

2023 - 2024

MAG NUM

Notre e-stoire, la vôtre aussi ?



2024.infonum-tours.fr

ÉDITO



Tendances

- 4 Les villes de plus en plus Smart
- 6 Marketing sur les réseaux : où en est-on ?
- 8 Télétravail et éducation à distance : avancée ou impasse ?

Jeux

- 16 Numérimots mêlés : Retrouve les mots du numérique !
- 16 Quiz en podcast

Dossier IA

- Ameca, le robot le plus évolué 10
- L'IA : un défi juridique à relever 12
- Inventions prometteuses de cette nouvelle technologie 14
- Une croissance spectaculaire prévue d'ici 2032 15
- Dubaï modernise la police : découvrez comment ! 15

« C'est avec honneur que nous terminons cette tradition du DUT InfoNum et avec fierté que nous passons la relève aux étudiants en BUT. »

Ainsi, par un enthousiasme teinté d'un brin de nostalgie s'achevait en 2022 l'édito de l'ultime édition du Magnum des DUT. Mais la fin d'une ère annonce l'avènement d'une nouvelle : c'est désormais sur nos épaules que repose la lourde tâche de fonder le magazine de la toute première génération des BUT.

Nous reprenons le flambeau laissé par nos prédécesseurs, mais notre travail ne s'arrête pas là. Plus qu'un simple magazine, cette année, le Magnum est multi-plateforme ! Vous pourrez désormais retrouver des informations sur le site web dédié et écouter une série de podcast captivante. Bien entendu, le magazine en tant que tel ne manque pas à l'appel. Une refonte complète vous invite à découvrir des articles portant sur des sujets inédits : parcourez les tendances du numérique au travers du télétravail et du marketing digital,

explorez l'immense univers de l'IA, les défis juridiques qu'il représente et les potentiels qu'il peut offrir, enfin, faites connaissance avec l'indispensable guide des personnalités à suivre en 2024.

Qui plus est, cette année s'avère particulièrement animée. Les attentes concernant le déroulement des Jeux Olympiques en France poussent les organisateurs à utiliser davantage le numérique. L'explosion de l'utilisation de l'IA par le grand public interroge quant au rôle qu'elle incarnera lors des nombreuses élections à venir, alors que la moitié de la population mondiale sera appelée aux urnes. Plus que jamais, le monde digital s'immisce au cœur de toutes nos préoccupations. Il est finalement de notre devoir de diffuser au plus grand nombre des informations visant à mieux appréhender le numérique, mieux l'utiliser et ainsi, mieux l'intégrer.

Alors, c'est au nom de l'ensemble de la rédaction que nous vous souhaitons une plaisante lecture. Installez-vous confortablement, préparez-vous à vivre une expérience unique : bienvenue dans Magnum !

Eloïse Lévêque

Actus

- Réseaux sociaux : 15 ans, c'est la majorité numérique établie 17
- Les plateformes numériques se font rappeler à l'ordre 18
- De Twitter à X, les bouleversements qui font polémiques 19
- Monde virtuel : Casque VR professionnel, gaming ou social, quelle immersion choisir ? 20

Portraits

Profils à suivre

21

24

Directrice de la publication : Maryse Rizza, Maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication

Editeur : IUT de Tours

Pôle web : Paul Godard, Janis Bazile, Matéo Diaz et Fadoua El Hanafi, sous la direction de Marc Frèrebeau

Pôle print : Jeanne Mousseau, Shadée Privet, Eloïse Lévêque et Soren Le Floch, sous la direction d'Aurélien Ravon

Pôle communication : Faustin Surtel, Andreia Mota et Anaïs Fauquemberg, sous la direction de Maryse Rizza

Pôle podcast : Amandine Hallie, Manon Hervé, Gwendal Aubé et Léo Arhab, sous la direction de Louise Regent

Impression : Picsel imprimerie de l'Université de Tours

Tirage : 300 exemplaires

Source : Crédits photos Freepik et Pexel et droit d'utilisation des images des portraits

Les villes de plus en plus Smart

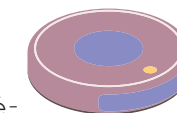


La ville telle qu'on la connaît actuellement est amenée à se transformer en smart city. La "Smart city", ou ville intelligente, est un concept de développement urbain qui a pour but d'améliorer la qualité de vie des citoyens. Ses progrès concernent tous les domaines liés à la ville, notamment les infrastructures numériques, l'Internet des objets, dans ses différents aspects comme les territoires intelligents, les voitures et les transports en commun connectés, les initiatives environnementales. Les infrastructures numériques concernent principalement le haut débit, qu'il s'agisse de haut débit fixe (fibre optique) ou de haut débit mobile (5G). L'internet des objets représente l'ensemble des objets connectés qui améliorent la vie au cœur de la smart city. L'innovation la plus importante concernant l'internet des objets est sûrement la voiture sans conducteur. Différents niveaux permettent de classer le niveau d'autopilotage d'une voiture. Il y a peu, le patron de Tesla, Elon Musk a annoncé la sortie du niveau 5, la voiture pourra alors rouler seule sans l'intervention du conducteur. Pour l'instant, ce projet demeure toujours expérimental, de plus, les réglementations européennes n'autorisent pas ce niveau d'autopilotage sur les routes, mais cela risque de changer rapidement. La voiture ne sera pas le seul moyen de transport de la smart city, il y aura aussi une gamme variée de solutions de mobilité tournées vers l'écologie. En effet, elle sera l'un des enjeux les plus importants de la smart city. On peut déjà voir des villes comme Oslo qui utilise les nouvelles technologies dans un but écologique

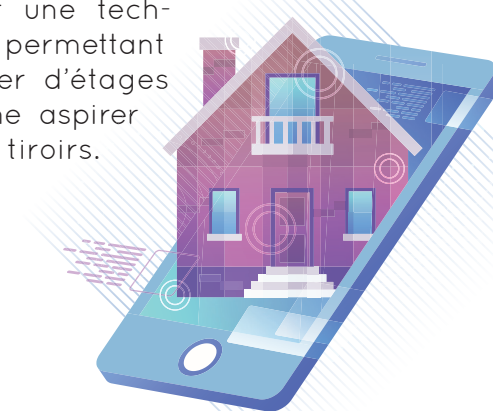
pour améliorer le quotidien de ses habitants (éclairages intelligents, transports électriques). On peut aussi prendre l'exemple de Barcelone où des capteurs LED surveillent à la fois le trafic urbain, la qualité de l'air, mais également l'activité des piétons ainsi que le bruit des rues. Les enjeux de la smart city sont complexes, ils sont à la fois écologiques et technologiques mais sont avant tout créés pour les habitants de la smart city.



Les robots aspirateurs



Les robots aspirateurs présentent de nombreux avantages. Tout d'abord, ils sont automatiques, ils permettent donc de ne plus avoir à passer soi-même l'aspirateur. De plus, ils sont programmables afin de passer à certaines heures et de ne pas déranger lors de son passage. Ils peuvent aussi s'adapter à plusieurs types de sol. Le prix de ces aspirateurs varie de 100 à 1 500 euros. A l'avenir, il est possible que les aspirateurs soient munis de panneaux à énergie solaire. En effet, il est parfaitement adapté à la récupération d'énergie solaire, puisqu'il se trouve simplement dans un coin de la pièce une grande partie de la semaine. Ce n'est pas tout, les robots aspirateurs peuvent aussi être combinés avec d'autres appareils ménagers, comme les robots serpillères et effectuer un travail combiné. Les robots aspirateurs pourront être capables de monter les escaliers. La marque Dyson a déjà pu déposer des brevets sur une technologie permettant la monter d'étages et, même aspirer dans les tiroirs.



La maison connectée



Nos logements sont amenés à changer, nous voyons apparaître des logements plus orientés sur l'écologie et le confort avec des espaces verts au cœur même des appartements. Les innovations sont maintenant omniprésentes dans ceux-ci, on y voit apparaître de plus en plus d'appareils du quotidien qui deviennent connectés, comme par exemple, les télévisions, les enceintes ou encore les ampoules. La domotique est maintenant, un enjeu essentiel avec des assistants vocaux qui permettent de contrôler l'ensemble de ces appareils domestiques. De plus, la connexion à internet de tous ces différents appareils, permet un contrôle total depuis le smartphone. La technologie participe aussi à rendre la maison plus écologique grâce à une régulation de la température ou encore de la luminosité.

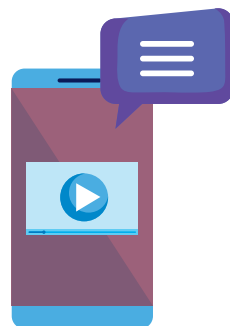
Les robots tondeuses

Comme pour les robots aspirateurs, les robots tondeuses ne demandent pas d'interventions humaines. La tonte peut avoir lieu tous les jours, ce qui permet d'avoir un terrain très bien entretenu sans effort et réduit les risques de nuisible dans votre jardin. Il y a cependant quelques inconvénients à posséder un robot tondeuse. Il ne convient pas aux terrains les plus accidentés. Il coûte plus cher qu'une tondeuse classique, entre 500 et 3 000 euros. Enfin, avec un

robot tondeuse, il ne faut rien laisser traîner au risque de voir son tuyau d'arrosage ou ses lunettes de soleil se faire écraser. Ces nouveaux appareils connectés proposent de nombreux avantages, le point négatif le plus important pour l'instant est leurs prix qui restent plutôt élevés. Mais si celui-ci sera sûrement amené à diminuer dans le futur. Ces différents appareils composent la maison du futur, elle ne sera pas seulement ultra connectée, mais aussi écologique. En effet, une grande partie de l'énergie nécessaire à son fonctionnement viendra d'énergies renouvelables.

Marketing sur les réseaux : Où en est-on ?

Durant ces dernières années, le marketing est en constante évolution due à l'arrivée des différents médias sociaux. De nouvelles pratiques sont entrées en vigueur et sont devenues de plus en plus fréquentes. Retour sur ces nouvelles pratiques utilisées par les marques.



L'émergence des vidéos courtes

TikTok a été lancé en 2016, suite au confinement ce réseau social a pris une autre dimension, et est fortement utilisé, particulièrement chez

les jeunes. Cette application permet la publication et le visionnage de courtes vidéos. Ce mode de consommation novateur s'est rapidement répandu sur les autres réseaux sociaux. Youtube a suivi le pas en lançant "Shorts", Instagram a mis en place les "Reels" et SnapChat a lancé les "Spotlights".

Cet engouement pour les vidéos courtes a ouvert de nouvelles possibilités pour le marketing numérique. Les marques s'adaptent donc, à ce nouveau mode de consommation et publient des vidéos courtes et percutantes, permettant de promouvoir leurs produits ou leurs services. Ainsi, des vidéos sponsorisées s'immiscent dans le fil des utilisateurs, éventuellement intéressés en vue des habitudes d'interaction sur le réseau social concerné. C'est devenu le format le plus plébiscité pour le marketing.

Les utilisateurs au services du marketing

L'UGC (User Generated Content) est le contenu généré par les utilisateurs. Cela peut se présenter sous forme de vlog, retour d'expérience en vidéos ou en photo. Cette pratique à le vent en poupe dans le marketing, car les usagers s'appuient beaucoup sur les avis d'autres internautes. Sur le compte de certaines marques, on peut donc retrouver des photos directement partagées par des consommateurs. L'un des avantages de l'UGC pour les entreprises est qu'il n'a aucun coût. En termes d'image, cela leur ajoute de la crédibilité. L'UGC va être de plus en plus utilisée dans les prochaines années.

Vers du marketing interactif

Les marques privilégient l'échange avec les usagers sur les différents réseaux sociaux, en particulier sur X (ex Twitter). Cette stratégie repose sur l'interactivité. Elles répondent aux différents clients critiquant les produits, le plus souvent cela est fait de façon humoristique. Cette approche crée une image positive de la marque.

Les marques postent aussi des publications, qui incitent les usagers à répondre et à créer de l'interaction. Ainsi, ils augmentent leur capital sympathie et créent un sentiment de communauté.

Sur des réseaux tels que SnapChat ou Instagram, des filtres personnalisés aux couleurs des marques ou des produits sont disponibles. Beaucoup d'entreprises prennent en main ce nouvel outil, à l'image de Samsung qui propose un filtre qui place un téléphone sur le visage des usagers. Cela permet aux utilisateurs d'avoir une expérience immersive avec leurs marques, et d'en garder une trace en prenant une photo d'eux avec le filtre.



Influenceurs, toujours tendance

La loi du 9 juin 2023 a permis d'encadrer l'influence commerciale sur les réseaux sociaux et de réduire les dérives des influenceurs. Néanmoins, l'utilisation d'influenceurs pour faire la promotion des marques n'a pas diminué et est toujours d'actualité pour longtemps.

Les publications sponsorisées sur Instagram sont bien présentes. Les marques profitent de leur collaboration avec des influenceurs, pour faire des concours, incitant aux partages et aux commentaires afin d'être mieux référencées. Les stories sont aussi utilisées pour effectuer des partenariats avec des instagrammeurs, snapchatteurs ou tiktokeurs.

Sur Youtube, la pratique de la publication de contenu sponsorisé est devenue courante chez les vidéastes depuis maintenant plusieurs années. Les youtubeurs produisent régulièrement des vidéos sponsorisées, pour financer des projets à venir, pour des revenus supplémentaires ou bien directement la vidéo en elle-même demandant un gros budget. Des marques se sont faites en grande partie connaître, en sponsorisant des vidéos à l'image de la marque de coque de téléphone Rhinoshield.

L'essor du service de streaming Twitch a ouvert de nouvelles opportunités pour le marketing. Les streamers ont la possibilité, de faire des lives sponsorisés par des marques, pour promouvoir des produits ou des services. Cette tendance s'est particulièrement développée dans le domaine du jeu vidéo, l'audience de base de Twitch. Mais cela se diversifie de plus en plus dans d'autres domaines, comme en témoigne un live spécial du streamer Amine sponsorisé par la plateforme de streaming musicale Spotify. De grands événements sont aussi organisés sur la plateforme demandant

des financements conséquents, ce qui est une aubaine pour les marques. Par exemple, le 9 septembre 2023 avait lieu le GP Explorer 2, une course de F4 entre influenceurs et rappeurs sur la chaîne Twitch de Squeezie, a été sponsorisée principalement par Samsung. Les marques sponsorisent aussi, désormais les chaînes Twitch à l'année, ce qui leur permet d'être exposées et citées régulièrement dans les lives du streamer sponsorisé.

Les nano-influenceurs (moins de 10 000 followers) et les micro-influenceurs (entre 10 000 et 50 000 followers) sont la grande tendance pour les marques. Ils sont de plus en plus sollicités pour des partenariats. Ces créateurs de contenus paraissent souvent plus accessibles et proches de leur communauté. Certains de ces influenceurs ont une portée locale nouant une proximité géographique avec leurs abonnés. D'autres se distinguent comme étant spécialisés dans un domaine en particulier permettant de réunir autour d'eux une communauté plus restreinte, mais plus impliquée. Pour les marques, c'est l'opportunité de toucher des consommateurs non seulement intéressés par votre produit ou service, mais aussi plus susceptibles de l'acheter.

Restos et réseaux sociaux

40%

des jeunes entre 18 et 25 ans préfèrent utiliser Instagram ou TikTok plutôt que Google pour trouver des informations sur des restaurants selon une étude Google. Instagram a mis en place une carte référençant différents établissements.

Soren Le Floch

Télétravail et éducation à distance : avancée ou impasse ?



Genèse du télétravail

La naissance du télétravail est étroitement liée aux avancées technologiques. Aux États-Unis, le concept de travail à distance a émergé dès les années 1950, influencé par les recherches sur la cybernétique de Norbert Wiener. C'est en 1972 qu'apparaît le terme "Téléwork" dans le Washington Post. En France, le terme est introduit par l'ingénieur Louis Brunel en 1978, mais sans grand succès initial. L'adoption du télétravail a réellement commencé dans les années 1980, avec la généralisation de l'informatique dans les entreprises françaises et la création du premier ordinateur portable par Apple.

Avantages et défis du télétravail

Le travail à distance présente de nombreux avantages, tels que la réduction du temps de déplacement, ce qui peut améliorer la productivité grâce à un environnement de travail plus calme et moins de distractions. Il offre également une plus grande autonomie et une meilleure qualité de vie grâce à des horaires flexibles qui facilitent l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

Le travail à distance a également ses désavantages, tels que la solitude, le sentiment de ne pas faire partie de l'entreprise, la difficulté de séparer sa vie professionnelle et personnelle en raison d'une connexion constante, ainsi que le risque de devenir sédentaire. Ces éléments peuvent avoir un impact négatif sur le bien-être des télétravailleurs et nécessitent donc des mesures pour les atténuer.

Horizons du télétravail

En ce qui concerne l'avenir du travail à distance, diverses prédictions et scénarios sont envisagés. Parmi ces prévisions, il est suggéré que l'adoption d'une loi généralisant

le télétravail pourrait être envisagée, ce qui indiquerait une évolution vers une plus grande flexibilité et autonomie au sein des entreprises. En ce qui concerne les espaces de travail partagés, il est probable que leur utilisation augmente, car ils offrent une alternative souple pour ceux qui ne souhaitent ni travailler à domicile, ni dans un bureau traditionnel. Il est envisagé que des entreprises

qui adoptent actuellement une approche hybride, pourraient passer au télétravail à plein temps, car offrir une telle souplesse devient un atout pour attirer et fidéliser les talents.

Le télétravail, qui a débuté comme un concept novateur lié aux progrès technologiques, s'est transformé en une pratique courante, en réponse à des circonstances imprévues comme la pandémie. Ses avantages et inconvénients continuent d'être évalués tandis que son avenir pourrait impliquer des changements significatifs dans notre rapport au travail.

Le télétravail à l'Ère du Numérique

7,2%

des salariés français pratiquaient le télétravail avant la pandémie, en novembre 2019.

30%

des actifs travaillent à distance à temps plein pendant le confinement.

38%

des salariés pratiquent le télétravail, avec une moyenne de près de deux jours par semaine, en 2021.

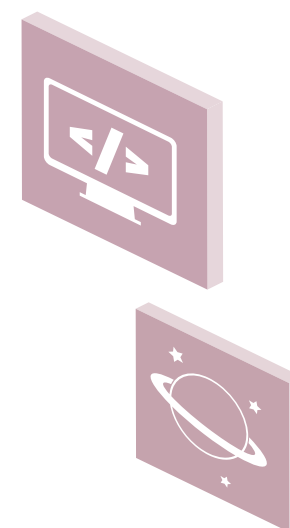
70%

des actifs pouvant télétravailler facilement, l'ont pratiqué au moins partiellement.

Vers une révolution éducative ?

Le e-learning est une modalité d'enseignement à distance s'appuyant sur des technologies numériques, principalement Internet, pour offrir un apprentissage interactif et autonome. Apparue dans les années 1960 avec les premiers programmes d'enseignement assisté par ordinateur, il a véritablement décollé avec la diffusion d'Internet. Les années 2000 ont vu le développement de plateformes dédiées, rendant l'enseignement numérique largement accessible. L'e-learning se caractérise par sa flexibilité, permettant d'étudier de manière asynchrone grâce à des ressources variées comme les vidéos, les forums et les quiz.

L'éducation à distance, en revanche, est un terme plus général qui désigne tout type d'apprentissage où, l'enseignant et l'apprenant ne sont pas physiquement au même endroit. Elle peut inclure l'e-learning, mais aussi d'autres méthodes.



Avantages et défis de l'enseignement à distance

Les avantages de l'enseignement à distance incluent, une flexibilité accrue et l'accessibilité des cours en ligne à tout moment et de n'importe où. Ce qui est particulièrement bénéfique pour ceux ayant des horaires chargés, habitant loin des centres éducatifs ou préférant étudier depuis chez eux. De plus, les coûts sont généralement réduits par rapport à l'enseignement traditionnel en présentiel, et il y a une large gamme de programmes disponibles en ligne. Néanmoins, il existe des défis, comme l'isolement, la solitude, le manque de structures, les problèmes techniques, le manque d'interaction en temps réel et les préoccupations concernant la qualité de l'enseignement.

Horizons de l'apprentissage à distance

L'avenir de l'enseignement à distance et du e-learning semble prometteur et centré sur l'innovation technologique. Un guide d'Education Development Center fait le lien entre les leçons tirées de la pandémie de COVID-19 et l'avenir des technologies à distance, mettant en lumière des technologies courantes comme le multimédia, la réalité virtuelle et augmentée, ainsi que les technologies mobiles et en ligne. Il fournit également des ressources et des outils pour la conception de cours en ligne et présente des conseils pratiques pour l'enseignement, la conception de cours et l'assurance qualité. Des modèles d'apprentissage à distance, dans divers contextes mondiaux sont explorés, y compris l'utilisation de jeux d'apprentissage numériques et de réalité étendue, soulignant l'évolution continue et la diversification de l'e-learning.

L'avenir de l'enseignement à distance est lié à l'intégration de nouvelles formes de travail collaboratif, comme le coworking, dans les environnements éducatifs. Les universités commencent à intégrer des espaces de coworking, pour répondre aux besoins de flexibilité, d'esprit collaboratif et d'amélioration du bien-être des étudiants.



« Je pense, donc je suis. »
Malheureusement pour
Descartes, l'intelligence
artificielle peut désormais
"penser" comme un
cerveau humain, si ce n'est
davantage. La machine
nous remplacera-t-
elle, ou deviendra-t-elle
notre meilleure aliée ?
Découvrez le dans cette
rubrique !



Ameca, le robot le plus évolué

C'est dans une optique de
révolution technique par l'IA que la
start-up britannique Engineered
Arts travaille sur Ameca, le robot
le plus avancé de nos jours.

Un visage qui vaut mille mots

Imaginez un robot qui peut froncer les sourcils,
sourire, ou même afficher un air perplexe. Non,
ce n'est pas le dernier personnage Pixar, mais
bien Ameca, le robot IA aux expressions faciales
si réalistes qu'on se demande s'il ne va pas
commencer à nous raconter des blagues.
Ameca est le fruit d'un travail acharné d'ingénieurs

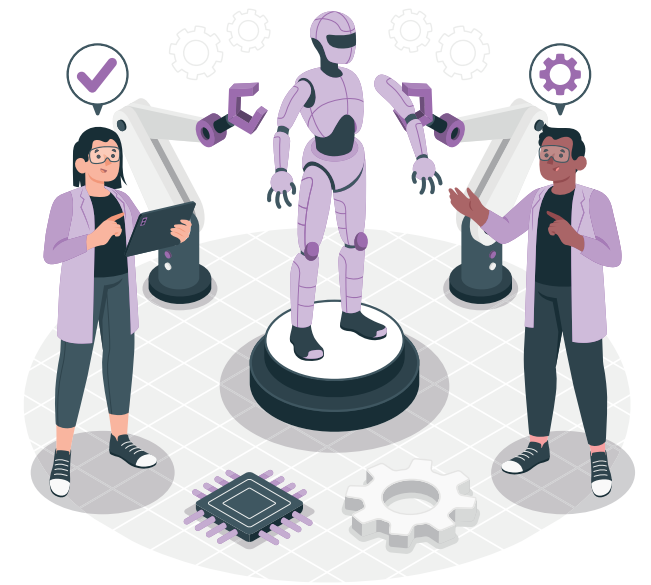


Pour en savoir plus
sur l'IA, scanne moi

et de chercheurs qui ont décidé de repousser
les limites de l'intelligence artificielle. Ameca
n'est pas seulement un champion de la mimique,
c'est aussi un prodige de l'apprentissage. Ses
yeux, équipés de capteurs électroniques, lui
permettent d'absorber les informations de son
environnement comme une éponge. Ce n'est pas
tout : il se souvient de ses expériences passées
pour mieux adapter ses réactions émotionnelles
aux situations nouvelles. Un peu comme nous
après avoir goûté à un plat trop épicé, Ameca
apprend de ses erreurs.

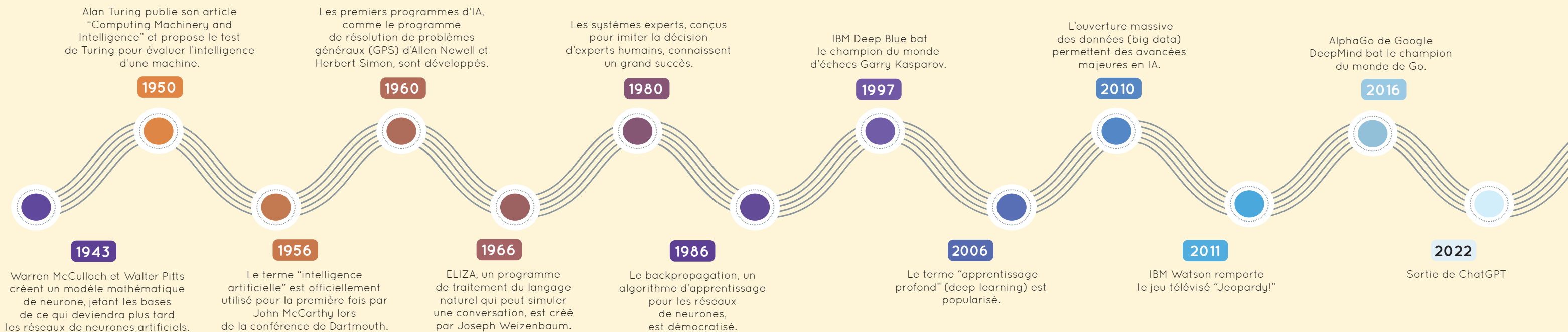
Un petit pas pour Ameca, un grand pas pour la robotique

Bien que toujours en développement, Ameca est
déjà une star. Il représente un pas de géant dans
le monde de la robotique et de l'intelligence
artificielle. Ameca n'est pas qu'un simple
assemblage de câbles et de circuits. C'est une
fenêtre ouverte sur demain, un aperçu de ce que
sera notre interaction avec les machines dans les
années à venir.



Un avenir plein de promesses

Pour l'instant, Ameca ne peut pas
encore nous suivre dans une danse
endiablée, car ses jambes sont aussi
flexibles qu'une barre de fer. Mais
ne vous y trompez pas, ses bras
et son visage sont d'une humanité
surprenante. Il pourrait un jour devenir
le compagnon idéal pour ceux qui
cherchent une présence robotique à
la maison. Et voilà, l'histoire d'Ameca,
le robot qui pourrait bien être le
nouveau meilleur ami de l'homme...
ou du moins, le plus avancé à l'heure
actuelle. Restez branchés pour plus
de récits où la technologie rencontre
l'humanité, et où l'avenir s'écrit
aujourd'hui.





L'IA : un défi juridique à relever

En France : La loi et l'IA à l'épreuve des Jeux Olympiques 2024

La France, anticipant les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, a instauré une législation, permettant l'utilisation d'analyses génétiques et le traitement algorithmique des images via la vidéoprotection ou des drones. Toutefois, cette loi a été scrutée par le Conseil Constitutionnel qui a émis des réserves d'interprétation pour s'assurer de la conformité avec les droits fondamentaux. L'article 5 de la loi, en particulier, a suscité le débat, car il autorise les analyses génétiques sans le consentement préalable du sportif, ce qui, selon certains députés, pourrait porter atteinte au respect de la vie privée, à la préservation de la dignité humaine et à la liberté individuelle.

“L'article 5 [...] pourrait porter atteinte au respect de la vie privée, à la préservation de la dignité humaine et à la liberté individuelle.”

Le Conseil constitutionnel a réaffirmé que la liberté implique le droit au respect de la vie privée, surtout en ce qui concerne les données génétiques. Il a jugé que les dispositions législatives visent à renforcer la lutte contre le dopage, un objectif de valeur constitutionnelle pour la protection de la santé et de l'ordre public. Cependant, il a encadré strictement l'utilisation des données génétiques, limitant leur usage à la détection de substances interdites ou de méthodes de dopage, et seulement si d'autres techniques sont insuffisantes pour ce faire.

Les directives sur la responsabilité en matière d'IA

En plus de l'IA Act, deux directives ont été présentées en 2022 pour établir un système global de responsabilité civile. Cela comprend une directive sur les produits défectueux et une sur la responsabilité en matière d'IA. Ces directives visent à harmoniser les règles entre les États membres pour les actions civiles en réparation d'un dommage subi, relatif à des fautes extra-contractuelles liées à la conception de l'IA.

Ces initiatives législatives reflètent une prise de conscience accrue des implications éthiques et juridiques de l'IA et une volonté de protéger les citoyens tout en favorisant l'innovation responsable.

“Une volonté de protéger les citoyens tout en favorisant l'innovation responsable.”

Dans l'Union Européenne : L'Acte d'Intelligence Artificielle

L'Union européenne, consciente de l'impact transformateur de l'IA, a proposé le “Artificial Intelligence Act (IA Act)”, qui vise à imposer des obligations préventives aux opérateurs économiques dès la conception d'une IA. Ce règlement est conçu, pour intégrer un marché unique européen compétitif et innovant, tout en respectant les droits fondamentaux des individus.

Le IA Act s'aligne avec le RGPD en termes de champ d'application, s'appliquant aux fournisseurs et aux utilisateurs d'IA dans l'UE, ainsi qu'à ceux en dehors de l'UE qui utilisent des résultats générés par une IA dans l'Union. Un système de sanctions est prévu, allant de 2% à 6% du chiffre d'affaires annuel mondial de

l'entreprise, en fonction de l'infraction. De plus, des obligations de transparence et de suivi sont imposées, avec des mesures préventives proportionnelles au niveau de risque que l'IA pourrait présenter.

Les risques sont classés de minimal à inacceptable. Les pratiques interdites, comme les techniques de manipulation de la population ou la mise en place de systèmes de notation sociale, sont considérées comme inacceptables. Les IA à risque élevé incluent celles qui interviennent dans la santé, la sécurité, ou qui influencent les droits fondamentaux des personnes. Les États membres conservent une marge de manœuvre dans le choix de l'autorité de contrôle, avec la CNIL en France identifiée comme autorité de contrôle potentielle.

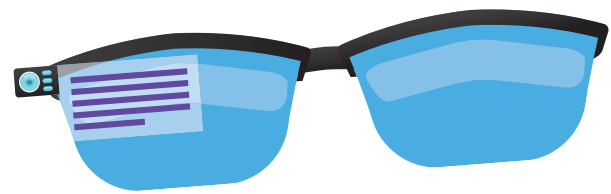
Inventions prometteuses de cette nouvelle technologie



Des lunettes IA : une nouvelle perspective pour les personnes malentendantes



Les lunettes dotées de technologies d'intelligence artificielle (XRAI) se profilent comme une solution novatrice pour les personnes malentendantes, offrant une meilleure qualité de vie et une communication améliorée. Ces dispositifs intelligents intègrent des fonctionnalités telles que la reconnaissance de la parole, l'affichage de sous-titres en temps réel, et même la traduction en langage des signes, permettant aux utilisateurs de mieux comprendre et de participer activement aux conversations. De plus, ces lunettes se distinguent par leur discrétion et leur praticité, éliminant ainsi la stigmatisation associée aux appareils auditifs traditionnels. À l'intersection de la technologie et de l'accessibilité, ces lunettes IA ouvrent la voie à une expérience plus inclusive pour les personnes malentendantes, favorisant une meilleure intégration sociale et une communication plus fluide.



Les camions intelligents

Suez et Logiroad.ai ont annoncé leur partenariat pour développer des "camions intelligents" utilisant l'intelligence artificielle pour détecter les défauts des routes. Les caméras de Logiroad installées sur les camions de collecte des déchets permettront aux collectivités d'obtenir une analyse continue de l'état des routes, facilitant ainsi la planification et l'optimisation des travaux d'entretien. Actuellement, l'entretien des routes coûte 15 milliards d'euros par an en France. Logiroad, créée en 2012 par Yann Goyat, ancien chercheur de l'IFFSTAR, utilise des outils automatisés basés sur l'intelligence artificielle pour réduire ces coûts.

La solution consiste à équiper les bennes des camions de collecte des déchets de caméras Logiroad.ai, qui capturent des images pour analyser les déformations, fissures et autres défauts de la chaussée. Les données sont ensuite utilisées pour établir un état des lieux précis de la voirie, permettant aux collectivités de planifier des travaux de maintenance efficaces. La métropole de Rennes a déjà expérimenté ce service sur plus de 200 km de routes.

Yann Goyat souligne que ce partenariat permettra aux collectivités clientes de Suez de cartographier en temps réel l'état de leurs routes, optimisant ainsi leur budget d'entretien. Suez envisage d'étendre la collecte de données à d'autres paramètres, illustrant son engagement à accompagner les collectivités dans leurs problématiques d'aménagement urbain et d'attractivité. La solution de "camion intelligent" est considérée comme le début d'une histoire encore à développer, ouvrant des opportunités pour de nouvelles fonctionnalités telles que la qualité de l'air ou les diagnostics environnementaux des bâtiments.



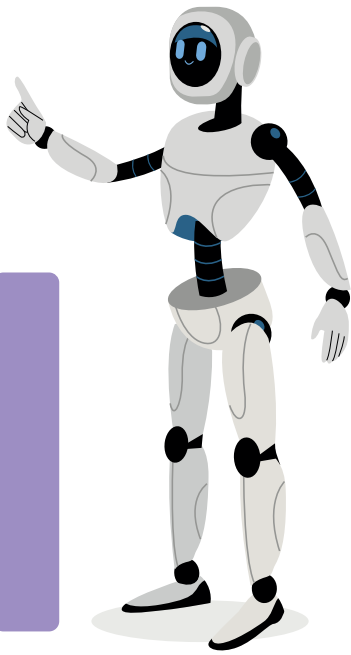
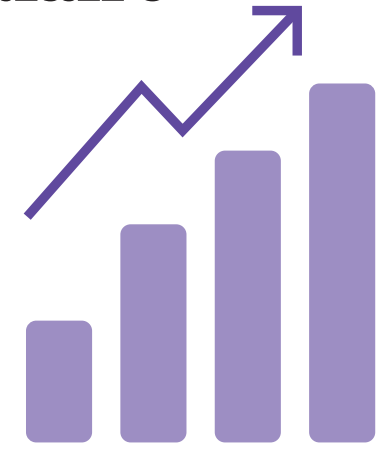
Janis Bazile

Une croissance spectaculaire prévue d'ici 2032

Le marché de l'intelligence artificielle (IA) connaît une croissance spectaculaire, avec des chiffres impressionnants prévus pour les prochaines années. En 2022, il a été évalué à 454 milliards USD, mais d'ici 2032, il devrait atteindre environ 2 575 milliards USD.

L'Amérique du Nord a dominé le marché en 2022, avec une part de marché de plus de 36 %. Cette position de leader est le résultat d'une forte demande pour des produits matériels et logiciels automatisés de pointe dans le pays, ainsi que de politiques gouvernementales favorables à l'innovation technologique. Cependant, l'Asie-Pacifique devrait enregistrer la croissance la plus rapide, avec un TCAC (taux de croissance annuel composé) estimé à 20,3 % pendant la même période, grâce à des investissements croissants dans l'adoption de l'IA.

Parmi les tendances technologiques à surveiller, le deep learning (type d'intelligence artificielle qui utilise des réseaux neuronaux artificiels pour apprendre) se démarque, représentant 36 % de part de marché en 2022.



En outre, le segment des services a joué un rôle significatif, contribuant à hauteur de 39 % de part de marché en 2022. Les secteurs des services financiers, bancaires et d'assurances ont également été des moteurs essentiels, avec une part de marché de 16 % en 2022. La croissance de ce marché est alimentée par la rapide évolution des technologies numériques et d'Internet, ainsi que par les investissements substantiels des géants de la technologie dans la recherche et le développement. Les initiatives gouvernementales favorables, telles que le programme Digital India en Inde, ont également joué un rôle majeur dans la stimulation de l'adoption de l'IA.

Dubaï modernise la police : découvrez comment !

Dubaï se prépare à révolutionner ses forces de l'ordre en déployant les "Autonomous Police Patrol M02", des voitures de patrouille autonomes alimentées par l'électricité et dotées d'une intelligence artificielle avancée. Après cinq ans de développement, par une équipe de 65 ingénieurs, ces véhicules marquent une avancée significative dans l'application de la loi. Ils sont équipés de caméras de sécurité à 360 degrés, de technologies de reconnaissance faciale, et d'une IA capable de détecter les comportements suspects avec une précision impressionnante de 99,99 %.

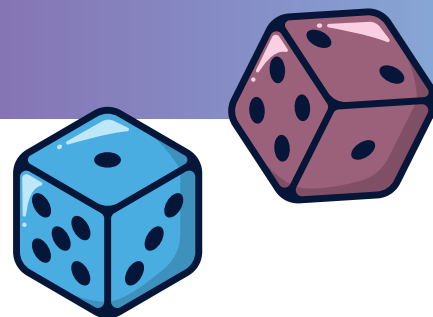


Ces voitures ont une autonomie de patrouille pouvant atteindre 15 heures et peuvent être dirigées à distance par un opérateur humain. Leur conception unique inclut des systèmes de roues indépendantes pour une maniabilité exceptionnelle, ainsi qu'un fonctionnement silencieux pour une présence discrète. De plus, elles intègrent un lanceur de drone, un détecteur radar et une caméra de surveillance, renforçant ainsi leurs capacités de surveillance. Cependant, elles devront subir des tests rigoureux pour garantir leur sécurité, avant de faire leur apparition sur les routes d'ici les 12 prochains mois.

Andreia Mota

Numérimots mêlés

Retrouve les mots du numérique !



VEILLE

DATA

ARCHIVAGE

METADONNEE

NUMERIQUE

COMMUNICATION

COOKIES

WEB

RESEAU

INFOGRAPHIE

COLLABORATION

DESIGN

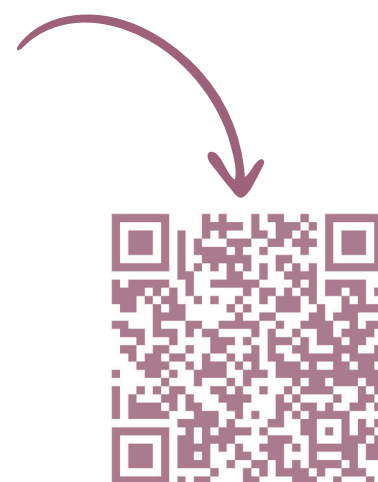
Q A R C H I V A G E B C X E T
L S V R E S E A U N H L U S C
T K E N Z H O J K W G Q X O O
D L I D Z X E J G U I G M G L
A Z L Y B I F C N R B M C O L
T C L G W A Q X E G U S M S A
A Y E E A E K M J N I T A O B
L U W K B H U N I S M S L J O
G W E B I N R C D E H Q E R R
I N F O G R A P H I E J F D A
I T D R O T C P I K L C V V T
L J T P I C X N R O V J U Y I
A K L O J C R Y E O L E G Q O
U C N R V O Z W C C A T W B N
M E T A D O N N E E A U E Y E

Pour voir les réponses, se rendre à la page 26.

Quiz en podcast

Plongez au cœur de l'action avec le podcast "Un Magnum en or !".

Tentez de deviner quelles réponses ont été les plus choisies par les étudiants !



Réseaux sociaux : 15 ans, c'est la majorité numérique établie

Les données issues d'une enquête de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL), réalisée en 2021, indiquent que l'âge moyen pour la première inscription sur un réseau social, est d'environ 8 ans et demi, avec plus de la moitié des enfants âgés de 10 à 14 ans déjà présents sur ces plateformes. La loi du 7 juillet 2023, impose la majorité numérique à 15 ans et vise à réduire la haine en ligne. Avec l'application de la loi, cette majorité numérique s'appliquerait également aux comptes déjà existants et détenus par des mineurs de moins de 15 ans.

Dans le cadre de cette législation, il est prévu de refuser l'inscription à ces services pour les jeunes en dessous de la majorité numérique, sauf si l'un des parents donne son consentement. Lors de l'inscription, les enfants et leurs parents devront être informés des risques liés à l'utilisation des plateformes numériques, des moyens de prévention, ainsi que des conditions d'utilisation de leurs données personnelles. Un dispositif de contrôle du temps passé en ligne sera activé lors de l'inscription, avec des notifications régulières pour informer le jeune. Les parents auront également la possibilité de demander la suspension du compte de leur enfant.

L'objectif principal de ces mesures est la prévention du harcèlement en ligne et des dangers associés à l'utilisation d'Internet. Effectivement, les chiffres atteignent des records, 28,4 % des collégiens seraient victimes de cyberviolences en 2022, selon Statista. Cela implique aussi la diffusion de messages de prévention et la facilitation de signalement de contenus illicites. La responsabilisation des plateformes est aussi un but visé par cette nouvelle législation.

Cette nouvelle loi soulève bon nombre de questions, et notamment celle-ci : comment les plateformes

pourront-elles faire appliquer cette loi ? En effet, la limite d'âge étant jusqu'ici fixée à 13 ans pour s'inscrire sur les réseaux sociaux, il est déjà attesté que des mineurs, dès l'âge de 8 ans, arrivent à accéder à ces entités. La technique est simple : il suffit de changer sa date de naissance lors de l'inscription. Le texte ne précisant pas le moyen de vérification, le conseil d'Etat souhaiterait confier à l'ARCOM, accompagné de la CNIL, le soin de trouver la solution technologique adéquate à ce problème.



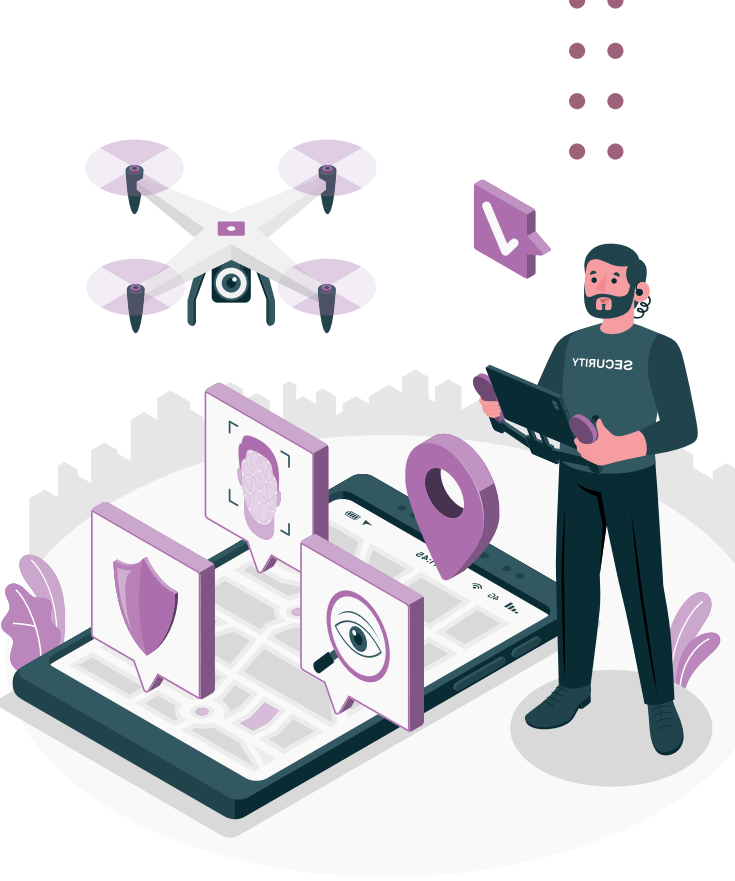
Les plateformes numériques se font rappeler à l'ordre

Le Règlement européen sur les services numériques (DSA) propose diverses mesures et règles visant à rendre les plateformes en ligne plus responsables, en abordant des sujets tels que la modération du contenu, la transparence des publicités politiques, la lutte contre la désinformation, la protection des jeunes utilisateurs, et d'autres aspects de la gestion des contenus sur internet.

Il vise à établir des exigences plus rigoureuses, pour retirer les contenus illicites, tout en mettant en place des mécanismes assurant la transparence et la responsabilité des plateformes, envers leurs utilisateurs.

Ce règlement est essentiel pour définir clairement les responsabilités des grandes plateformes numériques, assurant ainsi un internet plus sécurisé, équitable et transparent pour les utilisateurs de l'Union européenne. Il entre en vigueur le 17 février 2023.

Les grandes plateformes numériques devront désormais faire preuve de transparence (dans la modération des contenus, le fonctionnement des algorithmes, les données récoltées, etc.), proposer des outils de signalement simples et performants aux utilisateurs. En outre, elles auront pour obligation de publier des rapports



et d'ouvrir l'accès aux données de leurs interfaces, aux chercheurs afin qu'ils puissent étudier et mieux comprendre l'évolution des risques. Mettre en place un statut de "signaleur de confiance", afin de rapporter les contenus illicites par le biais des utilisateurs européens sur les différentes plateformes, est également devenu une exigence légale. Le DSA prévoit d'interdire le ciblage publicitaire sur les mineurs, ainsi que ceux reposant sur les données sensibles.

En cas de non-respect du règlement, les entreprises pourront avoir une amende allant jusqu'à 6 % de leur chiffre d'affaires mondiale. Autrement dit, elles n'ont qu'à bien se tenir !

200 millions d'euros ?

Au salon Viva Technology 2023, le président de la République Emmanuel Macron a fait plusieurs annonces de financement, concernant les nouvelles technologies : plan Tibi 2 pour la deep tech, subventions pour l'intelligence artificielle... Mais aussi l'allocation de 200 millions d'euros pour un appel à projets "culture immersive et métaverse" dans le cadre du plan France 2030.

Contrairement aux autres plans, cet appel à projets n'avait pas été évoqué auparavant. Dans le détail, 150 millions d'euros seront dédiés aux "pratiques de culture immersive et de métavers", tandis que 50 millions d'euros seront investis dans les "briques technologiques" jugées essentielles au secteur.



De Twitter à X, les bouleversements qui font polémiques

Depuis le rachat de Twitter par Elon Musk en octobre 2022, le réseau social a connu une série de bouleversements sans précédent. Le changement de nom de Twitter pour "X", a suscité des réactions passionnées et tranchées parmi les utilisateurs et les observateurs. Retour sur les différents actes qui ont marqué cette transformation radicale de l'une des plateformes de médias sociaux les plus emblématiques.

Le rachat de Twitter

Le jeudi 27 octobre 2022, Elon Musk a tweeté "The bird is freed" pour annoncer l'acquisition de Twitter pour 44 milliards de dollars. Cependant, la tentative sournoise de l'homme d'affaires, propriétaire de Tesla et de SpaceX, de se retirer de l'accord, a déclenché une saga juridique, le forçant finalement à respecter ses engagements. Une semaine après avoir pris le contrôle, Musk dissout le conseil d'administration. Plusieurs dirigeants de l'entreprise, dont le PDG, Parag Agrawal, ont été immédiatement évincés. De plus, il retire l'entreprise de la bourse et réduit de moitié les effectifs, chamboulant la vie de milliers d'employés.

Les réactions des utilisateurs

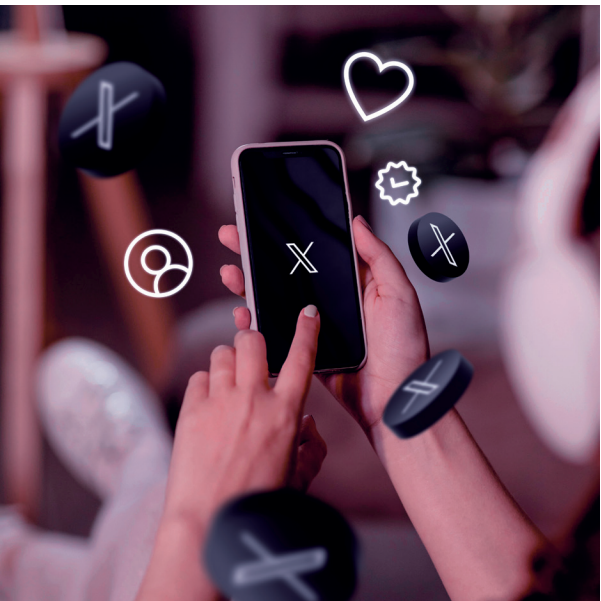


Après l'annonce du changement de nom de Twitter en "X" et la refonte du logo, les réseaux sociaux étaient en ébullition. Les utilisateurs de l'application ont partagé leurs réactions, créant une division nette entre ceux qui soutiennent le nouveau nom et ceux qui préféreraient que celui-ci reste inchangé. Les partisans de la mutation de la plateforme voient en "X" une opportunité de modernisation et d'innovation, espérant que cela pourrait marquer un nouveau départ pour le réseau social. D'autres estiment que ce changement est une trahison de l'histoire et de l'identité de Twitter, regrettant la perte de l'emblématique oiseau bleu.



Le nouveau mode de certification

Cette certification est symbolisée par la coche bleue, et était autrefois un signe de reconnaissance réservé aux personnalités et aux organisations. Cependant, Elon Musk a décidé de modifier ce statut. À partir du 1^{er} avril 2023, la coche bleue a disparu de la plupart des profils. Pour y avoir le droit, les utilisateurs doivent maintenant souscrire à Twitter Blue, une offre payante. Cette évolution suscite des réactions variées, certains utilisateurs refusant de payer pour la certification, tandis que d'autres optent pour Twitter Blue afin de bénéficier des avantages. Cela soulève des questions sur l'égalité d'accès à la certification sur la plateforme.



Monde virtuel : Casque VR professionnel, gaming ou social, quelle immersion choisir ?

Apple lance son nouveau projet

Le géant Apple veut nous vendre son prochain casque "Apple Pro Vision", c'est comme un ticket pour le futur de la réalité virtuelle.

Par exemple, le groupe Meta vous propose le Meta Quest 2 qui se démarque par son accessibilité, un suivi sans capteurs externes, et des interactions sociales, mais il peut présenter une qualité visuelle inférieure. La particularité du Meta Quest est que le groupe souhaite créer un monde virtuel et social, qui repousse les limites de la réalité virtuelle. Dans ce monde, les utilisateurs peuvent interagir, socialiser, travailler et jouer comme s'ils étaient physiquement présents, mais à travers des avatars virtuels. Meta vise à faire travailler les gens à travers le globe, à travers des espaces virtuels partagés, offrant ainsi des possibilités d'expériences immersives collaboratives, que ce soit pour des réunions professionnelles, des concerts en direct ou simplement pour passer du temps avec ses proches.

La différence entre les deux holding est que l'un souhaite professionnaliser le metaverse et le dédier à des activités personnelles tandis que l'autre souhaite dédier sa stratégie sur les liens que nous pouvons faire à travers le monde depuis chez nous.

Apple nous propose son design élégant, des performances technologiques impressionnantes, une intégration parfaite dans l'écosystème Apple, et une qualité audio qui vous transporte, il offre une expérience immersive de haut niveau. Cependant, il faut garder à l'esprit que cette technologie de pointe représente un coût élevé. Si vous n'êtes pas prêt à investir, le monde du virtuel, ne vous ferme pas les portes pour autant, diverses alternatives vous sont disponibles.

Le monde du jeux vidéo

Il existe un autre style d'acteur sur le marché. Les casques VR dédiés aux jeux vidéo se distinguent par leur objectif, proposant une vaste bibliothèque de jeux dédiée, un tracking avancé pour des mouvements précis, et un son spatial immersif. Ils offrent une expérience de réalité virtuelle optimisée pour le gaming, permettant aux joueurs de plonger dans des mondes virtuels hautement détaillés et interactifs. Ces casques sont conçus pour une immersion totale, mais ils sont plus axés sur le jeu que sur d'autres utilisations plus générales, répondant ainsi aux besoins des amateurs de jeux vidéo en quête d'une expérience VR exceptionnelle. Ce produit est donc plus abordable pour les gens, car il est moins développé et puissant que les nouveaux casques de réalité virtuelle.

Gwendal Aubé

Découvrez des acteurs du numérique

Prenez le temps de rencontrer Zoé, Sophie, Terry et Maël, qui ont tous les quatre accepté de répondre à nos questions sur leur métier.

Zoé Pillorger Documentaliste audiovisuel en intermitence

Quel poste occupez-vous aujourd'hui ?

« Depuis la fin de mon alternance je suis, comme on dit dans le jargon, "pigiste". Pigiste est une erreur de langage, ce terme étant utilisé uniquement pour les journalistes.

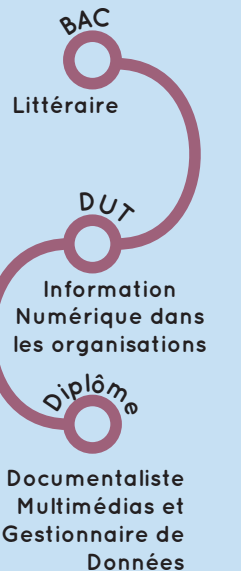
Je suis, en réalité, intermittente du spectacle en documentation audiovisuelle. Pour faire plus court, je suis documentaliste audiovisuel mais je n'ai pas de contrat fixe (type CDD ou CDI) dans une seule et même entreprise. Je suis planifiée sur des journées là où on a besoin de moi. »

Pouvez-vous nous décrire une journée type en tant que documentaliste audiovisuel ?

« L'essence même d'être documentaliste audiovisuel et je dirais même d'être en intermitence du spectacle, c'est qu'il n'y a pas de journée type, pour mon plus grand bonheur.

A ce jour, je suis documentaliste audiovisuel pour TF1/LCI, France Télévisions et M6. J'effectue donc diverses missions pour ces

différentes chaînes. Premièrement, j'indexe des sujets de reportages du 13h et du 20h pour TF1, et du 12.45 et 19.45 chez M6. Ensuite, je traite des rushes de vidéos prises sur le terrain, jugées réutilisables ou importantes à garder. En parallèle, je peux être missionnée pour faire des recherches news, ce qui consiste à répondre aux demandes d'images des journalistes. Pour finir, à France Télévisions, je suis planifiée sur la photothèque. Là-encore, je recherche des photos pour les sujets des journalistes, et pour les habillages des plateaux. »

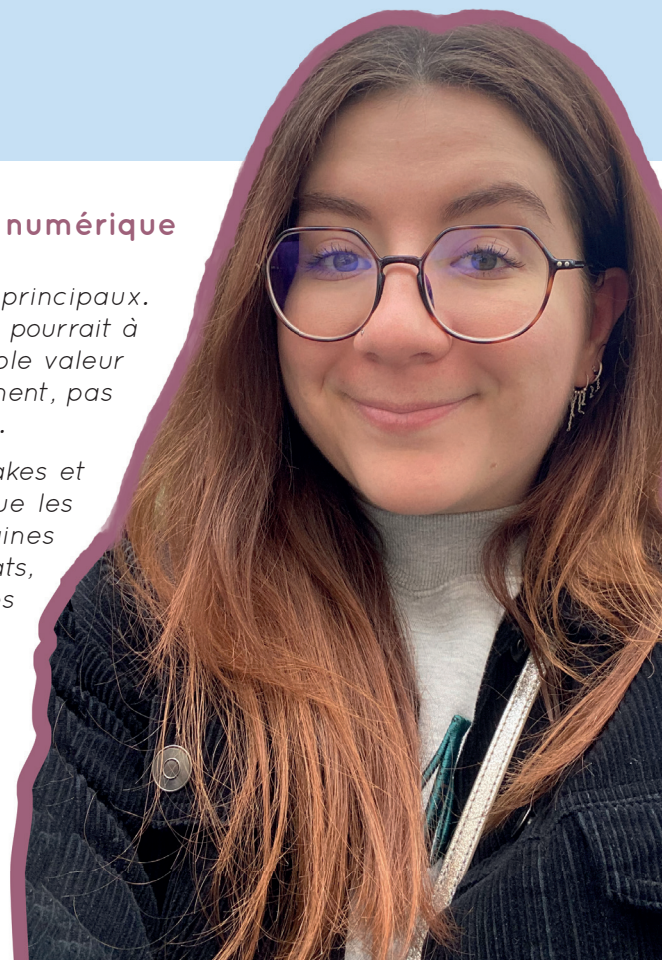


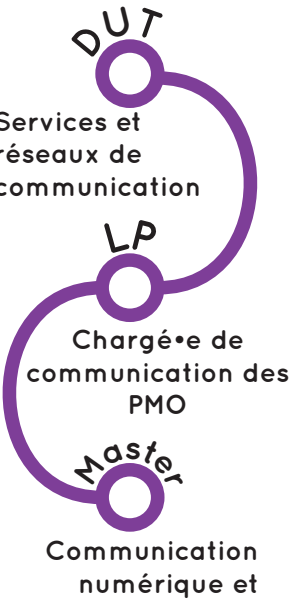
Quels sont les enjeux de votre métier vis-à-vis du numérique et/ou des nouvelles technologies ?

« Aujourd'hui, de ce que j'ai pu observer, il y a deux grands enjeux principaux. Tout d'abord, le développement de l'intelligence artificielle, qui pourrait à terme, remplacer les documentalistes sur des vacations à faible valeur ajoutée, comme l'indexation. Mais ce métier n'est, pour le moment, pas laissé pour compte, et de nouvelles missions lui sont attribuées.

Le deuxième enjeu est la prolifération de fake news, deepfakes et autres. Ceux-ci abondent sur des supports numériques tels que les réseaux sociaux, que l'on utilise beaucoup au sein de certaines rédactions lors d'événements importants et ponctuels (attentats, catastrophes naturelles...). Notre rôle, ici, est d'assurer un accès à une information juste et vérifiée.

Après, je ne suis pas réellement inquiète, je ne suis diplômée que depuis octobre et j'ai du travail qui me permet d'en vivre complètement. Et j'ai envie d'ajouter, pour mon secteur, faire sans documentaliste, c'est comme se couper les cheveux tout seul, ça finit mal les trois quarts du temps ! »





Sophie Cortinovis
 Chef de projet communication à Decathlon

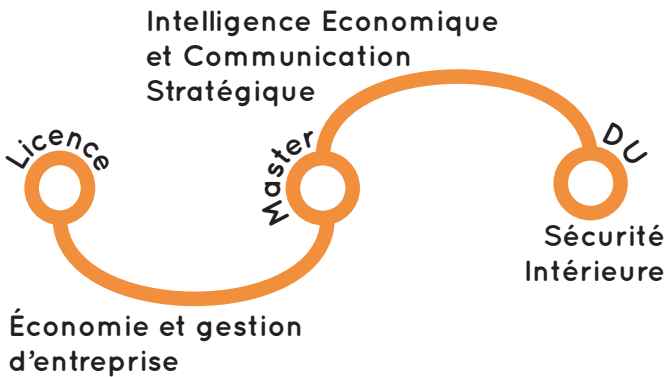
Quel poste occupez-vous aujourd’hui ?
 « Après avoir évolué au sein d’une agence social media pendant près de 6 ans, j’ai intégré Decathlon en 2022 en tant que chef de projet communication. »
Pouvez-vous nous décrire une journée type en tant que chef de projet ?
 « Je travaille au sein du service de communication interne internationale dont l’objectif principal est de communiquer pour tous les collaborateurs

dans le monde, soit près de 100 000 coéquipiers dans 59 pays. Ma mission est double, mais complémentaire : mettre en place un canal de communication interne unique pour l’ensemble des collaborateurs et construire et développer une stratégie d’employee advocacy pour encourager l’interne à promouvoir leurs métiers et leurs projets à l’externe. »



Terry Zimmer
 Chef de mission intelligence économique à L’IH2EF

Quel poste occupez-vous aujourd’hui ?
 « Je suis chef de mission intelligence économique, en charge de l’ingénierie de formation à l’IH2EF. A titre de renseignement, l’IH2EF est l’Institut des Hautes Etudes de l’Education et de la Formation. Il s’agit, plus précisément dans le cadre de cette mission, de former ou de sensibiliser ces publics aux menaces d’ingérences étrangères. »
Pouvez-vous nous décrire une journée type en tant que chef de mission en Intelligence Economique ?
 « Cela va dépendre de l’état d’avancement des dossiers. En premier lieu, le travail de recherche et de veille sur les sujets des formations à construire, est indispensable. Par ailleurs, j’ai à effectuer des prises de contacts et des entretiens, pour identifier les meilleurs formateurs et les meilleurs experts. Sans oublier le choix des modalités de formations, les plus adaptées en fonction des publics. Enfin, une de mes missions, et pas des moindres, consiste à élaborer



des contenus et à travailler la façon dont je vais les communiquer. »
Quels sont les enjeux de votre métier vis-à-vis du numérique et/ou des nouvelles technologies ?

« Les ingérences étrangères ont une existence de plus en plus numérique. Nous pouvons le constater avec le sursaut de vigilance autour de l’information et sa circulation sur les plateformes numériques, notamment à l’approche des élections européennes de cette année. Du côté de la formation, le numérique offre des capacités multiples qui viennent s’ajouter à la qualité d’une formation classique. Il est possible de former via des cours en ligne, des podcasts, des webinaires, des tutoriaux vidéos, etc. L’intelligence artificielle arrive également à grands pas pour des formations très personnalisées. Affaire à suivre ! »
« L’intelligence artificielle arrive aussi à grands pas […] Affaire à suivre ! »



« Ce sont des métiers qui évoluent sans cesse et qui demandent d’être en veille permanente sur les tendances. »

Quels sont les enjeux de votre métier vis-à-vis du numérique et/ou des nouvelles technologies ?

« Mon enjeu principal est de rester en veille sur les tendances et les nouvelles technologies. Spontanément, je pense à l’intelligence artificielle qui est en train de faire évoluer nos métiers et notre façon de travailler. Mais les enjeux sont aussi humains et organisationnels. L’impact du numérique et des nouvelles technologies sur les métiers de la communication est de plus en plus important. Mon métier actuel était sans doute très différent il y a quelques années, et il va continuer d’évoluer dans les années à venir. Il faudra donc s’adapter pour s’ouvrir à de nouvelles perspectives, mais sans jamais perdre notre regard critique sur ces évolutions. »

Maël Jemetz Tech lead au SIMH

Quel poste occupez-vous aujourd’hui ?

« Aujourd’hui, je suis “Tech Lead” au sein du Centre d’Expertise Production (CEP) du Système d’Information d’Harmonie Mutuelle (SIHM). J’occupe également un poste d’enseignant vacataire pour l’IUT de Tours dans la gestion de projet informationnel, et dans la data. Par ailleurs, depuis l’année dernière et reconduit cette année, je suis l’ambassadeur de moins de 30 ans, élu par Harmonie Mutuelle auprès du Cigref, et plus précisément du COSJ (Conseil d’Orientation Stratégique Jeune). »

« Quant aux nouvelles technologies, il est nécessaire de comprendre leurs forces, leurs faiblesses et les risques qu’elles peuvent présenter. »

Pouvez-vous nous décrire une journée type en tant que Tech lead ?

« Il y a trois facettes principales à mon activité au sein du SIHM aujourd’hui : analyses, audits et expertises. J’accompagne toutes nos équipes traitant de la data, et s’insérant sur notre plateforme et m’assure que tous les développements qui me sont soumis, ou qui représentent un risque relatif pour la plateforme, soient optimisés et rationnels. Je fais également partie des personnes chargées de faire évoluer nos plateformes vers un modèle plus stable et performant en développant un outil de qualité de données. Lors d’incident de production, j’ai pour mission d’apporter mon expertise afin de débloquer, corriger et comprendre ces situations. Elles peuvent donner lieu à des astreintes par exemple. Ainsi, en fonction des aléas, j’alterne entre ces trois facettes. »

Quels sont les enjeux de votre métier vis à-vis du numérique et/ou des nouvelles technologies ?

« La compétitivité d’un côté, et de l’autre, la question de l’impact sur notre environnement des investissements dans les nouvelles technologies sont des enjeux importants du métier. Il ne faut pas oublier, avec toutes ces innovations, le RGPD. Ainsi, le respect de la vie privée, des types de données et des droits liés à celles-ci sont des sujets majeurs, surtout dans mon secteur d’activité. C’est également pour cette raison que nous ne devons pas négliger la sécurité. Nous hébergeons les données les plus sensibles qui puissent être, donc nos systèmes d’information doivent être suffisamment robuste. Il est aussi nécessaire que les évolutions numériques aillent dans le sens de l’inclusivité, pour rendre accessible nos produits et nos services. »

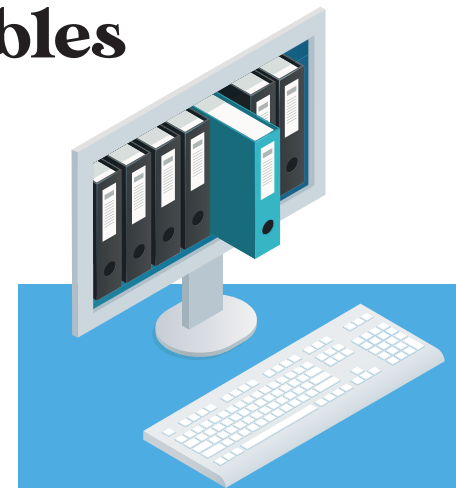
Les comptes incontournables sur les réseaux sociaux



Marie-Odile Charaudeau

Vice-Présidente de l'Alliance Big Data

Sujets abordés : stratégie digitale, transformation numérique, analyse de marchés



AAF – Association des archivistes français

Groupe de plus de 3 000 professionnels des archives

Sujets abordés : actualités de l'archivage, offres d'emplois et ressources



Benoît Raphael

Créateur de Flint

Sujets abordés : IA, stratégie digitale et média, information numérique



Charlène Ajavon

Entrepreneuse et Consultante

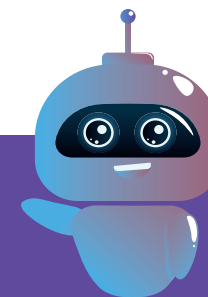
Sujets abordés : gestion et traitement de l'information



AAF – Association des archivistes français

Groupe de plus de 3 000 professionnels des archives

Sujets abordés : actualités de l'archivage, offres d'emplois et ressources



@astucesdigitales

Tips Marketing Instagram

Sujets abordés : outils marketing, stratégie de communication et de contenu sur Instagram



Antoine Périgne

Papa de Perfect Post et de la Social Media Family

Sujets abordés : community management, marketing, LinkedIn



Archimag

Magazine de l'information numérique

Sujets abordés : actualité du numérique, retours d'expérience, méthodologies, reportages et guides pratiques



EspritsCollaboratifs

Société de conseil et de technologie en veille collaborative et intelligence collective

Sujets abordés : dispositifs de veille collaborative, veille multi-métiers, intelligence collective



Mathieu Flaig

Influenceur et conseiller

Sujets abordés : transformation numérique, IA



Marie-Christine Lanne

Directrice communication externe

Sujets abordés : communication, innovation, digital, environnement



Numérimots mêlés

VEILLE
DATA
ARCHIVAGE
METADONNEE
NUMERIQUE
COMMUNICATION
COOKIES
WEB
RESEAU
INFOGRAPHIE
COLLABORATION
DESIGN



Alors, as-tu trouvé tous les mots ?
Dis-le nous sur notre Instagram
ou notre LinkedIn.



MAGNUM en chiffres

15

étudiants concepteurs
du projet

8

podcasts natifs

28

pages de magazine

1

site web immersif

2

semaines d'élaboration
et de création

3

ans de formation
en information numérique



Vers le site web



Vers les podcasts



Vers le compte
Instagram



Vers le compte
LinkedIn



MAG NUM



vers le site web
de Magnum 2023-2024