

Les points sur les

Le journal de l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication



Cloud computing : confier sa vie aux nuages

- + L'ISIC ouvre ses frontières
- + Aux quatre coins des écrans
- + Les anciens de l'ISIC à l'honneur

SOMMAIRE

ÉDITO.....	2
ACTUALITÉS	3
INITIATIVES	
Les anciens de l'ISIC à l'honneur	4
Speed Business 2012, un grand cru !	4
DOSSIER	
Cloud computing : confier sa vie aux nuages	5
Cloud computing : clé de la performance ?.....	6
Orange, pas de nuages à l'horizon !	7
Cloud un jour, cloud toujours ?	8
Le cloud computing version Microsoft	9
TECHNIQUES	
QR code : l'information à portée de flash	11
MÉTIER	
10h11, l'heure des belles initiatives numériques	12
Un homme au parcours atypique	13
Mini CV d'Anne Geslin-Beyaert	13
RECHERCHE	
Aux quatre coins des écrans	14
INTERNATIONAL	
L'ISIC ouvre ses frontières	15
AGENDA	16

ÉDITO

À l'heure des nouvelles technologies, le métier de communicant est plus que jamais au cœur de profondes mutations. De nouveaux modes de communication naissent, se renouvellent et bouleversent les pratiques. Les usages se dématérialisent, se nomadisent. Quiconque peut se connecter à tout moment, depuis n'importe où. Les frontières tombent, vive la mobilité ! L'ISIC est au rendez-vous de ce futur en marche. Certaines de ses offres de formation en témoignent.

Dans ce numéro, *Les Points sur les i* se penche sur le *cloud computing*, soit comme l'appellent certains l'informatique dans les nuages ou virtuelle. Le *cloud computing*, ou la déportation de données vers des serveurs externes distants, est apparu au début des années 2000. Né avec les messageries électroniques et les outils de travail collaboratif, il a rapidement évolué. Il est maintenant omniprésent dans nos vies connectées et nous sommes nombreux à l'utiliser souvent, partout et sans toujours en être conscients.

Le développement de cette technologie est à l'origine de questionnements qui seront explorés dans ce numéro. Le *cloud computing*, synonyme pour les individus de liberté et de mobilité ? Pour les entreprises de meilleures performances et d'économies d'échelle ? Il présente cependant des enjeux éthiques, politiques et sociaux : sécurité et propriété des données, protection de la vie privée, gouvernance d'Internet...

Le rétrécissement des frontières et l'ouverture sur le monde font partie du quotidien des communicants, et c'est aussi d'actualité à l'ISIC. Bel exemple, la licence d'Information et Communication de l'université de Bordeaux 3 est maintenant proposée aux étudiants de l'université de Galatasaray en Turquie.

Cette édition des *Points sur les i* vous invite à mieux découvrir l'actualité de l'ISIC mais aussi ses nouveaux enseignants, chercheurs et professionnels issus de ses rangs, les coulisses de ses recherches. Bienvenue dans un univers où la communication fait du présent la raison d'être du futur.

ROXANNE POIRIER

- LES POINTS SUR LES I - JANVIER 2013 - N°36
- Journal de l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (ISIC)
- UFR Sciences des Territoires et de la Communication (STC)
- Université Michel de Montaigne Bordeaux 3
- Domaine Universitaire - 33607 PESSAC CEDEX
- Tél. : 05 57 12 47 07 / fax : 05 57 12 45 28
- Directeur de la publication et rédacteur en chef : Etienne DAMOME
- Numéro réalisé avec l'aide de Didier BEAUJARDIN et de Jacques PALUT
- Rédactrice en chef : Roxanne POIRIER
- Secrétaires de rédaction : Line DERAMBURE et Cécile HAZERA
- Responsable photo : Lucile CABOUT
- Responsables maquette : Fanny ETIENNE et Thibault PARPAILLON
- Rédaction par les étudiants de master 2 Stratégies et Produits de communication de l'ISIC :
- Tom AGUILAR, Claire BARRIERE, Aline BILLONDEAU, Lucile CABOUT, Sophie CASTELLANOS, Olga BOLDINOVA, Line DERAMBURE, Marion DERYCKE, Fanny ETIENNE, Maryna GIANNELLI, Alexandra GOUTTEFARDE, Cécile HAZERA, Marion LABAT, Nathalie MELLE, Virginie PARIS, Thibault PARPAILLON, Roxanne POIRIER, Audrey SINGH, Laetitia TRIQUET, Laetitia WRIGHT
- Imprimé au PPI Université Michel de Montaigne Bordeaux 3
- Numéro ISSN : 09805664

UFR STC et ISIC : changement de têtes



Olivier Laügt, directeur de l'UFR STC

Olivier Laügt

Depuis mai 2012, Olivier Laügt, précédemment directeur de l'ISIC, a été élu directeur de l'UFR STC (Sciences des Territoires et de la Communication). Il est aussi responsable du master Philosophie, histoire et médiation des sciences des universités de Bordeaux 1 et 3.

Anne-Marie Meyer

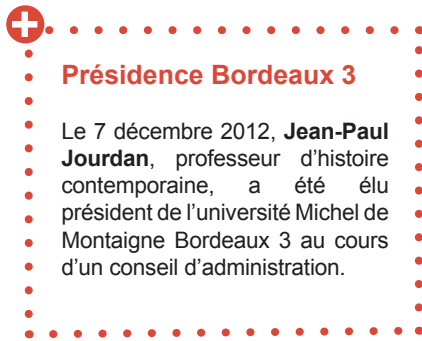
Anne-Marie Meyer, du département Géographie, a été élue directrice adjointe de l'UFR STC. Elle est membre du comité technique de Bordeaux 3 et du comité éditorial des Presses Universitaires de Bordeaux.

Soufiane Rouissi

Soufiane Rouissi a été élu pour sa part nouveau directeur de l'ISIC, au mois de juin 2012.

Maître de conférences, il est aussi chercheur au MICA (laboratoire de recherche en Médiation, Information, Communication et Art) depuis 2009 et auteur de nombreuses publications en SIC. Soufiane Rouissi s'intéresse au document numérique, notamment à ses modalités de production et de diffusion en ligne. Ses recherches ont contribué à la création de la certification C2i à l'université Bordeaux 3, qu'environ 1 500 étudiants préparent chaque année.

Ce dispositif a servi de modèle à divers établissements de la région Aquitaine et a été présenté à d'autres organismes en France et à l'étranger, notamment à l'Université Laval de Québec.



Présidence Bordeaux 3

Le 7 décembre 2012, **Jean-Paul Jourdan**, professeur d'histoire contemporaine, a été élu président de l'université Michel de Montaigne Bordeaux 3 au cours d'un conseil d'administration.

Deux nouveaux arrivants

Les *Points sur les i* sont ravis de vous présenter deux nouveaux professeurs dans l'équipe pédagogique de l'ISIC.

Etienne Damome, maître de conférences, est le nouveau co-responsable du master Communication des organisations, parcours Stratégies et produits de communication.

Professeure des universités, Anne Geslin-Beyaert, est chercheuse au MICA et spécialisée dans la sémiotique des médias et la sémiotique visuelle.

Vous retrouverez leurs portraits en page 13.

L'e-mail marketing

La newsletter est un outil d'e-mail marketing déjà connu et largement adopté par de nombreuses marques. Depuis peu, les entreprises peuvent se concentrer sur l'e-mail marketing via les réseaux sociaux.

Les internautes attendent un message original, attrayant, très personnalisé, pour avoir envie de partager cette information avec leur cercle d'amis.

La tendance 2012-2013 de différenciation s'appuie alors sur le ton familier du message, mais aussi sur le témoignage des clients.

Le nouvel e-mail marketing devient donc une plate-forme maîtresse d'une communication cross-media, en apportant un aspect social à l'entreprise sur les supports interactifs : site Internet, site mobile, application mobile...

Le phénomène du deuxième écran

La deuxième rencontre « Sport Numericus », qui s'est déroulée le 15 novembre 2012 au Stade de France, a révélé que chaque foyer français compte en moyenne 5,2 écrans et que 75 % des utilisateurs disposent d'un deuxième écran en plus de la télévision.

Prenons l'exemple d'un match de football. Les téléspectateurs ne veulent pas juste regarder le match, mais aussi pouvoir commenter son déroulé, via les réseaux sociaux par exemple, d'où l'intervention d'un deuxième écran.

SOLOMO

Pour bâtir une stratégie de communication efficace, il faut respecter trois fondamentaux : le SOcial, le LOcal et le MObile.

L'expansion des réseaux sociaux dans la vie quotidienne influence la socialisation des marques.

La mobilité des gens force les entreprises à adapter des stratégies spécifiques via des applications smartphones et des sites web mobiles qui proposent des services locaux. Ainsi, les entreprises peuvent capter les clients n'importe où, et leur permettent d'avoir un accès rapide sur les sites Internet des marques ou des services.



La combinaison de tablette et smartphone pour plus de mobilité

OLGA BOLDINOVA ET AUDREY SINGH

Les anciens de l'ISIC à l'honneur

Cette année, cinq étudiantes du master 2 Communication des organisations* préparent une rencontre avec les anciens élèves de l'ISIC. Leur but ? Accompagner la sortie de l'*Annuaire des anciens* d'une soirée conviviale. Véritable opération de relations publiques, ce projet encadré par Marie-Pascale Mignot, maître de conférences associée et co-responsable du parcours Stratégies et produits de communication, aura lieu le 22 mars 2013.



Depuis trois ans, la sortie de l'*Annuaire des anciens* est l'occasion d'une soirée événement où sont conviés les anciens et actuels étudiants du master Communication des organisations, ainsi que leurs professeurs. En 2010, une quarantaine de professionnels anciennement Isiciens étaient présents au rendez-vous ! L'événement de cette année sera rythmé par plusieurs temps forts : présentations officielles, animations et buffet pour les plus gourmands.

L'objet de cette rencontre est de consolider la communauté du master Communication des organisations en permettant à ses membres de se retrouver, d'échanger, de débattre et de partager leurs expériences professionnelles. À l'ère des médias sociaux, il est parfois important de laisser le virtuel de côté pour se constituer un réseau plus réel ! L'autre objectif de ce projet est d'ordre pédagogique : il sera entièrement organisé par un groupe d'étudiants, de

la conceptualisation à la logistique, en passant par la communication.

Nous espérons pour les nouveaux comme pour les anciens que cette rencontre sera fructueuse et festive !

FANNY ETIENNE

*Aline Billondeau, Lucile Cabout, Alexandra Gouttefarde, Marion Labat et Laetitia Wright



Soirée des anciens de l'ISIC - 2012

© Vincent Tcheney Hostein

Speed business, un grand cru !

La sixième édition de la soirée *Speed Business* s'est déroulée le 4 décembre 2012 au Verre Ô Vin, quartier des Chartrons.

Créé à l'initiative de l'ISIC, le *Speed Business* est un événement consacré à la rencontre informelle entre professionnels de la communication et étudiants en deuxième année de master professionnel

Communication des organisations. Le principe est simple : entraîner les futurs diplômés aux entretiens d'embauche. Attaché de presse, chef de projet, chargé de communication, conseiller technique et responsable de communication institutionnelle, tels étaient les postes fictifs proposés aux participants. Sous la forme d'un *Speed Dating* remanié à la sauce *Business*, les

étudiants disposaient de sept minutes pour se présenter, suivies d'un « débrief » de cinq minutes. Ce temps chronométré incite les étudiants à s'exprimer clairement et rapidement sur des missions précises.

L'expérience a été particulièrement bien reçue, tant par les étudiants que par les professionnels présents, ont affirmé les organisateurs de la soirée, cinq étudiants du parcours Stratégies et produits de communication*. Petit bémol : les étudiants du parcours Communication publique et politique ont déploré de ne pas pouvoir y participer.

Le *Speed Business* serait donc victime de son succès ! Le meilleur bémol qui puisse exister non ?

THIBAUT PARPAILLON



Sixième édition du *Speed Business* au Verre Ô Vin

© Thibault Parpaillon

*Tom Aguilar, Claire Barrière, Cécile Hazera, Thibault Parpaillon et Roxanne Poirier



© Tribault Parpailion

Cloud computing : confier sa vie aux nuages

Le *cloud computing* ou informatique dans les nuages est un terme qui a vraiment trouvé sa place dans le langage courant, quittant l'univers fermé des geeks, des spécialistes en haute technologie et autres communicants pour rejoindre les pratiques d'un public qui s'élargit toujours plus.

Néanmoins, derrière ce concept quelquefois nébuleux, il est difficile de proposer une définition précise. Qui s'en sert ? Comment cela fonctionne ? Plutôt pour les usagers ou les organisations ? Bref : qu'est-ce que c'est ?

Un rapide tour d'horizon nous montre que personne ne sait vraiment de quoi il est question avec le *cloud computing*. Un éclairage est donné ici sur l'exploitation par les entreprises mais aussi les particuliers qui, bien souvent, l'utilisent sans vraiment le savoir. Tout le monde peut faire appel au *cloud computing*, chacun pour des raisons qui lui sont propres. Quant aux critiques, elles sont unanimes : le *cloud* pose la question de la sécurité et de la protection des données.

Laisser sa vie en dépôt chez des partenaires virtuels, yeux fermés, confier sa vie aux nuages, découvrez celles et ceux qui font ce choix et cet étrange garde-meuble virtuel de notre quotidien !

clé de la performance ?

Résultat d'une mutation des services technologiques de l'information due à la dématérialisation du système d'information, il permet de stocker des données sur des serveurs externes à l'entreprise et d'y accéder à tout moment.

Longtemps avant que naisse l'expression « *cloud computing* », les architectes de réseaux schématisaient Internet par un nuage dans leurs croquis. Ce nuage évoquait une connexion vers une quantité indéfinie d'utilisateurs. Pour appréhender le *cloud* tel que nous le connaissons aujourd'hui, il faut remonter en 1961, date à laquelle John McCarthy, pionnier de l'intelligence artificielle, introduit l'idée d'un système informatique disponible comme outil public (voir encadré).

À la même période, J.C.R. Licklider développe Arpanet, ancêtre d'Internet, et envisage l'existence d'un « réseau informatique intergalactique » en 1969. Ces deux idées, celle d'un réseau mondial et celle d'un modèle d'entreprise basé sur l'informatique des

services, constituent deux des grands principes qui se cachent derrière le *cloud*.

Toute une histoire

Au cours des années 1990, le monde se retrouve connecté de façon inédite, avec la mise à disposition du World Wide Web pour un usage général (c'est-à-dire non commercial). Une fois sur Internet, les entreprises doivent repenser ou ajuster leur modèle commercial et leurs offres destinées aux clients. Nombreuses sont celles qui décident alors de proposer des services basés sur Internet. Salesforce, lancé en 1999, est le premier site à proposer des applications d'entreprise à partir d'un simple site web standard, accessible via un navigateur web. Le site de vente en ligne Amazon lui, emboîte le pas en 2002, avec l'idée que le surdi-

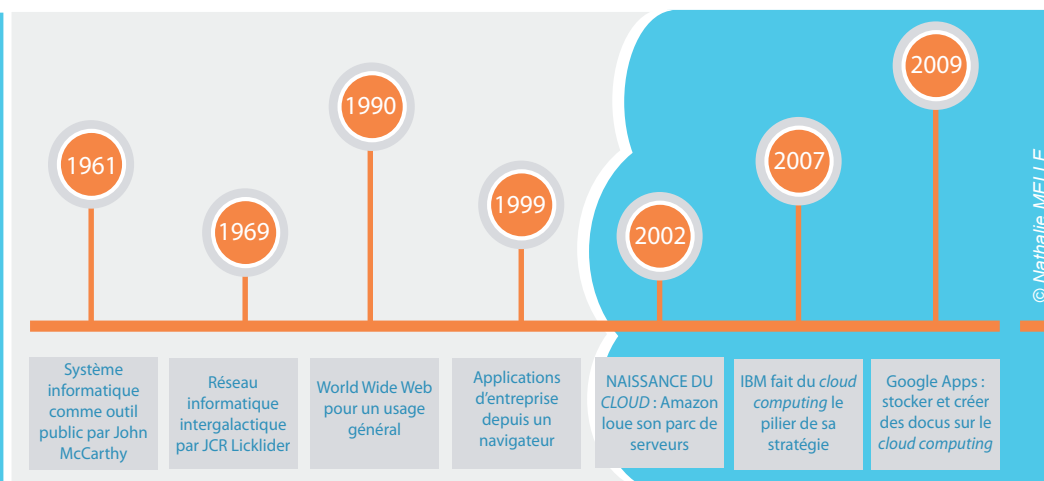
mensionnement de son parc de serveurs hors période de fêtes peut être rentabilisé en louant ces derniers à d'autres entreprises. Mais c'est sans doute grâce à IBM que tout le monde parle aujourd'hui du *cloud*, car en 2007 l'entreprise décide de faire de ce nuage l'un des piliers de sa stratégie.

Google Apps, arrivé en 2009, permet à ses utilisateurs de créer et de stocker des documents entièrement sur le *cloud*. Historiquement, Amazon Web Services, orienté vers les entreprises, et Google, dédié aux utilisateurs grand public, sont donc les pionniers qui ont fait émerger le marché du *cloud*.



L'informatique des services selon JOHN MCCARTHY

- Cette notion a été proposée en 1961, lors d'une conférence au Massachusetts Institute of Technology, par John McCarthy. Il suggère alors que la technologie informatique partagée, « *time-sharing* », peut construire un avenir dans lequel la puissance de calcul et les applications seront vendues comme un service public. Cette idée, très populaire dans les années 60, s'essouffle au cours de la décennie suivante : à l'époque les technologies matérielles et logicielles ne sont pas encore prêtes.



Évolution d'Internet et création du *cloud*.

Le *cloud* est à l'initiative de l'externalisation des DSI (Directions des Systèmes d'Information) au profit de tiers, d'entreprises et de nouveaux fournisseurs dont le rôle est d'assurer le service et la maintenance des ressources stockées.

Une innovation aux multiples atouts

De nouvelles infrastructures externes, interconnectées et mutualisées, permettent d'accéder à l'information de manière permanente. C'est un libre-service simple,

rapide et flexible car adapté aux entreprises. Ces caractéristiques appellent à de nombreux avantages pour les entreprises. Le *cloud* permet à ces dernières d'être plus réactives et efficaces pour leurs clients.

Cette innovation est vecteur de performance, donc de croissance. Efficacité externe certes, mais aussi interne, l'intégration du *cloud* au sein de l'entreprise agit directement sur ses coûts de fonctionnement. Elle peut alors se développer, devenir plus efficace et offrir une meilleure organisation pour ses salariés.

Cependant, il ne faut pas écarter les risques potentiels liés à la sécurité des

données stockées. (Voir cet aspect dans la suite du dossier).

En 10 ans, le *cloud* devient social

Du smartphone est née la nécessité de l'hyperconnexion et d'être présent sur tous les fronts, donc d'avoir accès à toutes les informations. Troquez votre ordinateur contre un smartphone ou une tablette, devenez mobile professionnellement !

De même, le web 2.0 reste aussi moteur d'innovations. Vous y stockez des fichiers, *cloud 2*, en constante évolution. Après les

- Un cloud, quatre possibilités**
1. *Cloud* privé : espace de stockage exclusivement dédié à l'entreprise utilisatrice.
 2. *Cloud* communautaire : différentes organisations partagent un intérêt commun mais dont l'accès reste hautement sécurisé.
 3. *Cloud* public : partage et mutualisation des ressources avec différents clients.
 4. *Cloud* hybride : combinaison de clouds publics ou privés.

dollars, entre le manque à gagner, les assurances complémentaires auxquelles Sony avait dû souscrire, et l'impact sur l'image de la marque.

La dématérialisation des données n'est pas vraiment réelle. Celles-ci sont stockées, la plupart dans des *datacenters* américains. Pour rassurer les utilisateurs, certains acteurs du *cloud*, comme Amazon, offrent des garanties sur l'emplacement physique des données et installent des ordinateurs serveurs en Europe où la législation est plus stricte.

Pourquoi le cloud ?

Une innovation pour la performance des entreprises

Deux aspects récurrents

cités par les entreprises

30%

Accès à l'information facilité

39%

Performances

Accroître ses performances

combien de temps après souscription ?

93%

en un an

dont 80%

au bout de 6 mois

sites hébergeurs (comme Google), les plate-formes communautaires développent la notion de partage vers celle de travail collaboratif et de « collection à exposer » en invitant massivement au stockage de données personnelles et professionnelles sur Facebook, YouTube, Instagram, Twitter...

Pourquoi se lancer dans le cloud ?

Pour les entreprises, la virtualisation des données permet d'externaliser les activités informatiques. Les économies d'échelle sont nombreuses car les ressources informatiques sont mutualisées, les serveurs sont plus puissants et les ordinateurs de l'entreprise requièrent moins de performance.

Le *cloud* fonctionne à la demande. On ne paye que ce que l'on consomme. La question que doivent se poser les entreprises avant d'adopter le *cloud* est donc de savoir à partir de quel degré de confidentialité ses données peuvent être confiées à une société tierce. Hervé Le Crosnier, enseignant-chercheur à Caen, parle d'une « balkanisation » des accès. Il existe une multitude d'opérateurs de *cloud*. Du côté des prestataires, c'est une véritable course pour gagner des parts de marché. En effet, pour rentabiliser les énormes investissements matériels (des milliers d'ordinateurs serveurs), il faut faire migrer la majorité des utilisateurs sur leur réseau. Pour cela, les géants du *cloud* doivent rassurer les utilisateurs.

Le cloud, une solution risquée ?

Méfiance et doute. Ces deux mots reviennent souvent quant à la sécurité du *cloud*. Les deux principaux freins sont le contrôle des données et la dépendance au réseau. La mésaventure du *cloud* de Sony souligne les risques liés à cette nouvelle technologie. En 2011, les données personnelles des joueurs de leur réseau (75 millions d'inscrits) ont été piratées. Ce scandale de grande ampleur avait coûté près d'un milliard de

Un nouveau challenge juridique

Le marché du *cloud* est encore trop jeune pour que le droit ait pu définir un cadre fiable et adapté. Le problème de la dématérialisation concerne principalement l'emplacement physique des données. La législation varie selon les pays. Aux États-Unis, la loi est moins stricte qu'en Europe concernant le traitement et la conservation des données personnelles. En France, les données bancaires sont protégées par le secret bancaire. Le stockage de celles-ci aux États-Unis n'est pas soumis aux mêmes règles. La loi du *Patriot Act* stipule que les agences de renseignement peuvent récupérer à tout moment des données personnelles en cas de suspicion. Le défi à venir pour les juristes est donc d'harmoniser la législation et les pratiques afin de garantir une utilisation sûre et sereine du *cloud*.

- Un cloud à la française ?**
- Pour contrer l'omniprésence des prestataires de *cloud* américain (Amazon, IBM, Google...), le gouvernement français a décidé d'investir 75 millions d'euros dans des projets de *cloud*. Ce sont des partenariats public-privé comme Orange et Thalès ou SFR et Bull, créés pour concurrencer les géants américains. Ces initiatives permettraient à la France de se positionner sur un secteur en pleine croissance et d'assurer l'indépendance informatique du pays.

SOPHIE CASTELLANOS
NATHALIE MELLE
LAETITIA TRIQUET

Pourquoi le cloud ? Une innovation pour la performance des entreprises.

Orange, pas de nuages à l'horizon !

Cette année, Orange place le *cloud computing* au cœur de sa stratégie interne et commerciale, s'illustrant ainsi comme une entreprise des plus audacieuses et innovantes. Analyse.



Orange et le cloud

Héritière de France Télécom, Orange est historiquement l'une des plus grandes sociétés françaises de télécommunication. Celle-ci gère actuellement des activités de téléphonie mobile et fixe, de télévision et d'Internet dans plus de vingt-cinq pays. Et elle continue à se développer : en octobre dernier, elle a lancé une société de stockage de données, CloudWatt, en partenariat avec la Caisse des Dépôts et Thalès. Deux questions se posent ici : pourquoi Orange s'aventure-t-elle dans le développement de cette technologie en externe et comment l'utilise-t-elle, en interne ?

Pour y répondre, Franz Mardi, ingénieur système spécialisé chez Orange, témoigne. Employé depuis dix-huit ans, il a vu le *cloud* naître et évoluer dans le groupe.

Une offre commerciale

Dans un esprit concurrentiel, pour répondre à une demande du marché et rester en accord avec l'évolution de la société et des technologies, Orange propose à ses entreprises-clientes un *cloud* 100 % français. De quoi échapper au *Patriot Act* (loi américaine permettant au gouvernement de consulter les données stockées) et, peut-être, convaincre les 90 % d'entreprises nationales n'ayant pas encore sauté le pas.

Avec CloudWatt et une offre Orange, elles peuvent désormais acheter un espace de stockage sécurisé en Normandie, comme on loue un box de rangement. L'offre, encore réservée aux entreprises, sera bientôt adaptée aux besoins des particuliers.

Au cœur du système interne

Le système informatique interne d'Orange possède son propre *cloud*. Cette technologie de partage instantané a permis une simplification du travail, un niveau de collaboration jamais atteint, une plus grande réactivité des équipes et donc un temps de travail plus rentable. Franz Mardi précise que « le système d'information permet aux équipes d'accéder aux données clients, de travailler ensemble et d'être réactives. Les interfaces améliorées nous simplifient la vie en partageant les données. » L'accès à l'information est plus rapide et fluide, le suivi client s'en trouve perfectionné en interne, mais aussi en externe. Via le site web, chaque client peut consulter les informations liées à son abonnement. Concrètement, le *cloud* permet à chaque employé de ne plus être indispensable au suivi de ses dossiers. Si un collaborateur tombe malade ou est en congé, ses collègues ont accès à tous ses travaux.

Au sein de l'entreprise, ce sont les administrateurs réseaux qui sont les premiers satisfaits. Le *cloud* leur permet de développer rapidement des applications pour répondre aux besoins des employés, comme l'explique notre ingénieur spécialisé : « Là où l'on comptait en mois pour développer une application, aujourd'hui on compte en heures ». Fluidité des transferts, communications rapides, interconnexions... Autant de demandes qui augmentent avec les évolutions des technologies et des pratiques.

Un gain de mobilité

Mais il permet aussi l'explosion des frontières traditionnelles du travail en entreprise.

Désormais et grâce à la mobilité des outils, les collaborateurs peuvent poursuivre leurs activités depuis n'importe quel lieu et sur n'importe quel support. Travail et bureau ne sont plus indissociables. Franz Mardi nous le confirme : « Le point fort du *cloud computing* est en fait la fluidité qu'il donne à nos usages ».

Une campagne de sensibilisation

Mais tout cela ne s'est pas fait en un jour : lors du lancement de la technologie en interne, une campagne de sensibilisation a été menée auprès des salariés. Celle-ci tournait surtout autour de l'usage et des pratiques liées à cette technologie : quelles limites ? Quel danger ? Comment en avoir une utilisation optimale ? La question sécuritaire, notamment, est importante. Pour des raisons évidentes de confidentialité, des accès restreints ont été mis en place selon les services.

« L'efficacité et la réactivité au travail sont donc les maîtres-mots du cloud chez Orange. »

Par exemple, seules les ressources humaines et la comptabilité ont un droit de consultation sur les fiches de paie. Au-delà des données, c'est aussi la technologie elle-même qui doit être protégée : les employés sont tenus au secret sur le fonctionnement du système. Franz Mardi précise : « Les restrictions sont avant tout sécuritaires et elles sont appliquées à tous nos systèmes, pas seulement au cloud. » C'est nécessaire afin qu'Orange conserve sa place de leader face aux offres concurrentielles émergentes.

À la fois utilisateur de la technologie et prestataire de services, Orange apparaît comme une entreprise audacieuse et innovante. Mais elle ne place pas toute sa stratégie commerciale sur le *cloud*, et voit déjà plus loin. Ainsi, pour Franz Mardi : « Le cloud c'est une nouvelle technologie, parmi d'autres ». Attendons la suite.

MARION DERYCKE
MARYNA GIANNELLI

Cloud un jour, cloud toujours ?

Cheops Technology « spécialiste des *datacenters* » a su saisir les opportunités offertes par le *cloud computing*. Denis Damey, directeur de la division Infogérance, évoque ici l'avenir du *cloud* pour les entreprises, les utilisateurs et les fournisseurs...

LES POINTS SUR LES I : Quelles sont les critiques émises sur le *cloud computing* ?

DENIS DAMEY : Le cap à franchir concerne la question de la sécurité. En France, la mentalité veut que l'on aime avoir le matériel chez soi. Avec le *cloud*, le hic est que le matériel est ailleurs. Pire, l'organisation ne sait parfois plus où il est, du fait d'une répartition dans plusieurs *datacenters*. La question de la sécurité est sérieusement traitée dans notre pays. Il y a des agréments à passer. Chez Cheops, nous savons où se trouvent les données : sur le *datacenter* de Canéjan ou sur l'infrastructure de Bordeaux Lac. Chez des fournisseurs comme Yahoo ou Google, les données stockées sont dites sécurisées. Néanmoins rien n'empêche l'État américain juridiquement autorisé, d'y jeter un œil.

P.I. : Comment le *cloud* va-t-il évoluer et avec quel impact sur les usages ?

D.D. : En informatique, être devin à dix ans est une chose difficile. Un virage s'est amorcé il y a trois ans. En premier lieu, il serait étonnant que les entreprises retournent vers l'interne et réinvestissent en machines, hommes et compétences. L'avenir semble s'orienter vers l'offre de service.

Aujourd'hui, les salariés utilisent leurs tablettes, leurs ordinateurs personnels. Ils vont vouloir les connecter à l'entreprise depuis chez eux, la rue, le bus. La notion de nomadisme devient plus prégnante.

Les informations sont stockées dans du *cloud* et, dans un futur proche, les terminaux professionnels pourraient devenir le téléphone, l'ordinateur perso. La logique se déplacera du « *Je vais sur mon terminal professionnel pour avoir accès aux données* » à « *Je me connecte* ».

Le nerf de la guerre sera la sécurité, mais aussi les questions techniques. Vous aurez envie d'accéder de la même façon à toutes vos données, sans forcément changer de terminal. Cela semble simple à première vue mais la technique en amont est laborieuse à mettre en place.

P.I. : Quelle est l'évolution attendue pour cette technologie ?

D.D. : Du côté technique, il y a beaucoup d'innovations. Il n'y a qu'à regarder la presse informatique : vous étiez à la mode, cette année, vous êtes complètement démodés avec la même chose. Concernant le *cloud*, l'innovation est d'ordre économique. La performance est multipliée

par deux, les prix divisés par deux. La seule limite vient du fait que les gens réfléchissent peu à où se trouvent les données. S'il y a un jour un *crash* quelque part, ils se poseront la question. Cheops propose un doublement de la sécurité. Les informations sont stockées à deux endroits différents. Lorsque l'un des systèmes connaît un *bug*, cela ne se voit pas grâce à ce palliatif.

P.I. : Chez Cheops, quelles sont les perspectives de développement du *cloud* ?

D.D. : L'infogérance représente 10 % du chiffre d'affaires. Dans trois ans, ce sera 30 % et la marge se fait sur le *cloud*, plus que sur les autres activités de Cheops. La concurrence existe mais personne ne propose notre service. Il y a plusieurs types de fournisseurs : ceux qui font de l'hébergement de données sec et ceux qui font plus. Nous vendons du service, de la qualité, de la sécurité. Nous condonsens de la matière grise et c'est cela qui permet de gagner. La technologie en elle seule n'est pas suffisante, il faut se positionner sur la valeur ajoutée.

ALINE BILLONDEAU ET VIRGINIE PARIS

+

**Cloud ou pas cloud ?
Le quizz de Denis Damey**

- Megaupload ?**
Oui, car ils ont besoin de puissance.
- Facebook ?**
Oui, les données utilisateurs doivent bien être stockées.
- Deezer ?**
Sûrement du *cloud* externalisé.
- Google ?**
Tout ce qui touche à Google est clairement du *cloud*.

Des contre-exemples ?
Les sites de vente des billets SNCF. Mais aussi les services publics qui n'investissent pas dans le *cloud* pour des raisons de sécurité.



Denis Damey et iCod, avatar du nouveau service de *cloud*.

© Aline Billondeau et Virginie Paris

Le cloud computing version Microsoft

Microsoft a toujours été une référence en matière d'informatique. Pionnier dans ce domaine, il se retrouve concurrencé par Apple depuis plusieurs années, le iCloud en est le parfait exemple. Comment compte riposter Microsoft pour récupérer son monopole sur le marché ?

L'entreprise de Bill Gates est un acteur inévitable sur la scène informatique mondiale. L'innovation fait partie intégrante de son ADN.

Il était une fois Microsoft

Microsoft a démocratisé l'informatique, la rendant accessible à l'ensemble de la population mondiale. Grâce à des avancées technologiques importantes, l'entreprise a pu faire exister toute une industrie (PC, logiciels, périphériques...). Si d'un point de vue technologique nous en sommes là aujourd'hui, c'est en grande partie grâce au travail de la marque. Le cœur de l'activité de Microsoft est basé sur deux composantes : les OS (systèmes d'exploitation) et les suites logicielles. Un choix stratégique vecteur d'une grande stabilité dans les affaires, mais depuis quelques temps, un moteur de recherche bien connu de tous a débarqué sur le marché avec une nouvelle arme dans son artillerie : le *cloud computing*.

Le virage du cloud

Le concept du stockage de données personnelles en ligne est arrivé sur nos tablettes par le biais de Google, suivi de près par Apple. Microsoft était distancé avant même d'avoir pu prendre part à la course. Néanmoins, le géant américain a redoublé d'efforts pour rattraper ses concurrents, en espérant plus ou moins secrètement les dépasser. Réorganisations, embauches massives, investissements importants (notamment en recherche et développement), mise en place d'une stratégie *cloud* sont les ingrédients du nouveau Microsoft.

La marque a vite compris l'enjeu que pouvait représenter le *cloud*, aussi bien au niveau économique que pour son image. Bien le maîtriser permettrait d'atteindre des objectifs importants pour la société : nouvelle chaîne de valeur, hausse de la compétitivité, évolution industrielle... Comme symbole, Microsoft a annoncé au sortir de la conférence Convergence 2012 organisée à Houston (États-Unis), un investissement impressionnant dédié

au *cloud* et aux terminaux mobiles : 9 milliards de dollars.

Skydrive et la concurrence

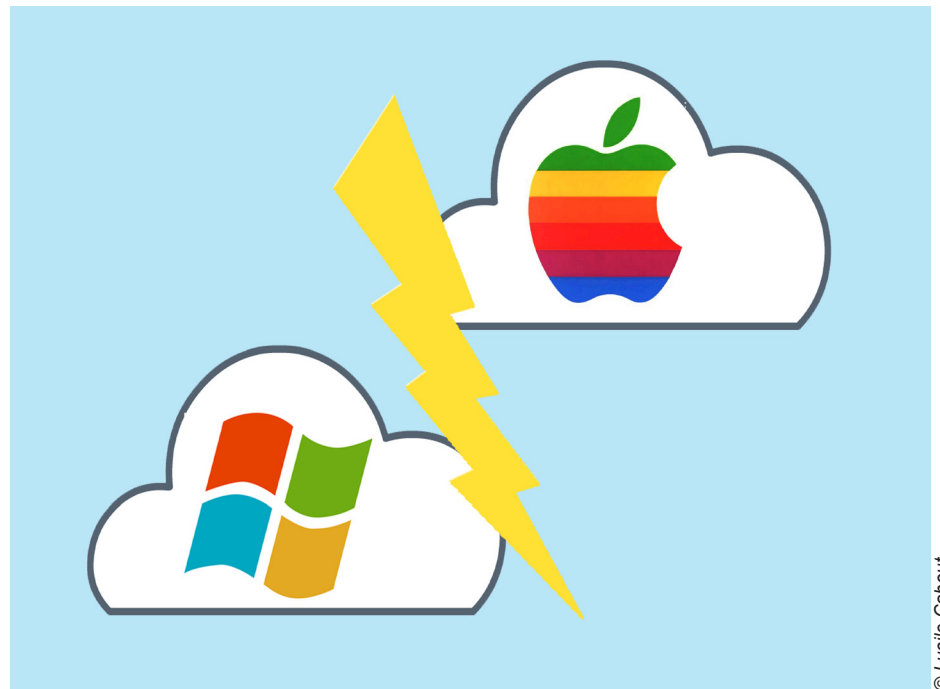
Le projet *cloud* de Microsoft tient en huit lettres : Skydrive. Lancé officiellement sur le marché le 22 mai 2008, sa taille de stockage était alors limitée à 5 Go. Créé clairement pour rivaliser avec Apple et Google, Skydrive fonctionnait au départ ainsi :

✚ L'utilisateur peut accéder à ses dossiers via son identifiant et son mot de passe Windows Live ID. Il peut choisir, pour chacun de ses dossiers, si son accès est privé, ouvert à des internautes spécifiques ou ouvert à tous.

✚ L'accès autorisé à des internautes spécifiques peut permettre la lecture seule ou la lecture et l'écriture.

Pour intégrer Skydrive au plus près de l'utilisateur, Microsoft a annoncé au début de l'année sa mise en ligne directe dans Windows 8. En avril dernier, la capacité de stockage gratuite passait à 7 Go, devenant payante au-delà, elle pouvait atteindre jusqu'à 100 Go en souscrivant à des abonnements allant de 8 à 37 euros par an. Quand on sait que Dropbox et iCloud proposent respectivement 2 et 5 Go de stockage gratuit, on se dit que le bébé de Bill Gates est bien parti pour rattraper son retard... Une fois de plus.

TOM AGUILAR



Dans la guerre des nuages, Apple s'attire les foudres de Microsoft



Microsoft en six dates clés

- 1975 : Naissance à Albuquerque
- 1985 : Sortie de Windows 1.0
- 2001 : Lancement de la Xbox
- 2011 : Départ de Bill Gates
- 2011 : Achat de Skype
- 2012 : Lancement de Windows 8

QR code : l'information à portée de flash

Les QR codes, ou Quick Response codes, sont de drôles de petits code-barres que l'on voit fleurir un peu partout. Ils permettent une variété d'utilisations, mais il faut se poser la question de leur utilité réelle.

Un QR code héberge des informations qui seront révélées à l'aide d'une application préalablement téléchargée et installée sur son smartphone.

Ces code-barres en deux dimensions permettent d'héberger 7 089 caractères ; ces caractères pouvant servir à transmettre une URL mais pas seulement ! Il est également possible de créer une carte de visite qui, une fois scannée, proposera d'enregistrer un contact avec des champs pré-remplis, tels que le nom, le prénom, le numéro de téléphone, mais aussi l'adresse postale et/ou mail... Mais on peut aussi y mettre un numéro de téléphone, proposer d'envoyer un SMS à un certain numéro ou encore y laisser du « simple » texte.

De nombreuses possibilités

Les possibilités sont donc importantes et cela, quel que soit le secteur d'activité. Voici quelques idées et utilisations possibles dans différentes situations :

- ⊕ cafés et restaurants, pour laisser un avis sur le service,
- ⊕ distribution, en cas de rupture de stock, pour proposer un achat en ligne,
- ⊕ supermarchés, à côté d'un produit alimentaire pour permettre de trouver une recette pour surprendre vos proches le soir,
- ⊕ musées, des informations sur les éléments exposés,
- ⊕ hôtels et tourisme, sur un flyer ou une plaquette pour permettre d'appeler rapidement et de faire une réservation,
- ⊕ publicité, pour rendre plus accessible des offres promotionnelles,
- ⊕ transports en commun, pour obtenir les horaires en temps réel,
- ⊕ médias, dans les magazines, les journaux ou les livres pour proposer aux lecteurs un peu plus d'interactivité et associer par exemple les photos ou les vidéos d'un événement,
- ⊕ éducation, dans les revues et livres scientifiques afin d'inviter les étudiants à consulter des sites où ils pourront télécharger des informations complémentaires,
- ⊕ sport et fitness, apposé sur une machine pour une vidéo expliquant son fonctionnement,
- ⊕ divertissement, sur une affiche de concert pour accéder directement à une billetterie en ligne.

Une utilisation limitée ?

Malgré toutes les possibilités offertes par cette technologie, il est important de savoir si le grand public utilise vraiment ce support, sans quoi les QR codes seraient peu utiles.

Une étude réalisée par Comscore, un des leaders mondiaux de la mesure d'audience sur Internet, a publié en septembre 2012 des données sur l'utilisation des QR codes au sein des cinq principaux marchés européens (France, Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni).

En Europe, le nombre d'utilisateurs de smartphones scannant des QR codes a augmenté de 96 % au cours de la dernière année, avec 17,4 millions d'utilisateurs en juillet 2012, ce qui représente 14,1 % des personnes équipées de ce type de téléphone.

En Espagne, le nombre d'utilisateurs de smartphones scannant des QR codes a gagné neuf points en passant à 16 %, ce qui en fait non seulement le marché européen connaissant la croissance la plus rapide, mais aussi le deuxième marché en termes de taux de pénétration. C'est en Allemagne que le taux de pénétration des QR codes est le plus fort, avec 18,6 % des utilisateurs de smartphones exploitant cette fonction.

En France, l'étude recense près de 3 millions de possesseurs de smartphones, dont 12,5 % utilisent les QR codes, une augmentation de 1,9 points par rapport à l'année dernière.

La France se met donc peu à peu aux QR codes, déjà utilisés régulièrement par près de 90 % de ménagères japonaises. L'Hexagone a du retard par rapport au Japon, il progresse lentement mais sûrement. Actuellement nous nous rapprochons des deux millions de décodages par mois.

OLGA BOLDINOVA
AUDREY SINGH



© Lucile Cabout

Les QR codes donnent facilement accès à plus d'informations : il suffit d'un smartphone et d'une connexion Internet.



Et à Bordeaux ?

- Bordeaux semble en avance et a déjà bien intégré les QR codes dans la ville. Une semaine dédiée les met en avant : la semaine du digital, où des QR codes sont disséminés dans la ville.
- La BBC a même consacré un reportage à cette semaine si particulière !

La semaine digitale (édition 2012) en quelques chiffres

- - 442 946 personnes touchées par l'événement
- - 2 874 participants
- - 12 675 mentions « j'aime » sur Facebook
- - 1 214 photos



10h11, l'heure des belles initiatives numériques

Co-fondateurs de l'agence 10h11 et anciens Isiciens, Julien Daubert et Eliot Jacquin nous livrent leurs expériences de l'entrepreneuriat.

LES POINTS SUR LES I : Eliot et Julien, pouvez-vous présenter succinctement vos parcours professionnels ?

JULIEN DAUBERT : Mon parcours scolaire commence par une formation pratique avec un BTS Communication des entreprises suivi d'un enseignement plus théorique à l'ISIC, avec une licence en Sciences de l'information et de la communication. J'ai continué par un master professionnel Communication et générations spécialité senior. J'ai fait mon mémoire sur le rapport entre les seniors et les technologies numériques. En parallèle, j'étais *Campus Manager* pour le groupe Total et actif au sein d'une JEI (Jeune Entreprise Innovante). Enfin, j'ai présidé la junior entreprise *Stratejic*, pendant ma dernière année d'études.

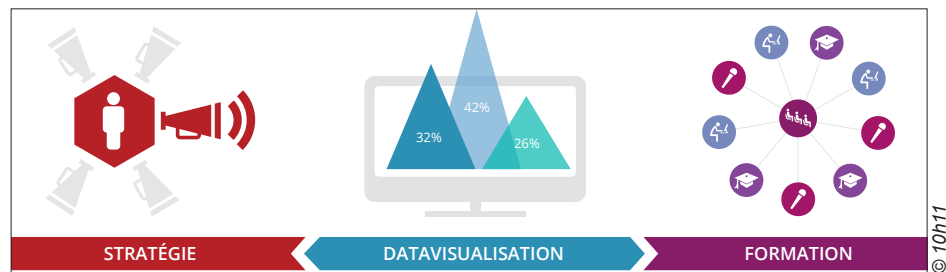
ELIOT JACQUIN : Comme Julien, j'ai effectué le même cursus scolaire jusqu'à la licence. Ensuite, j'ai intégré le master professionnel Communication des organisations spécialité audit et conseil au sein de l'ISIC. Simultanément, j'étais *Campus Représentant* pour Apple puis j'ai participé activement à la réussite de *Stratejic* en tant que secrétaire général.

Quel est le cœur de métier de l'agence 10h11 ?

J.D. : L'agence 10h11 propose trois offres de services : la stratégie de communication web (création de sites Internet, de newsletters et utilisation de réseaux sociaux), la formation (formateurs agréés, nous formons différents publics aux usages du web), et enfin la visualisation de données (rendre compréhensif pour le citoyen, des données à la base relativement complexes).

Nous représentons des données de façon visuelle plutôt que d'utiliser des tableaux Excel par exemple.

E.J. : 10h11 c'est aussi une ouverture d'esprit. Nous voyageons beaucoup pour découvrir de nouvelles cultures et pratiques. La philosophie de 10H11 est innovante notamment pour cette raison. Chacun des salariés ou stagiaires intègre ce discours de l'entreprise, où il y a une très faible hiérarchie. Il y a une vraie culture de partage et de travail au sein de notre agence.



Infographie illustrant les trois offres de services de 10h11

P.I. : Comment cette aventure a-t-elle débuté ?

J.D. : Tout a commencé par la création de l'association Action miroir, où l'on vulgarisait les usages du web en publiant des articles sur notre site Internet. Peu à peu, nous nous sommes constitués un réseau, notamment grâce à notre visibilité lors des conférences ou des événements de relations publiques. Ensuite, il y a eu la junior entreprise *Stratejic*. Entourés d'une équipe, nous avons pu mettre en pratique nos divers enseignements au service de vrais clients. Cette aventure fut une grande réussite, avec un chiffre d'affaires annuel qui est passé de 3 000 à environ 33 000 euros. Ensuite, nous avons pris la décision commune de ne pas partir à l'étranger lors de nos stages de fin d'études pour entreprendre la création de notre entreprise. Nous avons travaillé sur notre *business plan* avec l'aide du pôle Entrepreneuriat Campus Aquitaine, puis nous avons réalisé l'ensemble des démarches administratives. Au début, nous étions hébergés dans une JEI (Jeune Entreprise Innovante), puis nous avons eu la chance d'obtenir deux bureaux dans cette pépinière éco-créative aux Chartrons.

P.I. : Auriez-vous des conseils à donner à des jeunes porteurs de projet ?

J.D. : Je pense que dans un premier temps il est primordial d'apprendre à se structurer dans un cadre légal, comme par exemple une expérience dans une junior entreprise. Ensuite, il est important de créer son réseau et d'utiliser un gestionnaire de contacts. J'utilise le logiciel « Highrise » qui me permet de créer des bases de données intelligentes.

En parallèle, j'ai toujours une carte de visite à offrir lors de mes rencontres. Il est essentiel de s'appuyer sur une équipe qui a

des compétences ; chacun des membres étant spécialiste dans un des domaines piliers. Il faut aussi être un « Yes man », et saisir les opportunités qui se présentent à soi, tout en se fiant à son intuition.

E.J. : De mon côté, je pense qu'il ne faut pas se lancer seul dans une telle aventure. Avec Julien, on a cru ensemble à ce projet même si notre idée de base n'était pas révolutionnaire. De toute façon, je pense que ce n'est pas l'idée qui est importante, mais la façon dont on va la valoriser. C'est pour cela que nous avons partagé notre concept auprès de notre réseau, sans rien attendre de particulier. Je pense réellement qu'il ne faut pas attendre d'avoir un produit parfait pour se lancer. Au fur et à mesure, l'offre de service se perfectionnera. Mais ce n'est pas en restant devant son ordinateur à attendre ses mails que l'on progressera. Au contraire, je pense qu'il est indispensable de sortir pour échanger et améliorer sa visibilité.



L'open space de 10h11

P.I. : Et comment se dessine l'avenir pour vous ?

E.J. : Nous avons comme projet de participer et d'organiser la délégation Europe du WAQ 2013 (Web au Québec). Cet événement québécois s'associe parfaitement aux valeurs que nous partageons. En effet, ce rendez-vous annuel participe au partage et à la découverte de nouveaux entrepreneurs, porteurs d'idées positives et ambitieuses pour le numérique de demain.

CLAIRE BARRIÈRE ET LUCILE CABOUT

Un homme au parcours atypique

Etienne Damome, enseignant chercheur à l'université Michel de Montaigne promène et enrichit son savoir au fil de ses pérégrinations cosmopolites.

Après avoir effectué des études en sciences humaines et notamment en sociologie, philosophie et psychologie au Bénin et au Togo, Etienne Damome poursuit ses études de philosophie morale et politique à Bordeaux 3, enrichit son parcours universitaire d'un DEA d'Information et communication qui donnera lieu à une thèse en 2007. Un cursus international impressionnant de par sa qualité mais aussi par sa diversité.

Lomé, Bordeaux, Istanbul...

Initialement professeur de philosophie au Lycée Moderne de Lomé, au Togo, il occupe ensuite un poste similaire au Lycée Gustave Eiffel de Bordeaux jusqu'en 2007. Cette même année, il devient ATER (attaché temporaire d'enseignement et de recherche) à l'université Charles de Gaulle, Lille 3. Il obtient par la suite un contrat de post-doctorant du PRES (Pôle de recherche et d'enseignement supérieur) de Bordeaux. En 2011, il s'investit dans une coopération universitaire internationale à travers la MICEL (Mission de coopération éducative et linguistique), un service du ministère des Affaires étrangères. Il part alors un an en Turquie à l'université francophone de Galatasaray située à Istanbul, mission qu'il se voit interrompre afin de venir occuper, à partir de septembre 2012, un poste de maître de conférences à l'ISIC. Il occupe au sein de l'UFR STC un double statut. Il est le coordinateur pédagogique de la licence délocalisée d'Information-Communication à Galatasaray et codirige le parcours Stratégies et produits de communication du master Communication des organisations.



© Lucile Cabout

Etienne Damome, responsable du parcours Stratégies et produits de communication à l'ISIC

Un champ de réflexion en expansion

Etienne Damome est l'auteur de nombreuses publications en sciences de l'information et de la communication ainsi qu'en philosophie et géopolitique.

Sa thèse, intitulée « Radios et religion en Afrique : information, communication et/ou prosélytisme ? », se situe au carrefour de ses multiples domaines de compétences : les SHS et les SIC. Il s'agit d'une analyse comparée portant sur différents pays d'Afrique (Bénin, Burkina-Faso, Ghana et Togo). Également membre du GREER (Groupe de recherche et d'études sur la radio), il a choisi d'élargir son champ d'étude en ajoutant une nouvelle dimension à son domaine de recherche classique : les nouveaux médias.

Ainsi, il a entamé il y a peu de temps

une étude sur la mutation des pratiques journalistiques et médiatiques en Afrique à l'ère du numérique.

Toutes ses recherches se déroulent sous l'enseigne du MICA (laboratoire Médiation, Information, Communication, Art) auquel il est rattaché.

Grâce à cette ouverture d'esprit, à sa maîtrise de plusieurs langues et à sa formation de journaliste, il écrit et publie régulièrement dans une revue au rayonnement européen intitulée *Outre-mer* où il siège également au comité de rédaction. C'est donc un homme à l'emploi du temps bien rempli qui a pris cette année, avec Marie-Pascale Mignot, les commandes du parcours Stratégies et produits de communication.

Souhaitons-lui bonne arrivée !

CLAIRE BARRIÈRE ET LUCILE CABOUT

Mini CV d'Anne Geslin-Beyaert

Formation :

- Doctorat en Sciences du langage (sémiotique visuelle)
- DEA et maîtrise de Sciences du langage
- DEUG d'Histoire de l'art
- Maîtrise d'Allemand littéraire

Expériences professionnelles :

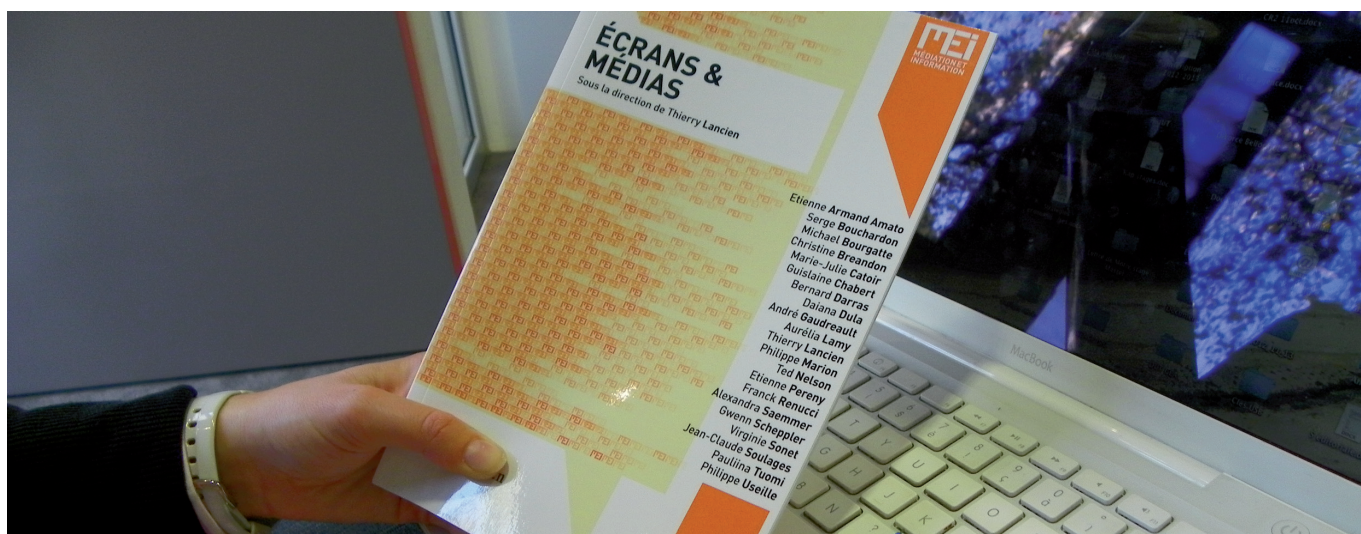
Aujourd'hui, depuis septembre 2012 :

- Professeur à Bordeaux 3 au sein de l'UFR STC
- Chercheur au laboratoire du MICA (Média, Information, Communication, Art)

De 2005 à 2012 :

- Maître de conférences à l'université de Limoges, département des Sciences du langage, de l'information et de la communication (SLIC)
- Responsable de l'équipe d'accueil 3648 du Centre de Recherches Sémiotiques à Limoges, chercheur associé à l'unité mixte de recherche Sémiotique des arts et du design
- Chercheur associé à l'unité mixte de recherche Sémiotique des arts
- Rédactrice en chef de la revue électronique *Nouveaux actes sémiotiques* et de la revue *Visible*

Les progrès technologiques et numériques intensifient le règne des écrans : cinéma, télévision, ordinateur et smartphone. Une réalité susceptible de transformer les relations que l'on entretient avec eux et avec les contenus médiatiques qu'ils véhiculent.



© Alexandra Gouttefarde

Revue-livre MEI n°34 « Écrans & médias »

Des chercheurs de nationalités différentes s'intéressent aux nouveaux rapports qui s'instaurent entre les médias et les écrans. Leurs travaux sont rassemblés dans la revue-livre *MEI* « Médiation et Information », créée en 1993 à l'initiative de Bernard Darras (Université de Paris 1) et Marie Thonon (Université de Paris VIII).

Pas moins de dix-neuf chercheurs développent leurs points de vue dans cet ouvrage, dirigé par Thierry Lancien (professeur émérite en sciences de l'information et de la communication).

Une journée d'étude au MICA

Le vendredi 16 novembre 2012 a été consacré à la sortie du N°34 de la revue-livre *MEI*, intitulée « Écrans & Médias ».

A cette occasion, les chercheurs présents ont pu exposer leurs questionnements sur les concepts et méthodes utilisés au cours de leurs travaux d'écriture.

Cette journée d'étude a également été l'opportunité pour ces chercheurs d'actualiser leurs réflexions, en confrontant leurs idées sur l'objet « écran ».

L'intérêt de cette journée, outre la dimension humaine et scientifique qui s'en dégage, est de favoriser les interactions entre les chercheurs. Prolonger, actualiser et réfléchir ensemble ont été les maîtres-mots de cette réunion scientifique au MICA.

Au plus près des chercheurs

L'un des dossiers de la dernière revue-livre *MEI*, coécrit par Thierry Lancien et Marie-Julie Catoir, s'attache à expliciter la « Multiplication des écrans et relations aux médias : de l'écran d'ordinateur à celui du smartphone ». Cette réflexion s'inscrit dans le cadre du programme de recherche « Écrans », mené depuis 2008, par Thierry Lancien au MICA. Un article paru en 2011, « Multiplication des écrans, images et postures spectatorielles » pose le cadre théorique de ce programme avec une réflexion sur l'intermédialité.

Analyse réflexive des étudiants

En 2009, Marie-Julie Catoir réalise une enquête de terrain, qui étudie séparément la relation à l'écran d'ordinateur et au Smartphone. Des entretiens semi-directifs en focus groupe sont menés.

En 2011, elle entreprend une deuxième étude, visant à observer la relation entre les deux écrans. Elle s'interroge sur la circulation de contenu d'un écran à l'autre, ainsi que sur la question de l'expérience transmédiatique.

Pour appuyer ces recherches, elle instaure un dispositif pédagogique visant à intégrer les étudiants. Des journaux de bord sont ainsi

tenus par des élèves de master 1 en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), âgés de 21 à 26 ans.



Marie-Julie Catoir

Docteur qualifié en SIC, de l'université de Bordeaux 3, elle est membre associée au MICA.

Ses travaux portent sur l'hybridation culturelle, les images métisses et l'intermédialité, dans une perspective sémio-pragmatique et anthropologique de la communication. Sous la direction de Thierry Lancien, elle réalise sa thèse sur : « L'hybridation esthétique et culturelle dans le cinéma mexicain contemporain : approches interculturelle et intermédiaire ».

Chargée de cours à l'université Michel de Montaigne depuis 2007, elle a aussi été attachée temporaire d'enseignement et de recherche (ATER) à l'UFR STC, département ISIC, de 2010 à 2012.

ALEXANDRA GOUTTEFARDE
LAETITIA WRIGHT

Bordeaux 3 poursuit son ouverture internationale en mettant en place une collaboration franco-turque à travers la délocalisation de sa licence Information et Communication à l'université de Galatasaray.

Située au carrefour entre l'Asie et l'Europe, Istanbul est faite de mélanges. Nourrie par des influences européennes, asiatiques, musulmanes et chrétiennes, la belle stambouliote recèle de richesses.

Istanbul, une ville qui se nourrit d'ailleurs

Grâce au récent regain de modernité dont elle a bénéficié, la Cité millénaire est aujourd'hui le véritable moteur du pays. La cité la plus occidentale de Turquie ne compte pas s'enfermer dans ses frontières, bien au contraire. Après un premier pas vers l'Union Européenne, elle poursuit son rapprochement vers ses voisins. Les étudiants sont les premiers à revendiquer cette ouverture : « *Ils ont un appétit européen.* », témoigne Amélie, étudiante française de Bordeaux 3, partie à Galatasaray dans le cadre d'un programme d'échange Erasmus en 2010.

Relativement jeune, l'université de Galatasaray a été fondée en 1992 sous la tutelle d'un consortium français dont Bordeaux 3 fait partie depuis 2001. Les deux universités ont développé un accord bilatéral au bénéfice de leurs étudiants, leur donnant la possibilité d'effectuer des échanges universitaires via le programme Erasmus. En 2003, ces échanges ont gagné en profondeur lors de l'organisation de colloques internationaux d'enseignants, puis furent concrétisés avec l'établissement d'un partenariat entre les laboratoires de recherche des deux universités, permettant par exemple à une étudiante turque d'effectuer sa thèse à Bordeaux 3.

De l'idée au projet

En 2012, cette union a abouti à la mise en place d'une licence délocalisée de Bordeaux 3 à Galatasaray.

L'inauguration officielle de cette licence s'est déroulée le 21 novembre 2012 en présence des autorités locales de l'université de Galatasaray et d'une délégation de l'université Bordeaux 3 conduite par Olivier Laügt, directeur de l'UFR STC et Soufiane Rouissi, directeur de l'ISIC.

Galatasaray propose désormais la licence Information et Communication de Bordeaux 3 donnant ainsi la possibilité à 20 étudiants turcs triés sur le volet, d'effectuer une double licence au sein même de leur université, faisant d'eux des étudiants de Bordeaux 3 à part entière. Ils se verront diplômés d'une licence française à la fin de leur cursus universitaire, un avantage considérable pour leur future insertion professionnelle. Galatasaray, accueillant déjà deux licences délocalisées des universités de Paris 1 et de Lille 3, est maintenant une habituée de ce genre d'échanges pourtant peu répandus à travers le monde à l'heure actuelle.

Un rayonnement international

Cette licence délocalisée confère un rayonnement international à l'université de Bordeaux 3. Une démarche également encouragée par le ministère de l'Éducation Nationale et qui se matérialise par des subventions plus conséquentes, nous livre Olivier Laügt. Il s'agit d'un atout pour notre université qui pourra développer d'autres projets en parallèle et décupler son attractivité, une externalité positive dont bénéficieront les actuels et futurs étudiants.



© Claire Barrière

Le quartier Fatih d'Istanbul

« *Il s'agit d'un atout pour notre université qui pourra développer d'autres projets en parallèle et décupler son attractivité...* »

Cette action permet également à Bordeaux 3 de s'ouvrir sur le monde et de s'implanter dans une ville européenne où l'influence française est de moins en moins présente, au profit des pays germaniques notamment. Une initiative qui fait de notre université le précurseur d'un fonctionnement encore peu répandu dans l'enseignement supérieur, lui offrant ainsi la possibilité d'asseoir sa position d'université d'avenir et de promouvoir la qualité de son enseignement dans le cadre d'une collaboration internationale.

CLAIRE BARRIÈRE ET MARION LABAT



© Etienne Damome

Les étudiants lors de l'inauguration de la licence délocalisée

Galatasaray en chiffres

Consortium de 31 universités
Date de création : 1992
Effectifs 2012 :
200 professeurs dont 31 Français
2 500 étudiants

Les événements de 2013

Cycle de conférences des Dealers de Science

L'association des étudiants du master professionnel Médiations des sciences présente cette année ses conférences sur trois thématiques :

22 janvier

Neurotechnologies : vers un homme augmenté

Maison écocitoyenne, Bordeaux
Horaires à définir

19 février

L'intelligence
Cap Sciences, Bordeaux
Horaires à définir

19 mars

La souffrance physique
Salle François Mauriac, Talence
Horaires à définir

Communication publique et politique

En mars

Sphère CPP

Portée par les étudiants du master CPP de l'université de Bordeaux 3, la 6^{ème} édition de *Sphère CPP* portera sur le thème - Les communicants prennent-ils le pouvoir politique ?

Date à définir : dans la semaine du 18 au 24 mars

Lieu et horaires à définir

4 & 5 avril

Colloque international : L'objet local à l'heure des réseaux - Région(s), Innovation et Industrie(s).

Confrontation d'idées entre chercheurs, entrepreneurs, créateurs et responsables publics.

Hôtel de Région, Bordeaux
Horaires à définir



© Cécile Hazera

19 mars

20^{ème} anniversaire de la revue *Communication & Organisation*

Le laboratoire de recherche MICA publie un livre-événement « Abécédaire », revenant sur les nombreuses contributions des chercheurs. À cette occasion, une journée de discussions est organisée par un groupe du master Communication des organisations.

Maison écocitoyenne, Bordeaux
De 9h à 19h

Salon Aquitec

14,15 & 16 février

L'UFR STC sera présent au Salon Aquitec, premier salon régional de l'orientation, des métiers, de l'emploi et de la formation.

Hall 1 Parc des Expositions de Bordeaux Lac
De 9h à 18h
Plus d'infos sur www.aquitec.com

Journée portes ouvertes

20 février

Journée du futur étudiant (JFE). Bordeaux 3 accueille toute la journée les lycéens de première et de terminale.

Université Michel de Montaigne
Bordeaux 3

Salon des Masters et du 1^{er} emploi

22 & 23 février

Ce salon sera l'occasion pour les étudiants et jeunes diplômés de préparer au mieux leur entrée sur le marché du travail via la rencontre de nombreux professionnels et d'établissements de formation.

Parc des expositions à Bordeaux Lac
Plus d'infos sur www.letudiant.fr



Mais aussi...

1^{er} février - Soirée des anciens
Master Communication et générations
Maison des étudiants de Bordeaux 3 - 18h

19 février - Conférence-débat du master Communication et générations « Adolescence, rites et risques de passage » en présence du sociologue David Le Breton.
Dôme de Talence - 20h

21 au 23 mars - Festival Coupé Court

L'association étudiante C'est par ISIC, présente la 16^{ème} édition du festival de courts métrages sur le thème « Chaotiquement vôtre ».

Lieu et horaires à définir
Contact :

contacts@coupe-court.com

22 mars - Annuaire des anciens

À l'occasion de la sortie de l'annuaire, les étudiants de master 2 Communication des organisations organisent une soirée rassemblant les anciens de leur master.

Lieu et horaires à définir
Contact :

marie-pascal.mignot@u-bordeaux3.fr

Rockin'Share Festival édition 2013

Festival rock caritatif mettant en scène des groupes bordelais. Profits entièrement reversés à l'UNICEF.

Lieu et horaires à définir
Plus d'infos :

rockinsharefestival.isicrider.com