »

DE L'INFORMATION PLUS ACCESSIBLE

Si cette façon très moderne de consommer de l'information pour une personne âgée peut étonner, Marie-Madeleine trouve ça normal. Et même logique : « La presse papier va disparaître, c'est sûr. Avant, j'achetais le Télégramme, mais ça revient cher. Puis ce n'est pas pratique un journal, on a tout sur les ordinateurs ou les smartphones gratuitement. Par contre, même si Samuel Étienne faisait payer ses lives, j'achèterais. Il donne de son temps et mériterait d'être rémunéré. »

Au-delà de la praticité du format, elle estime que « l'information est plus simple à comprendre avec lui ». En effet, le journaliste vulgarise le plus possible pour son audience et c'est une chose que Nathan et sa grand-mère apprécient. « Si jamais on ne comprend pas

quelque chose, on peut lui poser des questions dans le tchat ou sur Twitter, même s'il ne peut pas répondre à tout le monde. »

Le fait de pouvoir interagir avec le journaliste apporte un plus d'après Nathan : « Tout le monde peut streamer, mais Samuel Etienne propose un côté "fait-maison" très sympa. Puis la plateforme Twitch et le fait qu'il soit indépendant lui donne plus de liberté pour partager ce qu'il veut. » Marie-Madeleine va même plus loin. Pour elle, c'est comme une connaissance : « On rentre un peu dans son quotidien, il nous partage quelques anecdotes. C'est moins froid et formel qu'un journal télévisé. C'est quand même plus chaleureux. »

Ce reportage a été réalisé le dimanche 28 février 2021. Samuel Étienne est actuellement en pause sur Twitch. Mais vous pourrez le retrouver dès sa reprise sur la plateforme : twitch.tv/samueletienne

« Si jamais on ne comprend pas quelque chose, on peut lui poser une question sur le tchat. »

MARIE-MADELEINE LEDANOIS
JEUNE TWITCHEUSE DE 79 ANS

BASTIEN, COACH INFORMATIQUE DES SENIORS

Selon une étude de l'Institut de sondages CSA en 2019, 27 % des personnes de 60 ans et plus en France n'utilisent jamais Internet, soit 4 millions de personnes au total. C'est une des raisons pour laquelle, Bastien Ponce, 38 ans, s'est lancé dans le coaching informatique à domicile des « jeunes de plus de 60 ans » avec son entreprise Merci Bastien. Alors qu'il était cadre commercial dans le secteur du marketing, le Lillois a décidé de créer il y a quatre ans son entreprise de services à la personne. « Le déclic a été l'achat d'un ordinateur pour ma grand-mère, habitante des Alpes du Sud. Après un an de travail, elle surfait sur le web et ça lui a permis d'être beaucoup moins isolée qu'avant », raconte Bastien. Il ajoute : « J'ai pris beaucoup de plaisir à la "convertir au web" et je me suis dit qu'il y avait sûrement plein de gens comme elle qui auraient besoin d'aide. » Et en effet, Bastien ne se trompait pas. Ses semaines sont bien remplies avec des rendez-vous un peu partout dans la grande métropole de Lille. Ses clients sont à 80 % des femmes et ont en moyenne 68 ans. Le coach en informatique organise alors un suivi qui consiste à faire des visites à domicile une à deux fois par mois pendant quelques mois. Concernant l'aide apportée,

Bastien touche à tout : réseaux sociaux, administratif, banque et même logiciels de retouche photo ou montage vidéo pour les plus aguerris. « Je ne sais pas combien de comptes Facebook j'ai créé, c'est énorme », plaisante Bastien. Le Lillois constate également un énorme fossé générationnel pour tout ce qui touche aux services bancaires : « Il y a un vrai rejet et une crainte par rapport à ça. Je cherche alors à leur montrer que leurs comptes ne seront jamais visibles et qu'ils gagneront beaucoup de temps en utilisant les services sur le web. » WhatsApp, courses en ligne, visios ou impôts, les seniors surfent sur une multitude d'interfaces. « Souvent les personnes que j'accompagne me disent à la fin de la séance : "Je ne sais pas si c'est toi qui expliques bien ou si ce n'était juste pas très compliqué." »

DES PARTIES DE BRIDGE EN LIGNE

Mais Bastien ne veut pas seulement renseigner ses clients sur les services administratifs, le coach aime aussi les sonder sur leurs passions. « Récemment, j'ai rencontré une dame qui adore jouer au bridge. À cause du Covid, elle ne peut plus en faire en club. Je lui ai montré comment jouer sur Fun Bridge, un site super bien fait. Elle a donc fait sa



Bastien Ponce aide les personnes âgées de la métropole lilloise à gagner en autonomie digitale.

première dépense en ligne pour faire des parties de bridge alors qu'elle était très réticente à dépenser de l'argent sur Internet », se réjouit-il.

« Souvent les personnes qui font appel à moi ont de la famille pas loin. Et c'est là tout le drame. La famille n'a jamais le temps ou plutôt ne prend pas le temps. Les plus anciens n'osent pas demander de l'aide à leurs petits-enfants », rapporte Bastien. Selon lui, une personne extérieure à la famille a plus de patience pour

ces services, même s'il n'est pas toujours facile pour lui de faire aimer le web à des personnes qui l'utilisent par contrainte. Mais Bastien Ponce reste admiratif face à des clients toujours plus déterminés à rester connectés : « Je tire mon chapeau à ces personnes, car elles ont vécu tant de bouleversements sociaux, culturels, économiques et malgré tout, elles veulent monter dans le train du numérique et s'accrochent pour y arriver. »

AGLAE KUPFERLÉ

DU COLLECTIF ET DU NUMÉRIQUE POUR LES ANCIENS DE L'ARIÈGE



Autour de la table, on danse, on chante... et on joue sur la tablette ! © Cassandra Ducatillon

C'est vendredi et comme tous les quinze jours, une poignée d'anciens se retrouvent au centre Léo de Foix, autour de... tablettes. Si l'outil était, il y a peu, totalement étranger pour les participantes, ces dernières sont devenues rapidement expertes en la matière. Après plusieurs séances de prise en main, à apprendre comment trouver chaque jeu ou application, les mamies sont devenues spécialistes dans ce domaine. Désormais, elles savent toutes démarrer la tablette, naviguer sur le menu et même faire la mise à jour lorsqu'il le faut ! Ces personnes âgées sont souvent très isolées et atteintes de pertes de capacités cognitives. Ici, avec l'aide d'une éducatrice spécialisée, sont proposées des activités d'adresse, de gymnastique et donc, désormais, des exercices sur tablette. Orthographe, proverbes, synonymes, tout est mis en œuvre pour travailler la mémoire et la dextérité.

Entre une part de cake au citron, une gorgée de jus d'orange et un jeu de mots fléchés 3.0 sur la tablette, les volontaires partagent un peu de leur quotidien. « La crise actuelle pèse lourd sur le collectif, notamment celui des personnes âgées, remarque Sandrine Morereau, l'animatrice. Nos aînés sont de plus en plus isolés, livrés à leurs problématiques. Ces après-midis représentent en fait la seule occasion pour les participantes de pouvoir avoir des relations sociales. »

Du lien... et un petit pas vers les nouvelles technologies, même si elles ne sont pas souvent coutumières de cet univers. Peu importe pour ces dernières : « L'important pour moi, c'est de progresser », s'enthousiasme Sylvia, une des mamies. « À terme, je pourrais moi-même investir pour faire des visios avec ma famille. »

CASSANDRA DUCATILLON

Les jeunes de 16 à 24 ans passent plus de la moitié de leur journée devant une tablette, un ordinateur et/ou un smartphone. Ce qui représente environ... 13 h 30 par jour ! D'après le 15^e baromètre de la santé visuelle des Français, réalisé en 2019 par Opinion Way, 66 % des Français interrogés sollicitent davantage leur vue que par le passé. Et pour 40 % d'entre eux, ce sont les écrans qui sont les premiers responsables. C'est la lumière bleue émise par ces nouveaux supports qui pourrait en être la raison : elle propage des rayons qui sont assez nocifs et qui viennent taper dans la rétine. La correction se dégrade au fur et à mesure et la fatigue oculaire est plus rapide.

Baptiste Collet, opticien chez Krys à Beauvais, constate ce phénomène, qui s'est aggravé avec les confinements : « Avant, les humains étaient des chasseurs-cueilleurs. Cela ne nécessitait qu'une vision de loin et tout le monde avait une très bonne vue. Et maintenant, depuis que l'humain s'est rapproché des activités de proximité uniquement, la vision s'est énormément dégradée. » Sans oublier que l'espérance de vie était bien inférieure à celle que l'on connaît aujourd'hui.

De génération en génération, ça empire. « On équipe les personnes de plus en plus tôt. La correction se dérègle et c'est la myopie qui se déclenche ensuite. » Ce qu'on appelait la myopie de l'étudiant est en train de disparaître : « Pendant nos études, on sollicite beaucoup notre vue de près pour réviser les cours et nos yeux se fatiguent très rapidement. Maintenant, cet effet-là apparaît plus tôt mais aussi plus tard à cause des nouvelles technologies. Donc, elles n'apportent pas que du bien. »

Krys a alors développé un verre, dans son usine à Bazainville (Yvelines), qui agit comme un bouclier pour stopper les effets de la lumière bleue. « C'est un traitement tout nouveau. On n'a pas encore le recul nécessaire pour juger son impact. Mais il a déjà l'avantage de réduire la fatigue oculaire. »

LES OPHTHALMOLOGUES BEAUCOUP PLUS SCEPTIQUES

Si les opticiens clament haut et fort que les écrans attaquent nos yeux, les ophtalmologues appellent toutefois à



LA LUMIÈRE BLEUE, UN DANGER POUR NOS YEUX ?

la prudence face au marketing de leurs confrères. Le docteur José Tomas, installé à Calais, indique que « c'est un problème mondialement connu mais non-prouvé scientifiquement », avant de concéder que « c'est certain que ça fatigue l'œil, mais je ne suis pas sûr que les verres anti-lumière bleue servent à quelque-chose ». Pire : ce serait « un marketing pour vendre ces verres plus cher », selon Jean-Pierre François, ophtalmologue à Lille.

« Imaginez que vous courez un marathon tous les jours. Ce n'est pas parce que vous changez de chaussures que vous n'aurez plus mal aux pieds », ironise le docteur Tomas. Les verres anti-lumière bleue sont donc inutiles selon lui : il suffit juste de réduire le temps d'écran.

Le docteur François estime même que les écrans n'ont pas du tout d'impact sur la santé visuelle. « On a beaucoup plus de patients depuis quelques années, oui. Mais c'est parce

« Avant, les humains étaient des chasseurs-cueilleurs et ils avaient une très bonne vue. Maintenant, la vision s'est énormément dégradée. »

BAPTISTE COLLET
OPTICIEN KRYS À BEAUVAIS (OISE)

OUI, SOUVENT

25%

26%

ONT DÉJÀ RESENTI DES TROUBLES VISUELS À CAUSE DU TEMPS PASSÉ DEVANT UN ÉCRAN

56%

75%

AVEZ-VOUS DÉJÀ RESENTI DES TROUBLES VISUELS À CAUSE DU TEMPS QUE VOUS PASSEZ DEVANT UN ÉCRAN ?

■ Ensemble des Français
■ 16-24 ans

15^e baromètre de la santé visuelle. Opinion Way pour AsneV. 2019
« L'ensemble des Français » est un échantillon de 838 personnes représentatives de la population française de 18 ans et plus contre 308 personnes pour les 16-24 ans. Interviews réalisées du 2 au 11 avril 2019.



La vue est aujourd'hui beaucoup plus contrôlée par les ophtalmologues.

© Lucile Cheung

Avec les écrans apparaissent de nouvelles gênes, notamment pour les yeux. Particulièrement ciblée, la lumière bleue divise pourtant les spécialistes de la vision • PAR HUGO SERGEANT ET ALAN SÉNICOURT

qu'il y a beaucoup plus de contrôle qu'avant. » Il compare ça à la situation sanitaire : « S'il y a beaucoup plus de cas de Covid en ce moment par rapport au même moment l'année dernière, c'est parce qu'on teste beaucoup plus. »

Aurélié Delhommais, étudiante strasbourgeoise en orthoptie, démontre dans une expérience effectuée sur un échantillon de 52 personnes, que « les capacités fusionnelles et accommodatrices ne sont pas affectées par l'exposition aux appareils numériques à court terme ».

Cette étude réalisée en 2020 va dans le sens des ophtalmologues alors que les opticiens défendent leurs théories comme la prunelle de leurs yeux...

LA TÉLÉCONSULTATION, UN MODÈLE EN PLEINE EXPANSION



Le nombre de téléconsultations a été multiplié par 40 avec le Covid-19.

Avec les différents confinements, le nombre de téléconsultations a explosé en France. Un mode de médecine pratique en temps de crise, mais pas sans risques.

« Pendant le premier confinement, ça nous a été très utile », accorde Marjolaine Baranski-Guerville, médecin généraliste dans le Boulonnais. Selon elle, la téléconsultation a permis de continuer le suivi de certains patients. « J'avais des patients qui étaient seuls chez eux. Psychologiquement, ça leur faisait du bien de parler à quelqu'un, même si c'est à travers un écran », explique la généraliste. Elle estime cependant que l'usage de ce type de consultations doit rester limité et encadré. « Aujourd'hui, il y a des abus, certains professionnels ne voient plus leurs patients en vrai alors que selon moi, c'est le propre de notre métier. »

DE LA TÉLÉMÉDECINE ENTRE PROFESSIONNELS

Depuis le début de la pandémie, on enregistre plus de 500 000 téléconsultations hebdomadaires en France. Selon l'assurance mala-

die, leur nombre a été multiplié par 40 avec l'épidémie de Covid-19. Pour la docteure Marjolaine Baranski-Guerville, le métier de généraliste est avant tout un métier de lien social : « Nous faisons un métier de contact humain, la télémédecine ne doit pas servir à faire un diagnostic car nous ne voyons pas tout à travers un écran, nous ne répondons qu'aux questions du patient qui part souvent avec un a priori sur sa maladie. »

Elle explique cependant que de la télémédecine entre généralistes et spécialistes pourrait être utile pour gagner du temps, et libérer de la place pour les rendez-vous importants chez les spécialistes.

« Pour un problème de peau, il arrive que le généraliste ait un doute. Dans ce cas, on pourrait imaginer qu'il contacte le spécialiste, en lui envoyant une photo. Le spécialiste répond dans la journée et, ensuite, le généraliste redirige ou non vers le spécialiste. » Alors qu'aujourd'hui, le médecin de famille redirige systématiquement le patient vers son confrère spécialiste...

MARTIN BIZERAY

C'EST QUOI LA E-SANTÉ ?

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), la e-santé se définit comme « les services du numérique au service du bien-être de la personne ». Ce terme qualifie aujourd'hui tout ce qui contribue à la transformation numérique du système de santé : objets connectés en santé, télésurveillance sociale au domicile, la mobile santé avec les applications pour smartphone...

En France, c'est le territoire de Castres-Mazamet (Tarn) qui a fait le choix d'une excellence dans le secteur de la e-santé. Une Technopole s'est ainsi mise en place. Et, chaque année, elle organise l'Université d'été de la e-santé qui rassemble et met en avant les acteurs de la santé de demain et ce, depuis 2007.

Cette année, cet événement se déroulera du 23 au 24 septembre dont le fil rouge, au vu du contexte sanitaire, sera "Déconfinons la e-santé!". L'Université s'intéressera donc au déconfinement des territoires, des usages, des technologies et des acteurs.

« La lumière bleue est un problème mondialement connu mais non-prouvé scientifiquement. »

JOSÉ TOMAS

DOCTEUR À CALAIS (PAS-DE-CALAIS)

QUE FERAIT JÉSUS SUR TIKTOK ?

Grâce à la pandémie, un curé a échangé sa petite paroisse de Langres en une église planétaire, en diffusant sermons et prières sur TikTok. Entre chorégraphies liturgiques et décryptages un peu décalés de la Bible, voilà de quoi sérieusement décoiffer les grenouilles de bénitier... • PAR AGLAÉ KUPFERLÉ

C'était quoi la "morning routine" de Jésus ? À quoi servent les prières ? Qu'est-ce que le carême ? Un esprit nouveau souffle sur l'église de Langres (Haute-Marne) où Vincent Cardot, prêtre, répond à toutes ces questions en vidéo sur son désormais célèbre compte : le curé de TikTok.

L'application, visitée par 11 millions de Français par mois, a connu un véritable boom de fréquentation pendant le premier confinement de mars 2020. Et c'est à cette période-là que le vicaire du diocèse de Langres a décidé de prendre son bâton de pèlerin et de prêcher la bonne parole sur le réseau social. « Je travaillais déjà sur les réseaux avec mes groupes de jeunes, on était présents sur Snapchat et Instagram. Mais au vu du succès de TikTok, je me suis dit qu'il y avait urgence à annoncer l'évangile de manière dynamique et originale sur ce réseau », raconte Vincent Cardot.

IL MULTIPLIE LES LIKES COMME JÉSUS LES PETITS PAINS...

L'homme de 31 ans, ordonné en 2018, tenait à diffuser la bonne nouvelle de l'Église, tout en s'adaptant aux changements culturels des nouvelles générations. « Le message reste le même que celui que je prêche lors des messes dans ma paroisse. Mais aujourd'hui les réseaux sociaux font partie de la culture et il serait ridicule de ne pas s'adapter. »

« *Mon contenu ne se limite pas à des chorégraphies devant l'église.* »

VINCENT CARDOT
CURÉ À LANGRES (HAUTE-MARNE)

Premier curé à se lancer sur TikTok, le père Cardot marche sur l'eau. Il cumule au bout d'un an plus de 800 000 "j'aime" et 70 000 abonnés. Ce succès, il l'explique par son appropriation des codes du réseau : « On s'adresse globalement à un public très jeune (50 % de l'audience TikTok a entre 13 et 24 ans, NDLR), il faut proposer des contenus courts, vivants et musicaux. J'ai aussi essayé de m'approprier certaines tendances du réseau à la mode chrétienne. » Ainsi il n'est pas étonnant de le voir s'entourer de tubes de ses disciples Keen'v, Soprano ou encore Maroon 5, pendant que sur l'image le curé cite des paroles de l'évangile ou nous conseille des mots à utiliser pour s'adresser à Jésus. Cela ne l'empêche pas pour autant d'abor-

der des questions de fond avec des vidéos un peu plus longues, traitant par exemple de l'homosexualité, les relations amoureuses ou l'argent. « Cela plaît moins aux abonnés qui zappent pour la plupart au bout de 15 secondes, mais cela reste important. Mon contenu ne se limite pas à des chorégraphies devant l'Église », plaisante-t-il.

Ses paroissiens ont été sensibles à la médiatisation soudaine du curé de leur village : « Beaucoup ont téléchargé exprès l'application pour me suivre. » Mais le prêtre attire aussi des foules et fait de nouveaux adeptes. « De nouvelles personnes sont venues à la messe et certaines ont même demandé un sacrement ! », s'étonne encore le curé. Comme quoi, TikTok fait des miracles.

Le prêtre ajoute encore : « Pour moi, l'église sur la place du village, tout le monde la voit et peut y entrer. Mon compte TikTok c'est un peu pareil, il est accessible à tous et qu'on soit chrétien ou non, on peut aller vers la communauté et s'y intéresser. C'est une véritable porte ouverte vers l'Église. » Au vieillissement et à la perte croissante du nombre de fidèles de la messe, TikTok a été la solution du père Cardot pour ressusciter l'Église.

DES "SHOTS" DE PRIÈRE POUR TOUS

Benjamin Noiro, 26 ans, est un des paroissiens de Vincent Cardot. Le jeune homme a d'abord été surpris de voir le prêtre du village se mettre en scène sur TikTok, avant de totalement adhérer à ses contenus et à le soutenir pour réaliser les vidéos. « Je trouve ça beau et important de s'investir pour diffuser des connaissances sur notre religion, rapporte-t-il. Cela donne une autre vision de la foi, du clergé et du catholicisme en général. Il a réussi à vulgariser le calendrier liturgique et je pense que ça aide beaucoup de jeunes à mieux comprendre les dates clés de la religion. » Lui aussi s'est lancé sur Instagram en publiant hebdomadairement des séries de vidéos comme les "shots de prière" qui consistent à prier pour des causes en vidéo ou les "topos" qui décryptent des versets percutants de la Bible.

En réalisant des vidéos pour leurs réseaux sociaux, Vincent Cardot et Benjamin Noiro se demandent toujours : « Si Jésus avait eu accès à ces moyens de communication actuels : TikTok, Snapchat, Instagram... Comment s'en serait-il servi ? »

TROIS APPLIS PHARES POUR LES CROYANTS



MUSLIM PRO

Téléchargée par plus de 80 millions de Musulmans dans le monde, elle est reconnue comme la meilleure application islamique. L'application rappelle à ses utilisateurs l'horaire de chaque prière à l'avance mais propose aussi la lecture du Coran traduit en plusieurs langues avec la possibilité de l'écouter, de le marquer ou de copier un verset. D'autres services utiles sont proposés comme la géolocalisation des mosquées et restaurants halal dans la ville des croyants.



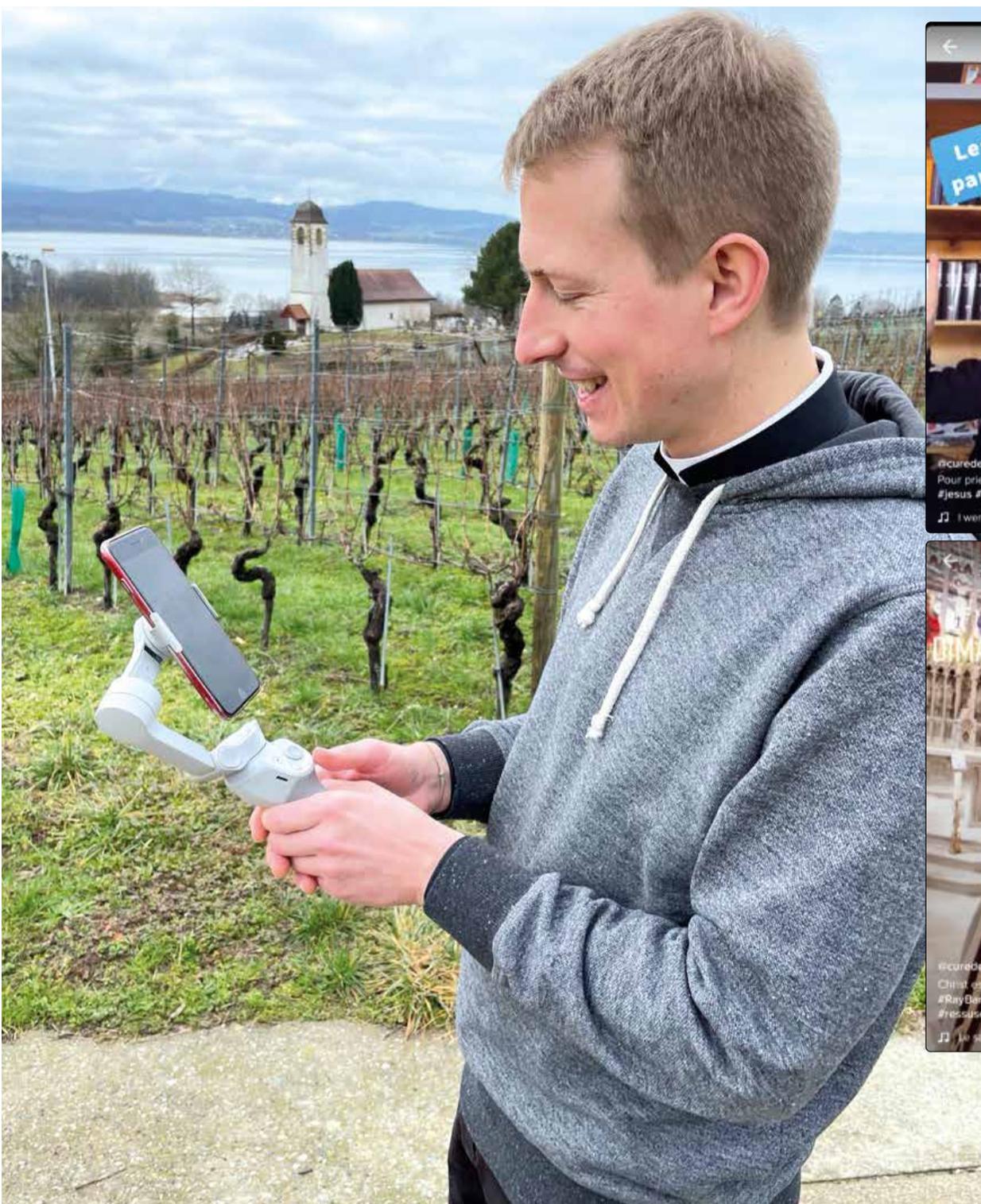
MINYAN NOW

Cette app permet aux personnes de confession juive de trouver partout autour d'eux un lieu et des personnes pour prier ensemble. Les utilisateurs peuvent se signaler en recherche d'un minian, c'est-à-dire un minimum de dix hommes adultes nécessaire à la récitation des prières les plus importantes et des offices. Après avoir été mis en relation, les Juifs inscrits sur l'application peuvent se coordonner pour trouver ensuite un lieu de rencontre qui leur convient.



GO CONFESS

Voilà une application française qui met en relation un fidèle voulant se confesser avec un prêtre disponible pour lui donner le sacrement de la réconciliation. Les utilisateurs qu'ils soient chez eux, en vacances, dans les transports, peuvent envoyer une demande de disponibilité aux prêtres inscrits sur l'application. La confession ne se fait pas sur Internet mais sur un lieu réel, l'utilisateur restant anonyme. Prendre rendez-vous avec un curé sur son smartphone, c'est donc possible !



Chaque événement du calendrier liturgique est une occasion pour le curé de TikTok de proposer une vidéo à ses 70 000 abonnés. Pâques, Dimanche des rameaux, Carnaval... Vincent Cardot ne perd pas une occasion pour revêtir son aube et se mettre devant la caméra.

© Photothèque Vincent Cardot. Copies d'écran TikTok.

LES YOUTUBEURS S'INVITENT CHEZ LES BONNES SŒURS

« L'église, c'est un peu votre salle de sport à vous ? », s'interroge d'entrée Tibo InShape dans sa vidéo, en s'adressant aux sœurs de l'abbaye de Boulaur. Le youtubeur body-buildé aux 8 millions d'abonnés a en effet passé une journée en immersion aux côtés des sœurs de cette abbaye du Gers. Au pro-



Les deux youtubeurs Mefly et Carlito à Jouarre. © Vidéogramme Mefly et Carlito.

gramme du vidéaste : participation à un office, préparation de fromages mais surtout discussions sur les raisons de l'engagement des religieuses. Pourquoi être devenue sœur ? Regrettent-elles de ne pas avoir fondé de famille ? Que font les religieuses pour se divertir ? Les sœurs se sont prêtées au jeu du Youtubeur en répondant à chacune de ces questions face caméra.

Dans un tout autre concept, ce sont Mefly et Carlito, le duo à 6,5 millions d'abonnés, qui sont allés rendre visite aux sœurs de l'abbaye de Jouarre (Seine-et-Marne) pour leur montrer les vidéos qui cartonnent sur YouTube. Le but : découvrir les réactions des religieuses face à une culture web qui leur était inconnue, du fait de leur mode de vie. Clips de PNL (rap) ou d'influenceurs en passant par des parodies de politiques, le panel de vidéos proposées n'a pas man-



Tibo InShape avec une sœur de l'abbaye de Boulaur. © Vidéogramme Tibo InShape.

qué de faire rire les sœurs mais aussi de les questionner sur certaines pratiques, comme celle de l'ASMR (technique de relaxation qui consiste à chuchoter dans un micro).

Les deux vidéos ont rencontré un franc succès sur YouTube (1,5 millions de vues pour Tibo Inshape et 5,8 millions pour le duo) et ont eu des retombées sur les abbayes qui ont eu une multitude de retours positifs sur leur participation. De quoi donner envie aux religieuses de lancer leur propre chaîne YouTube...

“NAO”, LE NOUVEL ÉLÈVE EST UN ROBOT

Dans le canton de Vaud, en Suisse, les écoles primaires et secondaires initient les enfants au numérique en leur apprenant à programmer Nao, un robot humanoïde. • PAR LAURÈNE FERTIN

« Je suis Nao, un beau petit robot humanoïde, bien plus intelligent que toi. » Du haut de ses 58 centimètres et de ses 4 kilos, Nao se présente ainsi à ses interlocuteurs. Drôle, sympathique et loquace, ce robot blanc aux yeux noirs intervient dans les classes du primaire et du secondaire des écoles du canton de Vaud, en Suisse. Grâce à lui, les enfants s'exercent à la robotique en programmant ses mouvements et ses paroles.

UNE MACHINE ORDINAIRE

Cette approche des outils numériques peut paraître surréaliste et complexe pour de jeunes enfants. En réalité, Nao est une machine comme il en existe beaucoup d'autres dans notre environnement. Nos smartphones, nos ordinateurs, nos applications sont des robots qui s'exécutent lorsque nous commandons une action (appuyer sur un bouton entraîne l'ouverture d'un programme par exemple). Le point commun parmi tous ces gadgets, c'est que nous n'en connaissons pas le fonctionnement. Et tout l'enjeu pour les enfants réside dans cet apprentissage.

« Si les élèves comprennent ce qu'il se passe dans les coulisses de cet humanoïde et arrivent à le coder, alors ils pourront saisir les ressorts de tous les autres appareils omniprésents dans notre quotidien et les utiliser de la manière la plus avertie et intelligente qui soit », expose Julien Bugmann, docteur en sciences de l'éducation et professeur à la Haute école pédagogique (HEP) de Vaud. Le chercheur a d'abord accompagné plusieurs écoles en 2016 à Montréal (Canada) avec le programme « Deviens le maître Nao ». Il forme désormais le personnel éducatif de ce canton helvète.

NAO, LE CHOUCHOU DE LA CLASSE

La formation se fait pas à pas. À partir de 4 ans, les élèves jouent d'abord au robot avec leur professeur. « Ils vont or-

donner à leur enseignant d'effectuer des mouvements : avancer de trois pas, tourner à gauche, s'arrêter. Ils comprennent qu'un déplacement résulte d'une décision », détaille Julien Bugmann. En d'autres termes, la machine obéit à un certain nombre d'instructions, données par l'homme. Puis, dans les classes supérieures, les enfants rencontrent le robot et commencent à le programmer. « Quand Nao arrive en cours, les écoliers sont à la fois intrigués et fous de joie », s'enthousiasme le chercheur.

Les tables et les chaises sont poussées contre les murs et le nouveau camarade d'acier prend place sur un tapis de jeux. Accroupis ou en tailleur, les élèves se familiarisent rapidement avec lui. Bientôt ils le font s'asseoir, se déplacer, parler et même danser. « À Montréal, j'ai vu des classes organiser des spectacles de danse : ils avaient codé Nao pour que ses déplacements se fassent au rythme de la musique ! »

Bien plus ludique que l'ordinateur ou la tablette, les élèves ne quittent plus les salles de classe pendant les récréations. « Les enfants s'engagent fortement dans leur apprentissage », se félicite-t-il.

ANTICIPER LES NOUVEAUX MÉTIERS NUMÉRIQUES

Selon Julien Bugmann, cette pédagogie permet d'appréhender un très grand nombre de nouveaux métiers qui inonderont le marché du travail dans quelques années. Par exemple, les jeux vidéo représentent aujourd'hui le marché culturel numéro un dans le monde et inciteront des métiers autour de la conception et de la vente des jeux.

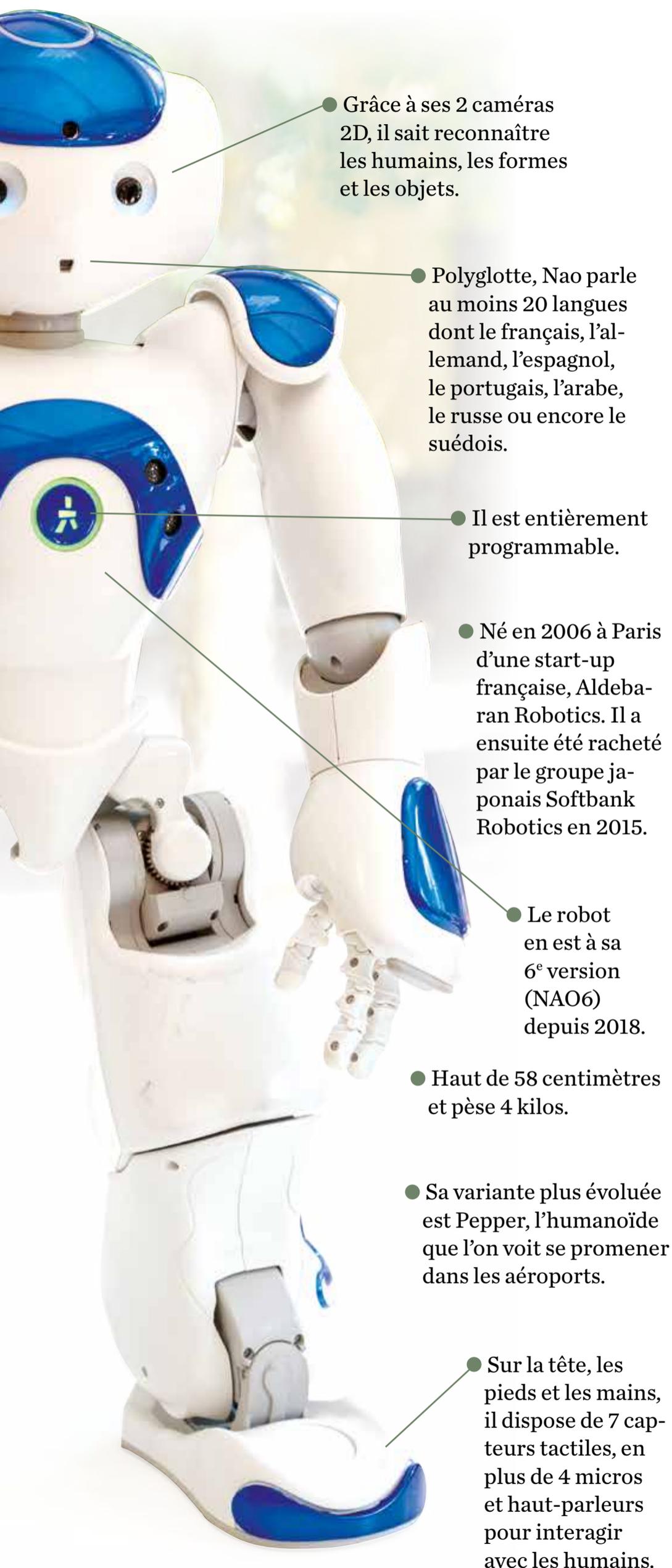
Idem pour la musique : nous écoutons de plus en plus de titres sur des plateformes digitales. Le docteur à la HEP résume : « L'univers d'aujourd'hui et de demain est et sera fortement numérique. Les enfants auront toutes les cartes en main pour envisager ces nouvelles professions. »

« Quand Nao arrive en cours, les écoliers sont à la fois intrigués et fous de joie. »

JULIEN BUGMANN
DOCTEUR ES-SCIENCES DE L'ÉDUCATION



NAO AU SECOURS DE L'ILLETRONISME ?



● Grâce à ses 2 caméras 2D, il sait reconnaître les humains, les formes et les objets.

● Polyglotte, Nao parle au moins 20 langues dont le français, l'allemand, l'espagnol, le portugais, l'arabe, le russe ou encore le suédois.

● Il est entièrement programmable.

● Né en 2006 à Paris d'une start-up française, Aldebaran Robotics. Il a ensuite été racheté par le groupe japonais Softbank Robotics en 2015.

● Le robot en est à sa 6^e version (NAO6) depuis 2018.

● Haut de 58 centimètres et pèse 4 kilos.

● Sa variante plus évoluée est Pepper, l'humanoïde que l'on voit se promener dans les aéroports.

● Sur la tête, les pieds et les mains, il dispose de 7 capteurs tactiles, en plus de 4 micros et haut-parleurs pour interagir avec les humains.



Julien Bugmann avec Nao. 📹

La pandémie a déplacé les espaces et outils de travail à la maison. L'école est devenue connectée. Une facilité pour les *digital natives* ? Bien au contraire. « Ça a été une catastrophe, souligne Julien Bugmann, les jeunes se sont retrouvés devant des outils qu'ils ne savaient pas maîtriser. »

Même si on les pense plus aptes à utiliser des ordinateurs ou des logiciels parce qu'ils sont nés en même temps que ces technologies, en réalité, dès que le numérique n'est plus ludique (à l'inverse des applications comme TikTok ou Snapchat), les enfants sont complètement perdus. Difficultés pour suivre des cours sur Zoom, d'envoyer des mails, d'utiliser Excel ou Powerpoint, c'est ce qu'on appelle l'illectronisme : le néologisme d'illettrisme et d'électronique. Et ce phénomène touche aussi les plus jeunes.

À ce titre, le chercheur souligne l'importance de l'éducation numérique dès le plus jeune âge. « On ne met pas l'accent sur le fonctionnement des outils, mais que sur les usages. D'où l'importance d'avoir des formations pédagogiques, et cela peut passer par la robotique. »

L'ÉQUIPEMENT NUMÉRIQUE DANS L'ENSEIGNEMENT FRANÇAIS

Si l'enseignement de la robotique est encore peu courant, les écoles françaises s'adaptent à l'ère numérique en proposant aux élèves du matériel informatique et des ressources pédagogiques en ligne.

En 2018-2019 selon l'Institut national de la statistique et des études économiques*, dans les écoles maternelles et primaires, douze ordinateurs fixes ou portables, ainsi que des tablettes, sont à disposition pour 100 écoliers. Ce nombre triple pour les collégiens et lycéens (en filières professionnelle et générale confondues). L'accès à Internet, via ce même matériel, s'effectue dans la moitié des écoles maternelles et dans huit établissements élémentaires sur dix. En dehors de l'école, 80 % des établissements du premier degré proposent des services accessibles sur Internet : emploi du temps, documents et ressources pédagogiques. La quasi-totalité des collèges et lycées permettent aux élèves de consulter leurs notes, leurs relevés d'absence, leur cahier de texte ou encore leur emploi du temps.

*Étude « L'économie et la société à l'ère du numérique » réalisée par l'Insee en 2018-2019.

LA NOUVELLE RÉVOLUTION DES



LE GÉOMÈTRE PILOTE DES DRÔNES

« Si un géomètre s'endormait en 1970 et se réveillait aujourd'hui, il ne comprendrait plus rien ! » Après 45 ans de carrière en tant que géomètre, de 1968 à 2013, Marc Lemaire, habitant à Saint-Omer (Pas-de-Calais), a pu observer de près la métamorphose de son métier. « Avant la révolution d'Internet, il y a eu l'électronique : calcul de distance, le GPS dans les années 1990, les mesures d'ondes... » Résultat ? Les anciens calculs de surface ou de volume se font bien plus rapidement. « Pour connaître un volume de terre enlevé pour un relevé de carrière en 1970, il fallait une équipe de cinq personnes sur place pour une demi-journée, puis deux jours de bureau. En 2010, il suffit d'une personne avec un seul appareil pendant une journée. » Et aujourd'hui, c'est encore plus rapide avec un drone. Les géomètres actuels utilisent aussi des scanners 3D et d'anciens instruments modernisés, comme les théodolites (instruments optiques pour les mesures d'angles) motorisés.

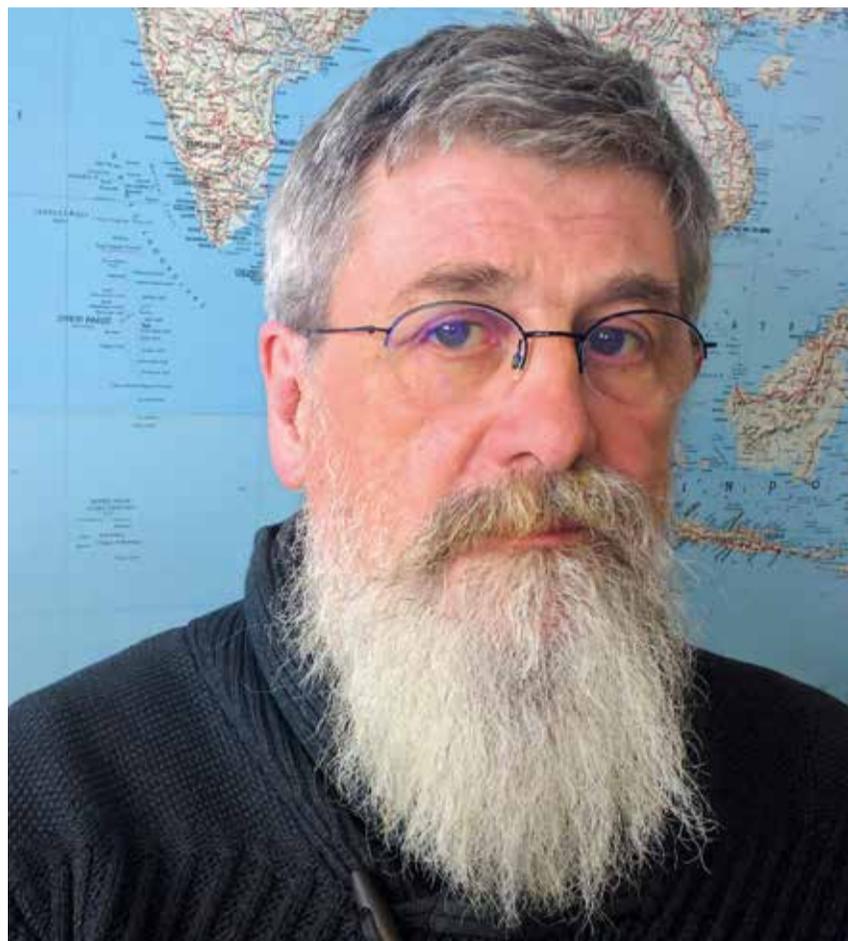
Ces innovations ont une origine commune : « Tous les progrès de la géométrie et de la topographie

viennent du domaine militaire », tel le GPS créé par l'armée américaine. Le web également. « Internet permet d'envoyer des données, c'est un confort de transmission. Mais on pouvait faire sans. Cela n'a pas été un changement aussi grand qu'avec l'arrivée du GPS ou du développement de l'électronique. »

L'ARRIVÉE D'INTERNET MOINS IMPACTANTE QUE LE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉLECTRONIQUE

Toutes ces nouvelles technologies au tournant du troisième millénaire ont entraîné une restructuration du métier. « Les anciens relevés et calculs sont faits beaucoup plus vite, mais cela n'a pas été préjudiciable à la profession car les géomètres ont étendu leur domaine avec des bureaux d'études. Ils font des diagnostics immobiliers, de l'estimation, du projet d'aménagement... Alors qu'à la base, il ne s'agissait que de mesurer un terrain. »

Et en 2021 ? Marc Lemaire n'est pas bien sûr. « Vous devriez le contacter », répond-il en tendant une carte de visite d'un jeune géomètre. Les choses ont dû encore changer bien vite depuis sa retraite, il n'y a pourtant pas si longtemps.



LE TRACEUR DE CARTES, PRIVÉ DE PAPIER

Thierry Person, chef du Service de géodésie et métrologie (SGM) à l'Institut géographique national (IGN), constate, à la veille de son départ à la retraite, que son métier a bien évolué ces dernières décennies grâce à l'innovation technologique et numérique.

« On en parle beaucoup en ce moment mais dans nos métiers, de l'innovation il y en a toujours eu. Ce qui a peut-être changé, c'est son rythme qui s'accélère. » Entré en 1979 à l'IGN, Thierry Person part peu après en coopération au Mali où il enseigne comment les mesures sont prises sur le terrain par des opérateurs. « On utilisait alors des méthodes manuelles. »

À son retour en France en 1982, il fait pendant six ans ce qu'il appelle « de la carte classique, faite à la main ». Plus tard, son équipe utilise des outils informatiques et des bases de données géographiques : « On est passé du dessin à des cartes issues de bases de données. »

L'AUTOMATISATION DES MESURES : UNE INNOVATION MAJEURE

En 1996, l'ingénieur intègre l'unité "Travaux spéciaux" du SGM qui « mesure de façon très précise les déformations de certains ouvrages d'art comme les ponts ». Il note une évolution marquée dans les années 90, avec notamment l'apparition de théodolites équipés de caméras : « Plus besoin de quelqu'un

derrière les machines. Ces outils ont permis de réaliser des mesures automatiques. Plus tard, des capteurs étaient directement installés à demeure dans les ouvrages pour fournir des informations en continu sur leurs déformations. »

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE PREND LA RELÈVE

L'IGN fabrique le système de référence international de localisation. « On se base sur cette référence pour mesurer le niveau de montée des océans par exemple. Une centaine de stations permanentes permet de générer ce repère grâce aux données de systèmes de positionnement par satellites, dont le GPS. » Depuis un an, l'intelligence artificielle a fait son apparition dans ce domaine. « Avant on devait récupérer les données pour les traiter puis les interpréter. Désormais, l'IA traite automatiquement les données et les interprète. Ce nouvel outil donne des résultats plus objectifs. On espère que l'IA nous montrera des choses que l'on a pas vues. »

DES LIMITES À CETTE INNOVATION

Cependant, Thierry Person émet toutefois une réserve quant à la compréhension de l'intelligence artificielle : « Que ce soit en médecine ou en métrologie, il y a des causes derrière les phénomènes, il ne suffit pas de donner des résultats, il faut les expliquer. C'est toujours au toubib qu'il incombe de prendre et d'expliquer les décisions. »

MÉTIERS

Le monde du travail est en perpétuelle révolution technologique. L'exemple avec quatre pros qui ont dû et su s'adapter • PAR ALEXANDRE GOURNAY, MÉLANIE SPARFEL, JULIETTE MURIE & MARTIN BIZERAY.



LE ZINGUEUR PREND UN NOUVEAU PLI

De génération en génération. De toit en toit. La couverture chez les Le Gallet est une histoire de famille. Dans les années 50, Eugène crée l'entreprise à Percy (Manche). Elle est reprise dans les années 1980 par le fils, Philippe, qui perpétue l'ardoise et la couverture métallique. C'est maintenant au tour du petit-fils, Théo, d'apporter sa pierre à l'édifice. Début 2020, il est temps de changer les machines manuelles de l'entrepôt. La raison : le manque de précision dû à l'usure. Alors, le jeune couvreur propose d'acheter des machines numériques et non les nouvelles manuelles pour travailler le zinc.

Son expérience dans l'entreprise SECB à Bordeaux et sa connaissance pointue du métier rassurent. Son savoir-faire a d'ailleurs été couronné par la médaille d'or aux Olympiades régionales des couvreurs en 2016, lorsqu'il avait vingt ans. « Il est important qu'on soit les premiers dans l'innovation, pour apporter un plus à notre image. L'entreprise doit suivre la tendance pour s'en sortir. » Mais l'investissement dans les nouvelles technologies a un coût. « Il faut compter 60 000 euros pour une plieuse numérique et 30 000 euros pour une plieuse manuelle récente. »

Finis le pliage du zinc à la force des bras

et du dos sur une machine de deux mètres. Place maintenant à la plieuse numérique de trois mètres. « Le zinc n'est plus sous forme de feuilles mais en bobine d'une tonne, ce qui nous permet de faire une économie de matière première puisque l'on réduit de 70 % les pertes. » Quant à la nouvelle cisaille guillotine, « elle évite les décalages de trois ou quatre millimètres sur des longueurs de 30 à 100 mètres qu'on pouvait avoir avec l'ancienne ».

Certes, numériser les pratiques de ce savoir-faire permet de gagner en précision, en rapidité et en confort physique pour les salariés mais le pliage du zinc reste assez technique. « Il a fallu un temps d'adaptation et des heures de pratique pour les plus anciens afin qu'ils ne considèrent plus cette machine comme un frein mais comme un accélérateur dans leur travail. » Les couvreurs - une douzaine - continuent pour l'instant à réaliser cette opération technique, mais « le but serait d'avoir quelqu'un à 80 % à ce poste ». Les outils numériques ne changeront pas la finalité de leur artisanat qui est de couvrir une maison, ni leur expérience. En revanche, elles transforment leurs conditions de travail et permettent de « moins se casser le dos », esquisse d'un sourire, le couvreur de 25 ans.



© La Voix du Nord

LE DESSINATEUR DE BD, L'ŒIL RIVÉ SUR L'ÉCRAN

Grégory Mardon est un auteur et dessinateur de bande dessinée depuis plus de vingt ans. Originaire d'Arras. À 49 ans, il est passé du crayon à l'ipad en quelques années.

Quelles différences entre un dessinateur de bandes dessinées il y a vingt ans et aujourd'hui ?

Quand j'ai publié ma première bande dessinée en 1999, la BD n'était pas aussi développée qu'aujourd'hui. Nous étions beaucoup moins d'auteurs et le roman graphique n'était pas autant une norme. Avec le dessin assisté par ordinateur (DAO), les tablettes, on a vu arriver de nombreux autodidactes. Comme pour la musique, beaucoup de jeunes ont pu écrire des bandes dessinées depuis chez eux, apprendre grâce à des outils numériques.

C'est plus facile d'écrire une BD aujourd'hui ?

Pas forcément, le métier reste le même. Il est simplement beaucoup plus démocratisé, l'aspect technique et artistique lié au dessin est facilité par le numérique et les formats sont beaucoup plus divers que de mon temps. Il y a eu une explosion de ce qui est appelé le

roman graphique. Il permet de publier des enquêtes journalistiques ou des biographies en bande dessinée. Ceci s'explique aussi grâce aux nouvelles techniques d'impression qui permettent d'avoir des formats plus longs, pour un coût quasi égal.

Comment s'adapter au numérique quand on a commencé de manière traditionnelle ?

Ce n'est pas facile. Au début je suis resté très attaché à la production de bandes dessinées « à l'ancienne », mais par la force des choses, on est obligés de se mettre à la page, pour gagner sa vie tout simplement. Si on ne le fait pas, on se fait manger par la concurrence. Personnellement, j'ai fait du dessin animé. Cela m'a permis de maîtriser des outils de DAO. Ils permettent de ne pas avoir à redessiner un paysage ou un fond plusieurs fois par exemple. En général, on apprend sur le tas, en discutant entre dessinateurs. Actuellement, je dessine sur l'ipad Pro. Les sensations sont incomparables avec un dessin papier. Au niveau visuel, il y a de belles BD faites avec les outils de DAO, mais le trait est différent, plus fin, plus lisse.



L'ÉMERGENCE DE NOUVELLES PROFESSIONS NUMÉRIQUES

Les plateformes numériques gagnent en importance et beaucoup d'utilisateurs veulent transformer leur passion en métier. YouTube, Twitch et les réseaux sociaux dans leur ensemble sont les théâtres virtuels de cette évolution de la société • PAR WILLIAM LACAÏLLE

La caméra tourne, un œil rivé sur le jeu, l'autre sur le tchat, Louis Dieu est en plein direct depuis chez lui. Cela fait un an que cet étudiant de 21 ans s'est lancé sur Twitch et il ne s'en lasse pas. Victoria Costanzo est elle aussi devant la caméra. Elle n'est pas en direct, mais plusieurs heures de montage l'attendent ensuite. Depuis l'été 2020, l'étudiante de 23 ans et désormais suivie par 5 000 personnes, a décidé de faire des vidéos YouTube en même temps que son cursus universitaire.

« Depuis que je suis au collège, je me suis intéressé à Twitch », se remémore Louis. Une passion pour les nouvelles plateformes avec lesquelles les jeunes ont grandi : « Quand j'avais 15 ou 16 ans, je me suis lancée une première fois dans les vidéos sur YouTube, raconte Victoria, mais j'ai arrêté en terminale car je n'avais plus de temps. »

La crise sanitaire et les confinements les ont particulièrement poussés à s'investir dans leurs projets. C'est notamment le premier qui a marqué Louis : « Je jouais tout seul. Je me suis dit qu'il serait intéressant de pouvoir rencontrer et partager cela avec des gens que je ne connais pas. » Il passe le pas et commence à streamer. Victoria elle aussi a été impactée par les restrictions sanitaires. « Je suis toujours restée une fan de montage. J'ai repris les vidéos YouTube l'été dernier car j'avais pas mal de temps, ce qui m'avait fait défaut quand j'étais au lycée. »

UNE PROFESSIONNALISATION QUI COÛTE DU TEMPS...

Tous deux sont étudiants et doivent allier leur passion avec leurs cours. Le rythme de tournage de Victoria dépend du sujet qu'elle souhaite traiter. « J'ai des idées que j'étales sur une

semaine et d'autres que je fais de manière spontanée. Par exemple, j'ai fait une vidéo sur le rap, j'ai pris le temps de me documenter, de réécouter les morceaux que j'écoutais quand j'étais plus jeune. » Pour autant, elle ne s'impose pas de rythme ni de calendrier pour préparer ses sujets et les tourner. Pour les lives Twitch, la préparation est moins importante. En revanche, il faut du temps pour

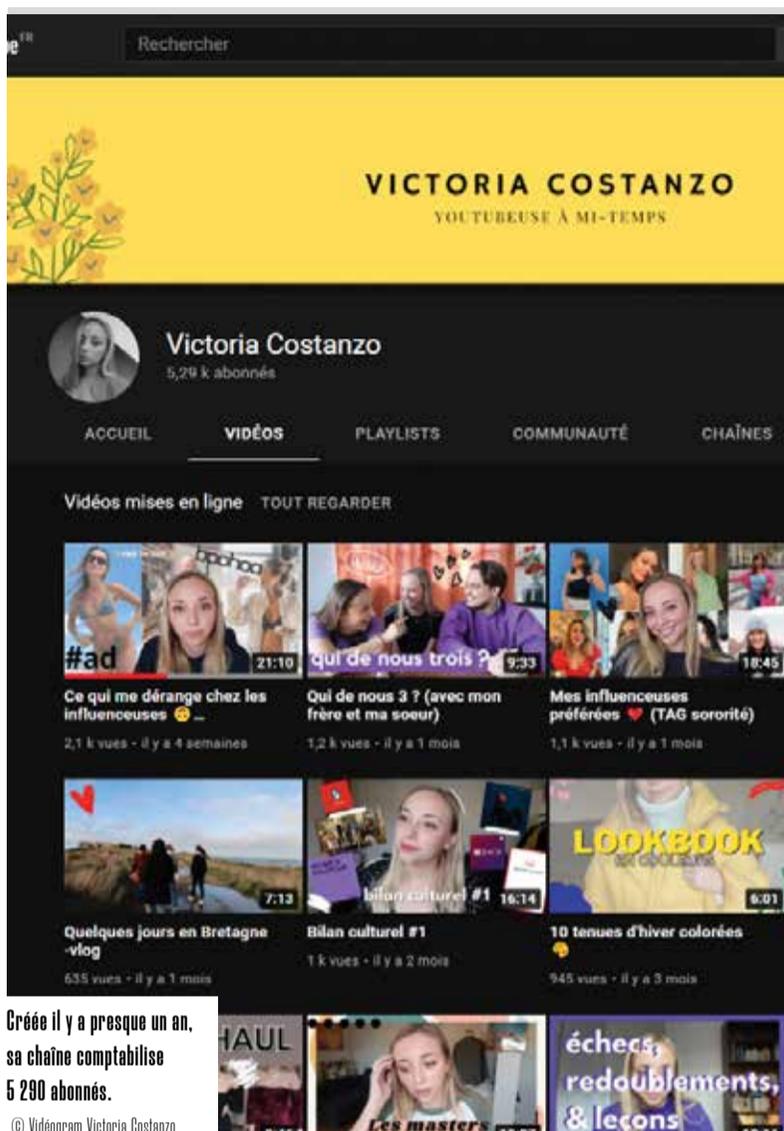
« Au début, j'utilisais mon téléphone pour me filmer. »

LOUIS DIEU (WARXYZ)
STREAMEUR



Louis Dieu, alias WARXYZ, s'est lancé dans le streaming pendant le premier confinement.

© William Laccaille



Créée il y a presque un an, sa chaîne comptabilise 5 290 abonnés.

© Vidéogram Victoria Costanzo

véritablement se professionnaliser sur la plateforme : « Mon premier cap était de devenir "Affilié Twitch". Il faut respecter plusieurs conditions très strictes. La première est d'avoir au moins 50 followers sur la plateforme. Le reste se calcule sur les trente derniers jours : avoir trois spectateurs en moyenne à chaque stream, lancer sept streams différents mais il faut surtout être en live pendant plus de 500 minutes (environ 8 h 30). » Après plusieurs heures de direct, Louis éteint sa caméra et tout est fini. Mais pour Victoria, après son tournage il lui reste encore de nombreuses heures à travailler sur sa vidéo. « Le montage c'est toujours quelque chose de compliqué, j'aime vraiment en faire, mais c'est très chronophage », précise la jeune YouTubeuse. Cette étape de la réalisation n'est pas à négliger car c'est celui qui va donner le ton général de la vidéo : « En moyenne ça me prend cinq heures, pour monter, réaliser les miniatures et en comptant le temps de l'importation. »

... ET DE L'ARGENT

Produire du contenu de qualité ne se résume pas qu'à l'image : il ne faut pas écarter l'importance du matériel. Ce dernier peut rapidement devenir très onéreux. Dans un domaine où l'image est cruciale, il faut commencer par les caméras. Il faut faire preuve parfois de débrouillardise, comme Louis : « Au début, j'avais le minimum pour faire des lives. J'ai fait quelques bidouilles comme utiliser mon téléphone pour me filmer. J'ai pu acheter une caméra, mais j'ai dû attendre. » Victoria a eu un

peu plus de chance lors de ses débuts. « J'ai commencé avec l'appareil photo de mes parents mais j'ai eu par la suite un Reflex pour un Noël. Je l'ai vendu plus tard pour ensuite acheter un Canon G7 X, l'appareil de nombreux autres YouTubeurs. J'ai aussi acheté un trépied. Cette année, j'ai reçu un micro à Noël. » Outre l'image, beaucoup d'autres éléments demandent des investissements. Louis, spécialisé dans le gaming, a besoin d'un ordinateur performant, ce qui coûte parfois très cher. « Je compte bientôt investir dans un nouveau PC pour avoir de meilleures performances. Et ce sera notamment grâce aux dons de mes spectateurs. C'est grâce à mon statut d'affilié que je peux récolter de l'argent. » Par ces investissements, Louis souhaiterait se consacrer beaucoup plus au streaming et à terme devenir un professionnel sur la plateforme. Quant à Victoria, elle perçoit plus YouTube comme tremplin pour devenir actrice.

1 milliard d'heures de vidéos. C'est ce que visionnent quotidiennement les 2 milliards d'utilisateurs actifs de YouTube. 70 % d'entre eux le font sur un support mobile (smartphone, tablette...). 500 heures de vidéos sont uploadées (ajoutées) chaque minute sur ce réseau.

Sources : YouTube

INFLUENCEURS : UN STATUT CONVOITÉ ?

« Je suis passionné par le vin depuis très jeune, mon père aimait beaucoup le bordeaux », se remémore Nicolas de Rouyn, journaliste et spécialiste en œnologie. Un héritage qu'il a travaillé, par des cours, mais surtout en discutant avec les producteurs. En 2008, après avoir travaillé dix-huit ans au Figaro, il est remplacé et quitte son poste. Il crée son blog « Bon Vivant et Plus » et se fait repérer par Thierry Dessaux pour écrire dans le trimestriel *En Magnum*, spécialisé sur le vin.

Pour étayer son blog, Nicolas de Rouyn crée en 2016 un compte Instagram pour partager des photos des vins qu'il goûte et qu'il commente. Suivi aujourd'hui par près de 10 000 personnes, le connaisseur du monde-vino possède une véritable communauté. Comme les influenceurs les plus cotés des dernières années, sa boîte de réception est inondée de demandes de producteurs et communicants pour réaliser une dégustation de leurs produits. « Je refuse, explique-t-il, je ne fais pas d'échange, car ça se voit et on perd en crédibilité. Ce n'est pas bien pour le public. »

« Je ne suis pas un influenceur »

Grâce à de bons conseils et une réputation qui n'est plus à faire, il arrive même que certains étrangers, abonnés au compte de Nicolas de Rouyn, cherchent à se procurer les bouteilles présentées dans ses publications. Mais quand on lui demande s'il se considère comme un influenceur, la réponse est catégorique : « Non ! Pas du tout. Je ne suis pas un influenceur. Il faut être humble. Il y a des attachés de presse qui sont convaincus que je le suis, mais je n'y crois pas du tout. »

Pour le journaliste, « l'influence ne vaut que s'il y a une foule. Si vous êtes Kim Kardashian avec un compte de plusieurs millions de followers, dès que vous parlez d'un produit, tout le monde veut l'acheter et sa valeur change. Ça, c'est de la véritable influence ». Ses publications permettent aux producteurs de vendre quelques bouteilles, un effet trop limité pour être qualifié d'influenceur selon Nicolas de Rouyn. « J'essaie d'aider les vignerons, surtout en ces temps difficiles, mais je ne suis pas sûr qu'on arrive à influencer véritablement les comportements. »

Tricher pour se faire repérer

Il faut de la patience pour se faire repérer par les utilisateurs. Accumuler les 10 000 followers comme Nicolas de Rouyn peut prendre du temps. La période où il a gagné le plus d'abonnés était pendant le premier confinement. Les statistiques ont montré qu'environ une centaine d'internautes par semaine s'abonnaient au compte Instagram du journaliste d'*En Magnum*. Désormais, cette tendance s'est atténuée : « La semaine dernière, j'ai gagné sept followers ».

Contrairement au blogueur, d'autres internautes sont bien moins scrupuleux pour accumuler de la reconnaissance. « D'autres passionnés et moi-même avons remarqué beaucoup de comptes parlant de vin au comportement suspect, affirme Nicolas de Rouyn. Leur nombre d'abonnés grossit de manière démesurée. Quand on regarde plus attentivement, ce sont des comptes qui viennent tous du même pays. Il est évident qu'ils achètent ces followers pour ensuite se revendre comme des influenceurs. »

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ONT LA PATATE

À Neuville Saint-Vaast, la ferme Fournier produit plus de 6 000 tonnes de pommes de terre. Une exploitation à la pointe de la technologie très éloignée de l'agriculture traditionnelle. • PAR MARTIN BIZERAY

Airpods enfoncés dans les oreilles, jean slim et chaussures en cuir aux pieds... Au premier abord, David Fournier a plus l'air d'un homme d'affaires ou d'un banquier. Pourtant, ce quarantenaire, qui vit à Neuville Saint-Vaast, dans la campagne arrageoise (Pas-de-Calais), est bel et bien agriculteur.

Propriétaire d'une exploitation de pommes de terre, de céréales ou encore d'épinards, il a développé l'activité de son père pour qu'elle devienne aujourd'hui l'une des plus grosses fermes de la région. Chaque année, il produit plus de 6 000 tonnes de pommes de terre et plus de 1 000 de céréales.

Une production qui, selon le propriétaire de la ferme, ne prend qu'une infime partie de son temps. « À l'époque de mon père, cela représentait 80 % du travail. Aujourd'hui, je dirais que c'est à peine 20 % ».

Désormais, les activités les plus chronophages sont l'administratif et la vente de ses produits. D'ailleurs, si vous demandez à David son métier, il ne vous répondra pas "agriculteur" mais plutôt entrepreneur ou commercial. L'exploitant a suivi des études de commerce. Diplômé d'HEC, il a ensuite travaillé pour le Crédit Agricole avant de reprendre l'exploitation familiale. « Mes parents m'ont bien orienté, ils ont voulu que j'apprenne le commerce car ils avaient compris les enjeux de l'agriculture d'aujourd'hui. La fibre agricole, je l'avais déjà grâce à eux. »

UNE PRODUCTION QUASI-AUTOMATISÉE

Au mois d'avril, c'est la période de plantation des pommes de terres sur l'exploitation de la ferme Fournier. Une semaine suffit à planter l'ensemble des tubercules grâce notamment

à des tracteurs de plus en plus autonomes. « Je m'assois, je mets ma musique et je regarde le tracteur travailler », plaisante l'agriculteur.

Le logiciel analyse les sols et indique la meilleure variété à planter à l'agriculteur. Une fois la variété validée, le tracteur s'occupe du reste : « Il plante avec une précision au centimètre près. » En moins d'une semaine, les 260 hectares sont plantés. « Le reste de l'année, on fait de la surveillance. »

« Je m'assois, je mets ma musique et je regarde le tracteur travailler. »

DAVID FOURNIER
EXPLOITANT AGRICOLE

Pour le blé et le colza, David Fournier utilise engrais et herbicides. Auparavant, il les dispersait de manière homogène sur toute l'exploitation. Aujourd'hui, cet OAD (outil d'aide à la décision) fonctionne grâce à une photographie satellite de ses champs. L'outil technologique va analyser les sols et définir les parcelles qui nécessitent un apport en produits phytosanitaires. Après cette étude, il va réaliser une coloration des champs sur une modélisation de ses parcelles en lien avec une étude météorologique et des sols effectuée par un logiciel relié directement à son téléphone.

L'agriculteur dispose à ce moment-là d'un état détaillé de ses champs, colorés en fonction des endroits qui nécessitent des fongicides et ceux où ce n'est pas nécessaire. En quelques clics, il programme la carte sur son GPS RTK. La machine s'occupe du reste et projette les engrais uniquement sur les pieds qui n'en ont pas reçus assez.

Une économie de 12 % de produits est ainsi réalisée selon l'agriculteur. « C'est très pratique, mais ce n'est aujourd'hui disponible que pour les céréales. Les pommes de terre ont trop de variétés différentes pour ce genre de technologies et donc il est plus compliqué d'analyser les besoins en herbicides. Un outil du même type est cependant en développement. »

UN QUOTIDIEN DE CHEF D'ENTREPRISE

Le temps dégagé par l'automatisation de la production, il l'utilise pour étudier les marchés de la pomme de terre pour savoir quand et à qui céder ses produits, afin d'en tirer le meilleur profit. « Quand on a une si grande production à écouler, il est nécessaire de vendre au plus grand nombre car les investissements à rembourser sont importants. » Parmi ses clients fidèles, le géant McCain lui achète chaque année une grande partie de ses récoltes.

Le reste, il doit le négocier avec différents acheteurs potentiels : « C'est du pur commerce, je passe des coups de fils, je négocie... Tout ça, c'était de la science-fiction pour mon père. » David Fournier souhaite désormais connecter ses entrepôts pour que la production et la conservation soient intégralement automatisées.

MILEOS : SOLUTION MIRACLE CONTRE LE MILDIOU ?

Le mildiou est un véritable fléau. Ce champignon s'attaque aux cultures de pommes de terre dès que l'humidité est supérieure à 75 % et que la température dépasse les 10 °C. Pour David Fournier, il s'agit de sa principale crainte. « Les pommes de terre ne risquent pas grand-chose, mais dès que le mildiou arrive sur une exploitation, il peut la réduire à néant en quelques jours. »

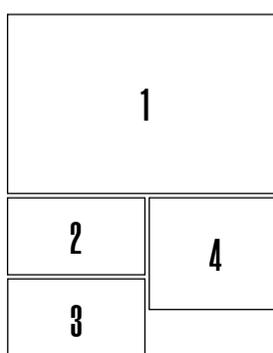
Face au problème, l'agriculteur utilise Mileos. L'application fonctionne grâce à une analyse des sols, de la pluviométrie et de la température.

Les relevés sont effectués en temps réel et dès que le risque devient sérieux, un SMS est envoyé sur le

téléphone de l'agriculteur qui sait qu'il a 24 heures pour traiter ses champs. « Avant, on traitait un peu tout le temps sans savoir si c'était vraiment utile. C'était mauvais écologiquement mais aussi d'un point de vue économique. Désormais, on ne traite que quand le risque est réel. »

Ce dispositif est utile pour la prévention du mildiou. Il existe également des produits pour traiter les champs lorsque le mildiou est déjà infiltré dans les plants de pomme de terre mais ce dernier manque encore d'efficacité selon David Fournier : « Mieux vaut prévenir que guérir. Le traitement post-infection n'est pas fiable à 100 %. Je préfère minimiser les risques au maximum. »

The image shows the Mileos application interface. At the top, there's a logo for 'mileo' and a photo of a pink flower. Below that, there are three panels: 'Mileos', 'Mileos', and 'Mileos'. The first panel shows a map of fields with color-coded risk levels. The second panel shows a list of nearby farms. The third panel shows a contact form. Below these panels, there are several icons and text boxes, including 'CONTACTEZ-VOUS', 'Mileos', 'Mileos', and 'Mileos'. At the bottom, there's a red banner with the text 'ARVALIS Institut végétal' and a logo for 'ARVALIS'.



Légendes des photos

1. David Fournier au pied d'un de ses nombreux tracteurs destinés aux travaux dans les champs de pommes de terre.
2. Grâce à l'autoguidage, la plantation des pommes de terre est largement simplifiée et accélérée.
3. Ordinateur de bord, GPS... La machinerie agricole actuelle est un véritable concentré de technologie.
4. Aujourd'hui, il ne faut plus qu'une semaine pour planter les 260 hectares de l'exploitation.



L'exploitation des Legay compte 75 vaches laitières. Les agriculteurs ont pour objectif d'arriver à 100 d'ici quelques années.

© Martin Bizeray

LE ROBOT OFFRE DU TEMPS

À Neuville-Saint-Vaast, la ferme Legay se modernise peu à peu. François et Chantal, producteurs de lait, profitent du temps gagné grâce aux robots pour diversifier leur activité, notamment en accueillant des élèves au sein de leur ferme. • PAR MARTIN BIZERAY

À la ferme du Clos Fleuri, 75 vaches laitières Prim'holstein occupent leur box. Deux fois par jour, elles partent à la traite dans une salle voisine. En quelques années, l'opération s'est modernisée et automatisée, ce qui a permis à Chantal et François Legay d'agrandir fortement leur cheptel.

Les différentes évolutions technologiques ont permis un gain de temps énorme aux agriculteurs dont le métier ne ressemble plus désormais à ce que pouvait faire la génération précédente. Un temps précieux qui permet aux éleveurs de développer leur activité et de générer de nouveaux revenus.

François et Chantal Legay sont producteurs laitiers. Ils ont récupéré l'exploitation du père de François. L'agriculteur explique que l'administration a pris une place très importante : « La pénibilité n'est plus la même. Je me rappelle que mon père n'avait que 6 vaches au début, mais il faisait la traite à la main tous les matins à 6 h 30. La récolte du foin pour les bêtes lui prenait bien plus de temps. »

L'autre aspect positif de la modernisation de leur ferme est qu'elle est de plus en plus sécurisée. François a 53 ans. Dans quelques années, il souhaite transmettre son exploitation à son fils Quentin qui est hémophile. « Ça me rassure de savoir qu'il sera dans un lieu protégé. De nos jours, une personne avec cette maladie peut être agriculteur. C'était inenvisageable il y a quelques années. »

Avec la mécanisation de la traite, le nombre de vaches est passé à 75 et la répartition du travail a été chamboulée. « Maintenant que la traite est mécanisée, ce qui me prend le plus de temps c'est de remplir la paperasse pour les différentes subventions européennes ou pour les assurances », souligne François Legay.

AGRICULTEURS ET COMMUNICANTS

Malgré toute cette paperasse, le couple d'éleveurs a plus de temps et participe au programme "Le savoir-vert". Chantal est

d'ailleurs la présidente de l'association pour les Hauts-de-France.

Cette opération vise à accueillir des élèves pour leur expliquer le fonctionnement d'une ferme. « S'il fallait encore faire la traite à l'ancienne, jamais nous ne pourrions prendre 2/3 h par jour pour accueillir des classes. »

C'est également un revenu supplémentaire qui n'est pas négligeable pour la famille d'agriculteurs. « Aujourd'hui, le prix du lait est assez élevé par rapport à ce qu'on a pu connaître en 2009 par exemple. Mais il fluctue et c'est assez incertain. Avec les classes, on s'assure un revenu stable et une sécurité en cas de nouvelle crise du lait. »

DES VACHES CONNECTÉES

Cela fait maintenant trois ans que Damien Boissel, salarié agricole dans une ferme, située à La Colombe, dans la Manche, utilise les fonctionnalités de l'application FarmLife. Le concept : la surveillance permanente des 110 vaches de l'exploitation. L'animal est muni d'un collier multifonctions qui enregistre et analyse ses chaleurs, ses vêlages, ses troubles de santé, sa nutrition etc. « Tous les jours, l'ingestion et la rumination de la vache sont détaillées sous forme de graphiques et comparées aux relevés précédents », indique le jeune ouvrier agricole de 23 ans. Si le comportement de l'animal est inhabituel, un message d'alerte est alors envoyé sur le smartphone, indiquant le numéro de la vache, la date, l'heure et le motif. « En plus de notre regard au quotidien, cet outil nous signale les chaleurs et nous aide à anticiper l'arrivée d'un vêlage. » Un gain de temps notable sur un emploi du temps déjà chargé.

« Ce qui me prend le plus de temps, c'est de remplir la paperasse pour les différentes subventions européennes ou pour les assurances. »

FRANÇOIS LEGAY
AGRICULTEUR

TOUCHE PAS À MON GPS !

Même dans la France des champs, la délinquance s'intéresse aux nouvelles technologies, notamment celles installées dans le matériel agricole. En 2020, l'entreprise Rault, concessionnaire Fendt à Poilley (Manche) est la cible de trois vols. Le préjudice s'élève à 60 000 € environ. Deux des trois cambriolages sont pris en charge par l'assurance. « Ils s'attaquent à l'équipement électronique du tracteur : GPS, consoles de relevage, boîtiers de commandes... », témoigne Régis Pigeon, responsable commercial et administratif. C'est inédit. « Il y a une dizaine d'années, ils coupaient les grillages et embarquaient les tracteurs dans des camions. Maintenant, leur cible est à l'intérieur des cabines », se désole-t-il.

Depuis ces vols, la surveillance est renforcée et les actes au quotidien aussi. « À la fin de la journée de travail, on peut prendre facilement une heure de plus pour enlever tous les appareils numériques susceptibles d'être dérobés. » Une habitude quotidienne qui pourrait bien être remplacée par la présence de vigiles sur la zone artisanale et industrielle de Poilley.

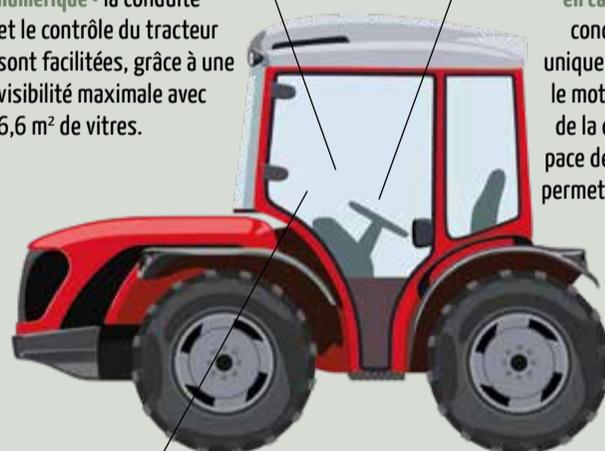


À ses frais, le distributeur Fendt doit redoubler d'efforts pour protéger son gagne-pain. « La vente d'un tracteur nous rapporte, mais rajouter une clôture à 66 000 € autour de notre concession et y intégrer un système pour prévenir des intrusions, ce sont juste des frais, rien de plus. » Le vol en milieu rural existe bel et bien, brisant le mythe de la campagne protégée. « C'est inévitable ! Plus il y a de technologie embarquée, plus les tracteurs sont équipés et plus le réseau de délinquance va se renforcer. » Ce n'est alors que le début de ce marché parallèle des nouvelles technologies agricoles... JULIETTE MORIE

LE TRACTEUR DE L'ANNÉE SE FABRIQUE À BEAUVAIS !

Un million d'heures et 170 ingénieurs ! C'est ce qu'il aura fallu pour créer la nouvelle gamme de tracteurs 8S de Massey Ferguson. Installé à Beauvais, le constructeur américain a reçu la médaille d'or de la meilleure utilisation numérique : le lancement de cette série s'est réalisé sur Internet depuis son usine de l'Oise. Ce prix s'explique aussi par les nombreuses innovations présentes dans le MF 8S 265, le tracteur de l'année. HUGO SERGEANT

1 - Tableau de bord numérique - la conduite et le contrôle du tracteur sont facilités, grâce à une visibilité maximale avec 6,6 m² de vitres.



2 - 68 dB mesurés en cabine - grâce au concept Protect-U, unique sur le marché, le moteur est séparé de la cabine d'un espace de 24 cm. Ce qui permet une réduction du bruit.

3 - Un tracteur connecté - avec le portail client MyMF, les usagers peuvent transférer des informations et gérer leurs matériels à distance, depuis n'importe quel appareil connecté à Internet. Ils reçoivent aussi des alertes sur les potentiels codes erreurs ou pour les futurs entretiens à réaliser.

L'ENSEIGNEMENT AGRICOLE SE RÉINVENTE EN 3.0



Au lycée de la baie du Mont-Saint-Michel à Saint-Hilaire, les futurs exploitants et salariés agricoles baignent dans l'univers des

nouvelles technologies. L'établissement agricole du Sud-Manche possède en effet une exploitation de 75 hectares. En novembre 2018, il acquiert un robot de traite, un équipement entièrement automatisé qui récolte de multiples informations sur les vaches : la quantité et la qualité du lait produit, l'état de santé des bovins, leurs éventuelles carences...

« Les élèves peuvent ainsi se familiariser avec cet environnement technologique. De plus, les enseignants adaptent constamment leur programme à l'ère du numérique, on se doit de donner aux élèves toutes les cartes nécessaires pour la suite », souligne Luc Vatin, directeur de l'établissement agricole. Logiciel de gestion des parcelles agricoles, herbomètre, classe entièrement équipée d'outils numériques... Et oui, même l'enseignement agricole est à la pointe de la technologie. J.M.

LE MONDE PAYSAN NUMÉRIQUE, C'EST AUSSI...

UNE AGRICULTURE CONNECTÉE

C'est un usage mobile du web, l'agriculteur consulte Facebook sur son téléphone portable, échange sur les forums d'agriculteurs, s'informe des cours de marchés, de la météo, achète du matériel agricole et vend ses produits en ligne.

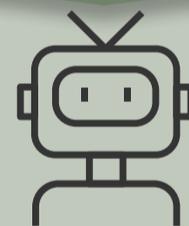


+DE 400
applications mobiles existent pour assister les éleveurs dans leur travail.

70 %
de ceux qui possèdent un smartphone installent des applications professionnelles.

LA ROBOTIQUE AGRICOLE

C'est l'intégration des moyens techniques autonomes ou d'assistance pour exercer certaines tâches : production, transformation ou commercialisation. La robotique permet de réduire la pénibilité et d'optimiser le temps de travail et le rendement.

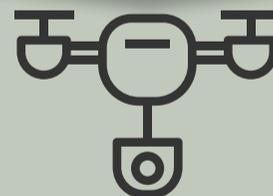


50 %
des éleveurs français qui s'installent achètent un robot de traite.

2^e
L'agriculture est le deuxième marché mondial de la robotique de service professionnelle.

L'AGRICULTURE DE PRÉCISION

Il s'agit d'utiliser les nouvelles technologies pour augmenter le rendement d'une parcelle tout en réduisant la consommation d'énergie et d'engrais. Des moyens d'observation associés à des outils d'aide à la décision sont utilisés afin de collecter un maximum de données.



47 %
des agriculteurs possèdent un GPS de guidage ou d'autoguidage sur les tracteurs.

50 %
des drones civils sont utilisés par les différents professionnels du secteur agricole.

Sources : Terre-Net Média, Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, INRAE, Chambre d'agriculture France

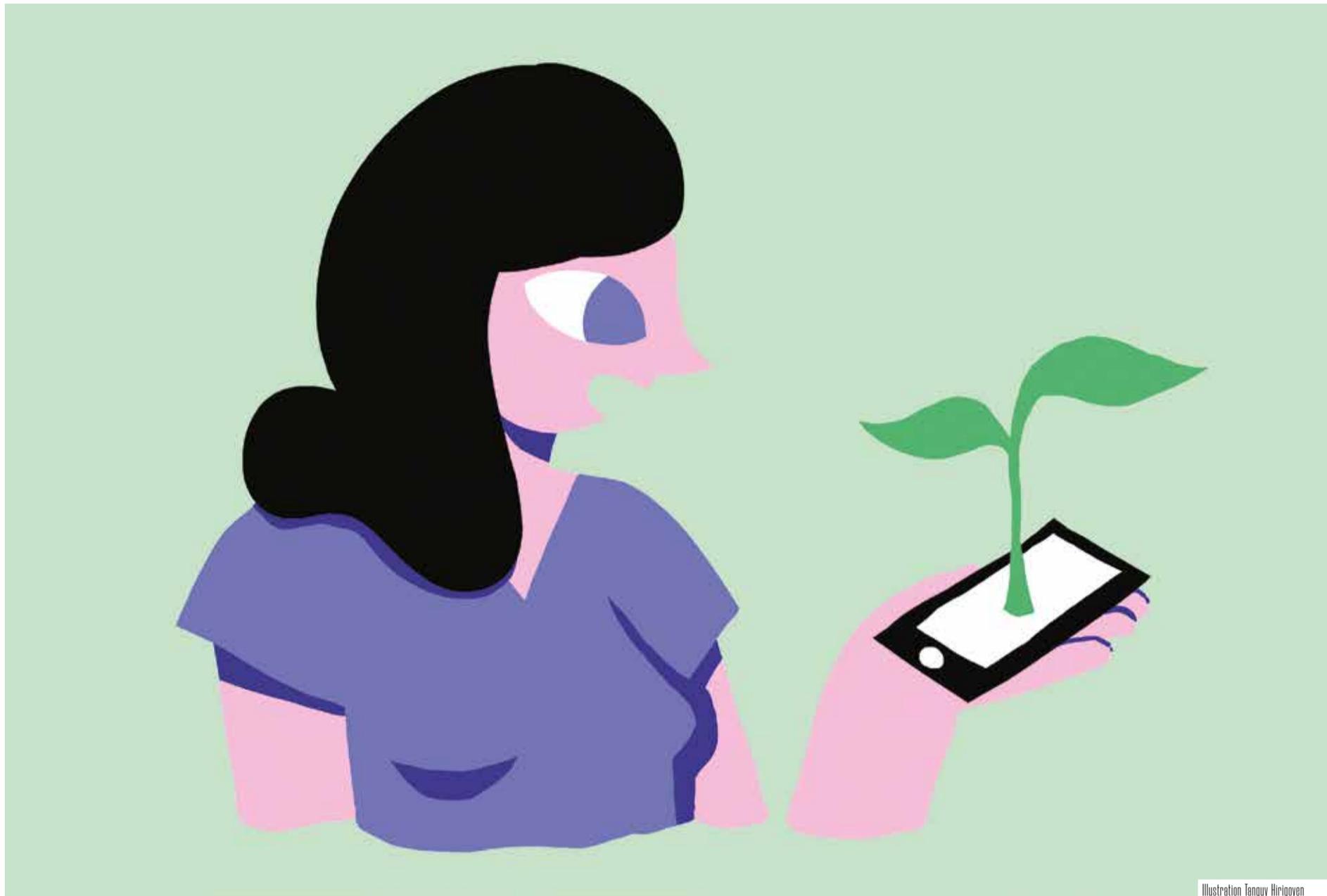


Illustration Tanguy Hirigoyen

IMPACT ENVIRONNEMENTAL : LA GABEGIE DU NUMÉRIQUE

Émissions de gaz à effet de serre (GES) et raréfaction des ressources : la révolution numérique que l'on connaît depuis dix ans est un modèle écologiquement insoutenable. Les études scientifiques, préconisent d'évoluer vers un numérique plus sobre. • PAR LOUISE REYMOND

Ordinateurs, smartphones, tablettes et objets connectés en tous genres : montres, enceintes, voiture, assistants vocaux, domotique... Le volume en matériel connecté des pays riches ne cesse d'augmenter. Selon une étude du collectif d'experts du numérique responsable Green IT, il y avait en 2020 près de 631 millions d'équipements en France, utilisés par 58 millions de personnes. Soit environ onze par utilisateur.

« Ce développement massif va à l'encontre des objectifs de réduction des GES (gaz à effet de serre) qu'impose le réchauffement climatique, rappelle Barbara Nicoloso, coordinatrice de l'association lilloise Virage Énergie. Derrière l'apparente dématérialisation du

numérique, il y a une réalité bien matérielle. Ce qu'on appelle le cloud, ce ne sont pas nos données qui flottent dans les airs. Ce sont des data centers qui tournent en permanence et émettent des GES. »

Avec toujours plus d'objets connectés et de services dématérialisés qui génèrent des flux de données toujours plus importants, la consommation d'énergie augmente. Mais la première source d'impact du numérique reste la production des terminaux : de l'extraction des minerais à la fabrication en passant par le transport, elle est source de GES, mais aussi de raréfaction des ressources minières, encore peu recyclées aujourd'hui.

Selon le think tank The Shift Project, à l'échelle

mondiale, les impacts sur l'environnement équivalraient ainsi à ceux d'un septième continent, avec 3 à 4 % des émissions mondiales de GES – soit plus que l'aviation. En France, il en émet plus de 3 %. Une mission d'information du Sénat sur l'empreinte environnementale du numérique conclut en juin 2020 qu'elle pourrait atteindre près de 7 % en 2040 si rien n'est fait pour réduire son impact.

SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE : QUELS BESOINS POUR QUELS USAGES ?

Face à ce constat, les experts appellent à repenser le monde connecté. Éric Vidalenc est ancien responsable du pôle Transition Énergétique à la Direction Hauts-de-France

SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE : QUE PEUVENT FAIRE LES COLLECTIVITÉS LOCALES ?

de l'Ademe. Également auteur de l'ouvrage *Pour une écologie numérique*, il invite à « se demander pour quoi on utilise cette technologie. Il ne faut pas la penser comme une fin en soi, mais la mettre au service de finalités sociétales, dont la plus importante aujourd'hui est l'écologie. Pour l'instant, le secteur reste dans des logiques marchandes. Le déploiement des écrans publicitaires, les objets connectés à obsolescence programmée, c'est du numérique qui n'a aucune conscience environnementale, dont le seul but est d'inciter à consommer. »

Dans son *Petit Traité de Sobriété*, Barbara Nicoloso interroge elle aussi la pertinence de nos usages : « A-t-on besoin d'avoir tout le temps la 4G allumée sur le portable ? D'avoir autant d'objets connectés 24 h 24 ? A-t-on besoin de crypto-monnaie ? Le Bitcoin, c'est l'équivalent de la consommation énergétique de l'Islande en une année. La pornographie et YouTube consomment eux la majeure partie de la bande passante civile. »

NUMÉRIQUE ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Théorisée par Green IT comme « la démarche qui consiste à concevoir des services numériques plus sobres et à modérer ses usages quotidiens », la sobriété numérique est donc incontournable pour réduire les impacts sur l'environnement. Un changement socio-culturel immense dans un monde où les réseaux ont investi chaque instant de nos vies.

Pour Barbara Nicoloso, cela ne peut se faire sans légiférer pour encadrer le marché et contraindre les fabricants, ni sans un changement de récit collectif qui fasse passer la transition écologique avant l'objectif de profusion numérique. Directeur de recherche de la Fondation Internet Nouvelle Génération (Fing), Jacques-François Marchandise résume : « Le nouveau monde connaît ses moyens mais pas son but. La transition écologique, elle, connaît son but, mais pas ses moyens. Il faut donc mettre l'un au service de l'autre, car nous sommes en train de développer un numérique que le monde de demain ne pourra pas supporter. »

« Les collectivités doivent adopter une politique publique de sobriété qui remette le numérique à sa place. » Telle est la première étape selon Stéphane Baly pour engager la sobriété numérique sur les territoires. Le conseiller municipal et élu à la Métropole de Lille préconise ensuite de « refuser l'affichage numérique dans le plan local de publicité », ou encore « acheter du matériel responsable, plus sobre à l'usage ou reconditionné ».

D'après Jacques-François Marchandise, directeur de la Fondation internet nouvelle génération, les collectivités sont loin de savoir mesurer l'impact environnemental du numérique de leur territoire pour établir une stratégie de sobriété.

La région Bretagne a pourtant investi la question en février 2020. Elle a adopté une feuille de route pour réduire son impact carbone lié au numérique, grâce à une politique d'achat de produits et matériels informatiques durables ou issus du réemploi, ou encore en donnant une deuxième vie à son matériel en faisant appel à des professionnels du reconditionnement. Pour Jacques-François Marchandise, « ils commencent à tomber sur les vrais problèmes. Si en tant qu'acteur public, je veux faire de l'achat responsable, il faut accéder aux informations sur la réparabilité des équipements par exemple. Or on n'a pas de prise sur les grands fournisseurs mondiaux. »

Prolonger la durée de vie du matériel et favoriser le reconditionnement nécessite en effet de lutter contre l'obsolescence programmée, mais aussi de standardiser les équipements pour les rendre plus modulables. « L'action seule des territoires ne suffit pas », selon Éric Vidalenc ; c'est au niveau national qu'il faut légiférer pour encadrer le marché et créer les conditions d'un numérique responsable. « Les collectivités peuvent faire beaucoup dans les domaines de l'achat public ou de la formation dans le supérieur à ces enjeux-là, concède Jacques-François Marchandise. Mais un seul levier local ou national n'a aucun sens, car nous sommes dans une problématique systémique. »

13

En mettant en place les bonnes pratiques sur ces équipements, une collectivité dotée de 100 postes numériques peut éviter chaque année la consommation de 60 000 kWh d'énergie et l'émission de 13 tonnes de CO₂.

Sources : Green IT.

« *Le Bitcoin représente l'équivalent de la consommation énergétique annuelle de l'Islande.* »

BARBARA NICOLOSO
ASSOCIATION VIRAGE ÉNERGIE LILLE





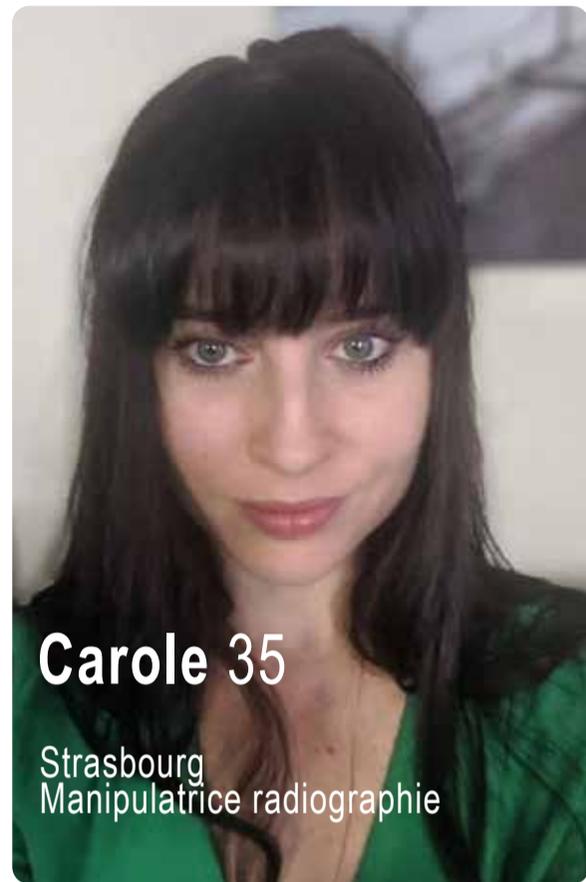
Anais 21

Rouen
Étudiante en métiers du
notariat



Geoffrey 23

Valence
Étudiant en métiers du
notariat



Carole 35

Strasbourg
Manipulatrice radiographie

UN ALGORITHME, DES DESTINS

Comment parler de l'amour au XXI^e siècle sans évoquer les sites de rencontre. Véritable aubaine pour célibataires ou gouffre de désespoir ? Pour les concernés, Tinder est un générateur d'émotions positives ou bien plus amères. • PAR CASSANDRA DUCATILLON

Trois individus, trois histoires Tinder. Geoffrey (23 ans), Anais (21 ans) et Carole (35 ans) ont tous fait partie de l'aventure Tinder. Néanmoins, ils ne s'en sont pas sortis de la même façon. À l'inscription, tous cherchaient le grand amour. « Je suis séparée depuis le mois de décembre 2020. Suite à cela, j'ai téléchargé Tinder et Happn », explique Carole. La rupture de Geoffrey, elle, remonte à plus loin. « J'ai dû m'inscrire en 2017 », indique-t-il. En revanche, pour Anais, Tinder répondait à un autre besoin : celui de vaincre sa timidité. « Mon rapport à l'amour est chaotique depuis très longtemps, soupire-t-elle. Avant que je ne m'inscrive sur Tinder, j'étais bloquée rien qu'à l'idée d'entamer une relation avec un homme, je n'osais pas aller vers eux. De plus, je me faisais toujours avoir dans la vie réelle. »

Une fois inscrits sur l'application, les surprises se sont enchaînées. Notamment lorsqu'on est une femme, certaines invitations peuvent paraître surprenantes. « On se fait aborder par des hommes très gentils au premier abord mais qui tentent de nous berner pour avoir uniquement des relations sexuelles, se souvient Anais. Je dois avouer que je suis tombée sur un sacré nombre de cas, jusqu'à certains hommes en couple depuis des années. L'un m'a fait croire qu'il était célibataire, alors qu'il habitait depuis six ans avec sa copine. » C'est le risque des réseaux sociaux, tout le monde peut s'inventer une identité plus ou moins fidèle à la réalité.

D'autres, au contraire, y voient l'occasion de faire ressortir le vrai eux. Ainsi, Carole s'est vue proposer « une partouze pour fêter la fin du confinement ». Pas si traumatisée, elle s'amuse : « Quelle fut ma surprise quand j'ai reçu ce message ! »

UNE APPLICATION CHRONOPHAGE

Si les femmes sont davantage visées par les prédateurs, les hommes ne sont pas toujours épargnés. Geoffrey est tombé amoureux une fois sur l'application : « J'ai rencontré une fille super en 2019. » À l'origine, intéressé uniquement par le sexe, il pense être « tombé sur la pépite ». Puis, à force de rendez-vous le soir, « on a fini par même se voir en journée. De fil en aiguille, je suis tombé amoureux », se souvient-il. Mais, connaissez-vous réellement les gens avec qui vous parlez sur les réseaux sociaux ? Lui, non. « Il aura fallu approximativement deux mois pour que je découvre que je n'étais pas son seul compagnon. Du coup, j'ai lâché l'affaire. Maintenant, je suis cash, je veux juste des filles pour un soir et voilà. » Il n'inscrira donc pas son histoire au palmarès des plus belles rencontres Tinder.

Bien que lui se soit résolu, les autres n'ont pas lâché l'affaire. « Je me suis dit que j'allais supprimer cette application plusieurs fois. C'est chronophage, on s'investit beaucoup pour souvent pas grand chose », explique Carole. Anais n'en pensait pas moins. « Plusieurs fois je me suis découragée. J'ai téléchargé Tinder en sep-

tembre 2019, et j'ai dû attendre juin 2020 pour enfin rencontrer la bonne personne. »

Carole, à l'image du roseau, fléchit mais ne rompt pas. « À mon âge, c'est compliqué de rencontrer quelqu'un. Je fais moins de soirées, ou alors seulement avec mes amis. On ne sort plus, et je ne me vois pas chercher au travail, alors je m'accroche à trouver la pépite. » Geoffrey, lui, reste un éternel célibataire. Et il s'en porte bien ! Dans ses messages récents, uniquement des filles rencontrées sur l'application. « C'est super efficace, il y a toujours quelqu'un de disponible », renseigne-t-il pas très élégamment.

Alors, sur Tinder on trouve à boire et à manger. « D'un côté il y a ceux qui veulent du cul, et de l'autre, il y a les grands romantiques », résume efficacement Carole. Et entre les deux ? On ne trouve pas grand monde, apparemment...

« Je me suis vue proposer une partouze pour fêter la fin du confinement. »

CAROLE
MANIPULATRICE RADIO

LE LEXIQUE TINDER



Swiperight

LORSQU'UN PROFIL NOUS INTÉRESSE, ON LE GLISSE VERS LA DROITE



Swipeleft

LORSQU'UN PROFIL NE NOUS INTÉRESSE PAS, ON LE GLISSE AU CONTRAIRE VERS LA GAUCHE



Match

LE PROFIL QUE VOUS AVEZ SWIPERIGHTÉ VOUS A SWIPERIGHTÉ EN RETOUR



TinderGold

L'ABONNEMENT POUR OPTIMISER LES VUES DES PROFILS

« L'AMOUR SOUS ALGORITHME » :
UNE VASTE ENQUÊTE SUR LE PHÉNOMÈNE TINDER

Tinder est le leader des rencontres amoureuses en ligne. Mais, un algorithme peut-il vraiment être à l'origine d'un coup de foudre ?

Judith Duportail s'attendait à une belle romance. Mais elle n'aura eu droit qu'à une piteuse expérience sur Tinder. Alors, plutôt que de chercher un conjoint, elle a décidé, en 2019, de décortiquer les mécanismes de l'interface. Ce qui a permis à cette journaliste de signer *L'amour sous algorithme*, une vaste enquête sur cette agence matrimoniale 2.0.

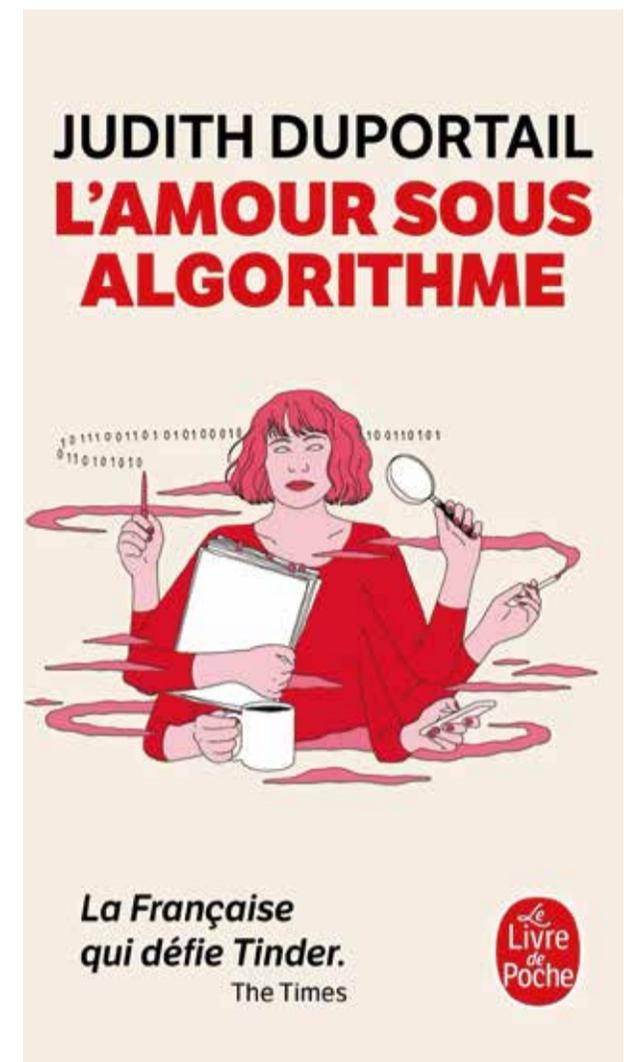
Au fil de ses 234 pages, le livre décrit tout le paradoxe de Tinder : une avalanche de conversations qui font, en réalité, se sentir bien seuls. L'autrice commence son livre par préciser pourquoi, comme beaucoup d'autres, elle a décidé de télécharger Tinder. Judith Duportail, à cette époque, souffre d'un manque accru de confiance en elle. Ainsi, pour rebooster son ego et l'aider dans ses rencontres, l'autrice se lance.

Néanmoins, elle se rend rapidement compte que la personne que la jeune femme vend sur le réseau social n'est pas celle qu'elle est réellement. Judith Duportail se perd entre une version idéalisée de sa personne et celle qu'elle est « IRL » (In Real Life). Conséquence : une perte de confiance en soi qui s'accroît encore. C'est là tout le jeu de Tinder.

Cette appli connaît par cœur ses utilisateurs. Judith Duportail rapporte avoir eu accès à sa fiche d'utilisatrice, qui ne compte pas moins de 802 pages de renseignements ! Elle y trouve une multitude d'informations personnelles, mais aussi ses profils sur différents réseaux sociaux, sans oublier une fiche détaillée qui décrit parfaitement son archétype d'homme. Cela paraît primordial lorsqu'il s'agit de faire se rencontrer des personnes.

Cela l'est moins, lorsqu'on sait qu'elle classe ses utilisateurs. Selon qui on matche, qui nous matche, on a une note. Celle-ci définirait notre attractivité physique. En fonction de cette note, nos profils sont soumis à d'autres profils « aussi bien notés » que le nôtre. Mais, cela va bien plus loin. Judith Duportail explique avoir découvert que même notre intelligence serait mesurée, selon notre rapidité d'écriture dans les conversations, les syllabes utilisées, le nombre de mots par phrases, ou encore la ponctuation utilisée.

De surcroît, l'application passe au peigne



fin les photos postées. Par ce biais, l'algorithme de Tinder exploite ces informations pour présenter notre profil, à d'autres qui seraient similaires. Cette sélection, qui semble être à l'image de la vie réelle, pose quelques problèmes que l'autrice dénonce comme une manipulation des utilisateurs. Judith Duportail décrypte aussi ce système de notation, plus avantageux pour les hommes. Pour commencer, l'application souligne l'importance du « rôle traditionnel des genres ». Si elle démontre que certains peuvent déjouer l'algorithme Tinder pour donner lieu à de belles histoires, cela reste très rare. La seule possibilité pour un profil mal noté de monter en visibilité, c'est de passer en Tinder Gold. Pour la modique somme de 16,49 € par mois, notre profil est boosté. Passé ce délai et sans renouvellement automatique, le célibataire retourne à sa moindre visibilité. Et les chances de rencontres s'évaporent...

Tinder n'a pas pour vocation de montrer une diversité de profils à ses utilisateurs. Ainsi, l'objectif n'est pas d'avantager le côté humain des rencontres, mais leur efficacité. Quand deux personnes se rencontrent, il est important qu'ils pensent être faits l'un pour l'autre. Tandis qu'en réalité, c'est un algorithme qui a décidé à notre place de qui nous devons tomber amoureux.

UNE APPLICATION REFUGE

Il y a un an de cela, durant le premier confinement, difficile pour les célibataires, ou non, de faire des rencontres à l'extérieur. Pour un grand nombre d'entre eux, Tinder est apparue comme la solution pour continuer à entretenir des relations humaines. Ainsi, l'application a connu certains records...

3 MILLIARDS : le nombre de "swipes" enregistrés le 29 mars 2020 sur l'application, à l'échelle mondiale.

72 % : le pourcentage de messages en plus enregistrés le 19 avril. Cette date marque la journée la plus bavarde du confinement enregistrée sur Tinder.

23 % : l'augmentation du nombre quotidien de conversations. La durée de ces dernières s'est prolongée de 23 % également.

Sources : Raphaël Touchet, consultant manager chez Tinder.

GEOCACHING, LA CHASSE AU TRÉSOR 2.0

Le Geocaching, chasse au trésor alliant technologie et tradition, permet de faire découvrir des lieux souvent non-répertoriés dans les guides touristiques. • PAR HUGO DENIZIOT



Dans les arbres, sous les pierres et même sous terre... Les trésors se cachent partout ! DR

Chaussures de marche, téléphone en main et regard affûté, voilà la panoplie du géocacheur. Un seul détail le sépare du chercheur de trésor : la carte en papier a disparu, laissant sa place à la carte numérique.

Le Geocaching est une forme de chasse au trésor née aux États-Unis en mai 2000. Avec un GPS ou avec son smartphone, l'objectif est de trouver des caches, des contenants dans lesquels on trouve un papier pour noter son pseudo. Chaque cache est posée par un utilisateur et dispose d'un descriptif, de coordonnées mais aussi souvent d'un indice pour faciliter la recherche.

Vingt-et-un ans après sa création, plus de trois millions de géocaches existent, disséminées dans plus de 190 pays. À tel point qu'aujourd'hui, le Geocaching est considéré par ses pratiquants comme une forme de tourisme à part entière. « Ça me fait découvrir des endroits dans lesquels je ne serais jamais allée. Je passe par des chemins qui ne sont pas dans les parcours de randonnée », confie Maryse Savary, géocacheuse à Roubaix.

Même enthousiasme pour Goldine Hermesse, présidente de l'association Nord Geocaching, qui estime que cette activité « permet de découvrir des endroits non référencés par les

offices de tourisme. Cet été dans le Jura, on a découvert un endroit qui n'était référencé nulle part ailleurs et on a aussi découvert des sources d'eau chaude dans l'Allier ! »

L'avantage du Geocaching ? Ce sont les joueurs eux-mêmes qui posent les caches. Ainsi, ce sont ceux qui connaissent le mieux leur territoire qui le font découvrir à travers le jeu. « Lors d'une balade en forêt bretonne, le jeu nous a amené hors des sentiers. À la fin, on est tombé sur un ancien hangar militaire datant de la Seconde Guerre mondiale », se souvient Mylène Tahar, géocacheuse lilloise.

DÉCOUVRIR DES BOÎTES ET DES LIEUX INSOLITES

Le Geocaching peut vite devenir une passion si on accroche. « C'est réellement devenu ma sortie du dimanche ! Quand les restrictions sanitaires seront levées, j'irai passer un week-end à 180 kilomètres d'ici. Il y a un parcours qui a l'air super, dont les caches comptent au moins 500 points favoris* chacune », explique Sophie Pokorski. Coiffeuse lilloise, elle a découvert le Geocaching en 2018 et le pratique réellement depuis deux ans. À son compteur, plus de 1 100 caches trouvées et 64 posées. « Mon objectif est de réaliser de jolies caches travaillées et de faire découvrir des lieux peu

connus du grand public », ajoute-t-elle. Avec plus de 300 géocaches dans la métropole lilloise et plus de 305 000 sur la totalité du territoire français (Outre-mer compris), quelques pas devraient vous suffire pour commencer votre propre chasse au trésor.

* Ces points sont attribués par des membres Premium et attestent souvent de la qualité d'une géocache.

Pour jouer, il vous faudra créer un compte sur le site geocaching.com. Pour vous aider à débiter, plusieurs sites existent tels que cachevillage.com et france-geocaching.fr

«C'est devenu ma sortie du dimanche ! Quand les restrictions sanitaires seront levées, j'irai passer un week-end à 180 km d'ici...»

SOPHIE POKORSKI
GÉOCACHEUSE LILLOISE

TERRÀ AVENTURA, QUAND LE PATRIMOINE DEVIENT LUDIQUE

« C'est addictif, on découvre notre région et on s'amuse. » Téléphone en main, application ouverte, Karine, infirmière girondine présente fièrement le jeu qui occupe désormais la plupart de ses week-end depuis 2019 : Terrà Aventura. Un dispositif mis en place par les offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine, basé sur le principe du Geocaching. Une chasse au trésor avec une dimension narrative puisque de petits personnages, les Poi'z, vous guident à travers les différentes balades. Chaque Poi'z existe sous forme de pins et est à retrouver dans les « caches » en fin de parcours.

Avec plus de 400 parcours dans la région, Terrà Aventura permet, par l'intermédiaire de ces chasses aux trésors, de découvrir le patrimoine local. Un objectif plus que réussi d'après l'office de tourisme de Sud-Charente. « En intégrant ce projet, nous voulions orienter nos visiteurs vers des sites moins connus, ou que nous avons plus de difficultés à mettre en valeur. Aujourd'hui, nous avons une grande communauté de joueurs, de toutes les générations ! » Cet aspect intergénérationnel, c'est ce qui a plu à Karine et son mari, parents de deux enfants. « On y va avec nos enfants, mais aussi nos parents. C'est à la fois un jeu et une sortie culturelle, tout le monde y trouve son compte. »

UN TERRITOIRE PLEIN DE SURPRISES

Un jeu qui permet à cette famille de redécouvrir un territoire sur lequel ils vivent depuis plus d'une vingtaine d'années. « On a toujours aimé faire des sorties en famille. Mais après plusieurs années, les idées de balades sépissent et on a eu l'impression d'avoir fait le tour de notre région. Pourtant, chaque chasse au trésor nous fait découvrir un nouveau lieu, avec des anecdotes et une histoire. » Parmi ces lieux, le désormais renommé lac de Guizengeard, que la famille ne connaissait pas avant une sortie Terrà Aventura. « Ce lac est à seulement une quinzaine de minutes en voiture de chez nous et jamais nous n'en avons entendu parler. Pourtant, c'est un lieu hors du commun », témoigne Karine.

Un jeu qui séduit de plus en plus puisqu'en 2019 on comptait 2 millions de joueurs, dont de nombreux touristes étrangers puisque Terrà Aventura est disponible dans cinq langues différentes. ALEXANDRE PENARD



Le jeu interactif dope le tourisme local. DR

MÊLER TERROIR ET CHASSE AU TRÉSOR

« Terroir & Geocaching », c'est le sobre nom du projet de Rodolphe, alias GroViking en jeu. A 51 ans, il a lancé un site internet répertoriant les géocaches en lien avec le terroir. 24 caches sont aujourd'hui répertoriées. « J'ai vu que le jeu avait des retombées sur les petits commerces, ça m'a donné l'idée d'allier Geocaching et terroir, d'autant que la gastronomie est reconnue au patrimoine mondial de l'Unesco », évoque fièrement Rodolphe.

Cinq géocaches sont répertoriées dans le Nord : deux à Dunkerque et trois à Wambrechies. Ces dernières, c'est Guillaume Viguerard, 36 ans, qui les a posées. « Je me suis dit que le projet est sympa, que ça permet de faire découvrir le terroir. J'habite Wambrechies, ça m'a permis de faire découvrir ce que nos artisans font », explique-t-il. Ses caches sont dédiées aux micro-brasseries, aux baraques à frites et à la distillerie de genièvre.



L'office de tourisme du Cambrésis a mis en place une aventure-jeu en utilisant le Geocaching. © Brice Dejonghe

MARTIN-MARTINE, CACHEURS DE TRÉSORS DU CAMBRÉSIS

La hausse continue du nombre de joueurs au Geocaching attire les institutions. Certaines régions, départements et mairies proposent désormais leurs propres parcours. L'office de tourisme du Cambrésis (Nord) fait partie de ces institutions avec pas moins de douze circuits Geocaching. « En 2016, on avait repéré une géocache près d'un de nos équipements. Avec une collaboratrice, on s'est tout de suite pris au jeu », confie Brice Dejonghe, directeur adjoint de l'office de tourisme du Cambrésis. De cette découverte leur est venue l'idée de poser des caches. « On ne voulait pas uniquement s'en servir pour trouver des boîtes. Chaque géocache fait partie d'une randonnée et apporte un complément d'information sur le lieu où elle se trouve », ajoute-t-il.

ENTRE RANDONNÉE ET AVENTURE

Lors du premier confinement, Brice Dejonghe a eu l'idée d'inventer toute une histoire pour accompagner un nouveau parcours Geocaching. Pour le concevoir, le directeur adjoint est parti d'une légende connue dans le Cambrésis : celle de Martin-Martine. « Un seigneur maléfique voulait asservir le Cambrésis et le forgeron Martin l'a vaincu d'un coup de marteau sur le crâne. On a inventé six personnages pour l'histoire et créé sept caches sur ce parcours, avec des vidéos et des QR codes », explique-t-il.

Le succès a été au rendez-vous : lancée le 3 juillet 2020, l'aventure a été complétée par 46 personnes et s'est vue attribuer 27 "points favoris". « C'est une aventure-jeu assez ludique pour les enfants, qui convient aux familles. On a eu beaucoup de commentaires positifs, parfois même de personnes qui sont venues nous le dire dans un office de tourisme », avoue Brice Dejonghe.

DES RETOMBÉES SUR LES COMMERCES

Si l'intérêt principal est de faire découvrir le territoire autrement, ces circuits peuvent générer de légères retombées économiques. « Nos parcours de Geocaching sont des circuits de randonnée. Souvent, les gens mangent et font des pauses dans les restaurants et bars du coin. Un café nous a remercié d'avoir posé des caches, car le jeu avait attiré de nombreux clients supplémentaires », admet Brice Dejonghe. L'office de tourisme du Cambrésis n'est pour autant pas bénéficiaire. « On a un budget d'à peu près 1 000 € par an dédié au Geocaching, et au final, on dépense plus qu'on ne gagne. On achète beaucoup de fournitures, de quoi réparer les caches quand il le faut. Les commerces en profitent plus que nous », concède-t-il. Le directeur adjoint attend désormais la levée des restrictions sanitaires pour poser une nouvelle série de géocaches en lien avec l'histoire locale.



LA DATA, C'EST SON DADA

Le sport a été révolutionné par le numérique. De nouveaux métiers voient le jour. Quentin Pavy passe sa journée à utiliser son ordinateur et analyser des données GPS. Ni hacker ni employé à TomTom, il est analyste de la performance au Rouen Normandie Rugby. • PAR LOUIS LESUEUR

Quentin Pavy, sur le banc lors de l'entraînement du club normand. © DR

« Tourner à droite... continuer tout droit sur 1,5 kilomètre... vous êtes arrivé. » Quentin Pavy travaille avec des GPS chaque jour, mais n'a pas besoin d'être guidé par une voix robotique. Lui utilise le positionnement par satellite dans le monde du rugby. Tout juste diplômé d'un master d'Entraînement et optimisation de la performance sportive (EOPS), il travaille au Rouen Normandie Rugby (Pro D2) comme analyste de la performance. « Je bosse avec le préparateur physique pour détecter les signes de fatigue, gérer les charges d'entraînement pour prévenir les blessures », détaille Quentin Pavy.

Les joueurs ont chaque jour un questionnaire

sur leur état de forme. Les réponses subjectives sont couplées aux études de données objectives : la distance parcourue, le nombre d'accélération, le mètre minute – la distance parcourue en 60 secondes : « un bon indicateur de l'intensité » -, la vitesse maximum, les courses à haute et très haute intensité et la fréquence cardiaque.

Ces données sont collectées par GPS et sont présentées simultanément sur l'ordinateur de Quentin Pavy. Leur évolution est visible en direct pour chaque rugbyman.

Le logiciel et les GPS, fournis par Mac Lloyd pour le club normand, sont reliés par une antenne. « Cette technique est développée pour le football et le rugby car elle est adaptée aux sports de grands terrains. C'est aussi plus facile pour la communication avec les satellites. Pour le basket et le handball, dans les gymnases, le toit est gênant. »

RÉGULER LA CHARGE DE TRAVAIL

Mais, en extérieur, la météo parfois capricieuse en Normandie peut jouer des tours à l'analyste. « Avec la pluie, il peut y avoir des pertes de données ou des données bizarres. Si on voit un joueur avec une vi-

tesse moyenne de 40 km/h, on sait que c'est étrange ! À moi de corriger. Après la séance, je peux également récupérer les données directement à partir du GPS pour les télécharger sur l'ordinateur. »

Avec ces éléments, le Rouennais présente un rapport au préparateur physique qui l'aide à préparer les séances. « Au rugby, nous travaillons par bloc de cinq semaines. Nous en avons quatre qui se terminent par un match, puis un week-end de repos. Il faut réguler la charge de travail sur ces cycles. Le GPS le permet. Par exemple, pour un joueur qui revient de blessure, on prévoit qu'il atteigne une distance durant la séance et s'il la dépasse, il arrête pour ne pas avoir une charge de travail trop lourde. »

Les rugbymen sont, pour certains, très au fait du travail réalisé par Quentin Pavy. « Ça dépend vraiment... Certains mettent le GPS et basta ! D'autres, dès que l'entraînement est fini, ne vont pas au vestiaire et viennent me voir au PC pour connaître leurs chiffres. Je les mets également à disposition sur le mur dans le vestiaire après la séance. Certains joueurs se challengent même entre eux. » Excepté si le crachin normand en a décidé autrement.

« Si on voit un joueur avec une vitesse moyenne de 40 km/h, on sait que c'est étrange ! »

QUENTIN PAVY

ANALYSTE DE LA PERFORMANCE AU ROUEN NORMANDIE RUGBY

ANALYSER, MONTER, MARQUER, REMBOBINER

Une révolution ! Benoit Bizet, analyste vidéo au Football Club de Rouen (National 2), est formel. « Les joueurs gagnent du temps grâce à l'analyse vidéo. » Lui découvre ce poste grâce à un copain durant ses années de Staps. « Il bossait à l'US Quevilly pendant les épopées en Coupe de France. C'était l'un des précurseurs de cette pratique. »

Benoit Bizet décide alors d'obtenir la double casquette : éducateur et analyste vidéo. Entraîneur de jeunes au FCR, il analyse les matchs des U17 Nationaux et parfois de l'équipe première. Tout change avec l'arrivée de David Giguel. « Il m'a proposé un vrai poste d'analyste vidéo pour bosser toutes les semaines. Je participe à toutes les séances

« POURQUOI T'AS PAS COURU 10 BORNES ? »

« L'analyse vidéo et les GPS sont des bons outils, on peut s'en servir, mais il ne faut pas que ce soit l'unique révélateur de l'état de forme. » Dijon, Lorient, Saint-Etienne, Strasbourg... Benjamin Corgnet a réalisé un tour de France durant ses dix ans en Ligue 1. Pendant ses années dans l'élite, il a expérimenté ces outils. Toutefois, selon lui, « c'est plus important d'avoir le ressenti du joueur plutôt que de dire "pourquoi t'as pas couru 10 bornes ?". » Encore plus dans le football amateur. Révélé sur le tard et passé professionnel à 22 ans sans passer par un centre de formation, le milieu de terrain est revenu dans sa région lyonnaise et dans le football amateur au Football Bourg-en-Bresse Péronnas 01. « Dans le monde pro, il y a des exigences. Donc la vidéo et les GPS sont nécessaires. Le monde amateur doit rester le football plaisir, sans trop de calcul. »



Benoit Bizet analyse chaque semaine les matchs du FC Rouen et de ses adversaires. © Benoit Dubuisson

d'entraînement le matin, détaille Benoit Bizet. L'après-midi, je fais du montage. »

Le Rouennais récupère les matchs, filmés par une société, sur une plateforme et travaille en binôme avec le coach. « Pour le travail sur l'équipe, David me transmet ses notes. On échange, mais je m'appuie vraiment sur son avis, selon le projet de jeu qu'il veut mettre en place. Pour l'adversaire, on regarde les 4-5 derniers matchs lorsque c'est possible. On prend des notes séparément et on discute ensemble. »

VIDÉO ET ÉCHANGES

Les animations et les transitions, offensives et défensives, et les coups de pied arrêtés sont analysés. Les projections ont lieu deux fois par semaine. Le montage pour le retour du match du FCR, diffusé le mercredi, dure 10 minutes environ et s'accompagne d'une vingtaine de minutes d'échange. Le montage de l'adversaire, diffusé le vendredi, veille de match, dure

6 à 8 minutes avec une dizaine de minutes d'échange. « Je pense que c'est vraiment utile. Les joueurs sont au fait des forces et des faiblesses de l'adversaire. Quand on ne le connaît pas, on a besoin de 15-20 minutes lors du match pour le décrypter. »

Benoit Bizet se souvient notamment d'un match en début de saison contre Saint-Malo (victoire du FCR 1 à 0). « On marque notre but en profitant de l'une des faiblesses que l'on avait repérées », se félicite-t-il.

En plus de son travail en avant-match, le Rouennais aide également à rectifier les problèmes à la mi-temps. « Je suis placé en tribune. J'analyse en temps réel. Je peux apporter des réponses concrètes, sur ce qui n'a pas été bon, en étant dans les vestiaires à la pause. » Avec l'arrêt des championnats amateurs décidé fin avril, Benoit Bizet va devoir désormais attendre quelques mois avant de retrouver les tribunes et d'organiser une nouvelle projection.

R2D2, C3PO, V3LO : LE MONDE DU CYCLISME SE ROBOTISE

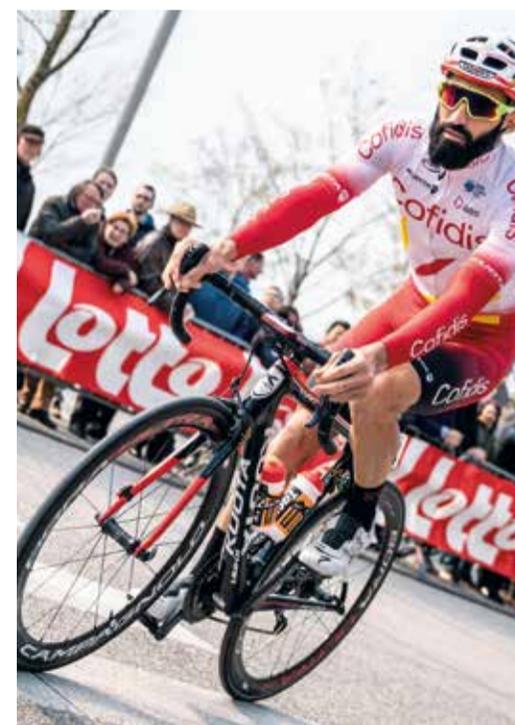
Il était une fois un cyclisme où les casquettes étaient légion dans le peloton, où les coureurs roulaient à l'instinct. Puis vient la révolution... Les casques sont rendus obligatoires pour les coureurs et les capteurs de puissance bousculent les habitudes des cyclistes. « Ça va faire une quinzaine d'années que ça s'est démocratisé, mais, depuis vingt ans, il est possible de récupérer les données courses, détaille Pierre-Luc Périchon (cinq participations au Tour de France, 42e en 2017). Là je pense qu'en terme de l'utilisation de la data, on est arrivés à l'apogée. » Le coureur de la formation Cofidis a été l'un des premiers à l'adopter. « Chez les amateurs, j'avais déjà un capteur de puissance et aujourd'hui, je suis incapable de m'entraîner sans. Je pense que ça fait partie de l'évolution du sport. »

NE PAS OUBLIER LE TERRAIN

Vitesse, cadence (nombre de coups de pédale par minute), rythme cardiaque, puissance développée en instantané : tout est analysé ! Et même la glycémie.

« En course on n'a pas le droit, mais à l'entraînement, on a des implants qui permettent de déceler certaines défaillances, développe le natif de Bourg-en-Bresse. Le but est de mieux s'alimenter et s'hydrater. »

Toutes ces données sont compilées pendant les entraînements et les courses sur des plateformes gérées par des entreprises de technologie, comme Garmin ou Wahoo. « Mes entraîneurs et directeurs sportifs ont le récapitulatif. Je ne peux pas tricher, glisse Geoffrey Soupe (trois participations au Tour de France). Si j'ai un exercice à faire et que je ne le réalise pas, ça se voit. » Les entraînements spécifiques prennent ainsi le pas sur ceux à sensation. « On est un peu comme des robots, alors qu'en course, ça ne se passe pas toujours comme ça », regrette le coureur de l'équipe Total Direct Energie. Pour lui, l'utilisation de la data doit donc être accompagnée d'un suivi sur le terrain. « Être derrière son ordinateur et caler des exercices types sans voir le comportement des coureurs, ce n'est pas évident. Tout le monde a intérêt à être sur le terrain. »

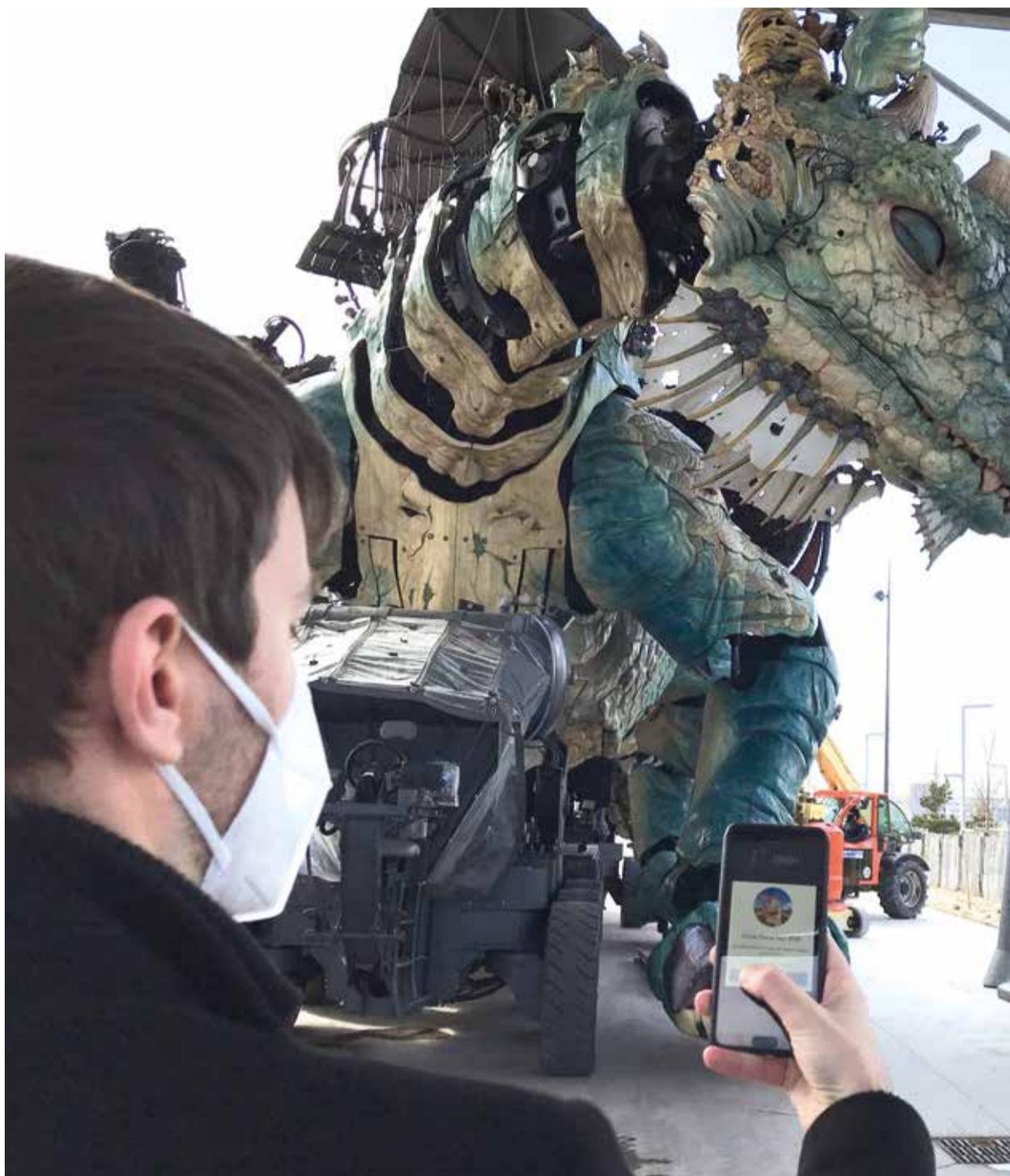


Geoffrey Soupe, ici en mars 2019, regrette la robotisation du cyclisme.

© Videomundum / Shutterstock.com

LA VISITE VIRTUELLE RÉVEILLE LE DRAGON DE CALAIS

À Calais, la traditionnelle visite des monuments de la ville a pris un sacré coup de jeune. Le Calais Game Tour, lancé à l'été 2020, est reconduit pour la saison estivale 2021. Suivez le guide... et votre écran ! • PAR THOMAS DELEGLISE



Le dragon pose fièrement sur la digue de Calais (Pas-de-Calais). Ses naseaux fument, sa queue rougit... Et voilà qu'il éclabousse la centaine de personnes qui se trouvent à ses côtés ! La cabane du dragon est l'un des points de départ de l'aventure Calais Game Tour. L'application a été créée en 2020 à l'initiative de la mairie de Calais afin de "réinventer l'été". Le covid a chamboulé les plans de la maire Natacha Bouchart qui a dû aménager des activités coronavirus-compatibles comme ce jeu mobile. Il permet de découvrir la ville avec son smartphone en se déplaçant grâce à une carte comptant les douze lieux les plus emblématiques de la cité des six bourgeois. « C'est un city-tour participatif qui permet d'en apprendre plus sur l'histoire de la ville en faisant des défis amusants », indique Arnaud Hamy, chef de projet valorisation patrimoniale et touristique à la ville.

POUR LES TOURISTES ET LES HABITANTS

Les différents univers du parcours s'étendent du centre-ville jusqu'au front de mer. Un jeu de piste qui plaît puisque 200 touristes et Calaisiens se sont connectés chaque samedi après-midi de l'été 2020. « Le but est de rendre

la ville la plus accueillante possible pour les visiteurs, le temps de leur séjour, mais aussi pour les habitants », confie Arnaud Hamy. Lui s'est occupé du contenu historique de l'application. La gamification a été confiée à la société 2isd, spécialiste dans l'exercice et prestataire de quelques grands musées parisiens.

« La mairie nous envoie toutes les informations historiques brutes, on doit les rendre récréatives par le jeu », explique Julien Vlamynck, propriétaire de 2isd.

Et pour le joueur, le principe est simple : il doit valider les douze lieux de la carte en obtenant un maximum de points à chaque arrêt. La

LA SECONDE GUERRE MONDIALE À TRAVERS LA RÉALITÉ AUGMENTÉE

Après la première application lancée en 2020 (voir ci-dessus), une deuxième devrait voir le jour en 2021. Rien à voir, ou presque, puisqu'il s'agit de réalité augmentée. Qu'est-ce que c'est ? « C'est une superposition d'images : une image créée de toute pièce sur une image réelle de ce qui se trouve autour de nous », répond Julien Vlamynck de la société 2isd. Concrètement, sur cette application, les utilisateurs visualiseront des armes, des coffres et des lettres dans les décors du Fort Risban, de la Citadelle et du musée de la mémoire de Calais. C'est bien la Seconde Guerre mondiale qui sera l'objet de cette innovation. « À partir d'une famille calaisienne, on apprendra des informations sur les trois grands temps de cette guerre à Calais : l'invasion, la vie sous l'occupation et la libération », décrit Arnaud Hamy, adjoint à la mairie de Calais. Dans le même temps, des informations sur l'architecture, les différents sites militaires et d'autres éléments du patrimoine de la ville seront distillés dans le jeu. « Ici, vu la quantité d'informations recueillies, on va créer un bouton "en savoir plus" pour ne pas inonder l'utilisateur », précise Julien Vlamynck. Là où le Calais Game Tour s'oriente sur un axe nord-sud, l'application de réalité augmentée se portera sur la ligne est-ouest de la ville. Le lancement est prévu pour le mois de juillet.



À Calais, la visite de la ville se transforme en aventure.

© Thomas Deleglise

géolocalisation permet de savoir où se situe l'utilisateur pour lancer les questions dès qu'il se rapproche d'un emplacement clé. La tour du Guet, le Fort-Risban, l'hôtel de Ville...

REGARDER L'ÉCRAN ET LA VILLE À LA FOIS

Chaque site possède des anecdotes comme sur l'épopée du Crufc en Coupe de France, sur le mariage du Général de Gaulle ou encore sur les différentes fonctions de la tour du Guet au cours des siècles. « On peut avoir des a priori en se disant qu'il faut explorer la ville les yeux rivés sur le téléphone. Mais c'est tout le contraire, l'application vous fait lever les yeux pour remarquer le moindre détail sur l'architecture des monuments par exemple », démontre Julien Vlamynck.

Forte de son succès, l'application est reconduite cette année depuis le mois de mai. Le contenu reste le même, seule l'application change (Graaly à la place de Oh My guide!), jugée plus intuitive que la première. La chasse aux points est ouverte. Des entrées gratuites pour le dragon ou des vêtements de la marque Calaisfornia sont en jeu lors des sessions le week-end. À vos smartphones et gare au dragon !



Grâce à la réalité augmentée, Carhaix revient deux mille ans en arrière. © Centre d'interprétation archéologique de Vorgium.

À VORGIUM, LA CITÉ ROMAINE RENAÎT SUR LES TABLETTES

« La réalité augmentée se développe beaucoup pour les visites, surtout en archéologie. Elle répond à une nécessité : celle de montrer aux visiteurs des choses qui ont existé mais qui ne sont plus visibles », explique Clément Perrichot, directeur du centre d'interprétation archéologique de Vorgium, à Carhaix (Finistère). Le centre a ouvert ses portes en 2018 suite à des années de fouilles archéologiques successives qui ont révélé toute la richesse des sols, où était enfouie « la structure d'une cité romaine en périphérie de l'empire, une ville romaine mais en Armorique centrale ».

En plus de l'exposition permanente qui retrace l'histoire de l'une des plus grandes villes d'Armorique antique, des visites en réalité augmentée ont été développées dans le cadre d'un projet scientifique. Munis de tablettes numériques, les visiteurs déambulent désormais dans le musée du centre : entre ruelles, échoppes, jardins privés et thermes d'un quartier reconstitué virtuellement, c'est un bond dans le temps en pleine Antiquité qui est offert. « Cette technologie est arrivée tôt à Vorgium par rapport à d'autres structures. Il ne restait plus grand chose de visible de l'ancienne cité (archéologie en négatif) et il fallait montrer au public ce qu'était Carhaix il y a plus de 2 000 ans. Aussi, on ne pouvait pas mobiliser un archéologue qui explique à chaque visiteur, tous les jours, ce à quoi ressemblait la cité. Il fallait trouver une astuce pour que le visiteur se représente le lieu. C'est là qu'intervient la réalité augmentée qui permet de superposer des restitutions en trois dimensions. »

Si le but de cette restitution en réalité augmentée est de proposer une représentation fidèle de ce qu'était Vorgium, Clément Perrichot admet qu'il reste une part d'incertitude. « On a dû nous brider dans l'interprétation. Il ne faut pas que le public reparte avec une fausse idée en tête. Par exemple, pour la pièce de bain privée (thermes), on avait des peintures et des fresques sur les murs que l'on n'a pas pu restituer dans leur entièreté. Aussi, on s'est maintenus aux formes géométriques que l'on connaissait avec certitude. La question est : Jusqu'où peut-on aller ? »

LA SCIENCE ET L'INTERPRÉTATION...

« Dans la phase de création scénographique, il y a eu des échanges mais il y avait un parti pris initial sur le concept étudié par un conseil scientifique. » Malgré cette caution scientifique et les recherches derrière ce projet, le directeur concède qu'il est nécessaire de ne pas tromper le public. « Quand on présente l'outil, on prévient qu'il y a une part d'interprétation, il faut apprécier cette restitution avec une certaine distance, même si ça reste très représentatif. On a un plan de bâtiment avec des choses que l'on sait précisément : l'épaisseur des murs, les jardins. Notre objectif est que l'expérience serve au visiteur. »

Si Clément Perrichot avoue qu'il a parfois fallu "tricher" en s'inspirant de sites mieux conservés, il n'en reste pas moins que cette immersion virtuelle dans l'Antiquité permet d'enrichir l'expérience des visiteurs.

MÉLANIE SPARFEL

Plus d'infos sur www.vorgium.bzh

ARTISTE DU CODAGE

L'artiste bordelais Julien Gachadoat pratique l'art de manière peu conventionnelle : il génère des dessins à partir d'algorithmes programmés sur son ordinateur.

Rencontre avec cet esthète qui fait naître des œuvres d'art à partir de codage informatique. • PAR MÉLANIE SPARFEL

« Quand je commence une œuvre, je n'ai pas forcément en tête des graphismes prédéfinis. » Rayures et motifs géométriques sur fond noir, gris ou blanc : des dessins qui paraissent sobres et toutefois complexes. Voici l'art qu'a présenté Julien Gachadoat lors de sa dernière exposition « Lignes », en octobre 2020.

« J'ai commencé le développement et la programmation dès l'âge de 7/8 ans. » Très jeune, Julien Gachadoat se passionne pour l'informatique et les algorithmes, et ce n'est pas un hasard. « J'ai eu la chance d'avoir un père intéressé par cette technologie à une époque où avoir un ordinateur chez soi n'était pas démocratisé. » Une fois attrapé le virus de l'électronique, il se passionne pour le graphisme animé, ce qui le mènera à sa carrière d'artiste : « Je suis complètement autodidacte en la matière. »

Le Bordelais a grandi dans la culture *Demomaking* qui a fait son essor à la fin des années 90. « Dans mon adolescence, je collectionnais les jeux piratés. J'adorais regarder les intros : en préambule du jeu, les pirates informatiques affichaient leurs exploits via des scrolling (texte animé). Il y a eu une forme de concurrence entre les pirates qui est apparue et qui les a poussés à innover dans leurs intros de jeu avec des cubes colorés animés au début, puis au fur et à mesure ça devenait des œuvres graphiques à part entière. » C'est d'ailleurs par cette pratique qu'il a connu son associé, avec qui il a



Julien Gachadoat et deux de ses œuvres numériques. © Benoit Cary

monté son studio de design interactif et de création numérique 2Roqs, toujours dans la capitale girondine, en 2004.

LE CODE INFORMATIQUE COMME OUTIL DE CRÉATION

Les œuvres de Julien Gachadoat sont générées sur la base d'algorithmes qu'il a programmé sur ordinateur. Il imprime ensuite le résultat au crayon grâce à un traceur. « Il y a de la poésie dans la géométrie, dans les mathématiques. Ce qui est vraiment intéressant, c'est cette notion de processus avec la programmation. Dans le traitement algorithmique, il y a une série d'étapes qui permettent de créer des séquences aléatoires. Ça produit des formes récursives avec des carrés qui se multiplient, des rayures, des lignes courbes... On est dans le domaine de l'abstraction. »

Ces formes, à la fois répétitives et singulières, donnent aux créations de Julien Gachadoat un aspect presque hypnotique avec les lignes, les itérations et les variations de ces œuvres numériques. « Chacune d'entre elles est unique grâce à ses séquences de chiffres aléatoires, on peut générer des infinités de variations.

C'est comme si vous tiriez des chiffres au loto que vous intégrez dans la composante de la création. Cela génère des répétitions de lignes et des formes géométriques. »

EST-CE VRAIMENT DE L'ART ?

Julien Gachadoat estime que la personne derrière l'œuvre numérique n'est pas moins un artiste qu'un peintre ou un musicien. « L'artiste programme et donne le cadre dans lequel évolue l'algorithme. Ce n'est pas la machine qui fait tout. J'interviens dans l'œuvre en utilisant des outils pour donner des règles, et contrôler cet aspect aléatoire. Par exemple, Sol LeWitt, qui est un artiste reconnu, donnait les instructions qui permettaient de tracer l'œuvre sur un mur. Il s'agit d'utiliser sa sensibilité pour créer les contraintes qui permettent de donner des images nouvelles. »

Si l'esthète nourrit une passion pour l'art numérique, il ressent néanmoins la nécessité de rendre ses créations plus palpables : « J'ai besoin de me poser et de coucher sur le papier les formes générées qui sont vouées à disparaître sur un support numérique. »

LA FOLIE DES NFT

Des œuvres virtuelles vendues au prix fort en 2021

69,3 MILLIONS DE DOLLARS

Le prix de vente de *Everydays: The First 5 000 days* de l'Américain Beeple le 11 mars 2021. Cette création intégralement numérique réunit ses 5 000 premiers dessins et animations. C'est un montant record pour une œuvre virtuelle, plaçant Beeple dans le top 3 des artistes les plus chers au monde (de leur vivant).



16,8 MILLIONS DE DOLLARS

C'est la somme atteinte lors d'une vente d'œuvres digitales de l'artiste Pak. Pendant ces enchères chez Sotheby's, les œuvres ont été mises en vente de façon illimitée sur la plateforme Nifty Gateway : 23 598 animations (représentant un "cube" rectangulaire qui tourne sur lui-même) ont été achetées.



5,8 MILLIONS DE DOLLARS

Le prix de la collection numérique "WarNymph" (dix œuvres réalisées par la chanteuse canadienne Grimes). Lors de cette vente aux enchères, une des œuvres est partie en moins de 10 minutes pour 300 000 \$. Ce NFT intitulé "Newborn 2" a déjà été remis en vente pour 2,5 millions de dollars.



STREAMING : QUELLE PLACE POUR LES INDÉPENDANTS ?

Musicien indépendant et fondateur du Label Z production en région Auvergne-Rhône-Alpes, Pierre-Alexandre Gauthier pose le constat : « Aujourd'hui, la plupart des gens écoutent la musique sur une application de streaming depuis leur téléphone. C'est devenu un bien de consommation qui doit être travaillé comme tel. »

Selon le Syndicat national de l'édition phonographique, en 2020 les exploitations numériques ont généré près des trois quarts des revenus de la musique, dont 53 % liés aux abonnements aux plateformes de streaming. Devenues le mode d'écoute principal des moins de 35 ans, elles opèrent une véritable mutation du modèle économique de la musique, accentuée par la crise du Covid et son lot de concerts annulés et de magasins fermés. Pour les labels et artistes indépendants qui tirent l'essentiel de leurs ressources des spectacles et ventes de disques, l'enjeu est de se faire une place face aux majors sur ces plateformes numériques.

« Les labels indépendants sont à la traîne sur les plateformes, confirme Sébastien Vallet du label La Ruhe à Lyon. On a laissé les majors prendre beaucoup de place car on était méfiants. » Si certains petits labels de musique mainstream comme l'électro se sont bien intégrés du fait d'une forte demande, les niches comme le jazz ou les musiques du monde qui captent des publics plus âgés se cherchent encore sur le digital. « Un jour, un attaché de presse m'a dit : "Une vidéo qui n'a pas 20 000 vues sur YouTube, je ne la regarde pas" », se rappelle le gérant de label.

« T'as pas le temps de créer un album par an. Ça matche pas avec le fonctionnement de ces plateformes. »

PIERRE-ALEXANDRE GAUTHIER
MUSICIEN INDÉPENDANT

Alors, pour attirer le public sur les plateformes, générer des écoutes et acquérir des abonnés, les indépendants se transforment en community manager sur les réseaux sociaux, où ils se créent une fan-base active. Et sur les plateformes, ils tentent de dompter les logiques algorithmiques et les data.

LES PLAYLISTS SONT LA CLÉ

Avec 70 % du marché mondial de streaming et 60 000 nouveaux titres par jour, Spotify est la plateforme musicale la plus puissante. Dans un tel flux, pour rester visible l'artiste doit alimenter en continu, poussé à produire au single : « Tu n'as pas le temps de créer un album par an, ça ne matche pas avec le fonctionnement



Musicien indépendant, Pierre-Alexandre Gauthier gère le Label Z production, spécialisé dans les musiques du monde et le jazz. © La tête dans le public Sud.

de ces plateformes. Dès que tu as un titre, il faut l'uploader (le mettre en ligne, NDLR) », explique Pierre-Alexandre Gauthier.

Une logique quantitative qui bouleverse la conception artistique. « On travaille un album comme une œuvre, avec une ligne éditoriale, et les gens écoutent des singles en playlists », regrette Sébastien Vallet. Intégrer ces playlists utilisateurs, créées par des usagers de la plateforme et auxquelles d'autres peuvent s'abonner, est la source de trafic principale des petits artistes. Atteignant parfois 50 000 abonnés, elles sont pour eux un moyen de toucher de nouveaux publics.

Mais le Saint Graal reste les playlists éditoriales de Spotify. Pour y entrer, les artistes doivent « pitcher » leur single avant de le soumettre aux équipes de la plateforme. Un travail de promotion qu'endossent habituellement les labels. « Le principe des plateformes, c'est de faire disparaître les intermédiaires, analyse l'indépendant. Tout comme Netflix a bouleversé l'industrie du cinéma, Spotify et autres grosses plateformes bouleversent le secteur de la musique. » Se pose alors la question des revenus.

« DANS CE MONDE-LÀ, C'EST LE FAR WEST »

« La quantité est obligatoire pour faire du revenu. Plus l'artiste publie, plus il y a d'écoutes », rapporte Sébastien Vallet. Pourtant, la logique est tronquée car en réalité, « les écoutes générées par un artiste sont mises en proportion de l'ensemble de celles de la plateforme. Quand on est tout petit, on représente un pourcentage d'écoute minime, donc une rémunération minime », explique Pierre-Alexandre Gauthier.

Pour les artistes indépendants et nichés, ce mode de rétribution inéquitable est un enjeu majeur. Aux côtés du Centre national de la

musique, des organismes comme la Fédération des labels indépendants s'organisent pour créer un dialogue avec les géants du numérique. Soutenus par la plateforme française Deezer, ils travaillent à un nouveau système de rémunération appelé User Centric, basé sur les écoutes réelles des artistes.

Pour Pierre-Alexandre, même si les intérêts divergent, « on n'est pas en guerre contre ces plateformes. Elles ont sauvé l'industrie musicale au moment où tout le monde se mettait à télécharger et qu'on était en train de mourir. Mais ce renouveau n'est pas venu du monde de la musique, il est venu des techs, et dans ce monde-là c'est le Far West. Il faut un peu moraliser tout ça pour que les petits labels puissent y trouver leur compte ».

LOUISE REYMOND



Pierre-Alexandre Gauthier est aussi cofondateur du distributeur physique et digital associé au label Inoui Distribution. DR.



ÇA VA MATCHER !

Et c'est parti pour le **Tinder des médias...** Quinze jeunes et charmants journalistes prêts à vous séduire. Alors, entre vous et nous, ça matche ?





Aglaé Kupferlé
21 ans

aglaekupferle@orange.fr
06 06 41 91 73 @Aglaekupf
Aglaé Kupferlé aglaekupf

Cheffe d'orchestre du PHRases, Aglaé est aussi virtuose des mots. Entre les lignes, son regard sur le monde marque sa signature.



William Lacaille
22 ans

william.lacaille76@gmail.com
06 46 84 33 23 @William_Lacaille
William Lacaille william_lacaille

Pipelette, mais pas une pipe avec les lettres, le Rouennais arrive dans vos rédactions avec sa bonne humeur et des idées plein la tête.



Louis Lesueur
22 ans

louislesueur@yahoo.com
06 95 42 82 52 @LouisLesueur
Louis Lesueur louislesueur

Un esprit brillant venu de Rouen. Discret, quand il s'exprime, ses remarques et propositions font mouche comme un tir de Mbappé.



Juliette Murie
23 ans

murie.jlf@gmail.com
06 11 91 25 37 @julietmre
Juliette Murie julmre

La Normande de coeur n'a pas la langue dans sa poche ! Cette fidèle de la presse locale saura vous séduire avec son côté pétillant.



Alexandre Penard
21 ans

axelandalex@gmail.com
06 51 07 46 39 @AlexandrPenard
Alex Penard alex_pnard

Maître de l'infographie, il vous en voudra si vous l'appellez Pénard. Quand il ne court pas, il s'adonne à son autre passion : le journalisme.



Louise Reymond
26 ans

louise.reymond@laposte.net
06 17 54 82 86 @louise_reymond
Lou Reymond

Discrète mais curieuse, Louise est appliquée dans son travail. Elle excelle dans l'art de la description pendant ses reportages.



Alan Senicourt
21 ans

alan.senicourt59820@gmail.com
07 62 93 17 49 @s_nicourt
Alan Senicourt alan.senicourt

Une ambiance à lui tout seul dans une rédaction. Mais quand il met sa chemise, Alan devient une bête de travail surmotivée.



Hugo Sergeant
20 ans

hugobauvais60@gmail.com
06 71 93 22 12 @sergeant_hugo
hugobaskeths7

Toujours enthousiaste, ce fan de sport originaire de Beauvais sait travailler de manière efficace en gardant sa gentillesse sans filtre.



Mélanie Sparfel
24 ans

melanisprfl@outlook.fr
06 48 76 17 86 @SparfelMelanie
Melanie Sparfel melani.ouininon

Multicasquettes, pleine d'allant, elle illuminera vos rédactions avec son doux sourire. Le petit plus : c'est une Bretonne !

À PARTIR DU 28 MAI 2021,
VOUS ALLEZ
DÉCOUVRIR
LE MEILLEUR AMI
DE LA LOCALE



WWW.
PHRASES
.MEDIA

(D)ÉCRIRE
L'ACTU
LOCALE

INFOS SUR LES JOURNAUX
IDÉES ORIGINALES
BONNES PRATIQUES
TECHNOLOGIES INNOVANTES...

UN PROJET DE



ÉCOLE
SUPÉRIEURE
DE JOURNALISME
DE LILLE