

Dossier La génération Y bouscule le monde du travail



Qui sont-ils ?

Des jeunes imprégnés de culture Web 2.0

Témoignages

« Le réseau social plus important que la hiérarchie »

Attirer les talents

« L'entreprise doit être maternaliste »

Apprendre en jouant

Une fausse bonne idée ?

Innovation en Aquitaine

Réalité virtuelle avec les sociétés Immersion et Lumiscaphe p5

Les tendances du eTourisme

De nouvelles méthodes marketing à adopter p6

Société numérique

Les mobiles des ados ou l'informatique du futur p18



Dessine moi... le numérique

Cette lettre d'information n° 17 inaugure une formule de 24 pages, disponible dorénavant tous les deux mois.

Autour d'un dossier thématique - La génération Y bouscule le monde du travail - nous souhaitons mettre en avant les réalités numériques de notre environnement plus ou moins proche.

Début octobre le site www.aecom.org sera « rafraîchi » pour une lisibilité accrue.

Plus généralement les différentes publications, issues d'AEC, sont lissées pour être utilisées avec pertinence.

Une série, espérée, cohérente, de rencontres, débats, réflexions, chaires, est proposée aux acteurs de l'Aquitaine numérique. Nous les avons voulus précis, en phase avec les préoccupations de nos concitoyens : vie privée, mobilité, mémoire, seniors, innovation, culture, santé...

Le rituel Diagnostic de la société de l'information en Aquitaine s'insère au Système d'informations et d'aide à la décision, outil disponible par tous, au service des décideurs.

Fonctionnant depuis plus d'un an discrètement, le Club AEC s'installe. Lieu d'échanges de bonnes pratiques, il joue un rôle de cristallisation pour des professionnels du net.

Les missions - par exemple celle prévue en Corée du Sud et au Japon - permettent d'anticiper nos pratiques et nous aider à amplifier le très haut débit, enjeux des années à venir.

Bien entendu le travail continue, avec toujours autant de sérieux, dans le cadre du Pôle Aquitain pour la Société de l'information. Nous y faisons émerger, par des sessions thématiques, des rencontres individuelles, des groupes de travail, des études, de nombreux projets en phase avec le schéma de cohérence numérique aquitain.

Arrêtons les exemples, pour cette rentrée.

La saison 2008 - 2009 de l'équipe d'AEC est prête pour peser et agir sur l'évolution de notre territoire numérique.

Il nous faut être lucide pour produire des idées qui aident au développement.

Il nous faut être attentif pour anticiper les tendances de notre société.

Il nous faut faire confiance à nos partenaires.

La signature, le 29 août, de près de 15 conventions avec associations, agences, médias, instituts, organismes publics et privés en est le signe le plus tangible.

C'est ainsi que se dessine le numérique de nos vies.



AS Desvergne

Président d'AEC
marcel.desvergne@aecom.org

Sommaire

- > **Edito** p2
- > **Quoi de Neuf?** p2-3
- > **L'actu des acteurs publics aquitains** p4
- > **Innovation en entreprises : la réalité virtuelle** p5
- > **Métiers en mutation : le tourisme et internet** p6 et 7
- > **L'expertise juridique d'AEC** p8
- > **Dossier La génération Y au travail : l'inévitable mutation des organisations** p9 à 16
- > **Guide pas à pas** p17
- > **Société numérique : les mobiles des ados** p18 et 19
- > **Tendances du net** p20
- > **Europe et TIC** p21
- > **L'actu du PASI** p22
- > **Activités d'AEC** p23
- > **Agenda aquitain** p24

L'avenir du livre

La Ministre de la culture et de la communication, Christine Albanel s'est vu remettre fin juin un rapport sur l'avenir du livre qui vise à anticiper son entrée dans l'ère numérique. Le rapport préconise des mesures dans quatre domaines : promotion d'une offre légale attractive ; défense de la propriété intellectuelle ; mise en place de mécanismes permettant aux détenteurs de droits d'avoir un rôle central dans la détermination des prix ; conduite d'une politique active auprès des institutions communautaires.

Lire le rapport sur <http://arpel.aquitaine.fr>

En Aquitaine

Zoom sur les start-up d'Aquitaine

Réalisé en partenariat avec l'agence Innovalis Aquitaine, agence régionale pour l'innovation, un nouveau dossier intitulé « les start-up d'Aquitaine » vous est proposé dans le site Aquitaine Société numérique. Retrouvez ainsi quelques notions élémentaires, définitions ainsi qu'une liste non exhaustive de ces entreprises innovantes d'Aquitaine. Ces jeunes pousses sont portées par un certain dynamisme, une avancée technologique, un positionnement original ou un environnement privilégié. Depuis une petite dizaine d'années, elles sont le moteur de l'innovation et participent à la richesse économique des territoires. Elles contribuent ainsi au quotidien au rayonnement économique de l'Aquitaine. L'agence Innovalis Aquitaine les accompagne dans cette démarche d'innovation en déterminant les compétences adaptées (notamment des laboratoires de recherche) et les moyens financiers nécessaires pour mener à bien de tels projets en Aquitaine.

Plus d'infos sur <http://tic.aquitaine.fr>.



En Aquitaine

La fibre d'Orange à Bordeaux

L'opérateur est le premier à déployer de la fibre optique jusqu'au logement des particuliers (FTTH) dans Bordeaux. Lancée en novembre 2007, l'offre a séduit une vingtaine d'abonnés (sur 4000 logements raccordables dans six quartiers), a annoncé Orange début juillet. L'opérateur propose de mutualiser, sous condition, la colonne montante des immeubles avec ses concurrents. Il pourrait être contraint d'aller plus loin car l'Autorité de régulation des communications (Arcep) a adopté fin juillet le principe d'une régulation du génie civil de France Télécom. Elle doit par ailleurs définir mi-septembre le point de mutualisation des infrastructures de fibre optique au niveau des immeubles.

Le cadre réglementaire de déploiement de la fibre optique en France serait alors, et enfin, posé.

Trois rendez-vous autour de la réalité virtuelle



La réalité virtuelle et augmentée envahit les musées, salles d'opérations médicales, cabinets d'architectes, bureaux de conception automobile, aéronautique, etc. Les progrès de l'imagerie 3D et la possibilité d'incruster à une séquence d'images des objets virtuels révolutionnent la création, les approches marketing et stratégies de recherche et développement des entreprises. Ces évolutions majeures en préfigurent d'autres, notamment dans le domaine de l'interaction entre l'homme, la machine et l'image. Preuve du dynamisme de ce secteur bien représenté en Aquitaine (lire aussi page 5), la réalité virtuelle et augmentée tient le haut de l'affiche, cet automne, dans la capitale girondine. Trois événements aux approches complémentaires sont annoncés à Bordeaux au cours de la dernière quinzaine du mois d'octobre. Le premier rendez-vous, proposé par le Conseil régional d'Aquitaine, se

veut résolument attractif pour le grand public. Il s'agit d'une conférence proposée dans le cadre du tout nouveau festival « Cinémasciences : lorsque la science rencontre la fiction ». Organisée à l'Hôtel de Région, le 24 octobre dans l'après-midi, cette conférence traitera de la réalité virtuelle et augmentée dans les secteurs de l'industrie, de la médecine et de la culture. Dédié aux professionnels, un symposium de dimension internationale (Symposium on Virtual Reality Software and Technology) est accueilli par le laboratoire Inria du 27 au 29 octobre. Il réunira dans les murs du musée Capc des entreprises du monde entier. Point d'orgue de cette quinzaine aquitaine, l'Association française de Réalité Virtuelle, Augmentée, Mixte et d'Interaction 3D (AFRV) tiendra son assemblée générale à Bordeaux, les 30 et 31 octobre.

(lire l'agenda en dernière page)

Vidéo d'AEC

Présentation du Système d'informations et d'aide à la décision aquitain

Laurent Pierre Gilliard, directeur de l'information à AEC

Depuis 7 ans, AEC dresse un diagnostic des évolutions de l'Aquitaine numérique en termes d'équipements et d'usages dans divers domaines : TPE et PME, ménages, secteurs du tourisme, métiers du livre ou encore infrastructures réseau et services au public. Cette activité évolue aujourd'hui pour alimenter un ensemble plus large d'observation des TIC en Aquitaine : le Système d'informations et d'aide à la décision aquitain (SIAD). Il vise à appuyer la gouvernance régionale des TIC et fait l'objet d'un groupe de travail thématique, « Système d'Aide à la Décision », du Pôle Aquitain pour la Société de l'Information (PASI) (lire aussi page 22).

Ce Système d'aide à la décision sera présenté par AEC le 6 octobre prochain, à 18 heures, dans les murs de Cap Sciences, à Bordeaux.

En préambule de cette présentation, Laurent-Pierre Gilliard revient, en vidéo, sur les évolutions majeures de ce système d'informations. Le site internet <http://diagnostic.aecom.org>, lancé officiellement le 6 octobre, centralisera l'activité du SIAD à destination des décideurs régionaux : tableaux de bord des indicateurs de suivi du programme FEDER et de comparaison entre départements et régions ; archivage des publications et enquêtes régionales sur le secteur numérique ; volet cartographique par un système d'information géographique régional et un atlas de l'Aquitaine numérique.

Plus d'infos en vidéo sur <http://www.aecom.org>



Le Département a délégué à la société SD Num la construction d'un réseau WiMax visant à couvrir 97% du territoire en haut débit. Coût total : 6,2 millions d'euros dont 3,9 à la charge de la collectivité. Il sera opérationnel début 2009.

Fiche contact



Michel Esteban
m.esteban@astaffort.com
michel-esteban.over-blog.com

Lot-et-Garonne



Un vidéo-guide sur iPod

Grâce à l'appui du programme européen Leader +, la commune de Mézin, en Lot-et-Garonne, vient de se doter d'un vidéo-guide sur iPod touch d'Apple. Une première en France. Avec ce contenu multimédia embarqué, prêté gratuitement par l'office de tourisme de la commune, le visiteur part en toute autonomie et à son rythme à la découverte du village. Images d'archives, témoignages, reconstitutions en 3D, jeux sonores et visuels le plongent dans différents univers : ambiances médiévales, effroyables guerres de religion, raffinement du siècle Baroque, vie quotidienne des bouchonniers. Un nouveau regard sur le patrimoine.

Conseil général du Lot-et-Garonne

« Le WiMax répond à un besoin immédiat »

Trois questions à Michel Esteban, conseiller général, vice-président de la commission Aménagement du territoire, infrastructures et transport

Pourquoi avoir privilégié la technologie hertzienne au détriment d'une solution filaire ou satellite ?

M.E : Déployer seulement de la fibre optique serait un chantier de longue haleine et difficilement concevable pour traiter le problème des zones blanches ADSL. Le satellite n'amène pas les mêmes services que l'ADSL ou le WiMax et doit être considéré comme une solution de repli. Le WiMax est la solution la plus rapide à mettre en place pour offrir du haut débit, 2 Mb minimum, à l'ensemble du territoire. Mais on ne peut pas s'appuyer uniquement sur cette technologie car les ondes radios ne peuvent couvrir toutes les zones. Il y aura donc aussi des solutions filaires en courant porteur et du satellite.

(3,9 millions d'euros) que l'opérateur réseau (2,35 millions d'euros).

Le Conseil général étudie aussi la possibilité de déployer un réseau de fibre optique sur le territoire. Est-ce pertinent, en termes d'investissement public, de cumuler plusieurs infrastructures réseau ?

M.E : Les deux projets ne sont pas contradictoires car le réseau WiMax doit répondre rapidement à un besoin immédiat tandis que la fibre est un projet à long terme et qui anticipe les usages de demain : services déportés en matière de services de santé, de formation, etc. Ces investissements sont pertinents dans la mesure où ils sont réfléchis et échelonnés dans le temps.

Vous avez opté pour une Délégation de service public (DSP) pour la construction de ce réseau. Quel sont les avantages de ce modèle juridique ?

M.E : C'est ce qui convient le mieux : nous confions la construction et l'exploitation à un unique prestataire mais le Conseil général reste, à terme, propriétaire de l'infrastructure. Le choix est aussi financier car le projet engage aussi bien la collectivité

Le **WiMax** est une technologie hertzienne de transmission de données à haut débit.

Elle permet notamment de surfer sur Internet en haut débit, de téléphoner (VoIP), ou encore d'interconnecter des réseaux d'entreprises.

Landes

Un réseau public de visioconférence

L'Agence landaise pour l'informatique s'est engagée dans la création d'un réseau de visioconférence s'appuyant sur les 19 ateliers multiservices informatiques (AMI) du département. Les applications sont nombreuses (formations à distance, conférences thématiques ouvertes au public, réunions, etc.) et concernent aussi bien le grand public que les entreprises, les établissements publics et les collectivités locales.

Objectifs : faciliter le rapprochement des acteurs par le biais d'un outil collaboratif, répondre à des enjeux économiques, écologiques et territoriales, à savoir l'importance des distances des liaisons villes à villes.

Ce projet est co-financé dans le cadre du programme régional FEDER (fonds européen de développement régional) 2007-2013 (*lire également page 22*). Il représente un coût de 393 000 euros.

Un premier marché portant sur l'acquisition du matériel en vue de l'équipement des AMI a été lancé cet été. Des essais seront effectués à l'automne, tandis que les premiers usages seront possibles dès la fin de l'année.

En savoir plus sur <http://www.landespublic.org>

Réalité virtuelle



Immersion : le « chat » plus agile que la souris

Pour améliorer la manipulation d'objets dans des univers virtuels projetés sur grand écran, la société bordelaise Immersion développe un périphérique sans fil en forme de volant baptisé CAT, Control Action Table

« Imaginez un bureau d'études qui ferait la démonstration, sur grand écran, d'un objet immergé dans un environnement en 3D : plusieurs personnes doivent pouvoir manipuler cet objet à tour de rôle, facilement, sans contrainte technique ni appareillage spécifique. Les entreprises expriment ces besoins et une simple souris ne peut y répondre », souligne Martin Hachet.

En 2000, ce chercheur INRIA du Laboratoire bordelais en recherche informatique (LaBRI) se penche sur la réalisation d'un périphérique d'interaction innovant. Il l'imagine en forme de volant, plusieurs prototypes sont créés. A la faveur d'une opération de transfert technologique accompagnée par Innovalis Aquitaine, le Labri s'associe à la société bordelaise Immersion chargée de développer et commercialiser l'objet, baptisé CAT (Control Action Table). Une collaboration fructueuse selon les deux partenaires.

« Immersion, créée en 1994 à Bordeaux, se concentrait au départ sur la distribution de périphériques d'interaction dans un contexte de réalité virtuelle. Notre Pôle Recherche et Développement a été lancé il y a tout juste quatre ans. Le projet CAT était une première occasion de s'associer avec un labo de recherche. Martin Hachet a validé un prototype, nous nous sommes occupés du volet « intégration », explique Jean-Baptiste de La Rivière, responsable du Pôle R&D chez Immersion. Résultat : le CAT, large volant posé sur un socle, s'installe au centre de l'écran. Léger dans ses mouvements, sans fil et intuitif, il offre 6 degrés de liberté dans la manipulation des objets immergés dans un environnement en 3D : « le volant tourne sur lui-même, peut-être poussé d'avant en arrière, de haut en bas. Le résultat visualisé à l'écran correspond aux mouvements du volant effectués en

réel. Une tablette graphique installée au centre du dispositif peut jouer le rôle de souris en permettant d'afficher à l'écran des couches d'informations en 2D, par exemple », détaille Jean-Baptiste de La Rivière.

Le dispositif a été conçu pour des entreprises travaillant dans des contextes d'immersion en 3D (industrie automobile, aéronautique, etc.) mais aussi des centres de recherche en archéologie, des musées et espaces de loisirs. Quelques détails restent encore à peaufiner sur le volant : « la place des capteurs, la robustesse des composants, le design de l'objet », énumère Jean-Baptiste de La Rivière. « Nous espérons commercialiser le CAT dès 2009 avec un objectif de vente de quelques dizaines d'unités », conclut-il.

La société Immersion participera, du 27 au 29 octobre, au 15e ACM Symposium on Virtual Reality Software and Technology, conférence internationale sur la réalité augmentée et virtuelle organisée à Bordeaux, par l'INRIA, au musée CAPC.

Fiche contact



Jean-Baptiste **de La Rivière**
Responsable Pôle R&D
jb.delariviere@immersion.fr
05 57 54 17 00
<http://www.immersion.fr/>

Lumiscaphe optimise la création grâce à la 3D



« Par leurs possibilités d'immersion, de contrôle d'animation et d'interactivité, le numérique et la 3D temps réel offrent aux industriels un gain de temps et une maîtrise du produit final. La preuve : il fallait 7 ans pour concevoir une voiture il y a 15 ans ; il faut moins de 4 ans aujourd'hui... », remarque Philippe Dieudonné, Directeur ventes et marketing chez Lumiscaphe. Sa société connaît un fort développement et emploie actuellement 10 salariés. Créée en 2001 à Cestas, en Gironde, par Jean Christophe Leducq, Lumiscaphe imagine des solutions interactives et personnalisées dans le domaine de la maquette numérique d'aspect et le rendu 3D temps réel. La société compte parmi ses clients de grands noms de l'industrie automobile, aéronautique, du mobilier urbain ou de l'électroménager, des cabinets d'architecture et sociétés de communication. Sa gamme de logiciels offre une chaîne complète de traitement pour la valorisation des données 3D de l'entreprise : outils intégré de création de maquette numérique d'aspect à partir de données au format natif (Patchwork 3D), catalogue 3D de présentations commerciales (Portfolio), module de visualisation pour revues de design. La solution de réalité virtuelle baptisée Virtual Sight permet, elle, de visualiser des produits en showroom, en multi-écrans, à l'échelle réelle et en stéréoscopie. « Elle est pertinente par exemple dans le cadre d'études techniques ou d'ergonomie », souligne Philippe Dieudonné.

Contacts :

dieudonne@lumiscaphe.com
05 63 64 01 62.
<http://www.lumiscaphe.com>

Tous les deux mois, dans l'Aquitaine Numérique, un professionnel présente les évolutions de son secteur d'activité à la lumière des tendances du numérique. A lire en 2008-2009 : métiers du livre, de l'éducation, de la santé, de la culture...

eTourisme

Tourisme et internet : un train en marche rapide

Cet été, presque un touriste sur deux a préparé son voyage avec internet. Ce type d'usages modifie les méthodes marketing adoptées par les professionnels du secteur. Ils doivent dès maintenant s'adapter

Par Jean-Luc Boulin, directeur de la Mission des Offices de tourisme et des Pays touristiques d'Aquitaine (MOPA)

De l'information jusqu'à la réservation, internet est désormais partie intégrante de la préparation des vacances et des loisirs. En 2007, un français sur quatre avait réservé son séjour de vacances sur le web et cet été, presque un touriste sur deux s'est servi d'internet pour préparer son voyage. Si cette pratique ne permet pas à l'internaute de partir plus souvent, elle lui donne la possibilité d'optimiser un budget en recherchant le meilleur rapport qualité/prix sur la destination. Il trouve aussi des offres intéressantes vers des destinations non envisagées.

Cela a trois conséquences : premièrement, la concurrence est mondialisée car du bout de la souris on peut choisir de réserver une semaine en chambre d'hôte dans l'Aveyron ou un trek au Maroc. Deuxièmement, chaque prestation touristique peut être visible par le monde entier. Troisième conséquence de l'offre mondialisée : les eTouristes sont plus exigeants avec les professionnels

du secteur sur la qualité et la précision des sites, n'hésitant plus à donner leur avis de consommateurs sur la toile.

Ces tendances de consommation modifient fondamentalement les méthodes marketing dans le secteur du tourisme, depuis le plus petit gîte rural jusqu'au plus gros tour opérateur. S'il existe un secteur économique qui ne peut pas ignorer Internet aujourd'hui, c'est bien le tourisme.

Il faut agir vite !

Que doivent faire les professionnels du tourisme aquitain et les institutionnels (office de tourisme) pour ne pas manquer ce virage essentiel ? La problématique n'est assurément pas technique. Toutes les solutions existent et les acteurs régionaux du web possèdent un réel savoir-faire. La difficulté réside dans la culture individuelle et collective du marketing touristique qui n'a pas encore positionné l'information et l'internet au

centre de sa stratégie.

Même si des efforts considérables sont faits à tous les niveaux, le temps est compté : un trimestre sur Internet équivaut à une année dans la vie réelle. Les outils progressent à grande vitesse. Les internautes s'approprient rapidement ces outils et imposent ainsi de nouveaux modes de fonctionnement aux prescripteurs. Le web étant totalement dématérialisé, de nouveaux acteurs, du monde entier peuvent ainsi programmer et vendre un hébergement qui était invisible il y a quelques années.

C'est donc une course avec la montée en puissance d'internet que nous devons courir : connaître mieux les besoins, les comportements et les pratiques des internautes, adapter les outils, former les acteurs, et organiser les services internet de façon collective pour garantir une taille critique suffisante. Il ne faut surtout pas manquer le train du eTourisme qui, lui, est en marche rapide...

eTourisme 2.0... jargon ou réalité ?

Le mot magique : web 2.0. Le terme est apparu en 2004 pour qualifier l'internet collaboratif : intervention des internautes sur les pages des sites, création et partage d'informations, de commentaires et de contenus. L'eTourisme n'échappe pas à cette vague de partage et de production par les internautes. On parle d'eTourisme 2.0 ou de Travel 2.0. On ne compte plus les blogs de vacances, les sites collaboratifs de guides de voyage ou de partage d'hébergement. Les commentaires des internautes sur les hébergements ou les lieux de visite apparaissent comme la première préoccupation des prestataires touristiques car ils influent sur les choix de vacances des voyageurs. Parmi les sites les plus importants du Travel 2.0, on peut citer Tripadvisor qui rassemble plus de 15 millions d'avis d'internautes sur à peu près toutes les destinations du monde, propose des forums par destination, articles écrits par les voyageurs eux-mêmes, etc.

Comment faut-il se situer par rapport au web 2.0 ? Le site internet d'un office de tourisme doit-il être ouvert aux commentaires des internautes ou proposer une plateforme collaborative ? La réponse est multiple :

- Le site peut être adaptable au goût de chaque internaute, comporter un carnet de voyage, privilégier les sondages, les espaces personnels, etc. Des sites réalisés récemment, comme celui d'Anglet (www.anglet-tourisme.com) intègrent ces touches de web 2.0.
- L'idée du mini-site dédié et décalé, comme celui que le CRTA a imaginé autour du littoral aquitain « www.zelittoralattitude.fr » est une autre réponse : avoir un outil spécifique web 2.0, sur un thème donné.
- Il vaudra mieux répondre aux commentaires des internautes sur les sites spécialisés qu'ouvrir systématiquement un espace de discussion sur son propre site. Mieux vaut « pas de commentaires » du tout que « trop peu de commentaires »...
- Le web 2.0, c'est aussi la nécessité de maintenir une veille permanente sur la toile : parle-t-on, ou ne parle-t-on pas de ma destination ? Il faut donc du temps, beaucoup de temps, pour investir les sites du Travel 2.0, y publier des photos, des vidéos, de l'information. Une expérience d'intervention de ce type démarre en ce moment sur le pays d'accueil touristique Périgord Noir en lien avec les offices de tourisme. A suivre, donc.

Les réflexes incontournables du tourisme en ligne

Les évolutions du web et des pratiques des internautes conditionnent la mise en ligne d'un site touristique, l'organisation de la promotion comme les accords de commercialisation. Le point sur ce qu'il ne faut plus ignorer...



«Ze littoral attitude.fr» Le site web 2.0, du comité régional du tourisme met en scène un héros virtuel : Jean Brandon.

Des informations à jour

Dans la jungle d'informations diverses et variées qui fleurit sur la toile, l'internaute a besoin d'être rassuré ; c'est pourquoi le caractère « officiel » de l'organisme local du tourisme est un atout décisif pour la conquête de l'internaute. Il donne du crédit à nos organismes institutionnels. Les informations délivrées par le site internet touristique devront donc, impérativement, être fiables et actualisées.

Un outil important a été mis en place pour la gestion de l'information touristique en Aquitaine. Il est baptisé SIRTAQUI : système d'information régional touristique aquitain. Grâce à ce système de bases de données interconnectées de l'office de tourisme local au comité régional de tourisme, en passant par le comité départemental du tourisme, une information entrée par un membre du réseau est exploitable à tous les niveaux. Toute nouvelle indication dans la base de données sera visible sur les différents sites internet piochant dans cette base pour alimenter leur contenu. Ce type de système nécessite une implication qualitative à tous les niveaux. Il est à noter que le système étant à la norme Tourinfrance, norme retenue au niveau national, les informations ainsi saisies peuvent être utilisées par des sites en dehors de l'Aquitaine et par le serveur national de réservation. En Aquitaine, c'est le CRTA (comité régional de tourisme d'Aquitaine) qui anime le SIRTAQUI.

De la cartographie

Le premier document demandé par les visiteurs dans un office de tourisme est bien souvent le plan de ville ou la carte touristique. De même, tout site internet touristique, qu'il soit privé ou public, doit privilégier la cartographie et si possible interactive. Depuis deux ans, les outils gratuits en ligne et développables facilement sont légion, avec notamment l'apparition de Google Maps ou Yahoo Maps. Ces applications permettent d'agrémenter facilement son site d'une cartographie agréable, précise et permettant au vacancier de visualiser son lieu de villégiature : que vais-je trouver autour de mon camping, de ma location ? A quelle distance se trouve la plage ? Le centre ville ? L'exemple du SIBA (syndicat intercommunal du bassin d'Arcachon), qui a adapté son SIG (système d'information géographique) en y incluant l'offre touristique, est particulièrement performant :

depuis le site du SIBA (www.bassin-arcachon.com) ou depuis ceux de certains offices de tourisme du Bassin, on peut ainsi visualiser à quelques mètres de distance la rue où l'on ira passer ses vacances, et les atouts naturels du secteur. Le site officiel du tourisme en Piémont Oloronais (www.tourisme-oloron.com), en Pyrénées-Atlantiques, propose de son côté une cartographie des randonnées pédestres et la possibilité de les télécharger sur un GPS.

Des photos et des vidéos

Les vacances se vivent avant le séjour, pendant le séjour et après le séjour. Internet doit satisfaire à cette triple attente du visiteur : les photos, belles, visibles en grand formats, téléchargeables, comme les vidéos sont des outils appréciés car l'image d'ouverture est le premier emblème de la destination ; la vidéo permet à l'internaute de vivre au préalable l'environnement de ses vacances.

Exemple de bonne pratique : la station de Biscarrosse (Gironde) a installé une « TV » sur son site (<http://biscarrosse.com>) qui regroupe une dizaine de vidéos ; elles ont été publiées sur le site communautaire YouTube ce qui en accroît l'audience.

Des traductions

L'étude sur le comportement et attentes des internautes vis-à-vis des sites internet touristiques. France, Belgique, Pays Bas, Grande Bretagne, Allemagne, Espagne, Italie, Etats-Unis à laquelle a participé la région Aquitaine fait état de cette réalité : dans les principaux « défauts à éviter pour un site touristique », l'absence de traduction est pointée par toutes les nationalités. Aujourd'hui, lorsque 8 internautes étrangers sur 10 utilisent internet pour préparer leurs vacances ils ne se passent plus d'une traduction : celle-ci sera au minimum en langue anglaise.

De la réservation en ligne

Un internaute français sur quatre réserve en ligne son séjour. Tous les internautes l'affirment dans les différentes enquêtes : ils souhaitent pouvoir aller, sur un même site, jusqu'à l'achat du séjour. Chaque prestataire touristique, notamment hébergeur a donc intérêt à prendre en compte cette donnée et doit s'interroger sur son ou ses systèmes de réservation en ligne. Car il n'existe pas de solution unique. Un accompagnement personnalisé des acteurs apparaît donc indispensable.

jboulin@gmail.com
<http://aquitaine-mopa.fr/>

page réalisée en partenariat avec la

mopa

Quelles obligations légales pour les collectivités ?

Les collectivités sont souvent insuffisamment informées des obligations de la loi Informatique et libertés et des démarches à suivre pour s'y conformer. Pendant ce temps, la CNIL veille... et sanctionne



Les collectivités locales sont amenées, dans le cadre de leur mission, à collecter des données dites « personnelles » sur leurs administrés et leurs agents. Investies d'une mission de service public, elles sont particulièrement concernées par le respect des droits des citoyens et des libertés individuelles. La loi Informatique et libertés impose depuis le 6 janvier 1978 que le traitement de ces données personnelles soit

déclaré à la Commission Nationale Informatique et libertés (CNIL), voire fasse l'objet d'une demande d'autorisation dès lors que ces données sont dites « sensibles ». Rappel des fondamentaux.

Que doit-on déclarer à la CNIL ?

Tout fichier mettant en œuvre le traitement d'une donnée à caractère personnel doit faire l'objet d'une déclaration à la CNIL.

Comment gérer l'ensemble des fichiers détenus par une collectivité ?

Il faut établir un inventaire des traitements mis en œuvre par la collectivité et des données qui sont collectées dans ce cadre. Il permet de vérifier si les informations collectées sont bien conformes aux principes de la loi : finalité, proportionnalité, loyauté, etc.

Comment respecter le droit des citoyens ?

Chaque traitement doit être accompagné d'une information des administrés sur leurs droits : le caractère obligatoire ou facultatif de leur réponse, le droit d'accès à leurs données personnelles, le droit de rectification des données personnelles et droit de suppression.

Quelles obligations de la collectivité dans la gestion quotidienne des données personnelles ?

Les données collectées doivent l'être dans le cadre strict des critères de la loi. Consultables uniquement par des personnes dûment habilitées, leur conservation doit avoir une durée limitée. Les données peuvent être archivées mais ces archives doivent être stockées sur support distinct.

Les collectivités font-elles l'objet de contrôles ?

Les collectivités locales n'ont pas été une « cible prioritaire » des contrôles en 2006 et 2007 (moins de dix mairies, Conseil régional, Conseil général, communauté d'agglomération ont été contrôlés). La tendance s'inverse en 2008, notamment auprès des collectivités qui détiennent de nombreux fichiers de données personnelles.

A quels types de contrôles procède la CNIL ?

Ils sont le plus souvent inopinés, aucune notification préalable n'étant nécessaire pour les réaliser. L'organisme peut parfois en être informé quelques jours auparavant et être invité à rassembler un certain nombre de documents utiles à la mission. En revanche, le procureur de la République territorialement compétent est systématiquement informé du contrôle au moins 24 heures avant qu'il ne débute.

Qu'est-ce qui est précisément contrôlé ?

Une mission de contrôle vise à obtenir copie du maximum d'informations (techniques et juridiques) permettant d'apprécier les conditions dans lesquelles sont mis en œuvre les traitements des données personnelles : sécurité et confidentialité, information des personnes, modalités de collecte, accomplissement des formalités préalables, etc.

Qui est responsable des fichiers détenus par la collectivité ?

La responsabilité, notamment pénale, du maire, du président du Conseil général et du Conseil régional et le président d'un Etablissement public de coopération intercommunale peut être engagée en cas de non respect de la loi.

Quelles mesures sont prises par la CNIL en cas de manquements ?

Soit la mission est close par un courrier d'observations du président de la CNIL. Soit le dossier est transmis à la formation restreinte de la CNIL (formation contentieuse) qui peut notamment adresser un avertissement, mettre en demeure l'organisme concerné de se conformer à la loi, prononcer une sanction pécuniaire ou dénoncer l'organisme au parquet.
juridique@aecom.org

Les bonnes pratiques pour se mettre en règle

1. **Sensibilisation des agents territoriaux** : séances d'information générale sur les bases de la loi, séances ciblées sur les thèmes « gestion des fichiers du personnel », « gestion des dossiers de demande d'aide sociale », notes d'information, notes sur les actualités dans le domaine des données personnelles.
2. **Le Correspondant Informatique et Libertés (CIL)** : La fonction peut être externalisée si moins de 50 personnes dans la collectivité ont accès aux fichiers comportant des données personnelles (maximum légal). Désigné en interne, le CIL a pour mission d'informer les agents, répondre à leurs questions, être contacté lors de la mise en œuvre d'un nouveau traitement. Il accueillera les demandes des administrés concernant leurs données personnelles. Le CIL est le lien privilégié entre la CNIL et la collectivité Il permet d'exempter la collectivité de certaines déclarations.

La génération Y au travail : L'inévitable mutation des organisations

Forçons le trait : ils sont nés devant un écran d'ordinateur, la console de jeu vidéo dans une main et une souris dans l'autre. Leur monde n'a jamais tourné sans internet et le téléphone ne se conçoit que mobile.

L'environnement, totalement dématérialisé, s'organise en réseau et communautés d'intérêts. Le Web 2.0, qu'ils ont bâti, n'a plus de secret pour eux.

En France la génération «Y» constitue un groupe de 13 millions de personnes âgées de 15 à 29 ans. D'ici dix ans, ces jeunes auront conquis le marché du travail faisant entrer dans les entreprises leurs nouveaux modes de communication et d'organisation. Le mouvement est mondial. Il apparaît pour certains comme une menace, pour d'autres comme un formidable atout.

Un défi de taille se pose aux employeurs : comment intégrer les «Y» aux entreprises sans créer un choc des cultures et des générations ? Comment faire évoluer les organisations de travail afin de tirer des « Y » tout leur potentiel ? Quels sont leurs attentes en matière de vie professionnelle et qui sont finalement ces « Y » qui s'apprêtent à bousculer le monde du travail ?

Débuts de réponses dans ce dossier.

Sommaire

- > **Enjeux** : *Moins de pression, plus de passion* p10
- > **Témoignages** : *jamais sans mon web* p11
- > **Diagnostic Aquitain** : *Une jeunesse équipée, connectée et accessible* p12 et 13
- > **Ressources humaines** : *« L'entreprise doit être maternaliste »* p14
- > **Regards croisés sur les «Y»** dans un quotidien de travail p15
- > **Point de vue** : *Apprendre en jouant.. et le plaisir dans tout ça ?* p16



Les enjeux du dossier.

Les jeunes issus de la « génération Y », urbains et diplômés, ne placent pas le travail au premier plan mais attendent de leur employeur qu'il leur propose une expérience de vie dans l'entreprise

Moins de pression, plus de passion

On les nomme « digital natives », « génération internet » ou plus couramment « génération Y ». Les pays anglo-saxons scrutent le phénomène depuis déjà 5 ans. La France commence à peine à en prendre la mesure : 13 millions de jeunes bercés à l'internet (20% de la population) et nourris au téléphone mobile, bâtisseurs des usages collaboratifs du Web 2.0 et bidouilleurs de gadgets électroniques, fortement urbains et diplômés, sont en voie d'intégrer le marché du travail.

Un souffle de perplexité, voire d'inquiétude, balaye les entreprises. Car en matière de vie privée et professionnelle, les « Y » ne se présentent pas comme leurs parents baby-boomers. Ils n'empruntent pas non plus à leurs aînés, la « génération X », sacrifiée sur l'autel de l'économie de marché et du chômage. La génération internet, née entre 1976 et 1994 selon les sociologues américains William Strauss et Neil Howe, a ses propres codes, valeurs et exigences : « Contrairement à leurs parents, ces jeunes ne placent pas le travail au premier plan. Ils recherchent une meilleure qualité de vie, en conciliant travail et intérêt personnel », nous instruit l'encyclopédie en ligne Wikipedia. « Ils affichent une certaine quête du sens, de la passion et de l'émotion. [Pour eux], l'argent ne suffit pas », note Arielle Benavides, DRH de la banque d'investissement Lazard.

Comment les employeurs vont-ils s'adapter à cette nouvelle génération ? Qu'offrir aux « Y » et qu'attendre d'eux dans un cadre professionnel ?

De profonds bouleversements du modèle managérial sont à attendre, du recrutement à l'intégration dans la structure organisationnelle en passant par la formation ou encore la mise en place d'outils et d'approches technologiques. L'Aquitaine n'échappera pas au phénomène (lire pages 12 et 13)

Le modèle hiérarchique est dépassé

Habités à négocier avec leurs parents, les « Y » auraient un fort besoin de considération et de réciprocité entre ce qu'ils donnent et reçoivent de l'entreprise. L'autorité hiérarchique n'est pas vraiment leur fort, avouons le. Ils reconnaissent avant tout les compétences d'un collaborateur, plutôt que son titre, et favorisent les contacts noués sur des plateformes communautaires et réseaux sociaux de type Facebook, Viadeo, MySpace ou Youtube. Les relations sociales des « Y » s'organisent de manière horizontale, autour de communautés d'intérêts ou de pratiques. Par les « chats » et autres messageries instantanées, ils ont intégré comme naturelle une communication immédiate et adoptant un ton familier. Tout va très vite

chez les « Y » qui ne s'embarrassent pas, ou mal, de procédures trop rigides.

« Pour la première fois, une génération a du bâtir une culture avec comme point d'appui la position paradoxale d'adultes se présentant comme ignorants en la matière, peu désireux d'apprendre (...). Ce n'est pas le conflit générationnel classique entre les anciens et les modernes. C'est une crise profonde, grave et durablement installée », écrit sur son blog Yann Leroux, psychologue bordelais observateur des mondes virtuels (lire aussi page 16).

Le Web 2.0 motive les employés

Les structures professionnelles doivent donc se préparer à attirer les « Y » (ils seront aux responsabilités dans 10 à 15 ans) et ce n'est sans doute pas un drame. Car à y regarder de plus près, ces jeunes apparaissent assez bien préparés aux exigences du monde du travail : confiants, optimistes, indépendants, créatifs et orientés sur les objectifs. Exigeants mais pas méfiants ou arrogants, ils développent un fort esprit d'équipe et de coopération. Ils sont demandeurs de formations, tolèrent la critique et acceptent des horaires flexibles en contrepartie d'un travail représentant pour eux une « expérience de vie », souligne le spécialiste du sujet Benjamin Chaminade (lire page 14).

Encore rares, certains observateurs de la génération Y ont capté l'air du temps notamment ici en Aquitaine (lire les témoignages page 15). Ils ouvrent un champ de réflexion sur l'intégration de ces nouveaux collaborateurs dans les entreprises, la création de synergies entre les générations, la mise à disposition d'outils et d'environnements de travail leur permettant d'exploiter tout leur potentiel.

Sur ce dernier point, primordial, un mouvement global semble amorcé : selon une étude réalisée par le cabinet McKinsey auprès d'environ deux mille cadres du monde entier, 62 % des sociétés européennes utiliseraient des services web (Wikis, blogs, flux RSS, podcasts ou réseaux sociaux) pour faciliter l'échange d'information et la gestion de transactions. En interne, l'usage des outils 2.0 est plus répandu encore. Il servirait souvent à motiver les employés et à développer l'esprit d'entreprise. Une tendance de fond à méditer.





Témoignages de « Y ».

Ils sont jeunes, insérés dans le monde du travail et utilisateurs des outils du web 2.0. Trois aquitains analysent l'impact de leurs habitudes internet dans leur vie professionnelle

Jamais sans mon web !

> Thomas, 25 ans

Consultant chez Clever Age (architecture Web)

Une vie 2.0

Il se présente comme un « early adopters » : à l'affût des tendances et des derniers services du web 2.0. « Je teste beaucoup d'outils en ligne mais seulement s'ils sont intuitifs, simples et peuvent me servir dans mon travail », nuance Thomas. N'empêche, la liste est déjà longue : un blog* personnel, des profils sur les réseaux Facebook, LinkedIn et Viadeo, une présence permanente sur internet via Twitter, des favoris archivés sur Delicious, des flux RSS agrégés chez Google Reader et du partage d'information sous Digg. Il ouvre des Wikis pour les clients qu'il accompagne. « J'utilise ces services aussi bien dans ma vie professionnelle que privée. Je fais de la veille technologique le soir chez moi que je partage en direct avec tous mes collaborateurs. Je faisais déjà cette veille avant d'être recruté car je tiens à rester à jour des évolutions du web. On ne sait jamais quelle sera notre carrière... », témoigne le consultant. Le réflexe est « évident, naturel », au point que Thomas a créé une association de blogueurs bordelais pour transmettre ses savoirs. Le voilà donc, cet autodidacte de la toile, érigé « expert » du web 2.0. Un vrai « Y » qui s'affiche comme tel : « Quand je cherchais du boulot, l'adresse de mon blog était placée bien en évidence sur mon CV électronique. Ça faisait office de lettre de motivation. J'ai gardé un lien avec la plupart des recruteurs qui m'ont contacté par le biais des réseaux sociaux professionnels. On peut ainsi constater notre évolution réciproquement : la meilleure voie de recrutement reste le bouche à oreille. »

* <http://case.oncle-tom.net/>

> Morgan, 20 ans

Ex-employé d'un service de prospection téléphonique pour une grande entreprise de télécommunication

Facebook pour faire sa place

Le jeune homme n'a pas les deux pieds dans le même sabot. Formé aux techniques de commercialisation, il a alimenté les colonnes des sites Agoravox.fr, Politic show et Des mots et des couleurs avant de créer un site d'information*. Il se passionne pour la production vidéo et vient d'intégrer un service de communication bordelais grâce à des connections nouées dans Facebook.

« Tout mon réseau de connaissances, professionnelles et privées, est sur ce réseau social que j'utilise beaucoup », souligne Morgan. Il se dit « non technophile » mais a intégré les usages de son temps assez naturellement. Morgan aurait souhaité en faire profiter son ancien employeur : « Il n'était pas question d'utiliser Facebook au bureau ! La structure organisationnelle de l'entreprise date des années 80 : très verticale et hiérarchisée. On ne pouvait écrire directement à la direction sans se faire réprimander par les différents échelons hiérarchiques. L'information circule très bien de haut en bas, mais mal dans l'autre sens ». Le tableau, pourtant, reste optimiste : « la société expérimente des outils performants pour la gestion et la communication interne. Par exemple, une plateforme d'idées a été mise en place pour recueillir les propositions des employés. En fonction du niveau de participation, on acquiert des points que l'on échange contre des cadeaux. C'est un système très motivant qui peut aider à changer les choses »

* www.osezledire.com

> Héléne, 29 ans

Elève avocat en Droit des affaires

« Comment se passer d'internet ? »

A 12 ans, Héléne créait des programmes informatiques sur un Amstrad 6128, le premier ordinateur familial. Presque une évidence : « J'ai toujours aimé la logique », lance la jeune femme. Aujourd'hui, dans le cabinet qui la forme à son futur métier d'avocate, Héléne fait office de « madame informatique » : elle défait les pannes et conseille les collègues à la demande de son patron. Dans un secteur d'activité où certains se passent encore d'ordinateur, ce dernier « croit beaucoup à internet », apprécie-t-elle et forme ses collaborateurs pour qu'ils gagnent en efficacité et en rapidité. « Nous sommes abonnés à trois sites de documentation juridique que nous consultons tous les jours. Nous utilisons aussi des flux RSS. En interne, nous utilisons un logiciel spécialisé qui permet de classer et de retrouver toutes les pièces d'un dossier client. Nous imprimons certains mails et accusés de réception des fax qui constituent des preuves de transmission. Le courrier papier reste la règle, pour des questions de légalité des procédures et parce que les usages judiciaires ne se sont pas encore adaptés à cette généralisation du numérique. Mais au final, l'ensemble des documents est dématérialisé et archivé dans un dossier électronique. Le numérique, c'est vrai, alourdit parfois nos démarches administratives mais je ne vois pas comment on pourrait s'en passer. »





Diagnostic 2008 de l'Aquitaine Numérique.

AEC, qui mesure et analyse la société de l'information en Aquitaine, dresse un portrait détaillé et éloquent de la « génération Y » dans la région

Une jeunesse équipée, connectée et accessible

Nés dans un environnement propice à l'échange d'informations_ naissance des radios libres au début des années 1980, des sites d'information en ligne et des médias alternatifs depuis le milieu des années 1990_ les jeunes âgés aujourd'hui de 15 à 29 ans n'ont pas les mêmes comportements que leurs aînés en matière de numérique.

1. Férés de technologies

Suréquipés, ils adaptent leurs équipements à leurs usages : nomades, ils sont dans la quasi-totalité équipés d'un téléphone mobile (seuls 3% n'en possèdent pas, principalement des collégiens), possèdent dans 2 cas sur 3 un lecteur MP3 et plus de 70% ont un appareil photo numérique. Autre constat intéressant, plus préoccupant pour les opérateurs de téléphonie fixe : 28% de cette classe d'âge ne possède pas de ligne fixe étant uniquement équipée d'un téléphone mobile (« mobile only ») contre 15% pour l'ensemble de la population.

Les chiffres confirment également le passage d'une « culture de l'écran » à une « culture de la chambre » : moins bien équipés en médias traditionnels comme la télévision, ils s'équipent mieux en micro-informatique (+20 points) et en connexion à Internet (+12,4 points). Ici aussi, les usages dictent les équipements puisque 58% des 15-29 ans ont Internet à Haut-Débit leur permettant de télécharger plus facilement et plus rapidement que le reste de la population de la vidéo ou de la musique (environ 12 points d'écart).

2. Une communication de l'instant

Le téléphone mobile ne s'éteint jamais. Les jeunes 15-29 ans l'utilisent largement plus que l'ensemble de la population. Les principaux écarts concernant l'envoi de minimessages (95% contre 60%), l'écoute de musique (46% contre 16%) et l'accès à Internet (20% contre 9%). Ces résultats démontrent en partie que le téléphone portable est vécu de manière « dédramatisée » par ces jeunes générations et que contrairement aux générations plus âgées, le téléphone mobile tend à s'effacer comme objet pour n'être plus qu'un prolongement du corps, une prothèse de communication. En ce sens, le téléphone mobile, plus qu'un objet du quotidien, est un objet de l'instant (lire également page 18 et 19).

Cette communication de l'instant se retrouve dans les usages d'Internet. Contrairement à l'ensemble de la population, les jeunes générations utilisent presque autant les courriers électroniques (60% contre 68%

pour le reste de la population) que la messagerie instantanée (60% contre 42 %). Associés aux usages du minimessage (SMS ou MMS) sur téléphone mobile, la communication des jeunes s'organise clairement sous la forme de l'écrit. Toutefois, cet écrit est vécu comme une oralité : une nouvelle forme d'écriture apparaît, immédiate et perçue comme une forme de dialogue. Internet devient alors un espace de socialisation. Pour preuve : près d'un internaute sur quatre issu de cette génération a créé son propre blog contre un seul sur dix pour l'ensemble de la population.

3. C'est l'avenir du commerce en ligne

Les jeunes de la Génération Internet plébiscitent moins cette forme de consommation (57% contre 62% dans le reste de la population). Il est évident que joue ici un effet générationnel lié au niveau de revenu : en termes de cycle de vie, les plus jeunes ont des revenus inférieurs à ceux de leurs aînés et, du coup, consomment moins. Ce constat vaut aussi pour le commerce en ligne.

Parmi ceux qui achètent sur internet, les comportements ne se différencient réellement que sur certains pôles de consommation, les plus représentatifs d'une jeune génération. Les jeunes consomment plus de biens liés à la musique ou la vidéo (44% contre 38%), au sport (64% contre 56%) et aux transports (61% contre 51%). Ce dernier résultat peut être expliqué par le développement d'offres promotionnelles à l'attention des plus jeunes sur Internet. En revanche, ils consomment moins de produits culturels, comme les livres ou les magazines (40% contre 43%) et sont moins enclins à organiser leurs vacances par Internet (31% contre 36%).

Etude AEC/Téléperformance

Réalisée en juin 2008 auprès de 431 individus aquitains âgés de nés entre 1978 et 1994. L'échantillon est composé de 2002 individus représentatifs de la population aquitaine.

Les « Y », ou Génération Internet, représentent 21% de cet échantillon représentatif. Ils sont essentiellement concentrés en Gironde (52%) et plus particulièrement dans les communes de plus de 10 000 habitants (56%). Plus urbaine et plus citadine, cette génération est en grande partie composée de lycéens et d'étudiants (40%) ainsi que de jeunes diplômés du supérieur peu mobiles (37%).

Aquitaine Analytic n°4

Parue en juin, cette publication observe et analyse les comportements des jeunes aquitains issus de la Génération internet. Téléchargez l'intégralité de cette étude réalisée par AEC sur notre site : <http://www.aecom.org>



Naturellement, le niveau de revenu des plus jeunes ira en augmentant. Il paraît donc nécessaire d'anticiper l'explosion du commerce électronique dans les années à venir. Les entreprises, si elles veulent rester concurrentielles, devront rapidement s'adapter, sous peine de voir leur chiffre d'affaires s'effriter.

4. Une vision pour les filles, une pour les garçons

La population des 15-29 ans présente des comportements spécifiques en matière de technologies numériques mais, au sein de ce groupe, des nuances apparaissent qui s'expliquent par plusieurs facteurs : le revenu ou le niveau de diplôme atteint ainsi que le genre sont particulièrement discriminants. Si garçons et filles sont équipés d'un téléphone mobile dans les mêmes proportions (97% dans les deux cas) et si près de 95% d'entre eux envoient des minimessages, les garçons téléchargent plus et sont plus facilement « mobinautes ». En matière de connexion et d'usages Internet, les filles envoient plus souvent des courriels (69% d'entre elles en envoient au moins un par semaine contre 64% pour les garçons) mais elles sont moins intensément branchées à Internet que leurs homologues masculins. Enfin, elles pratiquent plus le commerce électronique (62% contre 50%) mais différemment : leurs dépenses sont plus orientées vers la culture, le sport et les vacances tandis que les jeunes hommes sont plutôt attirés par ce qui touche à l'informatique (matériel et jeux), aux produits financiers (11% contre 4% pour les filles) et aux transports (66% contre 58% chez les filles).



alexandre.bertin@aecom.org
<http://diagnostic.aecom.org>

Pratiques et usages d'internet (en %)

	15-29 ans	Ensemble de la population
Usages Internet		
Tout type de lieu	88	60
Visite hebdomadaire	91	90
Connaissance d'un PAPI	54	35
Fréquence d'utilisation au moins hebdomadaire		
Courriel	67	68
Messagerie instantanée	60	42
Sites Internet	75	69
Info loisirs/voyages	24	23
Info vie locale	16	17
Info Santé	15	17
Opérations bancaires	38	40
Téléchargement vidéos	26	14
Téléchargement musique	32	19
Blog	24	10

Équipement en technologie numérique (en %)

	15-29 ans	Ensemble de la population
Taux d'équipement en téléphone mobile	97	85
Mobile Only	28	15
Autre opérateur que France Télécom	35	34
Dégrouper total (en % des non abonnés à F.T.)	57	40
Taux d'équipement en micro-ordinateur	84	65
Taux de connexion à Internet	65	53
Taux de connexion à Internet Haut Débit	58	45
Lecteur DVD	90	81
Console de jeu	51	29
TV payante	28	35
Appareil photo numérique	72	59
Lecteur MP3	65	38

Benjamin Chaminade

Architecte
Ressources
Humaines.

Cofondateur de la société InsideHR, installé à Sydney, en Australie, il intervient en France, Asie et Océanie dans les domaines de l'optimisation des stratégies de ressources humaines et en management des talents. Reconnu pour ses travaux sur la Génération Y dans le monde du travail, une tendance perçue depuis 5 ans dans les pays anglo-saxons, il anime le blog www.generationy20.com traitant des rapports générationnels sur le lieu de travail.

Gestion des ressources humaines.

On les décrit exigeants, allergiques à la hiérarchie mais aussi efficaces et bourrés d'initiatives. Comment aborder les talents d'aujourd'hui pour les recruter ? Réponses de Benjamin Chaminade

« L'entreprise doit être maternaliste »



AEC : Que doivent penser les employeurs de cette génération «Y» ?

Benjamin Chaminade : Tout d'abord, il faut éviter de caricaturer cette génération. Les jeunes à qui on attribue les caractéristiques des Y se retrouvent surtout dans les filières confrontées à une pénurie de main d'œuvre : logistique, construction, restauration, bâtiment, commerce. Ils se savent recherchés et sont conscients d'avoir de la valeur. Leurs attentes concernant le monde du travail sont bien différentes de celles de leurs parents. La notion de respect, pour eux, est primordiale : peu importe qui est le patron, ils veulent d'abord qu'on ne les prenne pas pour des « esclaves » simplement parce qu'ils sont jeunes. Ils ne veulent pas un manager exemplaire et paternaliste mais un responsable qui soit humain, proche d'eux.

AEC : Il faut donc être attentifs à leurs désirs... et le signifier lors du recrutement ?

B.C : Tout à fait. Ces jeunes veulent donner un sens à leur travail et à leur place dans l'entreprise. Ils sont attentifs à leur environnement de travail. Il faut donc les placer d'emblée au cœur de la structure, leur proposer une expérience de vie et non un poste. Ce sont des candidats consommateurs qui ont été élevés à la négociation avec leurs parents : ils veulent un emploi intéressant, pouvoir s'exprimer sur le plan créatif et prendre des initiatives.

AEC : Les Y semblent exigeants envers le recruteur. Comment doit-il se positionner ?

B.C : Pour les chefs d'entreprise français, soit les Y ne savent rien faire, soit ils savent déjà tout. C'est une erreur de le penser. Dès leur arrivée, il faut savoir les guider, leur donner très vite quelque chose à faire, même si c'est compliqué et les pousser à prendre des décisions. L'entreprise doit devenir « maternaliste », capable de s'ouvrir aux émotions. Sur ce plan, la jeune génération ne distingue plus forcément la sphère privée et la sphère professionnelle.

AEC : Quels sont les atouts des Y ?

B.C : Ils travaillent vite, sont passionnés, créatifs, peuvent faire plusieurs choses à la fois. Ils savent faire vivre les communautés d'experts et de pratiques.

AEC : On les décrit également volatiles... comment l'entreprise doit-elle s'y prendre pour les fidéliser ?

B.C : La moyenne d'ancienneté dans les entreprises françaises, était de 8 ans il y a 5 ans. Elle est de 5 ans aujourd'hui. Dans les pays anglophones, elle est de 36 mois... Face à cette tendance, il ne faut pas forcément chercher à fidéliser les jeunes arrivants mais les motiver en leur parlant de leur carrière. Le chef d'entreprise peut se permettre de leur demander ce qu'ils comptent faire « après », quitte à les aider à partir de l'entreprise quand le moment sera venu, quitte aussi à garder le contact avec eux « après » par le biais des réseaux sociaux.

AEC : Vous évoquez les réseaux sociaux. Quelle place doit occuper internet dans le recrutement ?

B.C : Les jeunes d'aujourd'hui ont leurs profils sur Facebook, Viadeo, Myspace. Ils mettent leurs CV en ligne ou le proposent en vidéo. Ils sont exigeants et visibles sur le web. Dans ce contexte, le recruteur doit trouver sa place, c'est plus compliqué. Avant, le simple fait d'être démarché par un chasseur de tête offrait au jeune une forme de reconnaissance mais cela ne fonctionne plus aujourd'hui. Pour recruter un Y talentueux, il faut désormais mettre les formes pour le solliciter comme par exemple lui demander un rendez-vous. Chacun doit faire un pas vers l'autre. C'est la philosophie du « gagnant-gagnant ».

benjamin@generationy20.com



Ils observent les « Y ».

L'un emploie des moins de 25 ans pour animer le web, l'autre est chercheur en communication des organisations à l'université : deux évocations des « Y » dans un quotidien de travail

Regards croisés sur une (r)évolution

Benjamin Rosoor

Gérant de la société Web Report (Bordeaux)



« Autonomie et nouveauté les motivent »

« Vu notre activité, l'animation de communautés en ligne et la valorisation de commentaires d'internautes, mes critères de

recrutement ne reposent pas sur la formation initiale ou les diplômes mais bien sur les compétences et aptitudes de mes futurs salariés. L'un d'eux est arrivé à Web Report avec un parcours littéraire, Khâgne et Hypokhâgne. Par ailleurs, il avait fait la promotion sur internet du site internet de l'association de musique électronique dont il est membre. J'ai donc constaté qu'il maîtrisait parfaitement nos métiers et que ça collerait. Une autre collaboratrice est paléontologue de formation... et totalement « geek ». Son avantage : une rigueur scientifique, de la méthode et une rapidité de compréhension. Les jeunes que je recrute arrivent parfois sans connaissance universitaire ou encyclopédique d'internet. Par contre, ils en maîtrisent la culture : le mail, le chat sur MSN Messenger, les smileys ! Le téléchargement est inné chez eux, ils n'ont pas du tout la culture du logiciel payant. Ils ont tous un profil Facebook mais je ne sais pas quel usage ils en font... J'évite en tout cas d'être leur « ami » et je ne vais pas non plus dans leurs communautés en ligne, car c'est personnel. Je ne crois pas du tout au fonctionnement en tribu dans l'entreprise, ce n'est pas réaliste sur le long terme. Cette génération sait faire la différence entre temps de travail et espace privé quand ça l'arrange. Elle tient à ses RTT et peut se vivre de passage dans l'entreprise. Je travaille donc à conserver mon équipe (limiter le turn-over) par de la participation et des responsabilités. L'autonomie et la nouveauté les motivent. Ils fuient les hiérarchies trop rigides. Chez nous, les jeunes trouvent une structure souple et de taille raisonnable. Ils m'appellent « patron » mais je pense que c'est pour rigoler... Clin d'œil à l'ancien temps. Très à l'écoute, ils sont en autoformation permanente, savent valoriser ce qu'ils apprennent mais détestent perdre du temps sur un outil. Il leur faut du concret et de l'utile au travail. »

Amar Lakel

Enseignant à l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (Université Bordeaux 3)



« Nécessaire transparence des organisations »

« Selon moi, la génération internet n'est pas vraiment différente de la précédente. La génération X a fabriqué internet, l'infrastructure,

tel qu'elle avait imaginé la communication électronique. Les X ont été prescripteurs dans les organisations. Le phénomène est le même chez les Y sauf que, pour eux, internet est évident, naturel. A l'université, nous assistons à une destruction de la hiérarchie des savoirs : il y a peu, il fallait grimper la pyramide d'accès au savoir_professeurs, diplômes, publications_pour avoir un droit à la parole. Aujourd'hui, ce dispositif a explosé. Mes étudiants écoutent aussi bien mes cours qu'un blogueur, ils discutent en forum et reçoivent des fichiers en ligne. C'est le réseau social construit par l'individu qui valide son information, pas l'institution. Moins soumis à la hiérarchie, ils se sentent légitimes pour s'exprimer dès qu'ils ont forgé leur opinion. La parole de l'enseignant ne suffit plus. Cela nous oblige à adopter un autre régime discursif : on ne propose plus la lecture de cinq livres quand l'étudiant peut répondre à une question en un quart d'heure sur internet. Nous réfléchissons ainsi à de nouveaux modes d'enseignements par des pratiques projets, un travail collectif, etc. Dans ce contexte, le rôle de l'enseignant est de ne pas transiger sur la capacité critique et sur la hiérarchie des sources. Il en va de même dans les entreprises : l'accélération des rapports sociaux implique des informations plus synthétiques, consommables rapidement. C'est ce que je nomme « l'intelligence répartie ». Le savoir ne perd pas forcément en qualité, d'autant que cette génération est de plus en plus diplômée. Elle est très réactive, pragmatique et défend le droit à l'échec. Ouverts à la critique, si toutefois elle leur est expliquée, les Y sont plus autonomes et engagés, donc mieux adaptés aux exigences du monde du travail. La place du leader est acceptée sur un plan hiérarchique si ce dernier légitime sa fonction. Cela implique une négociation permanente et plus grande transparence des organisations. »

par
Yann Leroux,
psychologue
clinicien et
psychanalyste.

Spécialiste
des mondes
numériques, il
s'intéresse à la
cyberdépendance et
aux dynamiques des
groupes en ligne.

Outre son blog
yann.leroux.free.fr,
il gère le domaine
psyapsy.org sur la
psychologie et le
blog ePsychologie,
carnet de note pour
la thèse qu'il mène
sur les groupes en
ligne.

Yann Leroux est
également membre
de l'Observatoire
des Mondes
Numériques en
Sciences Humaines.



MUD'S : Un multi-user dungeon, plus communément appelé MUD est un jeu vidéo hébergé par un serveur sur Internet dans lequel les joueurs incarnent un personnage. Ils peuvent interagir entre eux et avec l'environnement virtuel.

MMO : De l'anglais massively multiplayer online game, le jeu en ligne massivement multijoueur est un genre de jeu vidéo faisant participer un très grand nombre de joueurs simultanément par le biais d'un réseau informatique ayant accès à Internet. (source Wikipedia)

Point de vue.

Pour les jeunes nés avec le numérique, il n'y aurait pas d'autre salut que l'apprentissage par le jeu vidéo. Cette image du jeu comme source de développement est plaisante mais elle n'est pas neuve

Apprendre en jouant... et le plaisir dans tout ça ?

Chez l'homme, le jeu a une importance notable : jouer est une forme culturelle et un moyen d'apprentissage des codes sociaux (Johan Huizinga, Homo Ludens, 1938). Les militaires ont été les premiers à formaliser le jeu pour en faire un outil d'enseignement. Dès le 18^e siècle en Autriche puis au cours des siècles suivants, elle invente des jeux de simulation permettant de reproduire une situation et/ou d'en modifier certains facteurs. Avec la montée en puissance des ordinateurs, des simulations de plus en plus complexes ont été développées. Des « jeux » ont été créés pour servir de point d'appui à des apprentissages dans des domaines aussi divers que la communication, la politique, la santé, l'histoire, l'écologie, l'économie, la géographie, les mathématiques... Dans un champ tout à fait différent, en 1921, Jacob Levy Moreno invente le psychodrame, dispositif thérapeutique dans lequel des acteurs patients jouent des rôles.

Tous ces jeux aident à comprendre une situation dans son ensemble, obtenir de nouveaux points de vue sur son fonctionnement ou les relations avec les autres.

Etes-vous Play ou Game ?

Ces jeux de rôle ont leur pendant en ligne avec les MUDs et les MMO (*lire ci-dessus*). Ces derniers se distinguent cependant des jeux psychodramatiques : dans les jeux comme les MMO, le scénario est écrit à l'avance et il est immuable. Le psychodrame est beaucoup plus ouvert à la surprise et à la nouveauté. Ces différences marquent l'écart entre le game (jeu avec des règles) et le play (jeu libre).

Les games sont très efficaces pour apprendre quelque chose. La connaissance acquise est pour la plus grande part intellectuelle. C'est un savoir-faire. Le play quant à lui est davantage tourné vers l'acquisition de nouvelles connaissances sur soi. C'est un savoir-être.

Les serious games appartiennent à la première catégorie. Ils sont davantage des simulations que des dispositifs permettant au joueur d'explorer son « self » et d'intégrer de nouvelles modalités d'être avec soi-même et avec les autres. Les simulations n'en restent pas moins très utiles pour comprendre, par exemple, comment fonctionne la société ou plus exactement des groupes dans la société.

Les jeux vidéo ne sont donc pas, au moins en ce qui concerne les apprentissages, une nouvelle frontière. La puissance de calcul des machines est mise au service de la gestion de simulations de plus en plus complexes, mais le principe d'utiliser la simulation à des fins pédagogiques, c'est à dire d'utiliser des aspects du jeu à des fins "sérieuses" n'est pas nouveau.

L'avant et l'après internet

Les serious games rencontrent une préoccupation des pédagogues. Elle a été métaphorisée par Marc Prensky par l'image d'une frontière entre les « digital natives » (natifs du numérique) et les « digital migrants » (migrants dans le numérique). Les premiers penseraient avec une logique toute différente des seconds du fait d'un contact prolongé et précoce avec les machines numériques. L'image a eu le succès que l'on sait.

Prensky part d'intuitions justes : il y a un avant et un après l'internet ; être au contact avec ces objets particuliers que sont les ordinateurs et autres machines numériques a un impact sur la façon dont nous pensons le monde, dont nous nous pensons, et dont nous nous pensons les uns les autres.

Mais la dichotomie entre les natives et les migrants est exagérée. Elle repose sur une autre image, celle du bon sauvage qu'il faudrait éduquer avec des outils spéciaux : pour les natives, il n'y aurait pas d'autre salut que l'apprentissage par le jeu vidéo. Les lents et difficiles apprentissages leurs seraient fermés à tout jamais, et il ne leur resterait que la voie des apprentissages par le jeu.

L'idée qu'il suffirait de quelques colifichets de pixels pour transformer magiquement un apprentissage rébarbatif ou complexe en un apprentissage facile et plaisant est une erreur. D'abord parce qu'elle méconnaît la différence entre le jeu et la simulation. Ensuite, parce que tous les apprentissages ne sont pas source de plaisir. Ils peuvent être difficiles, voire même angoissants. Ce qui peut être source de plaisir, c'est le fait de confronter son intelligence à un problème complexe ou encore l'espoir qu'au delà de l'apprentissage, l'usage de ce qui aura été appris sera source de plaisir.

(Publié en juillet 2008 sur
<http://yann.leroux.free.fr>, blog
consacré aux jeux vidéo et aux
mondes numériques)

yann.leroux@laposte.net





Netvibes organise vos contenus internet

L'Aquitaine Numérique vous guide dans la prise en main et l'utilisation de services ou applications du web.

Découvrez dans ce numéro le portail français Netvibes.



Description

Netvibes est un portail Web offrant à ses utilisateurs un espace personnel donnant accès à une multitude de services. Ces derniers sont ajoutés ou enlevés selon le bon vouloir de l'utilisateur. Il est par exemple possible d'agréger du contenu d'autres sites internet au format **RSS**, **Atom** et **iCal**, d'établir des connexions avec des sites du Web2.0 tels que del.icio.us, flickr, facebook, etc. ou encore des modules thématiques pré-programmés tels que la météo (Widget).

Au final, Netvibes offre un espace de travail en ligne utile et simple d'utilisation pour trier de l'information et des contenus correspondant à ses centres d'intérêts.

Glossaire

RSS/Atom : RSS est un format de documents XML qui permet de syndiquer/agréger des contenus provenant de diverses sources sur Internet. L'utilisateur doit s'abonner au flux RSS ce qui lui permet d'être informé dès qu'une mise à jour est publiée. Atom est quand à lui une évolution du format des flux RSS qui les rendent beaucoup plus flexibles et interopérables.

iCal (ou iCalendar) : norme d'échanges de calendriers basée sur le logiciel éponyme de gestion de calendriers développé par Apple. Cette norme permet l'interopérabilité entre les agendas que l'utilisateur souhaite faire communiquer.

> Créer son environnement de travail

- Connectez-vous sur <http://www.netvibes.com/>
 - Au centre de la page, cliquez sur le bouton vert « Démarrer » situé à côté de « Bienvenue sur votre page personnelle ».
 - Suivez les 4 étapes puis cliquez à la fin sur « Montrez-moi ma page ».
- Ca y est votre page est maintenant disponible !

> Enregistrer cette page sur votre profil

- Cliquez sur le bouton « Enregistrez-vous maintenant, c'est gratuit » situé sous le premier onglet de la page.
- Suivez les étapes de création de votre compte. Un mail va alors vous être envoyé pour valider votre adresse mail.

> Ajouter ou enlever des services sur votre page

- Utilisez le bouton « Ajouter du contenu » situé en haut à gauche de la page
- Vous pouvez alors choisir parmi un panel de widgets ou de flux RSS qui seront ensuite automatiquement ajoutés à l'onglet en cours.
- Pour retirer un service passez au dessus de son emplacement et une série d'icônes apparaissent. Cliquez alors que la croix et confirmez votre choix.

> Rendre votre page publique.

Pour cela, une page publique doit être créée et contenir l'ensemble des services que vous souhaitez proposer aux autres membres du réseau.

- Utilisez le bouton « Créer ma page publique » situé en haut à gauche de la page.
- Validez votre choix en cliquant à nouveau sur « Créer ma page publique ».
- Suivez les 3 étapes qui vous aiderons à définir votre profil et à proposer une URL pour la mise à disposition de votre page.

Pour aller plus loin...

Consulter l'aide en ligne : <http://faq.netvibes.com/fr>

Proposer des widgets : les développeurs de Netvibes ont mis à disposition des programmeurs une interface de programmation (Universal Widget API - UWA) ce qui leur permet de proposer leurs propres modules. Cette API est disponible à l'adresse : <http://dev.netvibes.com/>

Ces modules ainsi développés sont compatibles avec d'autres plates-formes du même type telles qu'iGoogle, Apple Dashboard ou Opera.

Les mobiles des ados, prémices de l'informatique ambiante

Par Jean-Marc Manach, publié le 10 juin 2008 sur www.internetactu.net

Partagés avec le groupe, métamorphosés en objet multimédia et de mieux en mieux tolérés en société, les téléphones portables deviennent omniprésents

Et si la réalité était déjà augmentée, et l'informatique déjà omniprésente ? C'est un peu ce qui ressort de l'observation ethnographique (1) menée auprès d'adolescents par le Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication (Gripic, le Groupe de recherche de l'Ecole des hautes études en science de l'information et de la communication, le Celsa) pour le compte de l'Association française des opérateurs mobiles (Afom).

“Si les pratiques des jeunes paraissent plus fluides aux adultes, c'est moins en raison de leur expertise que parce qu'ils entretiennent une relation dédramatisée avec les objets de technologie. Ce qui départage les “technophiles” de ceux qui ne le sont pas, c'est moins l'évidence de l'accès au dispositif ou les compétences techniques que la façon de vivre les échecs ou les petites défaillances techniques.”

Les plus débrouillards, eux, ne “doivent” pas : ils s'y mettent, tout simplement, même s'ils ne comprennent pas comment cela fonctionne, ni ce que l'on peut en tirer. Ainsi, pour le Gripic, les mobiles ne sont pas tant un “couteau suisse” qu'une “panoplie augmentée”, “un objet qui se métamorphose, tour à tour appareil photo, agenda électronique, machine à écrire, console de jeux, que les utilisateurs réinventent entre leurs mains”.

Les utilisateurs deviennent opérateurs

Au-delà des seules fonctionnalités de l'outil, le Gripic s'est aussi penché sur les transformations et expérimentations sociales liées aux mobiles, et parle de pratiques d'« échange mobile », l'objet étant aujourd'hui prêté, « taxé », « exhibé » ou visité, son contenu montré, envoyé et raconté”. On trouve ainsi des « banquiers », « taxeurs », « exhibitionnistes » et « voyeurs » qui monnaient ou non, partagent ou au contraire protègent, exhibent fièrement ou gardent jalousement leurs mobiles.

Mais la tendance serait très nettement au partage : les téléphones “sont de plus en plus des objets qui circulent dans le groupe”, notamment lorsqu'on a perdu le sien, qu'il a été cassé ou bien volé. Les chercheurs du Gripic ont ainsi été frappés de découvrir que bon nombre d'adolescents n'avaient pas de mobile à eux, mais un “portable de remplacement” : en tant qu'objet, il est éphémère, précaire, voué à circuler, désacralisé, et il n'a d'intérêt que s'il fonctionne.

De même, “le mobile fait de plus en plus l'objet d'usages partagés, notamment par le biais de l'optimisation des forfaits et des cartes pré-payées, organisation collective (qui) fait des utilisateurs aujourd'hui de petits opérateurs” dont la valeur ne se mesure pas tant d'un point de vue économique que parce qu'ils “conduisent à des formes de partage”.

Les mères, “pour qui le téléphone est tout à la fois cordon ombilical, cordons de la bourse, rênes du foyer”, s'en servent ainsi comme d'un outil de co-gestion leur permettant



d'apprendre à leurs enfants à mieux gérer l'argent. Verra-t-on un jour, à l'image de ce que le web 2.0 a repris du mouvement, et de l'esprit, des logiciels libres, des mobinautes ouvrir des relais mesh, des serveurs mobiles, des plateformes décentralisées de partage de contenu ?

Les mobiles tissent leur Toile (sociale)

Au-delà des technologies (contrairement à l'internet, le développement des réseaux mobiles est, lui, centralisé, et peu ouvert aux contributions de type “libres”), ce que font les adolescents de leurs mobiles montre qu'il reste encore beaucoup à faire si l'on veut “libérer” (et donc, développer) les usages en la matière.

Pour bon nombre d'adultes, le mobile est encore en effet “un objet hyperpersonnel, voire une « boîte noire » intime et individuelle” dont on doit protéger les données (n° de téléphones, photos, messages SMS personnels ou professionnels) ou, au contraire, dont on cherche à percer les secrets (afin d'espionner conjoints, enfants, concurrents...).

Pour les adolescents, a contrario, les portables sont souvent “aussi peu confidentiels et intimes que le sont leurs blogs (...) Véritables espaces de mise en scène identitaire et d'exposition de soi”, ils le font d'ailleurs souvent “visiter comme un musée” de photos, sonneries, vidéos, concerts à emporter permettant de faire partager ses découvertes à la communauté : l'archivage n'a de sens que s'il peut être montré.

A rebours du cliché, le mobile ne serait plus “l'emblème de la société individualiste et atomisée : on observe en réalité des comportements collectifs et collaboratifs” permettant, à l'image de la décentralisation de la Toile, la constitution de “groupes aux frontières floues (...) : il n'y a rarement qu'un seul centre, mais plutôt une pluralité de noyaux autour desquels se produisent les événements de la sociabilité adolescente”.

Le Gripic note ainsi que “l'on observe de moins en moins de signes d'exaspération ou de manifestation de gêne dans les

scènes de vie publique”, et que les règles tacites font de plus en plus consensus. Dans le même temps, et même s’il “semble continuer d’échapper aux régulations officielles et en particulier aux lois qui criminalisent progressivement certains de ses usages, le mobile fait bien l’objet d’une pénalisation croissante, comme en témoigne la récente loi sur la prévention de la délinquance votée en avril 2007 et contenant un amendement spécial concernant le happy slapping”.

Peut-on (interdire d’)interdire les mobiles ?

L’une des parties les plus intéressantes de l’étude concerne ainsi la régulation des mobiles à l’école. Une tâche qui semble s’avérer des plus rudes, pour ne pas dire impossible.

On connaissait déjà le *Mosquitotone*, “la sonnerie que seuls les moins de 25 ans peuvent entendre”, à partir d’un ultrason créé à l’origine pour faire fuir les adolescents, mais qu’ils se sont accaparé pour pouvoir faire sonner leurs portables à l’insu des enseignants. Et ce n’est que l’un des nombreux “trucs & astuces” exploités en classe.

Certains profitent du fait que les mobiles passent de main en main pour désactiver le mode silencieux du portable de ceux qu’ils veulent piéger, avant d’y envoyer, par Bluetooth, des “sons complètement nuls”. Un autre raconte qu’il a enregistré la sonnerie du collègue afin de pouvoir libérer à distance les élèves d’une autre classe avant la fin des cours...

Dès lors, il arrive fréquemment que le responsable de la “blague” ne soit pas épinglé, au contraire du propriétaire du mobile utilisé, ce qui rend les confiscations problématiques. Sans parler des cas où c’est le portable du professeur qui se met à sonner en plein milieu de la classe... Une mésaventure narrée par Vincent Robert, un enseignant-blogueur, qui consacre un long billet (2) très intéressant aux problèmes soulevés par l’interdiction des portables en classe.

Certaines anecdotes sont dramatiques (tel ce chantage au suicide émanant d’une adolescente qui avait besoin de son portable parce qu’elle se préparait à fuguer), ou posent des questions quasi existentielles : peut-on, ou non, intimer à un élève dont un proche parent est à l’article de la mort d’attendre les intercourses pour avoir de ses nouvelles ?

D’autres questions sont plus pratiques : faut-il confisquer le téléphone lui-même, ou bien la carte SIM, l’objet et sa mémoire, ou bien le carnet d’adresse avec son forfait ? Et quid du téléphone portable confisqué qui s’avère être le mobile professionnel des parents de l’élève fautif ?

En commentaire, un élève à qui le portable avait été confisqué raconte pour sa part comment il revint voir son professeur avec un texte officiel rappelant que seul un juge d’instruction a le droit de confisquer un portable pendant plus de 24 heures...

Risques de déviance généralisée

Il n’y a pas, loin de là, que les élèves à faire l’objet de telles interdictions d’utiliser leurs téléphones portables, que l’on retrouve un peu partout, au travail, dans les administrations, les cinémas, bibliothèques, hôpitaux, etc. Même le permis de chasse l’interdit, rapporte l’une des personnes interrogées par le Gripic : “ça ne fait pas partie de l’esprit de se servir des

mobiles pour repérer les proies !”.

Ou pas encore. Car la “déviance généralisée” qu’avait souligné le Gripic dans sa précédente étude, en 2005, semble se confirmer. Mieux, ou pis : cette “transgression généralisée des règles et des interdits” est aussi à l’oeuvre du côté de ceux-là mêmes qui sont censés faire respecter la loi, ou plutôt le non-droit.

Aux urgences, les médecins ne sont pas les derniers à laisser leurs portables allumés, et certains autorisent les patients à téléphoner. L’étude cite également le cas d’une classe que le professeur, proche de la retraite, ne tenait plus. Un (bon) élève décida de la filmer pour démontrer qu’il était impossible de s’y concentrer. Il fut renvoyé pour avoir filmé le professeur à son insu. Mais plusieurs professeurs prirent sa défense, et c’est finalement le vieil enseignant qui partit en arrêt maladie.

Les parents ne sont pas, eux non plus, les derniers à enfreindre le règlement : “il ne leur viendrait plus à l’idée d’appeler l’établissement pour contacter leur enfant”, et ils l’appellent, même pendant les heures de cours, quand il ne viennent pas réclamer à cors et à cris les mobiles confisqués. L’argument est toujours le même : “on ne peut pas lui prendre son téléphone, c’est un objet personnel, et nous en avons besoin pour le joindre !”.

La situation vire parfois au burlesque : le parc d’attraction britannique Alton Towers vient ainsi d’interdire -à titre expérimental- les mobiles et PDA en son sein afin que les parents puissent être “à 100%” avec leurs enfants. Les Britanniques travaillent tellement que la moitié d’entre eux ne pourraient plus se déconnecter de leur travail, entre autres parce qu’ils sont accessibles en permanence. Et 40% emmèneraient toujours des documents sur leurs PDA ou ordinateurs portables, “même lorsqu’ils prévoient une sortie avec leurs enfants”.

Intervenant lors d’un récent colloque de l’Afom, le philosophe François Ewald comparait le mobile à “un des lointains successeurs de la pierre taillée, un de ces outils amovibles qui font l’humanité de l’homme”.

La différence, peut-être, c’est que ce sont aujourd’hui les adolescents, et non les adultes, qui s’en servent le plus, et le mieux. Et qu’il faudrait donc peut-être commencer à regarder ce qu’ils en font, afin de faire de sorte que, dans l’informatique omniprésente que l’on nous promet, la réalité soit réellement augmentée, et pas diminuée.

(1) L’AFOM a souhaité connaître la place du téléphone mobile dans notre société et pour se faire, a confié au GRIPIC, le Groupe de Recherche du CELSA, la réalisation d’une étude. Elle a été menée en 2005 et complétée en 2007. Plus d’infos sur <http://www.afom.fr>

(2) <http://www.centzo.net>

Page réalisée en partenariat avec :



A venir

IPv6 : internet sur le point de passer la vitesse supérieure



Internet repose sur la capacité des machines connectées au réseau à s'identifier les unes les autres, grâce à leur adresse IP : il s'agit d'une série de chiffres, comme un numéro de téléphone. Et comme pour le téléphone en France avant la bascule à 10 chiffres en 1996, on voit arriver la pénurie d'adresses disponibles : 70% ont déjà été attribuées (70% d'entre elles aux Etats-Unis, 18% pour l'Europe et 12% pour l'Asie). C'est l'un des enjeux du passage à IPv6, la version supérieure du système d'adressage mondial. Mais contrairement à ce qui s'est passé pour la numérotation à 10 chiffres, la bascule vers IPv6 ne se fera pas d'un seul tenant : décidée dès 1995, elle s'opère progressivement au sein d'îlots techniques et géographiques distincts. Elle connaît cependant ces derniers temps une accélération notable ; c'est le cas notamment en Europe, où la Commission vient d'adopter un plan d'action en faveur du passage à IPv6, qui comporte par exemple une incitation à le rendre obligatoire dans le cadre des marchés publics ; l'Europe soutient d'ailleurs de nombreux projets en rapport avec cette question, dont Go4IT

qui propose aux entreprises des tests gratuits d'interopérabilité. En France, quelques hébergeurs et fournisseurs d'accès ont commencé à mettre à niveau leurs infrastructures : Nerim, Free et OVH. Free prévoit même de faire migrer ses abonnés début 2009 - une opération qui pour l'essentiel leur sera transparente ; à l'échelle du réseau, il s'agit de faire face à la généralisation des usages et à l'arrivée de l'internet des objets. Et à en croire tous les analystes, il y a urgence. eric.culnaert@aecom.org

Le site



Le chiffre

19...

C'est le nombre de titres de musique téléchargés illégalement en France en 2007 quand un seul était acheté légalement.

En 2007, le téléchargement illégal de titres musicaux progresse de 40%.

Le chiffre d'affaires des éditeurs de musique a chuté de 16% par rapport à 2006 (713 millions d'euros HT). Les ventes de musique sur supports numériques augmentent de 17% alors que les ventes physiques chutent de 19%.

Elles représentent tout de même 92 % du marché de la musique.

(source Syndicat national de l'édition phonographique).

Transformez vos documents en publications digitales ! www.calameo.fr

Calaméo est un service gratuit vous permettant de convertir très facilement vos documents (Word, Pdf, Excel, Power Point, OpenOffice...) en livres ou brochures électroniques dont on tourne les pages sur le web, comme un vrai magazine papier. Deux pages sont affichées à l'écran et un système de zoom intuitif vous permet un meilleur confort de lecture. La publication numérique est hébergée chez Calaméo : vous pourrez dès lors l'intégrer directement à votre site ou envoyer un lien à vos contacts. Attention toutefois à la confidentialité et au respect des droits d'auteurs !

Basé sur le même modèle que YouTube, Calaméo devient peu à peu une grande bibliothèque virtuelle alimentée par les internautes dans laquelle le lecteur pourra trouver des journaux, magazines, livres, BD, catalogues, brochures commerciales, manuels ou partitions. Dorénavant, la version électronique de L'Aquitaine Numérique sera publiée de la sorte. D'ailleurs des internautes ont déjà publié des éditions passés, sans nous prévenir...

L'Aquitaine reçoit une délégation romaine

AEC vient d'organiser la visite d'une délégation de la région du Latium, composée d'élus et d'innovateurs technologiques, l'occasion de mettre en valeur des initiatives exemplaires de l'Aquitaine numérique. Enseignements



Le Ministre de la Région du Latium avec la conseillère générale à Anne-Marie Keiser à l'occasion d'une présentation du syndicat mixte Gironde Numérique qu'elle préside

Depuis bien des années, AEC organise des visites d'étude dans des régions d'Europe dont l'exemplarité en matière de politique d'aménagement numérique du territoire peut utilement inspirer les membres, publics comme privés, venant composer nos délégations.

L'inverse est plus rare. C'est donc avec plaisir et excitation face au challenge posé que nous avons organisé, du 30 juin au 2 juillet dernier pour nos collègues de LaIT (« Latium Innovation Technologies »), l'agence de développement en matière d'innovation technologique de la région du Latium (Italie), une visite (forcément non exhaustive) de l'Aquitaine numérique.

Exporter des savoir-faire

Au-delà des profondes différences existant en matière de compétences dévolues à l'échelon régional en France et en Italie, et en dépit du fait que le Latium soit la Région de la capitale nationale, c'est le ministre régional en charge du dossier « développement numérique », Mario Michelangeli, qui tenait à découvrir de visu les réalités de ce développement numérique aquitain, souvent présenté par l'Europe comme exemplaire.

Challenge, en effet, car nous avons d'emblée proposé de couvrir le maximum de sujets et de projets d'aménagement numérique que pouvaient porter les niveaux communal, intercommunal, départemental et régional afin de brosser le tableau le plus complet et fidèle possible d'une région aux dynamismes complémentaires, et ce dans un contexte où l'Etat et l'Europe, au travers notamment de l'Axe II du Feder (Fonds européen de développement régional), offrent un cadre et une cohérence indéniables !

Du Conseil Régional d'Aquitaine le matin du 1er juillet jusqu'à la technopôle d'Izarbel sur la côte Basque le lendemain soir, en passant par le Conseil Général de la Gironde, la Communauté Urbaine de Bordeaux, la mairie de Blanquefort, l'ALPI à Mont de Marsan, l'opérateur Axione à Pau, le Conseil Général des

Pyrénées Atlantiques à Bayonne et l'ANTIC à Bidart, neuf rencontres ont permis à la délégation italienne, forte de huit personnes, de découvrir et d'interroger. Car l'écoute fut attentive et l'envie de repérer ce qui, dans nos pratiques aquitaines, pouvait être exporté vers le Latium, vive et réelle.

Coopération en perspective

Le débriefing de fin de mission fit clairement apparaître cinq pistes très concrètes sur lesquelles un accord de coopération est souhaité :

- La méthodologie employée pour renseigner certains indicateurs du Diagnostic de la Société de l'Information en Aquitaine *, notamment ceux relatifs aux communes ;
- La méthodologie employée par le Conseil Général de la Gironde pour mener de façon très fine l'analyse des besoins auquel devra répondre son syndicat mixte de développement d'une infrastructure Très haut débit, Gironde Numérique ;
- Le projet « WIFI FON » de la ville de Blanquefort (réseau Wifi communautaire) ;
- L'opération « un collégien, un ordinateur portable » du Conseil Général des Landes ;
- La plateforme mutualisée de services numériques ADITU portée par l'agence Pays Basque ANTIC et de nombreux partenaires (<http://www.aditu.fr>).

Au delà de ces cinq projets, potentiellement transposables, la singularité de l'approche Aquitaine en matière de gouvernance de son développement numérique, symbolisée par le PASI (Pôle aquitain pour la société de l'information, lire également page 22) fut, une fois de plus, l'objet d'autant d'intérêt que d'envie, tant l'opérationnalité d'un tel montage repose avant tout sur la qualité des rapports entre les institutions qui l'ont rendu possible. Malgré les apparences, « pasi » ne semble être le génitif d'aucun mot latin !

Hervé Le Guyader, Directeur général d'AEC
hlg@ecom.org

Une visite inscrite dans le cadre d'un sommet européen

Nos collègues du Latium sont désormais dans la dernière ligne droite de la préparation de « leur » sommet européen : ESIG2, le « Deuxième Sommet Européen de l'Interopérabilité pour l'iGovernment » (<http://www.esig2.it>). Ce sommet rassemblera, du 20 au 22 octobre 2008, à Rome, les régions d'Europe autour des questions, ubiquitaires et loin d'être tranchées, d'interopérabilité entre les institutions publiques. Gageons que nos collègues sauront y faire figurer la « via aquitania », la voie numérique aquitaine qu'ils auront découverte et étudiée au début du mois de juillet.

Un an de volonté numérique en Aquitaine !

Le Pôle Aquitain pour la Société de l'Information, PASI, espace de concertation régional sur le numérique unique en France, s'est mis en chantier il y a tout juste un an. Premier bilan de ses réalisations



Animé conjointement par l'Etat et la Région, organisé opérationnellement par AEC, le PASI est un espace de concertation entre une trentaine de partenaires publics et privés. La structure vise à susciter une réflexion commune sur le numérique, faire émerger des projets sur le territoire aquitain et obtenir des financements pour ces projets au titre du Fonds européen de développement régional (FEDER).

Dix groupes de travail thématiques allient réflexion et action. Voici un premier bilan de leurs réalisations :

- Etude sur les tarifs télécoms en Aquitaine. Les résultats de cet observatoire, présentés le 11 juillet, seront bientôt en ligne sur l'extranet du PASI : <http://www.pasi.fr>.
- Elaboration d'un tableau de bord permettant un suivi dans le temps et dans l'espace de l'engagement de l'Aquitaine dans les TIC : lancement en octobre d'un site internet avec une entrée extranet.
- Une étude est en cours pour la mise en place sur internet d'un bouquet d'offres de services utiles dans la vie quotidienne (ramassage des déchets, santé, ouverture des parcs, etc.)
- Recensement des audioguides touristiques sur le territoire aquitain, en exploitation, en cours de réalisation ou en projet (une cinquantaine).

D'autres groupes au travail : e-domicile : seniors et dépendances ; usages (concertation entre le monde de la Recherche et les besoins des acteurs du terrain) ; géolocalisation (création et diffusion d'un référentiel géographique régional) ; environnements numériques de travail.

Un accompagnement au plus près des acteurs.

Quelques exemples de projets numériques soutenus par le FEDER:

- Résorption des zones blanches haut débit par la construction d'un réseau Wi-Max, Conseil général Pyrénées Atlantiques (contribution FEDER : 2 460 K€).
- Déploiement d'un réseau très haut débit, Communauté de communes Marennes Adour Côte Sud (contribution FEDER : 2 818 K€).
- Développement d'une plateforme de Gestion et d'Archivage Electronique Libre de Documents (Gald), Pôle e-business sud-aquitain (PEBA) (contribution FEDER : 105 K€).
- Equipement des Ateliers Multi Informatique des Landes en solutions et matériel de visio-conférence, Agence Landaise Pour l'Informatique (ALPI) (contribution FEDER : 196 K€).

<http://www.pasi.fr>

Le site internet du PASI est en ligne. Les porteurs d'un projet utilisant le numérique qui souhaiteraient être accompagnés dans leur démarche y trouveront tous les éléments d'information nécessaires : cadre d'action, contacts, formulaires et ressources utiles. Un extranet collaboratif comprenant un agenda, les comptes-rendus de réunions des groupes de travail et autres documents ressources est également accessibles aux partenaires du PASI.

Le PASI en chiffres

- 2000 heures** de travail collectif
- 30 partenaires**, institutions publics et privées
- 11 groupes de travail**
- 20 participants en moyenne**, à chaque groupe de travail
- 45 millions d'euros** = enveloppe de l'axe 2 (dédié aux TIC) du FEDER pour 2007-2013
- 7 millions d'euros** déjà engagés dans des projets

Elle s'investit

Elodie Pizet, chargée de mission TIC
Agence landaise pour l'informatique (ALPI)



« Le PASI est l'occasion d'associer des acteurs d'univers très distincts (universités, chambres consulaires, collectivités...) qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble mais ont pourtant des préoccupations communes. Il constitue un levier pour les acteurs de terrain comme l'ALPI : le PASI permet de faire converger nos intérêts locaux à l'échelle régionale dans une volonté de mutualisation. L'ALPI participe à 5 groupes de travail thématiques. Ces échanges d'expériences font émerger de nouvelles perspectives et favorisent les partenariats. Nous avons par exemple pris contact avec l'Université de Bordeaux 3 pour travailler sur le dossier de déploiement d'une solution de visioconférence dans le département (lire également p4) ; sans les réunions du PASI je ne sais pas si la collaboration aurait eu lieu. Enfin, notre présence au PASI permet de préciser aux collectivités landaises les axes du FEDER et les possibles subventions auxquelles elles peuvent prétendre en fonction de leurs projets. »

Découverte, écoute et créativité

Les Carrefours des possibles visent à stimuler les porteurs de projet innovant. Un nouveau rendez-vous bordelais porté par AEC et la Fing

Propices à la rencontre et à l'émulation créative en matière de technologies d'information et de communication, les Carrefours des possibles favorisent la curiosité et l'ouverture des réseaux dans un esprit d'entreprise.

Le concept est simple mais original : au cours d'une soirée, dix projets innovants sont présentés au public, en 6 minutes. Les spectateurs ne savent rien de ce qu'ils s'apprentent à découvrir ; ils restent ainsi ouverts à toutes les hypothèses et les associations d'idées ont libre cours. Le rendez-vous affiche également quelques règles de « bonne conduite » comme par exemple l'interdiction de la critique, seules les suggestions constructives sont autorisées. Les trois gagnants sont ensuite accompagnés dans la maturation de leur projet grâce aux services d'une pépinière virtuelle.

Un Carrefour des Possibles n'est donc pas qu'un événement. C'est un processus au service des porteurs de projet. Le concours, puisqu'il s'agit bien d'un concours, est ouvert à tous : porteurs de projet innovant et utilisateurs des technologies, quelque soit leur niveau d'expertise. Le dossier présenté peut-être à l'état d'idée, de projet embryonnaire, en phase de prototypage ou de lancement. L'important étant de décrire son innovation en termes de bénéfice utilisateur.

Le rendez-vous a été lancé des dizaines de fois à travers la France par la Fondation Internet Nouvelle Génération (Fing) qui a créé le concept. **Une première édition soutenue par AEC est programmée à Bordeaux le 15 décembre prochain, à Cap Sciences.**

Un comité de pilotage de l'événement est d'ores et déjà créé. Il réunit autour d'AEC et de la Fing le Conseil régional, la Préfecture, l'agence Innovalis Aquitaine, la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux, le BRA (Agence de Développement économique Bordeaux Gironde) et le magazine économique Objectif Aquitaine.

La tonalité de ce Carrefour aquitain sera marquée par les priorités énumérées par l'Axe 2 TIC du Fonds de développement régional (FEDER), à savoir l'« innovation dans les services TIC » (accès, usages ou services). Le comité de pilotage s'emploiera dans les semaines à venir à sélectionner dix projets qui seront présentés au public lors de la soirée du 15 décembre.

Assurément, un nouveau rendez-vous à ne pas manquer.

Plus d'infos sur les Carrefours des Possibles sur <http://www.fing.org>

Nos partenaires 2008-2009

Le réseau social d'AEC

En 2008-2009, AEC réaffirme son engagement auprès de ses partenaires régionaux et nationaux et noue de nouvelles alliances. Au total, **24 partenaires appuient AEC dans la mise en œuvre de ses missions**, de l'organisation de conférences à l'appui de réalisations concrètes sur le territoire aquitain :

ANTIC - Agence Pays basque des NTIC ; **AIC** - Aquitaine Image Cinéma ; **APACOM** - Association des Professionnels Aquitains de la Communication ; **ARPEL** - Association Régionale Pour l'Écrit et le Livre ; **BRA** - Agence de Développement économique Bordeaux Gironde ; **CDC** - Caisse des Dépôts ; **CCIB** - Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux ; **Club de la Presse de Bordeaux** ; **Conseil général de la Dordogne** ; **Conseil général de la Gironde** ; **Conseil général du Lot-et-Garonne** ; **Conseil régional d'Aquitaine** ; **FING** - Fondation Internet Nouvelle Génération ; **Forum des Droits sur Internet** ; **France 3 Aquitaine** ; **Groupe Sud Ouest** ; **journal Sud Ouest** ; **HON** - Health On The Net ; **IDATE** - Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe ; **Innovalis Aquitaine** - agence de l'innovation en Aquitaine ; **IJBA** - Institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine ; **journal Le Monde** ; **ISIC** - Institut des sciences de l'Information et de la Communication ; **MOPA** - Mission OTSI et Pays touristiques d'Aquitaine ; **SGAR** - Secrétariat Général aux Affaires Régionales.



Un Club pour les pros du numérique

Le Club AEC des professionnels du numérique en Aquitaine compte une centaine de membres interconnectés en ligne grâce à un groupe dédié sur la plateforme FaceBook. Espace de rencontres et d'échanges créé il y a un an, le **Club facilite la mise en relation, à l'échelle régionale, des acteurs clés du numérique.** Il permet d'identifier les opportunités de développement d'activités et de détecter les technologies et tendances émergentes du secteur. Le Club AEC se réunit tous les deux mois, à Bordeaux, autour d'une thématique et d'un intervenant. Prochain rendez-vous, consacré au thème de la réalité augmentée, le 18 septembre.

Groupe Club AEC sur Facebook : <http://tinyurl.com/6o2b7s>

Débat sur la vie privée

Dès le début de l'automne, le Forum des Droits sur l'Internet, association active sur les questions juridiques liées à Internet lancera une consultation sur la vie privée et les données personnelles dans le monde numérique. Une série de débats thématiques est programmée dans ce cadre dans différentes villes de France. Première étape à Bordeaux, le **13 octobre prochain.** Co-organisé par AEC, le débat intitulé « **Votre vie privée vous intéresse et vous n'êtes pas les seuls !** » se déroulera sur le plateau de l'institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine, place Renaudel.

Septembre

Du 5 au 21 : Exposition «e-patrimoine : les nouvelles technologies de l'image au service du patrimoine » organisée par la Mairie de Bordeaux. Espace Saint Rémi.

Le 9 : Chronique AEC sur France 3 Aquitaine « Faire son marché sur internet »

Le 18 : Club AEC des professionnels du numérique : la réalité augmentée. A midi, restaurant En Aparté. Bordeaux.

Le 25 : 5e Rencontres Landespublic sur « La sécurité informatique », organisées par l'Alpi. Mont-de-Marsan.

Octobre

Le 6 : Présentation par AEC du **Systèmes d'informations et d'aide à la décision aquitain (SIAD)**. Musée Cap Sciences. Bordeaux.

Le 2 : Rendez-vous Touris'TIC « **Référencement naturel pour le eTourisme** » organisée par le Comité Départemental du Tourisme 64 et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Pau-Béarn. CCI de Pau.

Le 13 : Débat « **Votre vie privée vous intéresse et vous n'êtes pas les seuls !** ». Partenariat AEC/Forum des Droits de l'Internet, à l'Institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine.

Le 16 : Journée technique eTourisme « **Créer ou faire évoluer son site internet** ». Partenariat AEC/MOPA. Agen.

Du 19 au 25 : Mission d'étude organisée en Corée et au Japon sur le thème « **Le THD et la mobilité** ».

Du 20 au 25 : Festival « **Cinémasciences** » proposé par le CNRS. Divers lieux dans Bordeaux.

Le 22 : Colloque Patrimoine et numérisation, organisé AEC et l'ARPEL dans le cadre du Festival « **Cinémasciences** ». Hôtel de région. Bordeaux.

Le 24 : Colloque « **La réalité augmentée : science ou fiction ?** » organisé par le Conseil régional d'Aquitaine dans le cadre du Festival « **Cinémasciences** ». Hôtel de Région. Bordeaux

Du 27 au 29 : 15e ACM Symposium on Virtual Reality Software and Technology, organisé par le LaBri-Inria. Musée CAPC. Bordeaux.

Au programme des Rencontres : Intervention d'Oumeira Tegally, juriste à AEC, sur les relations entre la CNIL et les collectivités ; sécurisation du poste informatique ; accès public à Internet et protection des mineurs.

Le SIAD vise à appuyer la gouvernance régionale des TIC (lire p3) par une série d'observations statistiques et d'analyses sur la société de l'information en Aquitaine. Le document de synthèse de ces résultats, le Diagnostic 2008 de l'Aquitaine Numérique, sera présenté à cette occasion.

Le Forum des Droits sur l'Internet lance une consultation dédiée au thème de la protection des données personnelles et de la vie privée. A cette occasion, une série de débats est programmée en France. Ils permettront de sensibiliser le grand public au cadre légal, enjeux et questions actuelles et futures autour de ces thèmes.

AEC et IDATE encadreront une délégation de 18 professionnels des télécoms et responsables de collectivités territoriales. Après le voyage d'étude en Suède en octobre 2007 chez le leader européen de la fibre, cette mission s'inscrit naturellement dans la volonté de mieux comprendre l'évolution croissante des réseaux omniprésents et le développement du haut débit fixe et mobile.

Conférence annuelle proposée par AEC et l'Agence régionale pour l'écrit et le livre autour des thèmes « Bibliothèques, patrimoine et livre numérique » et « patrimoine numérique et médiation culturelle ».

L'Aquitaine Numérique est une lettre d'information mensuelle éditée par Aquitaine Europe Communication, 23 Parvis des Chartrons 33074 Bordeaux.
Téléphone : +33 (0)5 57 57 01 01
Fax : +33 (0)5 57 57 97 17
E-Mail : info@aecom.org
Directeur de publication : Hervé LE GUYADER.
Ont collaboré à ce numéro : Marcel DESVERGNE, Oumeira TEGALLY, Eric CULNAERT, David JOUSON, Hervé LE GUYADER, Laurent-Pierre GILLIARD, Suzanne GALY, Cécile PINCEAU.

Ce numéro a été édité à 1000 exemplaires par AEC.

AEC soutient la candidature de Bordeaux au titre de capitale européenne de la culture en 2013 !

