



**HAL**  
open science

# Études préliminaires pour la création d'une médiathèque collaborative en ligne

Léonie Delestrez

► **To cite this version:**

Léonie Delestrez. Études préliminaires pour la création d'une médiathèque collaborative en ligne. Sciences de l'information et de la communication. 2015. dumas-01586800

**HAL Id: dumas-01586800**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01586800>**

Submitted on 13 Sep 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

*Département Sciences de l'Information  
et de la Documentation*

**Léonie DELESTREZ**

**MASTER 1, MENTION ICCD**

(Option : Sciences de l'Information et du Document)

**MEMOIRE DE STAGE**

Mission effectuée du 13 avril au 21 août 2015

au sein de

la Direction Internationale d'IMMOCHAN à Croix (59)

**Etudes préliminaires pour la création d'une médiathèque  
collaborative en ligne**

**Sous la direction de :**

Mme L. Bolka-Tabary (responsable universitaire)

Mme A. Guettaf (tutrice professionnelles)

Soutenu le 26 Juin 2015 à l'UFR DECCID-SID  
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)  
BP 60 149, 59 653 Villeneuve d'Ascq Cedex

**Année Universitaire 2014/2015**



## Remerciements

Je tiens à remercier Madame Laure Bolka-Tabary pour son suivi constant durant mon stage et pour ses conseils avisés lors de la rédaction de ce mémoire.

Je remercie l'entreprise Immochan de m'avoir accueillie en stage.

Je remercie également ma tutrice professionnelle, Assya Guettaf, ainsi que l'ensemble du service communication pour la confiance qu'ils m'ont accordée dans la gestion du projet.

## **Résumé**

La gestion de projet nécessite certaines étapes avant la rédaction d'un cahier des charges. Le projet en question est la création d'une médiathèque collaborative en ligne pour l'entreprise Immochan. Celle-ci contiendra à la fois une photothèque, une vidéothèque et une logothèque. L'objectif de ces étapes est de comprendre le contexte, le public et la nature du fond. La première partie est donc consacrée à l'étude de l'entreprise et des outils existants pour gérer les documents multimédias. La seconde partie aborde l'enjeu des études d'usages et usagers et l'enquête menée au sein d'Immochan. Enfin la dernière partie étudie les langages documentaires existants pour l'indexation. Le choix du langage pour la médiathèque est dépendantes des étapes citées précédemment.

### **Mots clés :**

Médiathèque, photothèque, gestion documentaire, usages et usagers, indexation, langage documentaire, classification à facettes, image, photographie, entreprise, collaboration, communication.

## **Abstract**

Project management requires some steps before the drafting of specifications. The project under study is the creation of an online collaborative multimedia library for Immochan. This library will contain pictures, videos and logos. The aim of these steps is to understand the environment, the target audience and the documentary resources' nature. The first part concerns the study of the company and its existing multimedia documents management tools. The second part addresses the users studies' issues and the survey conducted within Immochan. Finally, the last part reviews the documentary languages for indexation. The choice of language for the multimedia library depends on the steps just mentioned.

### **Keywords :**

Media library, photo library, document management, uses and users, indexation, documentary languages, faceted classification, image, photography, company, collaboration, communication.

## Table des matières

Introduction.....	5
I. Emergence du besoin de médiathèque au sein d'Immochan .....	7
1.1. Présentation du groupe Auchan et du lien avec Immochan .....	7
1.2. Présentation d'Immochan, les enjeux de la communication d'entreprise .....	8
1.2.1. Structure et missions d'Immochan.....	8
1.2.2. Le rôle et l'importance de la communication au sein d'une entreprise .....	9
1.2.3. Le service de communication de la direction internationale d'Immochan .....	12
1.3. Outils et dispositifs existants.....	13
1.3.1. Serveur partagé .....	13
1.3.2. Livelink .....	15
1.3.3. La photothèque du Groupe Auchan sur Keepeek .....	17
1.4. Emergence du besoin de médiathèque .....	18
1.4.1. Un besoin qui s'inscrit dans la gestion des connaissances.....	19
1.4.2. Un besoin de travail collectif et de partage des informations .....	19
II. Usages et attentes des futurs utilisateurs .....	20
2.1. Pourquoi faire une enquête d'usages ?.....	20
2.1.1. Sociologie des usages .....	20
2.1.2. Les usages en documentation .....	21
2.2. Construction de l'enquête.....	23
2.2.1. La possession de documents multimédias .....	24
2.2.2. Le besoin de documents multimédias.....	25
2.2.3. Les attentes vis-à-vis du projet de médiathèque en ligne .....	25
2.2.4. L'activité au sein de l'entreprise.....	26
2.3. Principaux résultats .....	28
2.3.1. Les profils d'usagers .....	29
2.3.2. Les potentiels usages de la médiathèque.....	31
III. Création du langage d'indexation .....	32
3.1. L'indexation d'un document .....	32
3.2. L'image, un document particulier .....	33
3.2.1. La nature de l'image .....	33
3.2.2. Tentative d'indexation de l'image par l'image.....	34
3.2.3. L'indexation sémantique de l'image .....	35
3.3. Différents types de langages existants .....	36
3.3.1. Les référentiels terminologiques à base langagière .....	37

3.3.2. Classification à structure hiérarchique.....	40
3.4. Choix des facettes en fonction des besoins .....	46
3.4.1. Par rapport au public.....	46
3.4.2. Par rapport au contexte de l'entreprise .....	48
3.4.3. Par rapport à la nature du fond .....	48
3.5. Construction du langage d'indexation pour la médiathèque d'Immochan .....	49
3.5.1. Le rassemblement des mots-clés .....	49
3.5.2. La création des facettes.....	52
3.6. Vers une automatisation de l'indexation sémantique.....	55
3.6.1. Les systèmes d'apprentissage .....	55
3.6.2. Les métadonnées des images .....	55
Conclusion .....	57
Bibliographie.....	59
Annexe – Questionnaire de l'enquête sur les usages et attentes .....	61

## Introduction

L'utilisation de documents multimédias dans une entreprise est relativement courante. Principalement dans le cadre d'une communication interne ou externe via des plaquettes, des magazines, des Powerpoint...mais également dans le cadre d'une saisie instantanée de bonnes idées, de bonnes pratiques. Les documents multimédias sont récupérés par différents biais. Tout d'abord, avec la démocratisation des Smartphones, la prise de photos est devenue une action courante et spontanée. Ainsi lorsque les employés d'une entreprise telle qu'Immochan, dans laquelle j'effectue mon stage, vont sur le terrain ils ont coutume de prendre énormément de photos. Néanmoins, ils procèdent rarement à un tri de leurs photos et ne partagent pas systématiquement leurs contenus. On se retrouve ainsi avec une masse de documents multimédias (photos et vidéos) dormante, non valorisée. De l'autre côté nous avons les reportages photos réalisés par des professionnels.

Dans ce cadre, l'objet de ma mission est le suivi de la création d'une médiathèque collaborative en ligne. Le terme de médiathèque est préféré à celui de photothèque dans ce rapport car le projet vise à créer un outil qui rassemble des documents multimédias de diverses natures. On y trouvera à la fois des photos, des vidéos, des logos...etc. Il s'agit dans un premier temps pour ce projet de comprendre dans quel contexte a émergé ce besoin d'outil de gestion documentaire. Une analyse de l'entreprise et des solutions déjà existantes pour la gestion des documents multimédias permettra tout d'abord de voir ce qui fonctionne et ce qui pose problème. Dans un second temps il sera nécessaire de cerner les usages actuels et besoins des potentiels utilisateurs de la médiathèque. L'outil doit en effet être au plus près de leurs habitudes pour une intégration aisée dans les usages. Un autre versant de la mission est la création d'un langage d'indexation. Il n'existe à ce jour aucun langage contrôlé au sein de l'entreprise. Or pour faciliter la gestion des documents et la recherche dans l'outil, c'est indispensable. Son élaboration doit se faire en collaboration avec les usagers. Ils ont en effet déjà l'habitude d'utiliser certains mots-clés pour ranger leurs documents. Et même s'il n'est pas formalisé, il existe un langage d'entreprise en lien avec leurs activités. L'objectif sera donc de le rassembler et de trouver le système d'indexation qui sera le plus approprié à la fois aux usages et au vocabulaire.

Bien qu'étant dans une entreprise, il ne faut pas oublier qu'une photothèque est avant tout un outil documentaire, tout comme le langage d'indexation. Or les futurs utilisateurs de ces outils ne sont pas des professionnels de la documentation. Il s'agit là d'un élément qu'il

faudra prendre en compte tout au long du projet, lors de la construction de ces outils. Il faudra trouver le moyen de penser et d'élaborer un outil documentaire à destination d'un public non formé à la documentation. L'enjeu est de simplifier au maximum les tâches que l'utilisateur aura à effectuer (dépôt des documents, indexation, recherche) tout en veillant à ce que l'outil ne perde en performance.

Dans mon développement je vais tâcher de vous retranscrire les différentes étapes clés du projet que j'ai traité durant mon stage ainsi que les éléments théoriques qui m'ont permis de les mener à bien. Il faut noter ici que je ne pourrais pas aborder dans ce mémoire l'ensemble des étapes liées à la création et à la gestion d'une médiathèque puisque je ne les ai pas encore toutes réalisées. La création de la solution technique de gestion des documents est dépendante de la Direction des systèmes d'information d'Immochan, je n'en parlerai pas non plus car son avancement est minime à ce jour. Ce mémoire reprendra les étapes nécessaires à l'expression du besoin de médiathèque et l'élaboration du langage d'indexation qui sera nécessaire pour le traitement intellectuel du fond.

C'est pourquoi dans une première partie je vous expliquerai comment est né le besoin d'une médiathèque au sein d'Immochan. Cela passera par une présentation d'Immochan et de la place que l'entreprise occupe au sein du groupe Auchan. J'en profiterai également pour présenter les outils et dispositifs déjà en place pour gérer les documents multimédias. C'est ainsi que nous pourrions comprendre pourquoi il est nécessaire de mettre en place une médiathèque. Dans une seconde partie je vous expliquerai les méthodologies déployées pour cerner les usages et attentes des potentiels utilisateurs et les principaux résultats. Ce sera l'occasion également d'expliquer en quoi ce genre d'enquêtes est important dans ce cadre, ce qu'elles apportent et comment elles sont réalisées. Enfin dans une dernière partie je vous montrerai comment théorie et pratique s'allient pour créer un langage d'indexation efficace et adapté aux utilisateurs.

# **I. Emergence du besoin de médiathèque au sein d'Immochan**

## **1.1. Présentation du groupe Auchan et du lien avec Immochan**

Il y a une véritable nécessité de replacer Immochan au sein de l'entreprise Groupe Auchan, c'est une architecture qui a besoin d'être comprise pour mieux appréhender l'ampleur du projet de création d'une médiathèque.

Historiquement Groupe Auchan est né en 1961 avec l'ouverture du premier magasin dans le quartier des « Hauts Champs » à Roubaix par Gérard Mulliez. Ce n'est qu'en 1969 que naît le premier centre commercial Auchan à Englos qui comporte une galerie composée de trente commerces. La direction immobilière de Groupe Auchan est apparue en 1976 avec la multiplication des centres commerciaux et donc des galeries commerciales. Mais ce n'est qu'en 1996 qu'est créée Immochan, filiale immobilière de Groupe Auchan. Nous verrons dans la partie suivante ses missions de manière plus détaillée. Au fur et à mesure de ses développements Groupe Auchan va s'organiser en cinq activités : les supermarchés, dont c'est le cœur de métier, les hypermarchés, l'immobilier avec Immochan, le crédit avec Oney Banque Accord et le e-commerce. En rassemblant toutes ces activités, Groupe Auchan est présent dans 16 pays et compte 330 700 collaborateurs. Malgré sa présence internationale et ses diverses activités le Groupe Auchan a conservé un mode de fonctionnement décentralisé. C'est à dire que les enseignes et filiales du groupe sont autonomes. Groupe Auchan représente ainsi une fédération d'entreprises autonomes et responsables. Et pour cause, la première valeur de Groupe Auchan est la confiance. Elle doit donc elle-même faire preuve de confiance envers ses collaborateurs. Sa deuxième valeur est le partage, cela passe par un travail en collaboration, le partage d'expériences et d'informations et la mutualisation des moyens. Nous verrons justement dans le cadre de ce projet les outils de gestion de documents multimédias mis à la disposition de tous. Enfin la troisième valeur du groupe est le progrès, l'innovation, pour améliorer les activités existantes et en faire émerger de nouvelles. Cela passe par des laboratoires et incubateurs mais également par une connaissance de ce que fait la concurrence et divers prestataires, les bonnes pratiques déjà existantes mais non présentes dans le groupe.

## 1.2. Présentation d'Immochan, les enjeux de la communication d'entreprise

### 1.2.1. Structure et missions d'Immochan

Comme nous venons de le voir, Immochan constitue un des cinq piliers du groupe, il a pour but de gérer l'immobilier commercial. Il est à la fois promoteur, commercialisateur, gestionnaire et investisseur des centres commerciaux du groupe Auchan. Mais la société Immochan n'est pas une entité unique, elle est constituée elle-même d'une direction internationale et d'« antennes » dans douze pays. A savoir la France, l'Espagne, l'Italie, le Luxembourg, le Portugal, la Hongrie, la Pologne, la Roumanie, la Russie, l'Ukraine, la Chine et Taïwan. Il est important de souligner ce fait car il faudra prendre en compte l'aspect multilingue lors de la création de la médiathèque et du langage d'indexation. En ce qui concerne la direction, elle est elle-même composée d'un pôle « Marketing, Innovation et Communication » dans lequel je me trouve actuellement en stage, et plus précisément dans le service de communication, un pôle « Développement, Promotion et Construction » et enfin un pôle « Direction financière et gestion des actifs ».

Les deux premiers pôles cités sont ceux qui ont le plus besoins de documents multimédias :

- Le pôle « Marketing, Innovation et Communication », pour des présentations Powerpoint, des plaquettes de communication internes et externes qui présentent l'entreprise, ses stratégies marketing...etc.
- Le pôle « Développement, Promotion et Construction » quant à lui est chargé comme son nom l'indique de concevoir et construire les centres commerciaux. Les documents multimédias qu'ils vont utiliser auront principalement comme objectif d'alimenter leurs réflexions. Les employés de ce pôle vont s'inspirer de bonnes pratiques vues dans d'autres centres commerciaux pour leurs propres projets.

Les collaborateurs de ce dernier pôle sont également producteurs de documents multimédias. Ils réalisent notamment des photos et vidéos lorsqu'ils visitent de nouveaux centres commerciaux, mais ils réalisent également des maquettes des projets qu'ils conçoivent, c'est ce qu'on appelle au sein d'Immochan des perspectives. Ces derniers sont très utiles dans la communication pour illustrer des projets en cours.

## 1.2.2. Le rôle et l'importance de la communication au sein d'une entreprise

### *Qu'est-ce que la communication en entreprise ?*

Le principal objectif de la communication d'une entreprise est de développer son chiffre d'affaire. Cela passera par une communication interne et externe qui auront chacune des objectifs propres. La communication externe fera la promotion des services et produits de l'entreprise en valorisant la marque et l'image de l'entreprise. Bruno Joly, enseignant dans une école de commerce et spécialisé dans les problématiques de marketing, communication et techniques de vente, distingue cinq types de communication externe :

- La communication commerciale qui a pour objectif de vendre des produits et/ou services. Elle va permettre d'instaurer des relations stables et durables avec les partenaires de l'entreprise. Les principaux canaux utilisés sont la presse, la télévision, l'affichage, la radio, le cinéma et internet. Ces canaux changent en fonction de l'entreprise, dans le cas d'Immochan par exemple, les cibles ne sont pas le grand public, on ne gardera donc qu'Internet et on ajoutera des plaquettes papier distribuées dans les salons professionnels.
- La communication produit qui cherche à faire connaître le produit pour qu'il intègre au mieux le marché.
- La communication de marque utilisée principalement dans le secteur du luxe.
- La communication institutionnelle ou corporate qui a pour but de valoriser l'image de l'entreprise afin qu'elle acquiert une bonne notoriété.
- La communication de crise qui vient en prévention de certaines crises pressenties par le biais d'une veille informationnelle. Elle est certes utilisée moins fréquemment mais elle est primordiale si on ne veut pas voir l'image de l'entreprise se détériorer.

Les deux types de communication externe les plus présentes au sein de la Direction Internationale d'Immochan sont la communication commerciale et la communication institutionnelle. La première aura pour objectif de montrer aux localités possédant un terrain constructible qu'Immochan possède un véritable savoir-faire. Le second type de communication est omniprésent dans les entreprises, toutes cherchent en effet à avoir une bonne notoriété.

D'autre part Bruno Joly distingue trois types de communication interne :

- La communication institutionnelle qui permet de faire véhiculer les valeurs de l'entreprise auprès de ses employés tout en renforçant son image. Contrairement à la communication interne on va plus insister sur les valeurs que sur l'image de marque.
- La communication de crise qui fait circuler des informations favorisant une dynamique positive pour éviter les conflits sociaux. Cette communication nécessite d'anticiper les tensions naissantes auprès des collaborateurs, cela ne passe pas par une veille comme dans la communication externe, il faut être au plus près des collaborateurs pour cerner les tensions.
- La communication sociale qui permet de créer une synergie au sein de l'entreprise.

### *Des travailleurs du savoir au cœur de l'information*

Les personnes travaillant au sein du service de communication effectuent un travail orienté vers l'innovation comme le précisent French Caldwell et Diane Tunick Morello, consultants du Gartner Group, entreprise de conseil et de recherche sur les techniques et technologies qui permettent d'optimiser le travail en entreprise. Ce sont des travailleurs du savoir dans le sens où ils ont comme missions de « planifier, acquérir, rechercher, analyser, organiser, classer, programmer, distribuer, marketer ou encore contribuer à transformer et à vendre de l'information, mais aussi celles (souvent les mêmes) qui utilisent la connaissance ainsi produite »<sup>1</sup>. Ces personnes sont en relation avec de nombreux collaborateurs. Ce sont elles qui vont mettre en lien les différents services présents dans l'entreprise, notamment par le biais de la communication interne. La communication externe, quant à elle, va faire le lien entre la société et l'entreprise qui doit pouvoir communiquer sur de nombreux points : ses projets, ses bilans, son image... C'est pourquoi le service de communication possède de nombreux interlocuteurs. Son rôle est de trouver des réponses adaptées aux demandes de chacun. Pour parvenir à ce but, différents éléments sont à prendre en compte et à mettre en place. Tout d'abord, les personnes chargées de la communication doivent faire preuve de créativité pour fournir sans cesse de nouvelles réponses. Elles doivent également faire preuve d'une grande connaissance, d'une expertise. Leur cadre de travail est rempli d'informations qui circulent et dont ils doivent pouvoir en faire quelque chose. Seulement, pour atteindre leur objectif, ces personnes ont besoin d'outils pour identifier, rassembler, structurer et partager les

---

<sup>1</sup> Techtarget. *Whathis.com* [en ligne]. (Consulté le 09/06/2015). Disponible sur : <<http://whatis.techtarget.com/>>.

informations pertinentes. Elles doivent capter les flux d'informations présents au sein de l'entreprise et les structurer. Ces outils doivent permettre plus de collaboration avec les autres employés. A la fois pour recueillir l'information, mais aussi pour la gérer et la diffuser. En effet le communiquant se sert d'informations mais il en produit également et ces informations sont utiles au reste de l'entreprise. Face à ces différents circuits des informations, le risque grandissant est la surinformation. En 2007 une étude menée par l'Economiste Intelligence Unit auprès de 122 cadres nous montre que la surcharge d'information est ressentie comme un frein à la décision pour 39% d'entre eux. Et pour cause, l'information est peu priorisée et peu fiable. La principale raison de la faible qualité de l'information est bien souvent un manque de moyens humains. C'est ce que l'on peut voir dans le fond photographique existant au sein d'Immochan, il y a une masse importante de documents mais ils ne sont pas tous utilisables. Dès lors, un service de communication ne peut pas être en mesure de remplir sa mission de manière optimale sans différents outils qui lui permettent de gérer les flux informationnels.

### *Un travail collaboratif*

Collaborer est une action nécessaire lorsque nous sommes au cœur de divers flux d'informations. C'est du collectif que peut émerger une intelligence. Le travail collaboratif permet en effet d'accélérer les performances et les résultats à la fois du collectif mais aussi de chaque individu qui y prend part. Chacun tout en gagnant du temps, développe ses connaissances et compétences et acquiert plus de liberté d'action et de créativité. Ce système permet également plus de transversalité entre les services et moins de rupture lorsque quelqu'un quitte l'entreprise. Le service de communication, interlocuteur transverse par excellence au cœur de l'entreprise a ainsi tout intérêt à travailler de manière collaborative. Les entreprises ont tout à gagner à développer une culture du partage et de la confiance car elles gagneront en productivité. Mais pour cela, elle doit mettre en place des outils qui permettent cette collaboration. Il faut que ce soit des outils simples afin que ceux-ci ne deviennent pas une charge pour l'ensemble des collaborateurs. En effet, certains auront moins d'intérêts que d'autre à collaborer, il est donc important de ne pas leur mettre de freins.

On peut donc affirmer que la communication est un travail collaboratif car transverse mais qui peut rencontrer des réticences à la collaboration chez ses interlocuteurs. Seul l'intérêt pour l'entreprise et la mise en place d'outils d'aide à la collaboration sont des arguments à mettre en avant pour les convaincre de collaborer.

## *Place des documents multimédias dans la communication*

Pour expliquer dans quels contextes les images peuvent être utilisées, Cécile Kattnig, chargée de mission à la Bibliothèque nationale de France, explique que « Les services de communication, qu'ils soient attachés à une entreprise ou à une collectivité locale, affichent des besoins croissants en illustrations tant pour les publications périodiques, les plaquettes ponctuelles ou les expositions thématiques que pour les cédéroms promotionnels. »<sup>2</sup>. En effet, il y a une diversification des supports de communication visuels qui nécessitent donc des images, des photos mais également des vidéos. Les services de communication réalisent donc régulièrement des reportages photos portant sur les activités et la vie de l'entreprise pour alimenter leurs divers supports. Se côtoient sur un même plan des documents d'actualité et des documents historiques issus de services différents. Il est important de rassembler ce fond et de le valoriser en l'organisant et en le rangeant.

### **1.2.3. Le service de communication de la direction internationale d'Immochan**

Le service de communication de la direction internationale dans lequel j'effectue mon stage est composé d'une responsable de communication, d'une chargée de communication interne, d'une chargée de communication externe et d'un graphiste. L'objectif de ce service est multiple. La communication interne, par exemple, doit permettre la remontée des informations venant des différents pays pour qu'elles soient connues de tous. Cette tâche nécessite une collaboration active avec les chargés de communication présents au sein de chaque pays. La première mission est donc de créer du lien entre des personnes éloignées géographiquement, mais dont les tâches peuvent être similaires. Cela passe par des réunions téléphoniques en groupe de manière régulière, des rassemblements physiques annuels et de nombreux échanges par mail. Cette collaboration doit aboutir à la publication d'une revue de communication interne, le ThinkLink réalisé tous les 3 mois. Cette publication nécessite beaucoup de photos et vidéos (pour la version en ligne) issues de tous les pays cités. En effet le ThinkLink parle de l'actualité de chaque Immochan en pays. Céline, chargée de communication interne et responsable de sa rédaction, a de ce fait besoin d'une remontée régulière d'informations et documents lui soient remontés. Dans le cas contraire, la

---

<sup>2</sup> Kattnig Cécile. *Gestion et diffusion d'un fond d'images*. Paris, ADBS, Nathan, 2002, 127p. Information documentation.

publication de la revue est retardée car Céline est contrainte de solliciter les collaborateurs en pays, d'où une perte de temps considérable.

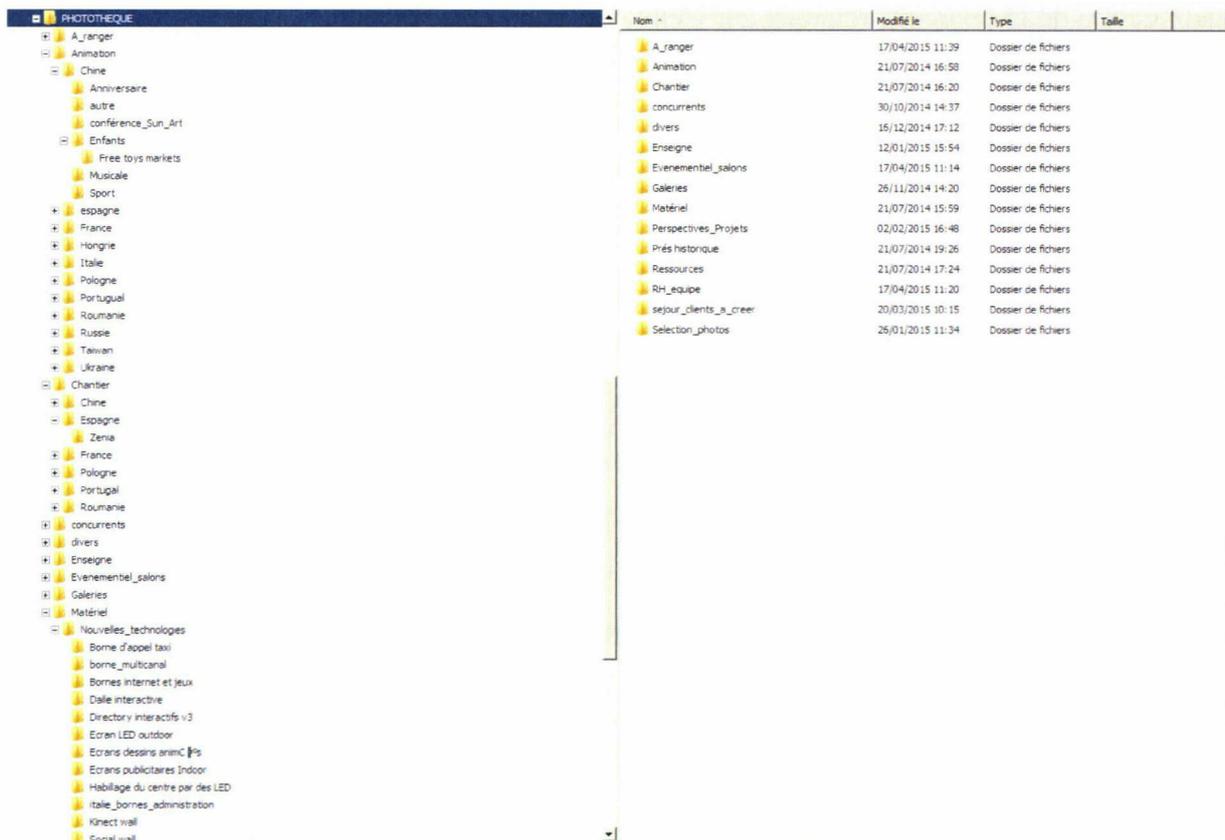
Au-delà de la revue, il y a également des documents « institutionnels » qui sont créés. Je vais prendre ici l'exemple du Book Projet, sorte de vitrine des projets récemment achevés par Immochan et ceux qui sont en cours. C'est un document qui permet en externe de valoriser le savoir-faire de l'entreprise. Pour illustrer chaque projet présent dans le Book, il y a bien évidemment des photos, des maquettes...etc.

Le rapport annuel est également un document distribué à l'externe qui permet de mettre en avant les activités de l'entreprise. Sa rédaction est réalisée par le service de communication et nécessite également des documents permettant d'illustrer les propos contenus dans le rapport. Sans passer en revue toutes les publications nécessitant des documents multimédias, on comprend que ce pôle en est un des principaux utilisateurs. Ces documents doivent être de qualité puisqu'ils sont principalement destinés à la diffusion en interne comme en externe.

### **1.3. Outils et dispositifs existants**

#### **1.3.1. Serveur partagé**

Chaque équipe au sein d'Immochan possède un serveur partagé qui permet de mutualiser les documents de travail ; il rend ainsi possible le travail collaboratif. Au sein de son serveur partagé, l'équipe de communication de la direction internationale a décidé de créer un dossier « photothèque », « vidéothèque » ainsi qu'un dossier « logothèque ». On retrouve donc au sein de ces dossiers une arborescence de sous-dossiers et fichiers devenant de plus en plus complexe à mesure que le fond augmente. Le seul dossier « Photothèque » contient à ce jour 13 253 fichiers contenus dans 786 dossiers rangés dans une hiérarchie dont voici un extrait :



L'aspect positif de ce système est la centralisation de tous les documents en un seul et même endroit organisés par type dans un premier temps et ensuite par thématique. Toutefois ce système de rangement par dossiers hiérarchiques est difficilement maintenable. La hiérarchie très complexe et non uniformisée n'est compréhensible que par son créateur ou nécessite une longue prise en main. Or le créateur de cette arborescence ne fait plus partie du service et les autres collaborateurs ont peu de temps à consacrer à la gestion de ces documents. La recherche de documents, en l'absence de recherche avancée, est donc souvent laborieuse. Le second inconvénient est un accès très restreint qui rend difficile le partage. Les personnes extérieures au service ne peuvent ni déposer ni récupérer de documents. La nécessité de passer par un membre qui a accès au serveur partagé représente une perte de temps et n'encourage pas les collaborateurs à partager leurs documents. Enfin le dernier inconvénient et non des moindres est que le serveur partagé ne possède plus suffisamment d'espace de stockage. En effet, il est très utilisé par les membres du service de communication, les documents déposés y sont souvent lourds et nombreux. Et nous savons que les photos, vidéos et logos occupent beaucoup d'espace, on ne peut donc pas continuer à les stocker sur le serveur partagé. Il faudrait pouvoir externaliser ces documents du serveur partagé.

En stockant ces documents dans un autre outil on pourrait également profiter d'un espace de stockage plus modulable et de nouvelles fonctionnalités qui rendraient l'indexation et la recherche plus simple et efficace. Intervient donc ici un nouvel outil proposé et mis en place par la DSI (Direction des systèmes d'information) :

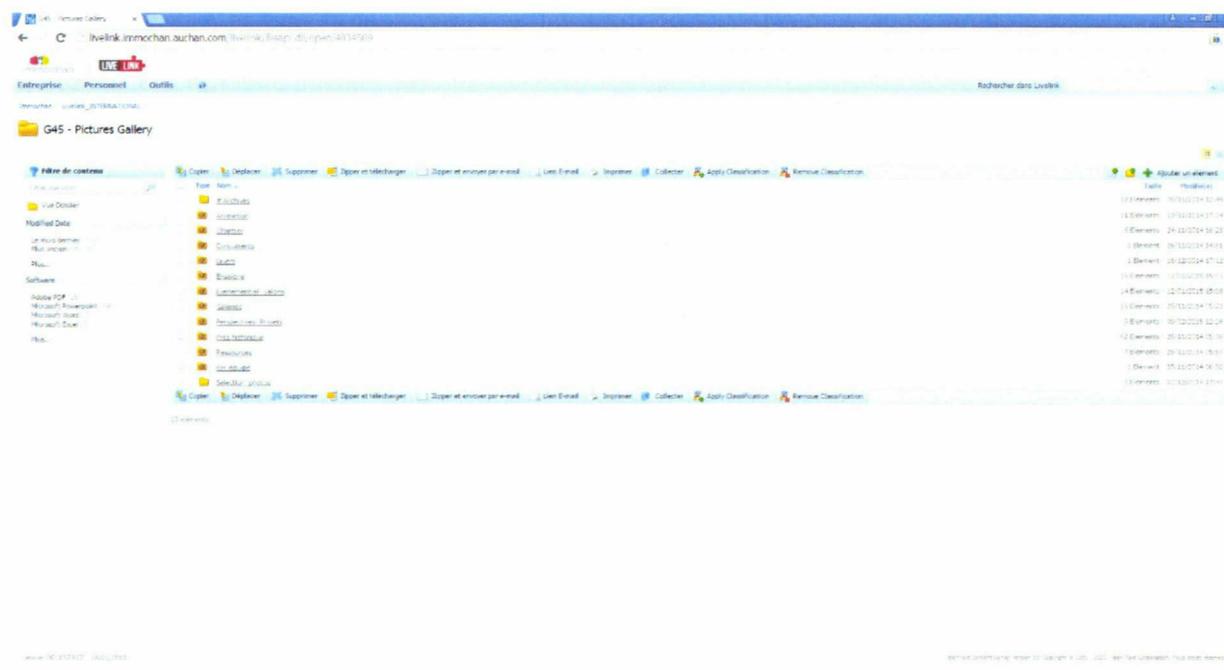
### 1.3.2. Livelink

Il s'agit d'un outil de gestion documentaire qui est à la disposition de tous les collaborateurs d'Immochan. Son objectif premier est de capitaliser et mettre à disposition les connaissances existantes au sein de l'entreprise (documents de travail, documents d'équipe, photos...). Ne sont publiés sur LiveLink que des documents définitifs. LiveLink peut également être utilisé pour travailler en collaboration sur un même document. La direction internationale d'Immochan et chaque pays possèdent leur propre espace de travail et de partage. Dans la bibliothèque du LiveLink International on trouve ainsi une galerie de photos qui reprend une partie des dossiers et fichiers que l'on a dans le serveur partagé. Sur l'image qui suit nous voyons la page d'accueil de la page Livelink International, c'est dans l'encart à gauche que l'on accède à la galerie de photos



L'avantage premier de cet outil est de favoriser la collaboration et la mutualisation des informations présentes dans l'entreprise. C'est un début de valorisation des flux

d'informations au service des travailleurs du savoir. Néanmoins, certains pays n'ont pas migré sur le réseau Immochan et n'ont donc pas accès à Livelink. La collaboration n'est donc pas véritable puisqu'elle exclut certaines personnes. D'autre part, Livelink est très peu utilisé car très complexe et peu ergonomique pour les utilisateurs. Or nous l'avons vu précédemment, tous les collaborateurs n'ont pas d'intérêt particulier à collaborer, il faut donc que les outils mis en place pour le travail collaboratif soient simples d'utilisation. Dans notre cas plus précis de gestion et partage des documents multimédias, Livelink est d'autant moins performant.



En effet, comme nous le voyons ci-dessus, la seule organisation possible des documents s'effectue par dossiers hiérarchisés, système dont nous cherchons à sortir pour des raisons de maintenance, les téléchargements sont longs, il n'y a pas de système de recherche avancée et le système de visionnage des photos est de mauvaise qualité. Si nous voulons inciter les collaborateurs à partager leurs documents multimédias, il ne faut pas que cela leur prenne trop de temps. Cette tâche ne fait pas partie de leurs missions, ils n'auront pas envie d'y consacrer trop de temps de travail.

On constate que les seuls problèmes résolus avec LiveLink sont la libération d'espace de stockage sur le serveur et le partage avec les autres collaborateurs. Mais comme l'outil est très peu fonctionnel et n'offre pas la même qualité de visualisation que la visionneuse de photos Windows, le service communication a choisi de garder également la photothèque sur

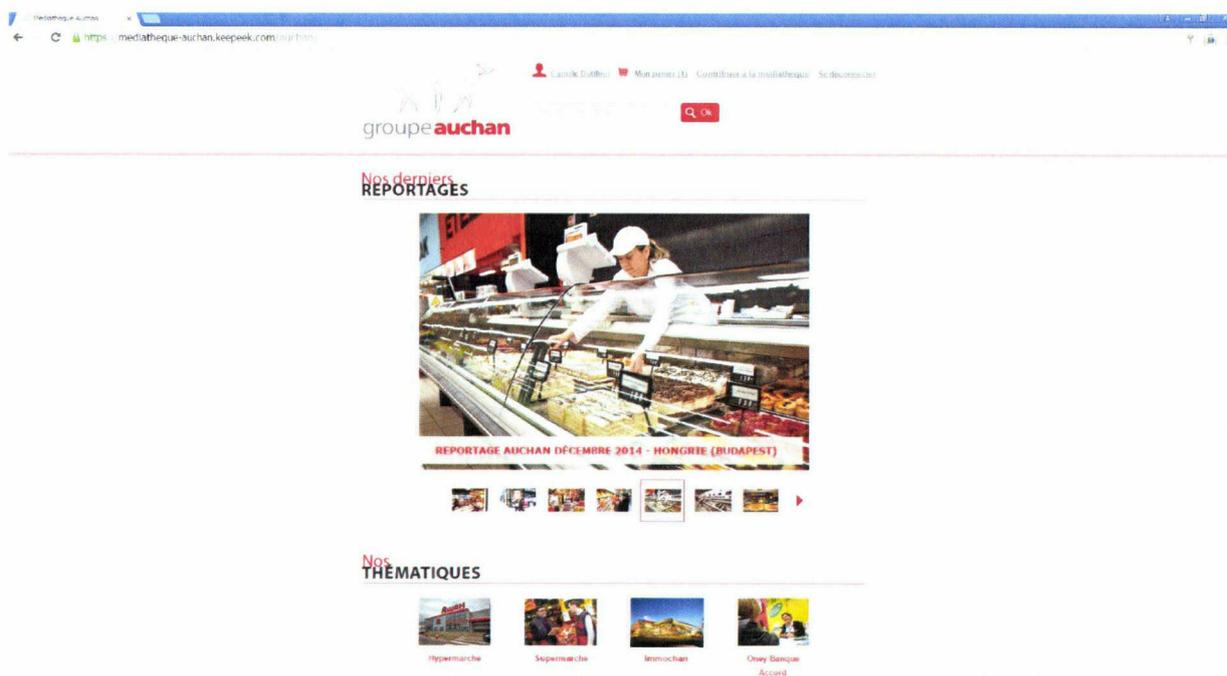
le serveur plutôt que de la supprimer. C'est sur ce serveur que sont ajoutés les nouveaux documents multimédias reçus et non sur Livelink, l'outil n'a donc pas résolu nos problèmes de stockage et de partage.

### 1.3.3. La photothèque du Groupe Auchan sur Keepeek

La photothèque présente sur Keepeek, fournisseur de solution de photothèques en ligne, est un outil qui appartient au groupe Auchan. Elle reste relativement fermée : il faut obligatoirement demander des droits pour pouvoir y accéder, les thèmes sont centrés uniquement sur les métiers du groupe et ne sont pas suffisamment précis pour Immochan. Mais elle tend petit à petit à s'ouvrir aux collaborateurs. Dans le cadre de ma mission, j'ai pu rencontrer divers collaborateurs en lien avec la photothèque de Groupe Auchan. Notamment la personne en charge de sa gestion actuelle. Elle m'a ainsi fait découvrir les évolutions qu'a connues l'outil depuis quelques années. C'est ainsi que j'ai pu voir que l'aspect collaboratif est au cœur des développements avec par exemple l'ouverture du dépôt de documents à l'ensemble des collaborateurs possédant l'accès à la photothèque. Notons tout de même que l'accès est limité aux services communication et marketing et que la création d'un profil personnel ne se fait que sur demande à la responsable de la photothèque. Il s'agit en effet d'une base composée exclusivement de « beaux documents », c'est-à-dire des documents utilisables pour la communication. C'est en rencontrant la personne chargée de la création de la photothèque que j'ai pu comprendre la politique initiale du projet. La volonté de créer un objet collaboratif était présente dès le départ, mais l'outil élaboré en 2007 avait certaines limites techniques que l'on ne rencontre plus nécessairement actuellement. Pour comprendre dans quelle mesure l'aspect collaboratif avait été pris en compte, j'aurais aimé accéder au cahier des charges. Toutefois j'ai pu constater lors de mes recherches qu'il manque certaines archives, telles que le cahier des charges du projet. La problématique de gestion des archives n'est en effet pas encore abordée au sein de l'entreprise. Mais il s'agit là d'un autre sujet et d'un autre projet que celui de la médiathèque.

La photothèque de Groupe Auchan est un outil qui semble aller dans notre sens, c'est à dire vers plus de collaboration. Cependant la politique concernant la nature du fond n'est pas exactement la même que la nôtre. Tout d'abord, Auchan a organisé sa photothèque en fonction des métiers que le groupe couvre. L'intégralité du fond n'est donc pas utile à

Immochan, qui lui-même ne constitue qu'une partie du fond. Nous voyons sur l'image qui suit qu'Immochan est présent dans les thématiques qui ne sont pas toutes visibles ici.



N'oublions surtout pas que cela reste la plateforme du groupe et que nous ne pourrions pas mettre l'intégralité de nos fichiers. Qui plus est, nous avons besoin d'être administrateur de l'outil pour pouvoir gérer l'indexation du fond, selon des critères que nous aurons choisis. Or il est peu probable que l'on puisse d'une part édicter des règles propres à une seule thématique et d'autre part que Groupe Auchan nous offre la possibilité d'être administrateur sur leur propre outil. Néanmoins il serait judicieux de voir comment le projet a été élaboré, construit pour s'inspirer du processus, que ce soit dans la prise en compte des besoins des usagers autant que dans leur accompagnement lors du déploiement de l'outil.

#### 1.4. Emergence du besoin de médiathèque

La volonté du groupe Auchan, comme nous l'avons vu plus haut, est que chaque entreprise soit autonome. Immochan international essaye donc d'appliquer la même politique auprès de chaque pays. Néanmoins, la direction internationale a besoin de la remontée de certaines informations. Notamment les documents multimédias dont elle a besoin dans le cadre de sa communication. C'est pourquoi est né le besoin d'avoir une médiathèque commune et collaborative entre la direction internationale d'Immochan et les différents

Immochan en pays. Toutefois, il n'y a pas que des documents utiles pour la communication dont Immochan a besoin. Nous verrons par le biais de l'enquête réalisée auprès des collaborateurs dans quels contextes ils utilisent des documents multimédias. Les résultats de cette enquête vont bien entendu orienter les choix dans le développement de l'outil ; ils ne sont donc pas à négliger.

#### **1.4.1. Un besoin qui s'inscrit dans la gestion des connaissances**

Un tel outil va ouvrir de grandes possibilités en matière de gestion des connaissances. La médiathèque en ligne permet dans un premier lieu de valoriser un fond existant et de la faire connaître en y ouvrant accès à un grand nombre de collaborateurs. Ces derniers pourront facilement réaliser des recherches pour répondre à leurs divers besoins de documents multimédias. Cela leur permettra de gagner du temps car ils ne devront plus émettre de demandes auprès du service communication. Ce dernier gagnera également du temps, non seulement il ne devra plus répondre à toutes les demandes des collaborateurs en interne, comme aux demandes en externe mais il pourra aussi automatiser certaines tâches de gestion comme le repérage des doublons par exemple.

#### **1.4.2. Un besoin de travail collectif et de partage des informations**

Comme nous l'avons expliqué plus haut, les services communication ont tout à intérêt à travailler de manière collaborative. C'est uniquement par ce moyen qu'ils pourront obtenir les informations dont ils ont besoin au sein de chaque service transverse avec qui ils travaillent. Cela est d'autant plus vrai au sein de la direction internationale d'Immochan qui doit faire face à une distance géographique de ses collaborateurs et parfois à une barrière de la langue. Il est donc indispensable de mettre en place un outil qui permette une gestion collaborative des documents et ce de manière relativement intuitive.

## II. Usages et attentes des futurs utilisateurs

### 2.1. Pourquoi faire une enquête d'usages ?

#### 2.1.1. Sociologie des usages

Pour comprendre ce qu'est une enquête d'usages, il est primordial de voir dans quel contexte elle émerge. C'est pourquoi nous allons étudier la sociologie des usages. Mais avant même de parler de la discipline en elle-même, il est préférable de délimiter les contours de son objet d'observation, à savoir les usages. Ce terme est en effet polysémique, il peut recouvrir des habitudes tout comme des bonnes manières d'agir. Seulement, ce n'est pas en ce sens que la sociologie des usages conçoit son objet. L'usage dans cette discipline est appréhendé comme le « Fait de se servir de quelque chose, d'appliquer un procédé, une technique, de faire agir un objet, une matière selon leur nature, leur fonction propre afin d'obtenir un effet qui permette de satisfaire un besoin. »<sup>3</sup>. La sociologie des usages est apparue dans les années 60-70 aux Etats-Unis avec le courant fonctionnaliste des « uses and gratifications ». En France, c'est Michel de Certeau qui est considéré comme le pionnier de l'approche de usages, notamment pour son ouvrage intitulé *L'invention du quotidien*. Il s'agit en France, d'une discipline qui va s'intéresser aux nouvelles technologies de l'information et de la communication et à leur étude, contrairement aux approches anglo-saxonne qui s'intéressent à l'usage des médias de masse. Si la sociologie s'intéresse particulièrement aux usages c'est tout simplement parce que « l'usage n'est pas un produit naturel mais un construit social »<sup>4</sup>. Pour rester sur l'émergence de la sociologie des usages en France, on constate que la problématique de l'autonomie constitue un grand apport dans les premières études de sociologie des usages. On constate qu'il y a un décalage entre les usages attendus et les usages effectifs. Les individus s'approprient les outils pour s'émanciper, se sociabiliser, s'accomplir dans leur travail. Or ce ne sont pas les objectifs premiers de ces outils, il y a donc un détournement des services proposés. Les premières études de sociologie des usages vont donc permettre de remettre en cause le déterminisme technique qui affirme que les usages proviennent uniquement de l'offre de service proposée par les outils. « L'apparition de

---

<sup>3</sup> CNRTL. *Outils et ressources pour un traitement optimisé de la langue* [en ligne]. (consulté le 22/05/15). Disponible sur : <<http://www.cnrtl.fr/definition/usage>>

<sup>4</sup> Chabat Pierre, « Usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques », *Technologies de l'information et société TIS*, Volume 6, n°3, 1994.

nouvelles pratiques se greffe sur le passé, sur des routines, sur des survivances culturelles qui perdurent et continuent à se transmettre bien au-delà de leur apparition »<sup>5</sup>

Jusqu'au début des années 80 on ne prenait en compte que les pratiques sociales et non l'influence qu'a l'objet technique sur ces pratiques sociales. C'est ensuite que l'on va penser la médiation entre l'outil et l'individu dans un double sens. C'est-à-dire que les pratiques, les usages sont bien une construction sociale qui sont influencés par notre environnement social, mais l'outil structure également ces pratiques.

Ce n'est qu'à partir des années 90 que la recherche sur les usages va s'intéresser à l'univers de l'entreprise. Jusque-là, les études se consacraient principalement à la sphère privée. Ce nouveau développement de la sociologie des usages va être accompagné de théories sur la sociologie des organisations et la sociologie du travail. « On assiste aujourd'hui à une accélération de la diffusion des nouveaux outils de communication qui est sans doute liée à la multiplication des discours de promotion et à l'acculturation progressive à « la société de l'information » ». Cette accélération s'accompagne d'une multiplication des TIC dans les entreprises et les employés n'ont pas réellement le choix de les utiliser ou non. Toutefois, il faut noter une différence entre la véritable recherche scientifique qu'effectue la sociologie des usages et les études d'usages liées à des appels d'offre plus ciblés qui se font souvent dans le cadre d'un déploiement d'une nouvelle technologie, par exemple. La recherche en sociologie des usages va s'intéresser davantage aux déterminants sociaux qui sont en cause dans l'intermédiation qui se joue entre la technologie et son utilisateur. Tandis que les études d'usages vont plutôt se positionner dans une posture d'écoute des usagers pour mieux les comprendre et permettre aux entreprises d'adapter l'offre en termes d'outils.

C'est également dans une optique d'écoute des usagers que les services de documentation développent les études sur les usages et usagers :

### **2.1.2. Les usages en documentation**

Parmi les apports des sciences de la documentation, nous trouvons les enquêtes d'usages et usagers. On commence à penser en termes d'usages et usagers avec la bibliothèque introduite par Otlet et Lafontaine en 1895. Il faut noter que la sociologie des usages n'était donc pas encore une discipline construite. Au sein des bibliothèques, on passe

---

<sup>5</sup> Mallein P., Toussaint Y., « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages », *Technologies de l'information et société TIS*, Volume 6, n°4, 1994

d'un modèle centré sur les ressources à un modèle centré sur le service à rendre. C'est pourquoi on voit par exemple se développer des dispositifs de médiation pour faire le lien entre le document en tant qu'objet, l'information qui représente le contenu et l'utilisateur qui est le destinataire du dispositif. La question de l'usage de l'information se définit en même temps que s'affirment les professions de bibliothécaire et de documentaliste et que le rôle de médiation devient déterminant.

Mais l'utilisateur dont on parle aujourd'hui n'est plus le même qu'en 1895. Avec le développement du numérique, il devient à la fois consommateur et producteur d'informations, on parle d'utilisateur acteur. On le voit par exemple, dans le cas de ce projet, avec la production de documents multimédias par les usagers. Les recherches sur les usages et usagers vont se développer massivement avec l'arrivée du numérique. Les bibliothèques prennent conscience qu'elles doivent adapter leurs services envers une population qui utilise massivement internet pour chercher des informations. En 2008 la revue *Documentaliste, Sciences de l'information* va consacrer un dossier intitulé « marketing stratégique » qui explique comment les services d'information vont s'approprier les outils du marketing pour développer leur offre en fonction du besoin des usagers. Florence Muet introduit ce dossier en expliquant que « le marketing documentaire est d'abord la posture de l'orientation utilisateur : la raison d'être de toute fonction documentaire réside dans la recherche permanente de l'adaptation aux besoins d'information d'une communauté et des individus qui la composent ». L'ensemble de ce dossier explique dans quel cadre déployer cette démarche marketing et comment la mettre en place. Cette approche permettra aux professionnels de la documentation de mettre en place une offre adaptée à son public. Ils ne doivent pas faire une proposition de nouveaux outils sans prendre en compte les besoins et le contexte dans lequel ces besoins émergent. Il doit naître une véritable collaboration, un partenariat entre les professionnels de la documentation et les usagers.

L'évolution des métiers de la documentation va vers l'animation et la valorisation des ressources présentes dans les structures. On ne va plus simplement acheminer l'information aux utilisateurs. Les documentalistes doivent mettre à disposition des systèmes d'information et voir comment ils sont utilisés par les usagers. Il est important de les accompagner dans la découverte des outils et l'apprentissage de la culture de l'information. Mais l'utilisateur n'entre pas en jeu exclusivement lorsque l'outil de gestion de l'information est développé, l'utilisateur doit être pris en compte dès le début du projet. Il est primordial de comprendre les habitudes des usagers en termes de stockage, de recherche et de partage des informations. En effet,

avant même que l'outil soit développé l'utilisateur possédait d'ores et déjà des documents, il en avait également besoin. Il faut donc comprendre quelles sont ses habitudes, ses usages. On veut comprendre ce qu'il fait réellement et non pas ce qu'il est censé faire. « La diffusion des technologies de l'information et de la communication ne s'opère pas dans le vide social ; elle ne procède pas davantage par novation ni substitution radicales. Elle interfère avec des pratiques existantes, qu'elle prend en charge et réaménage. L'intérêt des études portant sur les usages des TIC est de prêter attention à ce niveau de la réalité sociale qu'est le monde vécu »<sup>6</sup>. Ceci va permettre d'adapter les outils aux caractéristiques du public.

Les principaux objectifs des enquêtes d'usages et usagers sont :

- Collecter les jugements des usages sur la situation à l'instant t.
- Faire de la prospection en interrogeant les usagers sur leurs souhaits ou des propositions de nouveaux services.
- Savoir ce que les usagers considèrent comme les services minimums

Dans le cadre de ce projet, j'ai à la fois collecté les jugements des usages sur la situation à l'instant t, mais également fait de la prospection en questionnant les usagers sur leurs attentes vis-à-vis d'une potentielle médiathèque collaborative en ligne. Il faut savoir que lorsque j'ai intégré Immochan pour la gestion du projet, le sujet de la médiathèque était déjà en discussion depuis quelques années. L'attente est donc bien présente, même si elle n'a jamais été énoncée formellement. C'est en observant les usages que l'on comprendra si ce besoin de médiathèque collaborative est présent. Par le biais de cette enquête on pourra également proposer un outil qui ne soit pas en rupture totale avec leurs usages. On pourra en effet les interroger sur leurs habitudes actuelles et amener un outil qui sera dans la continuité de ces habitudes.

## 2.2. Construction de l'enquête

J'ai commencé à élaborer cette enquête dès ma première semaine de stage. Il m'a d'abord fallu prendre connaissance des outils existants afin de pouvoir interroger les usagers sur leur connaissance et l'utilisation de ces outils. L'enquête menée dans le cadre du projet de création de médiathèque au sein d'Immochan concerne à la fois la direction internationale

---

<sup>6</sup> Chambat Pierre, « Usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques », *Technologies de l'information et société TIS*, Volume 6, n°3, 1994.

d'Immochan et les différents Immochan en pays. En ce qui concerne la méthodologie adoptée, bien que certains chercheurs proposent, dans le courant de la sociologie des usages, des méthodologies innovantes telles que le suivi des parcours des usagers sur internet, leur utilisation de divers supports et ce par le biais de recueil de données, d'archivage des logs...etc., ces solutions restent marginales car coûteuses à mettre en place. Ainsi, pour pouvoir toucher facilement et à moindre coût, le plus grand nombre, j'ai choisi de mettre en place un système de questionnaire. L'entreprise possède Sphinx, mais un seul collaborateur y a accès et il n'avait pas de temps à me consacrer pour mon enquête, j'ai donc choisi de faire un questionnaire en ligne via Google forms. Tous les collaborateurs n'étant pas francophones il a fallu que je le traduise en anglais. Nombre d'entre eux n'ont pas non plus une connaissance des termes utilisés en documentation. Il a donc été nécessaire de préciser quelques termes tels que « documents multimédias », « recherche avancée », le plus simple était de les illustrer par quelques exemples.

Même si nous voulions toucher le plus grand nombre, comme nous l'avons expliqué au début de cette partie, il y avait différents types de profils qui nous intéressaient particulièrement : ceux qui possèdent des documents multimédias et/ou en utilisent dans le cadre de leur travail. L'objectif de l'outil est en effet de partager des documents de manière collaborative, nous avons donc besoin de cibler les contributeurs qui alimenteront la médiathèque et ceux qui iront y puiser des ressources. Tout l'intérêt ici est de créer une communauté qui va collaborer à travers un outil de gestion et de partage de documents multimédias. C'est pourquoi nous avons principalement ciblé les services communication de chaque pays, car ils possèdent de nombreux documents pour leurs divers supports, les services marketing qui en possèdent énormément également et le pôle « développement, promotion, construction » car les collaborateurs de ce pôle prennent régulièrement des photos et vidéos lorsqu'ils visitent des centres, des chantiers et ils réalisent également des plans, des perspectives lors de l'élaboration des projets.

Face à ces besoins, le questionnaire s'articule donc en 4 parties :

### **2.2.1. La possession de documents multimédias**

L'objectif premier de cette partie était de cibler les personnes qui possèdent une quantité conséquente de documents. Ainsi, je pourrai me tourner vers elles lorsque je devrai collecter les documents pour alimenter la médiathèque avant le déploiement. L'intérêt est, en

effet, que les collaborateurs aient déjà au lancement un outil opérationnel pour leurs recherches mais également qu'ils n'aient pas à indexer eux-mêmes la masse importante de documents qu'ils possèdent. Le second objectif était d'évaluer la quantité de stockage nécessaire pour la réalisation de l'outil, il était donc demandé à chacun de préciser le volume qu'occupent leurs documents multimédia sur leur ordinateur, nous avons précisé la démarche à suivre pour obtenir ce chiffre, à savoir clic droit sur le ou les dossiers en question pour avoir accès aux propriétés. Cette même partie était l'occasion de déterminer la nature du fond, c'est-à-dire le type de documents, les objets des documents et les usages potentiels que les collègues peuvent en faire. Enfin nous avons pu vérifier si ces personnes avaient tendance à partager ou non leurs documents en fonction de l'emplacement actuel de ces derniers et la manière dont ils étaient rangés, c'est ainsi que nous avons pu aborder les différents outils de partage déjà en place.

### **2.2.2. Le besoin de documents multimédias**

Cette partie était l'occasion de comprendre dans quel cadre les documents multimédias sont utilisés. Ceci passe par une meilleure compréhension de ce que font les personnes dans leur travail. Grâce à cela, nous pourrions déterminer si nous faisons une médiathèque uniquement pour la communication, avec des documents de qualité ou si nous incluons des documents de moins bonne qualité qui illustrent de bonnes pratiques présentes dans les centres commerciaux. Nous pourrions également voir comment les collaborateurs récupèrent les documents dont ils ont besoin.

### **2.2.3. Les attentes vis-à-vis du projet de médiathèque en ligne**

Le projet de médiathèque étant déjà évoqué depuis quelques temps, nous avons estimé qu'il était utile de demander aux collaborateurs s'ils avaient des attentes particulières sur la nature du fond à stocker, sur les modalités de recherche, sur ce qui les inciterait à partager systématiquement leurs documents. C'est une partie qui vient en complément de la partie traitant les besoins. En effet, les besoins exprimés permettent déjà de comprendre en partie ce qu'attendent les utilisateurs de l'outil à venir. Cette partie est l'occasion d'exprimer les attentes de manière plus formelle.

#### 2.2.4. L'activité au sein de l'entreprise

Enfin il était essentiel de connaître le poste occupé par cette personne, de savoir si elle se trouve en pays ou dans la direction internationale, en région sur un site ou dans un service support. La connaissance de l'intitulé du poste nous permettait d'appréhender de manière générale les tâches qu'a à effectuer la personne dans son quotidien. Au début, nous avons laissé le questionnaire anonyme mais nous nous sommes rapidement rendu compte de la nécessité de connaître l'identité des répondants pour les recontacter par la suite quand nous aurions à collecter leurs documents.

Vous trouverez le questionnaire distribué en annexe 1 de ce mémoire, il reprend tous les aspects mentionnés ci-dessus. J'aurais souhaité pouvoir les interroger de manière plus générale sur leurs habitudes en matière d'utilisation des nouvelles technologies que ce soit dans le cadre professionnel ou personnel, pour quel type de tâche et pour obtenir quel type d'information. Néanmoins nous ne voulions pas que les collaborateurs mettent plus de cinq minutes à renseigner le questionnaire. Lors de l'élaboration de ce dernier j'ai rencontré Maryline, chargée de communication interne d'Immochan France, qui m'avait conseillé de raccourcir au maximum l'enquête. En effet, même si nous savons que beaucoup soutiennent le développement de la médiathèque, nous pensions que les collaborateurs ne passeraient pas plus de cinq minutes de leur temps de travail pour un projet encore vague dans leur esprit.

Dans la première partie de ce mémoire nous avons abordé les outils déjà existants pour gérer les documents multimédia. Il est pertinent lors de l'enquête de vérifier s'ils sont utilisés ou non par les usagers. C'est donc une thématique qui a été transverse dans les questions posées.

La diffusion du questionnaire ne s'est pas faite par un simple envoi de mail à l'ensemble des collaborateurs ciblés. Il était primordial que je me présente, que j'explique l'objet de ma mission et que je décrive l'objectif du questionnaire. Certes, il est possible de faire un texte introductif pour expliquer l'objet de l'enquête, mais un texte trop long découragerait la lecture de celui-ci et la démarche est relativement impersonnelle. Dès le premier jour de stage, ma tutrice m'a présenté ainsi que mon projet aux collaborateurs des différents pôles de la direction internationale d'Immochan, il était donc facile de leur communiquer le questionnaire. Pour les collaborateurs d'Immochan France, leur présence dans les mêmes

locaux a facilité la tâche, à travers plusieurs rencontres, nous avons pu échanger sur le projet. A contrario, il était beaucoup plus difficile de rencontrer les collaborateurs des autres pays. C'est pourquoi j'ai été introduite par Céline, chargée de communication interne, lors d'une Synergie communication. Les Synergies existent dans différents corps de métiers, le marketing également par exemple. Il s'agit de réunions, le plus souvent téléphoniques à cause de la distance, entre toutes les chargées de communication des pays. C'est l'occasion pour Céline d'évoquer tous les projets qui sont transverses à l'ensemble des pays comme les Trophées de l'innovation qui récompensent les meilleures innovations mises en place dans les centres commerciaux. C'est également l'occasion pour toutes de prendre connaissance des actualités des autres chargées de communication dans leur pays. C'est donc à cette occasion que j'ai pu exposer mon projet de création de médiathèque en ligne qui sera à disposition de tous. J'ai également expliqué que je mettais en place une enquête et l'intérêt de celle-ci.

Je n'ai pas pu me présenter directement auprès des chargés de marketing car il n'y avait pas de Synergie prévue au planning à cette période-là. C'est donc Anne-France, la chargée de marketing au sein de la direction internationale, qui a expliqué à ses collègues en pays le projet et l'objet de l'enquête.

A la suite de ces présentations et explications, j'ai pu transmettre le questionnaire par mail. Il a été adressé à quarante-deux personnes qui avaient la possibilité de transmettre le lien à leurs collègues s'ils estimaient qu'ils pouvaient être intéressés par le projet.

Au-delà de cette enquête par questionnaire, mon immersion dans le service communication m'a permis d'observer les usages de mes collègues. En étudiant les dossiers Photothèque, Vidéotheque et Logothèque j'ai également pu appréhender de manière plus fine que par un simple questionnaire, leur manière de penser le classement des documents. En effet, le rangement des documents est très lié à l'usage que l'on en fait. Or d'un service à l'autre les usages ainsi que les méthodes de classement diffèrent. C'est à travers les interactions avec diverses personnes issues de services différents que j'ai pu faire ce constat. Par exemple, au service communication, les collaborateurs ont l'habitude d'utiliser les documents multimédia pour illustrer des articles d'actualité sur les pays. Ainsi la photothèque s'articule dans un premier niveau par thématique (animation, chantier, événements...etc.) et dans un deuxième niveau par pays. Tandis que dans le pôle « développement production et commercialisation » la secrétaire organise ses documents par réunion (Conseil, Codirection,

G6...etc.). Elle a en effet besoin de savoir ce qui a été montré, dit et validé lors de telle réunion en présence de telle et telle collaborateur.

C'est pourquoi lors de l'élaboration de la médiathèque en ligne, si l'on veut qu'il y ait une véritable collaboration entre les individus il faut que les usages et habitudes de chacun soient pris en compte. Ainsi l'ensemble des collaborateurs pourra s'approprier facilement l'outil pour satisfaire ses propres besoins.

### 2.3. Principaux résultats

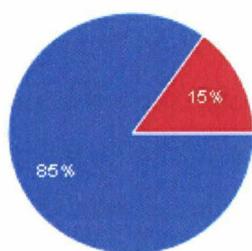
Pour commencer, avant d'analyser ces résultats, relativisons-les. Il faut en effet les remettre dans le contexte de l'enquête et non pas les prendre comme une vérité absolue. C'est-à-dire qu'il y a quelques biais à prendre en compte. Avec une enquête par questionnaire on récupère des déclarations de pratiques et non des pratiques effectivement constatées. Nous ne sommes pas derrière chaque personne pour observer comment ils rangent leurs documents, s'ils les partagent, comment ils le font...etc. Ainsi devant le questionnaire, un collaborateur estimant que c'est important de partager des documents sur LiveLink, le principal outil de partage au sein d'Immochan, cochera la case pour dire qu'il le fait même si dans la pratique il ne le fait pas. Chacun ressent, en effet, le besoin de se légitimer dans un questionnaire et cochera la réponse qu'il estime être attendue par l'enquêteur.

L'analyse des résultats de l'enquête doit nous permettre de déterminer des profils différents d'utilisateurs. Florence Muet explique que « l'objectif de la segmentation est de se forger une représentation structurée du public, autour de l'identification d'un certain nombre de profils d'utilisateurs ». Toutefois, il n'est pas nécessaire de réaliser une segmentation trop fine. Nous allons donc dans notre analyse chercher à déterminer les profils et les usages les plus saillants. C'est ainsi que nous pourrions définir les contours de notre outil et les objectifs auxquels il devra répondre. Pour ce faire, nous avons quelques résultats à plat que nous avons ensuite croisés de manière judicieuse afin de valider ou non les hypothèses que nous avons établies au préalable. En ce qui concerne les profils nous nous sommes demandés pourquoi les personnes se rendraient à l'avenir sur la médiathèque en ligne. C'est ainsi que nous pensons tout d'abord qu'il existe des utilisateurs qui réalisent des documents multimédias mais n'en n'ont pas nécessairement l'usage. Ils iraient donc sur la médiathèque uniquement pour partager les documents qu'ils possèdent. D'autres utilisateurs en ont besoin mais n'en produisent pas. La médiathèque leur permettrait d'avoir accès à une multitude de ressources

utiles dans le cadre de leur travail. Enfin nous aurions des usagers qui font des documents multimédias et les utilisent dans le cadre de leur travail. Pour ce qui est des usages, étant dans le service communication, nous savions pertinemment qu'il y avait un besoin de documents multimédias pour divers support de communication. Mais nous pensons également qu'il y a un besoin de documents de bonnes pratiques qui ne sont pas nécessairement de bonne qualité mais qui permettent simplement d'alimenter une réflexion.

### 2.3.1. Les profils d'usagers

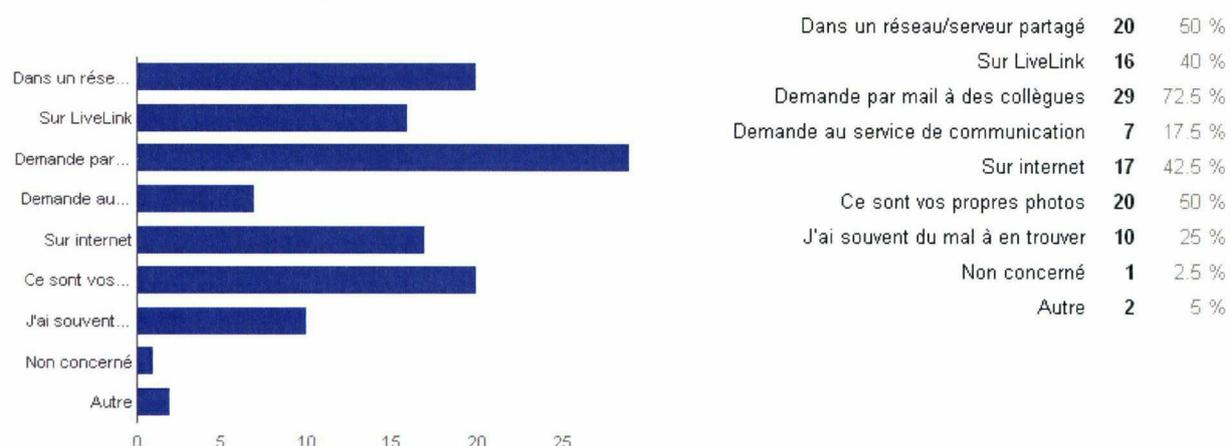
**Réalisez-vous des documents multimédias (photos, vidéos...) dans le cadre de votre travail ?**



Oui	34	85 %
Non	6	15 %

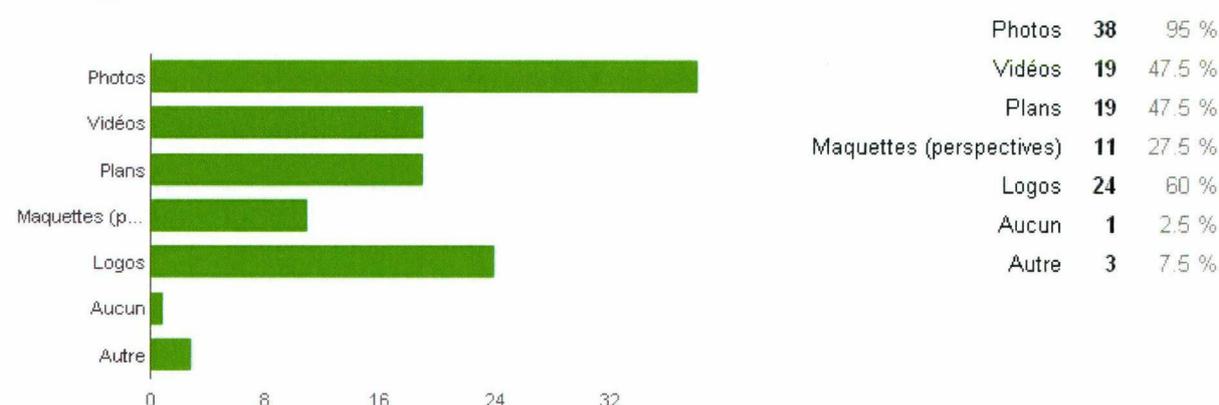
Ce premier graphique nous permet de constater un public en marge de la majorité des répondants. Il s'agit de ceux qui ne produisent pas de documents multimédias dans le cadre de leur travail, ils ne représentent que 15% des personnes interrogées. Il est important de noter leur présence car ce sont des personnes qui ne pourront pas alimenter la médiathèque. Il faut donc maintenant voir s'ils ont besoins de documents multimédias dans le cadre de leur travail. Dans le cas contraire, ils n'auront que très peu d'intérêt à utiliser la médiathèque en ligne. En observant les réponses de ces six personnes sur la nature des documents multimédias qu'ils utilisent dans le cadre de leur travail, j'ai constaté qu'une seule d'entre elles n'en utilise aucun. Nous avons donc un type de profil d'utilisateur qui n'ira pas sur la médiathèque pour déposer des documents mais qui est susceptible de s'y rendre pour chercher des documents. Ce profil fait partie de ceux que nous avons émis en hypothèse.

### Actuellement, comment récupérez-vous les documents multimédias dont vous avez besoin ?



Face aux résultats ci-dessus, le plus important à noter dans le cadre de notre projet, c'est que 50% des personnes interrogées utilisent leurs propres photos quand elles en ont besoin. C'est-à-dire qu'elles n'ont pas d'intérêt particulier à utiliser la médiathèque en ligne que l'on veut mettre en place. Toutefois seules deux d'entre elles utilisent exclusivement leurs documents, une majorité en utilise d'autres. Nous confirmons donc le profil des utilisateurs qui possèdent des documents multimédias et en utilisent dans le cadre de leur travail. Et nous pouvons même ajouter que ces personnes n'utilisent pas exclusivement leurs documents, la médiathèque en ligne n'est donc pas réellement un projet dénué d'intérêt pour eux.

### Quels types de documents utilisez-vous le plus souvent dans votre travail ?

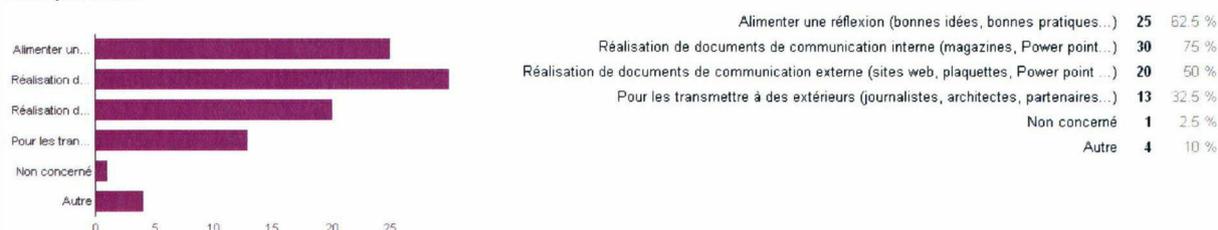


Pour déterminer si certaines personnes possèdent des documents multimédias mais n'en utilisent pas nécessairement dans le cadre de leur travail, nous avons demandé quels sont les documents utilisés en laissant la possibilité de répondre « aucun ». Or nous constatons que seule une personne n'a pas besoin de documents multimédias et cette même personne n'en

réalise pas non plus. Nous pouvons donc écarter le profil d'utilisateur qui possède des documents multimédias mais qui n'en utilise pas.

### 2.3.2. Les potentiels usages de la médiathèque

Dans quel cadre ?



La question du contexte d'usage des documents multimédias était primordiale pour le développement de l'outil, elle nous permettait de savoir quels types de documents intégrer au fond. Car nous avons besoin de savoir s'il fallait y mettre uniquement des documents multimédias de communication ou également des documents illustrant de bonnes pratiques. Nous avons donc besoin de connaître le cadre d'utilisation des documents multimédias par les collaborateurs. Dans la question présentée ci-dessous, comme dans d'autres, plusieurs réponses étaient possibles, c'est pourquoi le total de chacune d'entre elles est supérieur à 100%. Il était important de laisser ce choix multiple. En effet, dans le cas présent les individus n'ont pas un usage unique des documents multimédias dans le cadre de leur travail. Nous voyons ainsi qu'une majorité d'entre eux en utilisent pour divers supports de communication, qu'ils soient internes ou externes. Mais 62,5% d'entre eux les utilisent également pour alimenter une réflexion. Parmi eux, seulement trois ne les utilisent que dans ce contexte, pour la plupart, la réflexion va de pair avec la réalisation de documents de communication.

### **III. Création du langage d'indexation**

Dans le cadre de ce projet, ma principale mission était la création d'un langage documentaire qui permettrait l'indexation et la recherche des documents au sein de la médiathèque. L'indexation est en effet une étape primordiale lorsque l'on cherche à créer un fond documentaire. Cette étape a pour but de ne pas perdre de documents en permettant de les retrouver par un moteur de recherche. L'indexation facilite également l'identification et la compréhension du document par les utilisateurs. Toutefois le langage d'indexation dépend pour beaucoup de la nature du document à indexer. Or il s'agit dans ce cas de documents multimédias, ce sont des documents particuliers car ils ne possèdent pas le même contenu que des documents textuels. Il est important dans un premier temps de comprendre ce qu'est un document multimédia avant de choisir le type de langage d'indexation le plus adapté et le créer. Cette dernière partie va donc s'articuler en différentes étapes. Tout d'abord il s'agira de comprendre ce qu'est l'indexation et en quoi elle est une étape importante dans le traitement intellectuel des documents. Dans un second temps, je préciserai ce qu'est l'image et quelles sont les difficultés liées à l'indexation de ce type de documents. Je me suis intéressée à ce document multimédia en particulier car il constitue la majeure partie du fond présent à Immochan. J'ai ensuite recensé les différents langages d'indexation qui sont à notre disposition pour enfin expliquer lequel j'ai choisi, pour quelles raisons et comment je l'ai construit.

#### **3.1. L'indexation d'un document**

Selon la norme AFNOR, « L'indexation est l'opération qui consiste à décrire et à caractériser un document à l'aide de représentations des concepts contenus dans ce document, c'est-à-dire à transcrire en langage documentaire les concepts après les avoir extraits du document par une analyse. La transcription en langage documentaire se fait grâce à des outils d'indexation tels que thésaurus, classification, etc. »<sup>7</sup>. Il s'agit donc d'une apposition d'un ou plusieurs indices, mots-clés, retranscrivant les thèmes abordés par le document. Cette étape est essentielle dans le traitement documentaire car elle rend possible la recherche d'informations dans un fond documentaire. Elle facilite donc l'accès au contenu d'un ou

---

<sup>7</sup> AFNOR NF Z-47-102 Information et documentation, Principes généraux pour l'indexation des documents, Paris : norme française AFNOR, octobre 1993, p.4.

plusieurs documents par le biais des mots-clés. Son objectif principal est d'être fine et exhaustive pour rendre plus simple la recherche d'informations. Sans indexation nous n'aurions aucun moyen d'accéder au contenu du document via la recherche.

L'attribution des mots-clés dépend néanmoins d'une certaine analyse et interprétation du contenu de chaque document de la part des documentalistes. Elle dépendra également du contexte d'utilisation des documents et des demandes habituelles des usagers. Afin d'obtenir une expression univoque du contenu des documents, les documentalistes doivent nécessairement passer par des outils sémantiques, les langages documentaires que nous détaillerons plus loin.

L'indexation des documents est donc une étape essentielle, d'autant plus pour les images qui ne comportent aucun élément textuel susceptible d'être exploité lors de la recherche. Toutefois l'indexation des images n'est pas une tâche évidente, et pour cause, la nature de ces documents est particulière.

## **3.2. L'image, un document particulier**

### **3.2.1. La nature de l'image**

Bien que les documentalistes doivent traiter les images comme ils traitent un document textuel, n'oublions pas que « l'image n'est ni un concept, ni une association d'idées successives. Elle ne parle pas. Elle n'a pas de grammaire. Elle montre reproduit, informe, imagine et l'essentiel de ce qu'elle exprime est irréductible au langage »<sup>8</sup>. La différence entre l'image et le langage est simple. L'image possède un lien d'analogie avec ce qu'elle représente, elle montre directement ce qu'il y a à voir. Tandis que le langage fonctionne par code, convention, il y a une « rupture sémiotique » entre le signe et ce à quoi il fait référence. L'utilisation d'une convention pour décrire une image qui est universelle n'est dès lors pas une évidence. Seulement, il n'y a qu'un langage descriptif qui permet de classer et de retrouver des images particulières dans un fond. Cette démarche est encore possible avec des fonds de petite ou moyenne taille, mais l'arrivée de l'ère du numérique va bouleverser les chaînes de production des documents photographiques. D'une part nos appareils photos et téléphones portables remplacent en quelque sorte notre regard et l'on capture chaque instant en rafale. D'autre part le numérique va permettre de modifier, de retoucher les images, de

---

<sup>8</sup> Melot Michel, « L'image n'est plus ce qu'elle était », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 2005/6 (Vol. 42), p. 361-365.

monter des vidéos. On ne peut dès lors plus dire que l'image représente la réalité. Le numérique introduit une rupture dans le rapport entre le signe que constitue l'image et son référent qui est la réalité.

### 3.2.2. Tentative d'indexation de l'image par l'image

L'étude de l'indexation de l'image fait l'objet de nombreuses recherches notamment pour automatiser le processus et utiliser les informations présentes dans le média en lui-même. L'objectif de ces recherches et développements n'est pas de remplacer le documentaliste mais de l'aider dans ses tâches. Comme nous l'avons déjà dit, avec la profusion de documents, son travail d'indexation devient de plus en plus lourd et fastidieux. L'automatisation de certaines tâches pourrait ainsi faciliter son travail quotidien. Patrick Gros dans son article « Description et indexation automatiques des documents multimédias : du fantasme à la réalité » étudie quelques pistes pour automatiser la description des images fixes. Une première approche consiste à décrire la composition de l'image, celle-ci est intéressante quand le documentaliste ne possède aucune indication sur le contexte de la prise d'image. On se concentre donc sur ce qu'il y a dans l'image. Les procédés automatiques nous permettent tout d'abord de mesurer la couleur de chaque pixel, on obtient ainsi un histogramme de couleurs avec la distribution de celles-ci dans l'image. Il est possible également d'obtenir la texture de l'image en fonction de la variation des intensités lumineuses. Enfin, même si ce n'est encore qu'approximatif, nous pouvons décrire l'image par les formes qui la composent.

Ces procédés permettent certes une description automatique, mais qu'en est-il de la recherche par les utilisateurs ? Puisque la description ne se fait plus sémantiquement, on ne peut pas utiliser les mots pour effectuer notre recherche. Pour retrouver une image représentant une plage tropicale il faudrait renseigner l'histogramme de couleur correspondant à ce type d'image ou encore dessiner un palmier. Ce type de recherche va poser quelques problèmes pour les utilisateurs. Tout d'abord, il faut posséder l'histogramme de couleur précis de l'image que l'on veut, or il s'agit de données relativement complexes à obtenir. Pour que ce système de recherche soit efficace, il faut également que l'image recherchée possède des couleurs bien particulières se distinguant dans la totalité du fond. Ensuite pour la recherche par forme, il faut non seulement que la personne effectuant la recherche sache bien dessiner, mais également que le système puisse faire la concordance entre la forme dessinée et la forme présente dans l'image qui ne seront pas strictement identiques. Une solution pourrait être de

proposer au système une image ressemblant à celle que l'on cherche. Mais dans notre cas, quoi de plus ressemblant à un centre commercial, qu'un autre centre commercial ? Lorsqu'un utilisateur chez Immochan fait une recherche par exemple d'une devanture de centre commercial ce n'est pas n'importe quel centre qu'il recherche, c'est celui qui a été inauguré à telle date, dans tel pays, et qui porte tel nom.

L'indexation de l'image par l'image est certes très intéressante pour ne pas limiter son interprétation à quelques mots-clés. Mais elle n'est pas suffisante, il faut envisager ce type d'indexation en complément de la description par mots-clés mais non en remplacement. Ces technologies ne sont toutefois pas à mettre de côté en attendant des développements plus intéressants. Elles peuvent dès aujourd'hui faciliter le travail du documentaliste, notamment dans la détection des doublons. Dans des fonds comportant un grand volume de documents il est en effet difficile pour le documentaliste de détecter les copies. Avec la description de la composition des images, il est possible pour le système de repérer celles qui sont strictement identiques. La détection de la taille de l'image est également une donnée intéressante, il permet dans notre cas de voir si une image est de bonne qualité ou non, quelqu'un qui cherche une image de bonne qualité pour un support de communication, pourra donc être amené choisir ce descripteur.

### **3.2.3. L'indexation sémantique de l'image**

Puisque la technique ne nous permet pas encore à ce jour de traiter l'image uniquement par l'image et que nous avons besoin de saisir les images par les mots, il faut dès lors se fixer quelques règles d'indexation. Tout d'abord on ne va pas décrire l'image en elle-même mais plutôt les textes qui l'accompagnent, les légendes, les titres. Dans mon cas je dois me contenter de ce qui a été fait au préalable. Or j'ai pu constater que les documents étaient rarement renommés ou légendés. La seule indication systématique est le nom du dossier dans lequel se trouvent les documents. Sans indication textuelle, la description d'une image devient un processus relativement subjectif, l'image est sujette à diverses interprétations. D'autant plus lorsque l'on n'est pas à l'origine de la prise de photo, ce qui est généralement le cas pour les documentalistes. Au-delà du contenu de l'image, il faut donc prêter une attention toute particulière à la future utilisation des documents. Selon Michel Melot « on peut consacrer un livre entier à la description d'une seule image et, si l'on ne sait pas ce que l'on cherche, l'opération sera vraisemblablement inutile. La description ou l'analyse de l'image n'ont donc

de sens que dans la mesure où elles répondent à une recherche déterminée. »<sup>9</sup>. La description que fait le documentaliste doit donc pouvoir répondre aux divers et potentiels usages liés aux documents. Il va donc questionner l'image, chercher à comprendre quelles questions va se poser l'utilisateur lorsque, dans sa recherche d'images, il trouvera dans ses résultats cette image précise. Dans *Utilisation des images d'archives dans l'audiovisuel*, Jean-Stéphane Carnel propose un certain nombre de champs indispensables pour le traitement documentaire des reportages des émissions, certains d'entre eux sont également applicables aux images :

- La référence : permet l'identification de manière unique du support physique des images recherchées.
- Le titre : exprimé en langage libre, il résume le sujet du reportage en une ligne. Il permet de fournir des réponses à une requête vague.
- La date : permet d'avoir une idée de ce que contient l'image et de son état
- Les sources : permet de connaître les droits liés à l'image.
- La durée : à utiliser pour le traitement documentaire des vidéos uniquement.
- Le lieu : critère de recherche très fréquent à ne pas négliger.

Face à la profusion de documents introduite par le numérique, l'indexation image par image avec un vocabulaire descriptif détaillé est impossible. Il est nécessaire de traiter les images par lots et de trouver des descripteurs suffisamment pertinents à la fois pour le lot d'images et pour les usages liés à chaque image. C'est dans le lot, la série, la collection que l'image va prendre tout son sens, on va « pouvoir lui faire dire autre chose que ce qu'elle montre »<sup>10</sup> nous explique Michel Melot.

### 3.3. Différents types de langages existants

Comme nous l'avons dit, l'indexation est une étape primordiale dans l'analyse des documents, elle permet de transformer et synthétiser, pour les documents textuels, le langage naturel en une sélection de termes issus d'un langage artificiel dit « langage documentaire ». Ces derniers ont été créés afin d'harmoniser, normaliser l'expression des thèmes d'un

---

<sup>9</sup> Collard Claude, Giannattasio Isabelle et Melot Michel. *Les images dans les bibliothèques*, Editions du cercle de la librairie, Paris, 1995

<sup>10</sup> Melot Michel, « L'image n'est plus ce qu'elle était », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 2005/6 (Vol. 42), p. 361-365.

document. Ils permettront d'éliminer par exemple, les problèmes de synonymie ou de polysémie en imposant un terme particulier plutôt qu'un autre.

Cette étape d'indexation est d'autant plus importante pour les documents visuels puisqu'ils ne sont composés d'aucun terme. L'analyse permettra donc de réaliser des recherches dans la base. Afin d'effectuer le meilleur choix de langage pour le projet, il est primordial de faire un état des lieux, une typologie des outils qui sont à notre disposition en matière d'organisation des connaissances et de description des documents.

Une première distinction est à opérer entre les langages d'indexation qui décrivent des thèmes, sujets ou concepts et les systèmes classificatoires qui proposent des catégories de thèmes, sujets ou objets.

### **3.3.1. Les référentiels terminologiques à base langagière**

Au sein des langages d'indexation nous devons déjà opérer une première distinction entre l'indexation analytique (ou post-coordonnée) et l'indexation synthétique (ou pré-coordonnée). La première permet de dégager les concepts présents dans un document. Tandis que la seconde propose aux utilisateurs une chaîne de termes qui construit le sujet du document. Différents langages vont se ranger dans ces deux catégories.

#### ***Indexation analytique***

Il est possible pour ce type d'indexation d'utiliser un langage libre, c'est-à-dire que l'utilisateur va utiliser exactement le terme qu'il veut employer. C'est ce que l'on appelle la folksonomie, les termes utilisés pour l'indexation sont appelés des tags. C'est un système d'indexation qui s'est considérablement développé avec le web 2.0.

Seulement, ce langage peut entraîner quelques dérives, on peut perdre en précision, ajouter de la confusion. Pour atténuer la variabilité des descriptions, les documentalistes vont préférer utiliser des langages contrôlés, parmi eux nous trouvons :

- De simples listes de termes normalisés (au masculin singulier), comprenant également les noms propres. Ces termes sont généralement présentés par ordre alphabétique sans relation hiérarchique particulière. Ces listes de termes sont également appelées des listes d'autorités.
- Des thésaurus. Ce langage, développé à la fin des années cinquante, établit au contraire des relations entre les termes qui le composent pour obtenir un ensemble

structuré. On trouvera des relations : générique / spécifique (ex : Canidé / Chien), d'équivalence (ex : Vélo / Bicyclette) ou d'association (ex : Bois / Sylviculture). La relation d'équivalence permet d'écarter le problème de synonymie. C'est-à-dire que quand des termes sont équivalents, seul l'un d'eux est choisi comme descripteur. Ce terme choisi est ainsi le seul utilisé pour l'indexation. Les autres termes équivalents sont des termes non descripteurs, ils sont présentés dans le thésaurus uniquement pour renvoyer au bon terme à utiliser lors de la description.

Bien que ce langage propose une liste hiérarchisée de termes, lors de l'indexation les mots-clés choisis n'apparaissent pas de manière combinée, ils sont listés les uns après les autres.

L'avantage de ces langages est leur souplesse, ils permettent une intégration facile de nouveaux concepts. L'autre avantage est qu'ils sont combinatoires, c'est-à-dire que dans un moteur de recherche on peut les associer avec les opérateurs booléens ET, OU et SAUF.

### *Indexation synthétique*

Pour effectuer une indexation pré-coordonnée, on peut utiliser le plus ancien des lexiques documentaires, à savoir les listes de vedettes matières. Chaque vedette matière est un terme simple, composé ou complexe (plusieurs concepts y sont mis en relation) qui représente un sujet de façon normalisée. Leur objectif principal est de représenter un sujet de manière aussi précise et complète que possible. Elles permettent également de distinguer les différentes perspectives à partir desquelles un même sujet peut être traité. La vedette matière est composée d'une tête de vedette représentant l'élément central, le noyau du sujet et une ou plusieurs subdivisions qui permettent d'accroître la précision de la représentation du sujet, en précisant un aspect particulier comme par exemple la perspective, la localisation, le format du document...etc. Les listes de vedettes matières, qui sont des listes de sujets, constituent une forme élaborée de listes d'autorités, chaque vedette et subdivision y possède une notice d'autorité complète (libellé exact, synonymes, termes génériques, spécifiques...etc.). C'est pourquoi elles font partie de systèmes d'indexation synthétique et non analytique. Ce sont elles qui ont précédé les thésaurus. C'est un langage principalement utilisé dans le monde des bibliothèques. En France, Rameau (Répertoire d'Autorité-Matière Encyclopédique et Alphabétique Unifié) est un langage basé sur les listes de vedettes matières.

Il fonctionne comme suit :

- En amont, les termes sont pré-coordonnés puisque les notices comprennent les synonymes, les termes associés et les termes spécifiques. Ci-dessous un extrait de la notice de la vedette matière « animaux » :

**Animaux** [+ subd. géogr.]

*Vedette matière nom commun. S'emploie en tête de vedette*

**<Employé pour :**

Animal  
Bêtes  
Faune  
Règne animal

**>><<Terme(s) associé(s) :**

[Films animaliers](#)  
[Animaux -- Aspect symbolique](#)  
[Animaux -- Dans l'art](#)  
[Bestiaires \(genre littéraire\)](#)  
[Roman animalier](#)  
[Sacrifice d'animaux](#)  
[Cimetières d'animaux](#)  
[Animaux -- Droit international](#)  
[Animaux dans la littérature rabbinique](#)  
[Animaux -- Noms vernaculaires](#)  
[Animaux dans les ex-libris](#)  
[Animaux dans le Coran](#)  
[Animalité \(philosophie\)](#)  
[Animaux -- Industrie et commerce](#)  
[Zoologie](#)  
[Produits animaux](#)

Voir aussi les vedettes commençant par Animaux

. - Voir aussi aux différents embranchements, classes, ordres, familles, genres, espèces d'animaux

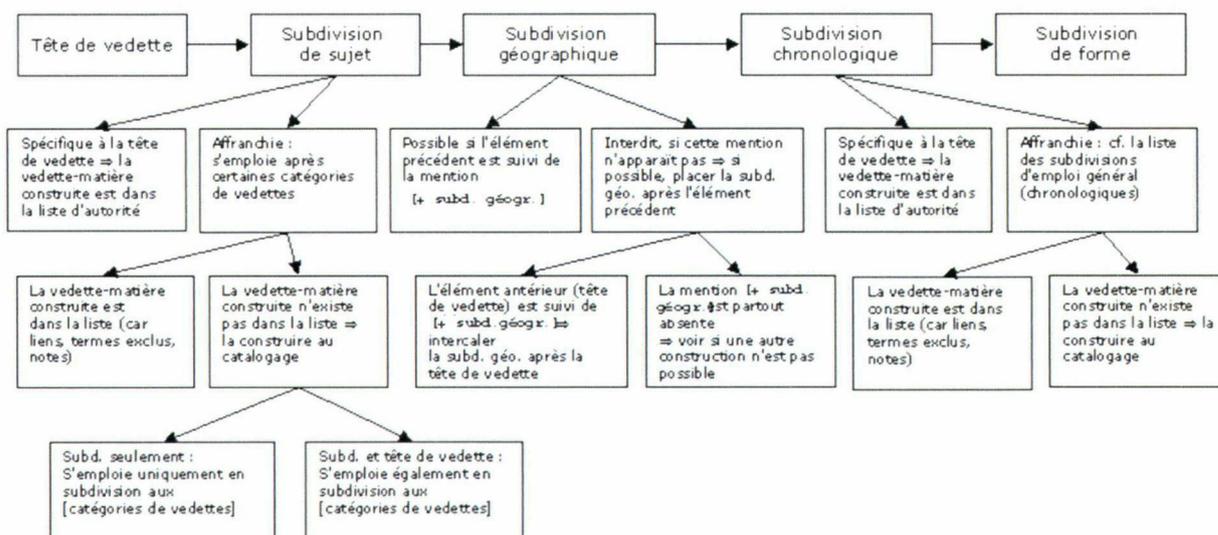
**>>Terme(s) spécifique(s) :**

[Animaux arboricoles](#)  
[Animaux marrons](#)  
[Animaux maltraités](#)  
[Animaux célèbres](#)  
[Animaux momifiés](#)  
[Animaux disparus](#)  
[Animaux préhistoriques](#)

- A l'indexation, les têtes de vedettes et les subdivisions sont agencées entre elles selon des règles strictes, de façon à restituer le sujet du document le plus finement possible. Le schéma ci-après est extrait du site Rameau de la BnF :

## Schéma de construction d'une vedette-matière

Vedette-matière construite = Tête de vedette + Subdivision(s)



La personne qui indexe produit ainsi une vedette matière finale telle que «Femmes -- Alimentation -- France » (soit « tête de vedette -- subdivision de sujet – subdivision géographique»).

- Lors de la recherche, l'utilisateur doit fournir une chaîne de termes, soit un syntagme et non un terme isolé.
- Ces listes de vedettes matières sont fermées : les utilisateurs peuvent émettre des suggestions qui seront dans certains cas prises en compte mais seuls les experts peuvent effectivement faire évoluer le langage.

### 3.3.2. Classification à structure hiérarchique

Les classifications bibliographiques sont les premiers outils synthétiques d'organisation thématique des ouvrages. Elles permettent de regrouper les ouvrages sur les rayons par affinité thématique. Il s'agit généralement de schémas de classification encyclopédique possédant une structure hiérarchique.

#### *Classifications bibliographiques universelles*

Les classifications sont des langages dont la caractéristique est leur structure hiérarchique ou arborescente. Les catégories spécifiques sont incluses dans des familles plus ciblées par des relations d'hyponymie (de genre à espèce), de méronymie (de tout à partie)

ou d'association. Contrairement aux thésaurus ou vedettes matières les classifications ne portent pas sur des concepts, thèmes ou sujets en particulier mais plutôt sur des catégories englobant ces derniers. Utilisées souvent dans l'univers des bibliothèques, elles ont l'avantage de pouvoir répertorier tous les documents quels que soient leur domaine et les sujets qu'ils traitent.

La première classification encyclopédique a été créée en 1876, il s'agit de la Classification Décimale de Dewey. Sa volonté était de couvrir tous les domaines de la connaissance dans une seule classification. Ces domaines sont répartis dans 10 classes de base : Philosophie, Religion, Sciences sociales, Beaux-Arts, Littérature, Histoire, Philologie, Sciences, Techniques, Généralités. En observant l'ensemble des classes de la Classification Décimale de Dewey on constate qu'elle reflète la pensée de l'époque et d'une seule civilisation ; la philosophie et les religions occidentales y occupent par exemple une grande place.

La classification de la Library of Congress, publiée en 1901, est, elle aussi, une classification encyclopédique basée sur les travaux de Charles E. Cutter. Elle est composée de 24 divisions de base qui permettent de classer tous les ouvrages de la Bibliothèque Nationale américaine.

Paul Otlet a participé, avec Henry Lafontaine, à la création en 1905 de la Classification Décimale Universelle destinée également au classement de l'ensemble des connaissances. Elle reprend les classes principales de la Classification Décimale de Dewey et sa notation décimale mais les subdivisions sont plus poussées pour une analyse plus en profondeur. Mais sa principale distinction des autres classifications universelles est son principe d'analyse par facettes. A savoir que les classes énumérées sont des éléments de construction avec lesquels on peut former des classes composées et plus complexes en reliant deux indices par deux points (:). Ainsi elle s'adapte plus facilement à des besoins particuliers.

Dans toutes ces classifications, on part d'un certain nombre de grandes classes de base, pour ensuite les diviser et subdiviser en suivant un affinement successif. On obtient par exemple dans la Classification décimale Dewey :

700 - Arts

796 - Sports, jeux d'intérieur

796.3 - Jeux de ballon

796.33 - Jeux de pieds

796.333 - Rugby

Ces classifications sont dites énumératives car elles recensent un nombre fixe de catégories de sujets prédéfinis. La critique récurrente faite à ces systèmes est l'impossibilité d'indexer finement chaque document et la difficulté de les mettre à jour, d'où leur côté peu évolutif.

C'est pourquoi Shiyali Ramamrita Ranganathan, mathématicien et bibliothécaire indien, en vient à proposer, dans les années vingt, un modèle de classification novateur ayant pour objectif de pallier à cette rigidité des classifications universelles : la classification à facettes. Selon Jacques Maniez ce système de facettes constitue un véritable changement de paradigme.

### *Classification à facettes: la théorie de Ranganathan*

Cette classification, appelée également Colon classification a été pensée et conçue pour faire en sorte qu'un sujet ne perde pas de sens en rentrant nécessairement dans une classe unique créée au préalable et incluse dans une structure hiérarchique fixe. Elle garde toutefois, comme dans les classifications encyclopédiques universelles, un premier niveau de division qui recouvre les grands domaines du savoir, ce sont les facettes fondamentales. Pour Ranganathan tout sujet est composé de cinq catégories de base, ce sont les facettes PMEST, Personality, Matter, Energy, Space, Time (Personnalité, Matière, Energie, Espace, Temps) :

- Personnalité : désigne l'objet dont il est question (personne ou évènement dans une classification historique, un animal dans une classification en zoologie);
- Matière : en quoi est fait l'objet d'étude, sa nature
- Energie : représente l'opération, l'action observée et décrite par rapport à l'objet
- Espace : espace dans lequel s'insère l'objet
- Temps : désigne le temps

Si un terme n'est pas univoque il pourra se ranger facilement sous différentes facettes. Les termes qui composent les facettes sont homogènes et s'excluent mutuellement, comme dans toute classification les termes de chaque facette y sont rangés de manière hiérarchique.

Afin de mieux comprendre l'innovation apportée par la classification à facettes de Ranganathan, Jacques Maniez prend l'exemple suivant. Soit le sujet « La prévention des maladies virales du riz au Japon dans les années 70 ». Dans la classification Dewey, ce sujet

aurait été classé sous l'indice 633.189.8, qui dérive de l'indice 633 – Céréales, par restrictions successives :

633 - Céréales

633.18 - Riz

633.189 - Maladies du riz

633.189.8 - Maladies du riz d'origine virale

Deux problèmes apparaissent :

- La notion de prévention n'apparaît pas.
- Le système n'autorise pas de rapprochement entre les maladies virales du riz et celles d'autres céréales. La subdivision monohiérarchique comme seul mode de création de sous-classes ne permet pas de s'émanciper, aux niveaux inférieurs, de l'ensemble Riz, quels que soient les autres concepts contenus dans le sujet. Celui-ci ne peut être envisagé que sous un seul angle.

Dans le modèle de Ranganathan, au contraire, le sujet est tout d'abord découpé en unités, les facettes, selon le schéma PMEST :

- Facette principale : Agriculture
- Facette Personnalité : Riz
- Facette Matière : Maladie virale
- Facette Energie : Prévention
- Facette Espace : Japon
- Facette Temps : Années 70

Cette répartition du sujet dans les cinq facettes n'est que le premier temps de l'indexation qui représente la phase analytique du travail.

Dans un deuxième temps, les indices attribués à chaque unité (EJ pour Agriculture, 381 pour Riz, 421 pour Maladie virale, 5 pour Prévention) sont assemblés selon une grammaire et une notation particulière qui signale la facette d'appartenance de chaque indice. La facette Energie, par exemple, est signalée par « : ». Cette phase de recombinaison du sujet constitue la phase synthétique de l'indexation du document.

La classification à facettes de Ranganathan est un langage dit « analytico-synthétique » en raison de la succession des phases analytique et synthétique dans l'indexation. C'est cette

particularité qui rend cette classification plus flexible que les classifications encyclopédiques universelles. La classification à facettes est une classification ascendante ou bottom-up, c'est-à-dire que les indices n'y sont pas prédéfinis mais se créent au fur et à mesure des sujets traités et des combinaisons de facettes créées par les utilisateurs eux-mêmes.

Cette flexibilité se retrouve également lors de la recherche, l'utilisateur possède en effet plusieurs entrées d'accès au sujet.

Les apports de ce système classificatoire sont nombreux. Il permet tout d'abord de résoudre les problèmes liés à l'appartenance potentielle d'un sujet à plusieurs classes et propose donc une mise en ordre ponctuelle en réponse à un besoin précis. Il s'adapte facilement à l'évolution rapide de l'environnement des connaissances, il ne nécessite en effet pas de mise à jour, elles se font au fur et à mesure de la construction des indices par les utilisateurs.

Néanmoins la classification à facettes de Ranganathan possède en l'état quelques limites. Le terme qu'il utilise « facette » constitue déjà un problème. C'est un mot issu du vocabulaire courant dont les interprétations sont éloignées du sens initial donné par Ranganathan lui-même. Les champs d'une notice bibliographique peuvent être compris comme autant de facettes, or les facettes de Ranganathan correspondent à la description d'un sujet et non d'un document comme c'est le cas pour les notices bibliographiques. D'autre part les cinq facettes sont jugées insuffisantes dans certains domaines et peuvent faire l'objet de diverses interprétations, elles sont en effet difficiles à définir, notamment la facette « Personnalité ». Cette classification à facettes à visée universelle n'est également pas très adaptée pour des fonds particuliers.

C'est pourquoi Brian Vickery, chercheur britannique membre de la « Classification Research Group » créé en 1952, va publier dans le cadre de ce groupe un ouvrage intitulé *Les classifications à facettes : Guide pour la construction et l'utilisation de schémas spéciaux*. Il y développe une méthode de travail permettant de dégager des facettes propres au fond en question, la classification ainsi développée est totalement adaptée au secteur.

Pour développer chaque classification, Vickery recommande de répertorier un ensemble de mots-clés représentatifs des documents du fond. Pour chaque terme il faut établir une définition. C'est par le biais de cette définition que l'on pourra attribuer une catégorie de rattachement à chaque mot. L'exemple donné dans l'ouvrage concerne les sols, il est issu de la *Classification de Vickery pour la Science des sols*, dans laquelle Vickery détermine que :

- Cohésion est une Propriété.

- Gravier est une Partie du sol.
- Minéralisation est un Processus, etc.

Dans sa méthode, Vickery recommande de s'arrêter au niveau intermédiaire et de ne pas remonter jusqu'aux facettes fondamentales du modèle de Ranganathan qui ne sont pas adaptées au secteur du fond spécialisé. Une fois chaque terme associé à une catégorie, il faut normaliser ces dernières et en rapprocher certaines si possible. Ces catégories forment ainsi les facettes provisoires de la classification.

Dans sa classification pour la science des sols, Vickery obtient dix-huit facettes provisoires, parmi lesquelles :

- Propriété du sol, applicable par exemple à Cohésion.
- Partie physique du sol, applicable par exemple à Gravier.
- Processus (à l'intérieur du sol), applicable par exemple à Minéralisation

Il va ensuite regrouper ces dix-huit facettes en cinq dans lesquelles on retrouvera une hiérarchie comprenant les dix-huit facettes de l'étape précédente :

- Constitution
- Origine
- Physiographie
- Texture
- Climat

L'étape suivante est l'énumération des contenus de chaque facette qui doivent être le plus exhaustifs possible. Pour cela, on utilisera des vocabulaires existants, des index, des analyses, des ouvrages de référence. Il est essentiel de se baser sur la production documentaire existante. Cette énumération ne sera jamais achevée, elle va se constituer de manière dynamique en fonction des besoins naissants. Les termes ainsi énumérés doivent ensuite être rangés de manière hiérarchique.

### *L'avantage des facettes sur les classifications traditionnelles*

Vickery identifie trois avantages des systèmes à facettes par rapport aux classifications encyclopédiques universelles. Premièrement, la construction du schéma d'une classification encyclopédique nécessite que les catégories soient isolées. Lorsque l'on veut créer une

nouvelle caractéristique pour décrire un document, elle doit être clairement formulée et les relations avec les autres caractéristiques doivent également être définies. Deuxièmement, les facettes « ne sont pas intégrées dans des tables rigides et énumératives mais ont la possibilité de se combiner avec la plus entière liberté »<sup>11</sup>, les relations ne sont donc pas à expliciter, elles s'expriment naturellement dans les combinaisons des termes présents dans chaque facette. Troisièmement, le système de classification à facettes se dégage des relations très rigides qui préexistent dans les classifications universelles. Les relations exprimées dans les combinaisons de termes reflètent de manière plus fidèle la complexité du domaine de connaissance en question.

### **3.4. Choix des facettes en fonction des besoins**

Dans le cadre de notre projet, il a fallu choisir un langage d'indexation qui soit à la fois en accord avec le contexte de l'entreprise, la nature du fond ainsi que les habitudes et besoins des usagers récoltés lors de l'enquête. Ces derniers n'étant pas des professionnels de la documentation, il ne faut pas choisir de mettre en place un langage trop complexe à l'utilisation, que ce soit pour l'indexation ou pour la recherche. La solution technique choisie doit également être prise en compte dans le choix du langage. C'est pourquoi une fois notre choix effectué, nous devons vérifier sa faisabilité. Avant d'étudier les différentes possibilités de langages d'indexation qui s'offraient à nous, l'équipe de communication et moi-même pensions qu'il fallait mettre en place un thésaurus. Il aurait permis d'introduire une hiérarchisation dans les termes d'indexation et d'éviter les synonymes, notamment dans un contexte où beaucoup de termes anglais sont utilisés en parallèle de termes français. Par exemple, le terme « mall » est employé pour désigner « galerie ». Donc il faut inviter les collaborateurs à employer un terme plutôt que l'autre pour éviter la confusion. Toutefois, même si le thésaurus semble apporter de nombreuses opportunités d'éclaircissement du vocabulaire, nous avons préféré choisir les systèmes de classification à facettes. Je vais vous présenter les différentes raisons de ce choix :

#### **3.4.1. Par rapport au public**

---

<sup>11</sup> Vickery Brian Campbell, *La classification à facettes. Guide pour la construction et l'utilisation de schémas spéciaux*. Paris, Gauthier-Villars, 1963, 64p.

Comme nous l'avons vu dans les résultats, les collaborateurs susceptibles d'être intéressés par le projet attendent à la fois une médiathèque de beaux documents (utilisables dans leurs divers supports et présentations) et une médiathèque regroupant des documents illustrant de bonnes pratiques. Il faut donc que le langage choisi permette d'accéder aux documents de ces deux manières. Prenons deux cas pratiques pour comprendre les deux manières d'entrer dans le document :

D'une part, une chargée de communication doit rédiger un book rassemblant des animations innovantes réalisées dans différents pays. Elle aura besoin de photos pour illustrer ces animations. Les informations qu'elle possède sont : le pays et le nom de site dans lequel l'animation s'est déroulée, le nom de l'animation et la date. Ces informations seront utiles lors de la recherche pour obtenir des résultats précis facilement et rapidement.

D'autre part, un architecte qui travaille sur la conception des toilettes pour un centre commercial voudra s'inspirer de ce qui se fait de bien dans d'autres centres Immochan ou chez les concurrents. Il ne possède donc pas de nom de site en particulier ni de date. Il fera une recherche en axant sur le fait que les toilettes font parties du séjour client, il s'agit là d'un concept propre aux immobilières commerciales qui correspond à la mise en place de services et mobiliers incitant les clients à rester dans la galerie.

Comme nous l'avons vu précédemment, les facettes permettent de prendre en compte les différents points de vue liés aux documents. Ce mode de classification permettrait donc à chaque collaborateur d'effectuer sa recherche en fonction des besoins liés à sa fonction.

L'autre problématique à prendre en compte auprès des collaborateurs est leur niveau de connaissance des langages d'indexation. Ce ne sont pas professionnels de la documentation mais ne sont pas nécessairement sans connaissances des outils existants, ils naviguent sur le web, ils organisent leurs documents de travail, ils collaborent...etc. Or les systèmes de navigation à facettes se sont développés significativement sur le web ces dernières années. Les sites web utilisant ce type de navigation ont conscience que leur public n'est pas composé uniquement de documentalistes, ils n'utilisent donc pas de facettes documentaires. Ils préfèrent sélectionner un certain nombre de caractéristiques partagées par tous les objets et proposent aux internautes de les croiser via un système de filtres à cocher. Cela permet d'exploiter la nature pluridimensionnelle des données traitées. L'utilisateur peut choisir n'importe quelle dimension comme point d'accès à l'objet ou document et combine plusieurs filtres pour affiner la sélection.

Le web marchand est le premier domaine à utiliser massivement les systèmes de navigation à facettes. La recherche commence par une recherche simple, libre, comme par exemple « jupe ». Les résultats obtenus via cette recherche sont accompagnés d'un certain nombre de filtres, facettes, qui permettent d'affiner la sélection par taille, couleur, matière, prix...etc.

La démocratisation des systèmes à facettes sur le web permet à un public non initié d'appréhender ce mode d'indexation et de recherche sans trop de difficulté. C'est d'ailleurs l'exemple du web marchand que je présentais pour expliquer le système d'indexation par facettes et mon intention de le mettre en place dans la médiathèque. Il s'est avéré très éclairant auprès de mes interlocuteurs et m'a donc encouragé à poursuivre mes réflexions et développements sur le langage d'indexation dans ce sens.

#### **3.4.2. Par rapport au contexte de l'entreprise**

Dans un contexte d'entreprise, ce qui est particulièrement intéressant dans la classification à facettes c'est l'approche très pragmatique de Vickery. Elle nous fait sortir de la Colon classification de Ranganathan tout en gardant les avantages liés aux systèmes d'indexation à facette. La méthodologie de Vickery permet d'identifier tous les aspects nécessaires à la recomposition d'un sujet dans un secteur donné. Les accès aux sujets sont déterminés par les facettes. Or comme nous l'avons vu dans la présentation d'Immochan, il s'agit d'une entreprise spécialisée dans la conception, construction et gestion des galeries d'hypermarchés. Les documents multimédias que le service communication possède sont en lien avec ces activités très particulières. Il est donc opportun de suivre la méthodologie proposée par Vickery pour construire une classification à facettes adaptée au secteur de l'immobilier commercial.

#### **3.4.3. Par rapport à la nature du fond**

Les documents visuels encore plus que d'autres ont intérêt à être indexés via des classifications à facettes. En effet leurs caractéristiques physiques (couleur, format, dimensions formes...etc.) et leur contenu, qui possède différents niveaux de lecture (dénotation et connotation), peuvent être perçus et donc traités comme autant de facettes. Celles-ci vont permettre de rendre compte du caractère polysémique de l'image. Des banques d'images telles que Corbis, Getty image ou encore Flamenco, l'interface développée par

l'université de Berkeley utilisent des navigations à facettes. L'utilisateur y commence sa recherche par une recherche simple et exprimée librement, ensuite il affine les résultats obtenus dans un premier temps en cochant des filtres. Ces facettes concernent soit le contenu des documents soit le support.

L'avantage des navigations à facette est qu'elles évitent le silence dans les résultats. Il est en effet facile de décocher une case lorsque l'on n'obtient aucun résultat. On peut plus facilement réduire ou agrandir un groupe de résultats. Un autre avantage de ces systèmes est que l'on peut voir combien de documents sont présents derrière tel ou tel filtre une fois que l'on a soumis la recherche simple au moteur de recherche, on peut ainsi savoir si une catégorie va produire du silence dans les résultats.

### **3.5. Construction du langage d'indexation pour la médiathèque d'Immochan**

#### **3.5.1. Le rassemblement des mots-clés**

Dans la méthode de construction des langages à facettes, Vickery nous explique qu'il faut commencer par rassembler tous les termes principaux permettant de décrire et caractériser les images du fond. Néanmoins comme nous l'avons déjà dit, une image est un document particulier, il peut être décrit par une multitude de termes. Il est nécessaire de ne répertorier que les termes qui permettent à la fois de comprendre l'image et de la retrouver dans le fond. Pour commencer la rédaction de ce vocabulaire, j'ai choisi de partir de l'existant, à savoir la photothèque présente dans le serveur partagé.

Cette photothèque possède une grande arborescence de dossiers chacun comportant un nom. Ces noms de dossiers permettent de donner du sens à ce qui les compose et facilitent également la recherche des documents. Le vocabulaire utilisé est en toute logique un vocabulaire commun employé au minimum par les membres du service communication. Reprendre les termes employés permet d'avoir une base de construction du langage sans devoir nécessairement regarder l'ensemble des très nombreux documents.

C'est ainsi que j'ai obtenu dans un premier temps un certain nombre de thématiques : animation, chantier, concurrent, enseigne, événement, galerie, matériel, perspective projet, présentation historique, ressources, RH équipe, séjour client, sélection (de belles photos pour la communication). Il s'agit là du premier niveau hiérarchique des dossiers de la photothèque. Le second temps variera en fonction de la thématique, mais dans de nombreux cas, il s'agit des différents pays d'implantation d'Immochan, à savoir : Chine, Espagne, France, Hongrie,

Italie, Luxembourg, Pologne, Portugal, Roumanie, Russie, Taïwan et Ukraine. En dessous desquels on retrouvera différents noms de centres commerciaux rattachés aux pays en question. La localisation des photos a en effet une grande importance dans ce fond. Ce sont donc des noms que j'ai ajouté dans la liste du vocabulaire. Il a fallu rassembler tous les noms de centres commerciaux de chaque pays, il y en a plus de trois cent et il n'existe pas de base de données qui répertorie tous ces noms, cette tâche a donc été laborieuse et a nécessité de sortir de la simple arborescence de la photothèque.

D'autres termes intéressants ont été trouvés comme des noms ou types d'animations (vocal tour, animation enfant, saint valentin, carnaval...etc.), d'événements (Retail connexion, MAPIC, Convention internationale...etc.), des types de matériels différents (borne taxi, bornes petites annonces, dalle interactive...etc.)

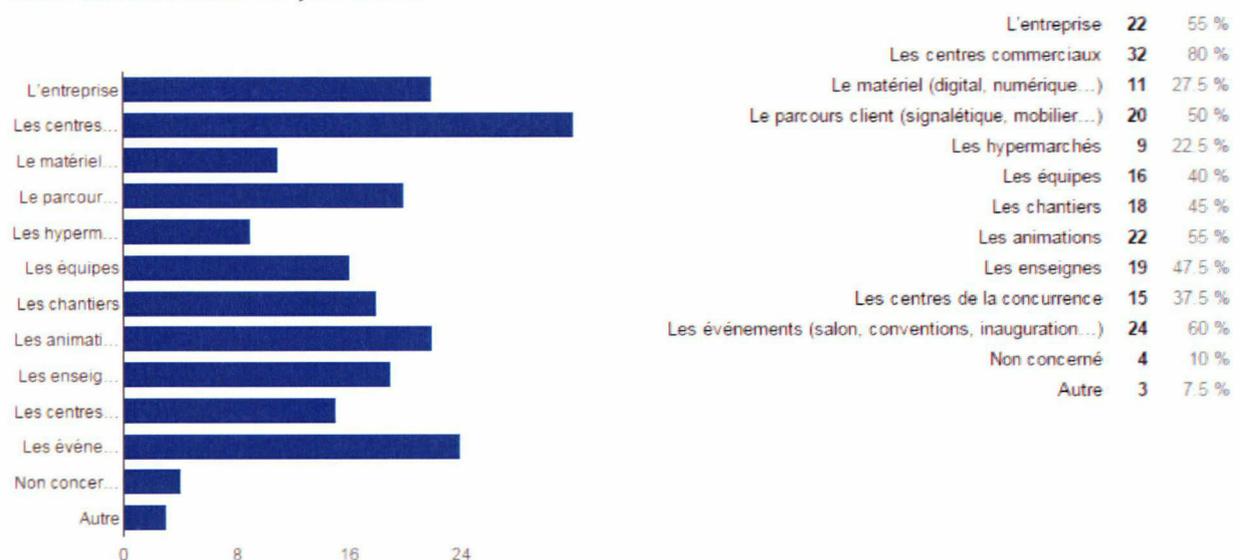
Toutefois il n'y a pas eu de véritable suivi dans la construction et l'alimentation de la photothèque du serveur partagé. Stagiaires, contrats professionnels et CDD en avaient la charge de manière successive. Ce manque de continuité a provoqué un certain nombre d'incohérences dans le vocabulaire et la hiérarchisation des dossiers. Récupérer les termes utilisés dans les dénominations des dossiers était donc intéressant mais insuffisant. Avant mon arrivée, une ébauche de cahier des charges avait été amorcée et quelques éléments de classification y étaient mentionnés, notamment pour le choix des thèmes dans lesquels ranger tous les documents :

- « - Animations : tout ce qui touche aux animations dans les centres.
- Chantiers : l'avancement des chantiers.
- Concurrents : benchmark des fichiers concurrents.
- Corporate : tout ce qui touche à l'entreprise directement : news, logos, présentations d'entreprise...etc.
- Enseignes : tout ce qui concerne les enseignes.
- Évènementiel
- Galeries : les photos ou vidéos de galeries non-perspectives.
- Groupe Auchan.
- Projets : photos ou vidéos de perspectives projets.
- Historique : tout ce qui fait partie des présentations historiques ou anciennes.
- Ressources : icônes, photo stocks, fichiers neutres réutilisables.

- Équipes : les photos ressources humaines. »<sup>12</sup>

Néanmoins ces thèmes me paraissaient encore insatisfaisants par rapport à l'ensemble des documents que comporte le fond actuel. On ne peut pas y ranger les photos des extérieurs des centres commerciaux, des hypermarchés, du mobilier, des services...etc. Observer les documents présents dans la photothèque a donc été une étape nécessaire pour garantir l'exhaustivité du vocabulaire sélectionné dans cette première étape. Les thématiques émergentes de cette observation ont été testées lors de l'enquête. Nous avons demandé à la fois sur quels thèmes portaient les documents que chacun possédait, et également quelles étaient les thématiques attendues dans la médiathèque en ligne, autrement dit, que doivent montrer les documents multimédias présents dans la médiathèque.

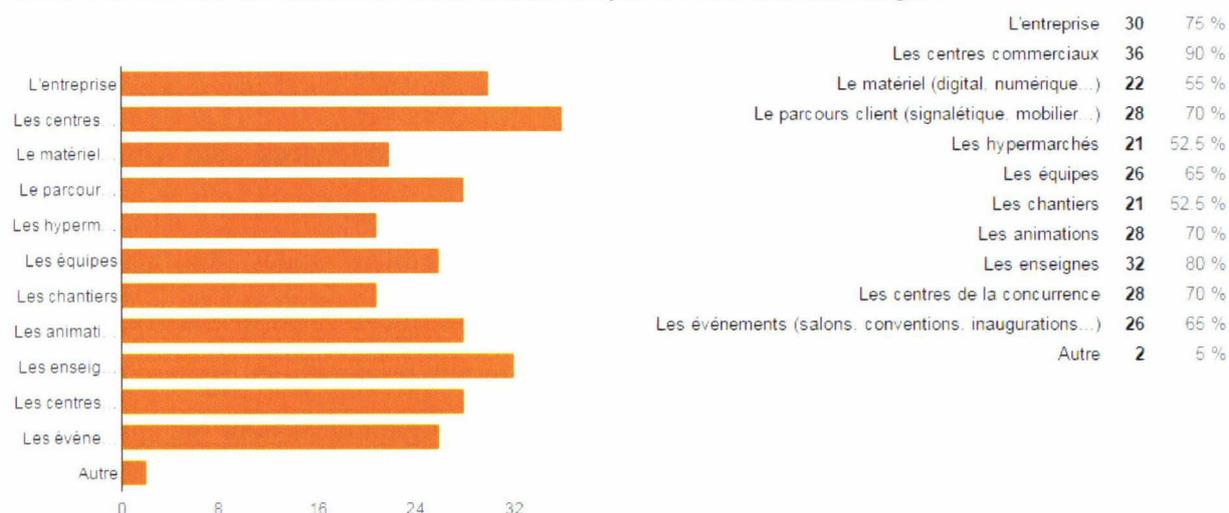
**Ces documents multimédias portent sur :**



Nous voyons donc grâce à ce schéma que deux thèmes se dégagent de manière positive, « Les centres commerciaux » et « Les événements », tandis que deux autres ont de moins bons résultats, « Le matériel » et « Les hypermarchés ».

<sup>12</sup> Extrait de l'ébauche du cahier des charges réalisé par Camille Dutilleul, graphiste du service communication d'Immochan.

### Qu'aimeriez-vous retrouver dans les documents multimédias présents dans la librairie en ligne ?



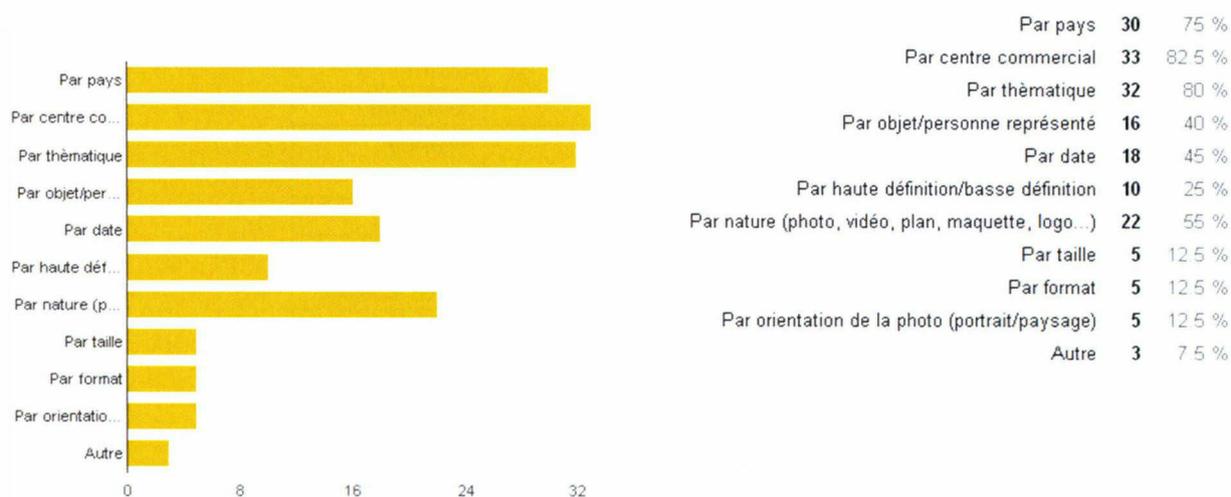
Les écarts entre les thématiques des documents multimédias que les collaborateurs possèdent et celles qu'ils aimeraient retrouver dans la médiathèque sont assez remarquables. On voit que les thématiques attendues se démarquent moins que les thématiques des documents multimédias en possession des personnes interrogées.

Les deux aspects sont à prendre en compte, il ne faut pas exclure les deux thèmes sous représentés dans le premier graphique puisqu'ils sont attendus dans le second. Il suffit simplement de leur accorder moins d'importance en les intégrant dans d'autres thèmes, nous verrons cela dans la partie qui suit sur la construction des facettes.

### 3.5.2. La création des facettes

Tout d'abord, rappelons que le terme « facette » est ambigu et peut porter à confusion pour un public de non documentaliste. Nous avons ainsi choisi, au sein du service communication, de remplacer ce terme par celui de « filtre » qui est couramment employé sur le web et donc plus facilement compréhensible pour les collaborateurs. L'objectif est en quelque sorte le même que sur le web marchand, nous souhaitons que les utilisateurs puissent croiser différents éléments de recherche liés aux documents pour obtenir les réponses les plus personnalisées et les plus fines possibles.

Pour proposer les filtres les plus adaptés aux besoins des collaborateurs d'Immochan, je leur avais demandé dans l'enquête de renseigner les critères de recherche les plus utiles selon eux. Nous avons obtenu les résultats suivants :



Deux filtres attendus peuvent être regroupés dans une facette de lieu, il s'agit des filtres par pays et par centre commercial. Le filtre thématique, également attendu correspond en quelque sorte à une facette action ou événement. Le filtre par nature correspond au support du document et non à son contenu. La date est également un filtre attendu, bien que moins réclamé que les autres filtres.

Suite à ces résultats j'ai ainsi cherché à rassembler les termes descripteurs présents dans les dossiers et émergents de l'enquête pour les regrouper sous différentes facettes. Suite à plusieurs réunions avec le service communication nous nous sommes arrêtés sur ce tableau (j'ai listé tous les noms de sites mais ne les ai pas retranscrit ici car il y en a plus de 300) :

Thème	Sous-thème	Type de document	Pays	Date	Nom de site
Animation	Calendaire	Photo	Chine	Extrait des données EXIF (date de prise de la photo)	Tous les noms des sites par pays + « Nouveau site »
	Commerciale	Vidéo	Espagne		
	RSE (responsabilité sociale d'entreprise)	Logo	France		
	Ouverture	Plan	Hongrie		
	Thématique		Italie		
	Tournée événementielle		Luxembourg		
Concurrent	Animation		Pologne		
	Extérieur		Portugal		
	Galerie		Roumanie		
	Séjour client		Russie		
Equipes	Dirigeants Immochan		Taiïwan		
	Equipes Immochan		Ukraine		
	Groupe Auchan		International		
	Locaux				
Evènement	Externe				
	Interne				
Photos achetées	Client				
	Collaborateur				
	Digital				
Projet	Chantier				
	Perspectives				
RSE	Ecologique				
	Sociétal				
Séjour client	Matériel digital				
	Mobilier				
	Service				
	Signalétique				
Site	Enseigne				
	Extérieur				
	Galerie				
	Hypermarché				
	PAC (parc d'activité commercial)				
	Parking				

Ce langage n'est pour l'instant qu'une première ébauche en cours de test sur la photothèque présente sur le serveur partagé, il est amené à évoluer. Nous aimerions par exemple pouvoir rassembler les thèmes et sous thèmes sous un seul filtre et les faire apparaitre de manière hiérarchisée, comme c'est le cas dans les systèmes à facette de Vickery que nous avons abordé. Il en serait de même pour les pays et noms des sites qui devraient être sous une même facette de lieu. Mais cette volonté dépend pour beaucoup de la solution technique qui va être développée. Or pour le moment nous n'avons pas suffisamment de visibilité sur les fonctionnalités qui seront à notre disposition.

Le vocabulaire choisi pour dénommer les facettes et les termes qu'elles contiennent est volontairement simplifié, par exemple date au lieu de temps, pour être facilement appréhendé et compris par les collaborateurs d'Immochan. Je me suis basée sur un vocabulaire socialement admis au sein de l'entreprise ou du marché de l'immobilier commercial.

### **3.6. Vers une automatisation de l'indexation sémantique**

Nous avons vu précédemment qu'il était possible d'automatiser le processus d'indexation de l'image en traitant sa composition (partie 3.2.2). Patrick Gros nous explique que l'automatisation peut également s'étendre à l'indexation sémantique.

#### **3.6.1. Les systèmes d'apprentissage**

Cela peut passer par un système d'apprentissage pour les outils. C'est-à-dire que l'on sélectionne d'une part un corpus d'images variées qui serviront d'exemple et d'autre part, des images qui seront des contres exemples. Le documentaliste effectuera l'indexation de ces documents manuellement et de manière précise. Ensuite, un logiciel d'apprentissage cherchera à faire la différence entre les termes utilisés pour décrire les exemples et ceux utilisés pour les contres exemples.

#### **3.6.2. Les métadonnées des images**

Avant même de penser à l'ajout de mots clés, il ne faut pas perdre de vue qu'avec le développement du numérique, les images possèdent dès leur création un certain nombre de métadonnées embarquées, c'est-à-dire liées à l'image. Ce sont des informations EXIF (Exchangeable Image File). Elles renseignent sur les conditions de prises de vue de l'image numérique et sont générées automatiquement à l'enregistrement du fichier dans l'appareil de capture. Ces données sont plus ou moins renseignées en fonction du fabricant de l'appareil, on peut également en ajouter manuellement sur son propre pc.

La nature de ces métadonnées est diverse :

- Générales : Auteur, commentaire, date de transfert de la photo dans l'appareil, mots-clés, titre, objet de la photo, copyright...etc.

- GPS : Nom de la zone GPS, coordonnées géographiques, version du système GPS...etc.
- Relatives à l'image : mode de représentation des couleurs, niveau de compression de l'image, résolution...etc.
- Relatives à la photo : Date et heure de la prise de la photo, modèle de l'appareil photo, fabricant, n° de série, longueur de focale, vitesse d'obturation...etc.

Ces données peuvent être très nombreuses mais toutes ne sont pas nécessairement à prendre en compte pour la recherche de documents. Il faut donc sélectionner celles qui nous paraissent pertinentes pour notre contexte d'utilisation. Parallèlement, le système de gestion des documents doit être programmé pour qu'il détecte et prenne en compte ces métadonnées lors de la recherche.

## Conclusion

Les différents points développés dans ce mémoire font partie des étapes indispensables à la rédaction d'un cahier des charges. Ce dernier doit permettre d'exprimer, à travers les fonctionnalités attendues dans l'outil, les besoins des utilisateurs auprès de la Direction des systèmes d'information d'Immochan qui se charge du développement de la solution technique. Il est essentiel d'identifier qui seront les usagers de la future médiathèque collaborative en ligne pour pouvoir l'adapter à leurs habitudes, compétences et besoins. Cette connaissance du public ne peut que passer par une enquête d'usages.

Ce public, qui s'avère être non initié aux problématiques et pratiques documentaires, devra pourtant être capable de gérer toutes les étapes du cycle de vie du document, de sa sélection à sa diffusion en passant par le traitement intellectuel (indexation). Dans ce cas, il est nécessaire que chaque tâche soit adaptée à leurs compétences. Le dépôt doit être intuitif, l'indexation simple, la recherche performante et le téléchargement rapide. Il ne faut pas que l'outil devienne une charge supplémentaire dans le travail des collaborateurs, mais au contraire qu'il facilite leur quotidien. Penser les outils de gestion des documents pour les adapter au public fait partie du rôle des documentalistes. Ils ne doivent plus seulement fournir l'information aux usagers, mais les rendre le plus autonome possible. Or pour atteindre cet objectif, le langage d'indexation utilisé dans l'outil est primordial. L'indexation est ce qui facilite la recherche des documents, elle doit donc être fine, sans être trop lourde à effectuer pour l'utilisateur. Le documentaliste doit ainsi concevoir un langage documentaire utilisant le vocabulaire de l'entreprise et adapté aux usages des collaborateurs. Le langage à facette est celui qui semble le plus adapté pour le fond multimédia d'Immochan car facilement modulable et compréhensible par les utilisateurs.

Une fois le cahier des charges fourni à la DSI, il faudra s'assurer de sa faisabilité. Diverses réunions de pilotage permettront de prioriser les fonctionnalités à développer. De cette façon la DSI pourra livrer l'outil en plusieurs versions, afin d'effectuer des tests au fur et à mesure avant le déploiement à l'ensemble des collaborateurs. Les tests se feront au sein de la direction internationale d'Immochan et quelques collaborateurs de Immochan France, leur proximité géographique facilitant l'organisation de réunions pour faire le bilan sur les retours de chacun. En parallèle du développement de l'outil j'aurai pour mission de collecter et d'indexer l'ensemble des documents multimédias de chaque collaborateur. C'est une tâche qui risquerait en effet d'être trop lourde pour chacun, au vue de la quantité considérable de

documents en leur possession. Il faut également que cette première indexation soit bien renseignée pour avoir un fond facilement interrogeable. Il est donc préférable qu'elle soit effectuée par un professionnel de la documentation. Enfin, une fois l'outil développé et alimenté il faudra accompagner l'utilisateur dans l'appropriation de l'interface et de ses fonctionnalités par le biais de guides pratiques et de formations.

## Bibliographie

Bougnoux Daniel. « I / Qu'est-ce qu'un problème de communication ? », *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte, «Repères», 2001. 128p. URL : [www.cairn.info/introduction-aux-sciences-de-la-communication--9782707137760-page-.htm](http://www.cairn.info/introduction-aux-sciences-de-la-communication--9782707137760-page-.htm).

Carnel Jean-Stéphane. *Utilisation des images d'archives dans l'audiovisuel*. Cachan, Hermès science publications-Lavoisier, 2012. 208p. Collection Systèmes d'information et organisations documentaires.

Chambat Pierre, « Usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques », *Technologies de l'information et société TIS*, Volume 6, n°3, 1994. p. 249-270.

Chaumier Jacques. *Analyse et langages documentaires : le traitement linguistique de l'information documentaire*. Paris, Entreprise Moderne d'Édition, 1982. 186p.

Chaumier Jacques. *Les techniques documentaires*. Paris, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2002. 127p.

Deschamps Christophe. *Le nouveau management de l'information*. Paris, FYP éditions, collection entreprendre, 2009. 223p.

Gros Patrick. « Description et indexation automatiques des documents multimédias : du fantasme à la réalité », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 6/2005 (Vol. 42), p. 383-391 URL : [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-383.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-383.htm).

Hennemand Daniel. *Gérer ses photos numériques. Trier, archiver, partager*. Paris, Eyrolles, 2009. 156p.

Joly Bruno. *La communication*. Bruxelles, De boek, , 2009. 150p. « Le point sur... ».

Jouët Josiane. « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, Volume 18 n°100, 2000. p. 487-521.

Kattnig Cécile. *Gestion et diffusion d'un fonds d'image*. Paris, Armand Colin, 2005. 128p. ADBS, collection 128.

Maniez Jacques. *Actualité des langages documentaires : les fondements théoriques de la recherche d'information*. Paris, ADBS Editions, 2002. 396 p. Sciences de l'information.

Menon Bruno. « Les langages documentaires : un panorama, quelques remarques critiques ». *Documentaliste-Sciences de l'information* [en ligne]. (consulté le 25 mai 2015), 2007, vol 44, n° 1, p. 18-28.

Melot Michel. « L'image n'est plus ce qu'elle était », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 6/2005 (Vol. 42). p. 361-365. URL : [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-361.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-361.htm).

Muet Florence, Allegre Martine, de Lepinay Jean-Yves, Chomel-Isaac Sandrine, Singh Rajesh, « L'adéquation entre offre et besoins », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 1/2008 (Vol. 45). p. 52-63. URL : [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-52.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-52.htm).

Muet Florence. « Quel marketing pour la fonction documentaire ? », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 1/2008 (Vol. 45). p. 34-35 URL : [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-34.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-34.htm).

Salaün Jean-Michel, Muet Florence, « Le diagnostic marketing », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 1/2008 (Vol. 45), p. 36-43 URL : [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-36.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-36.htm).

Vickery Brian Campbell. *La classification à facettes : guide pour la construction et l'utilisation de schémas spéciaux*. Paris, Gauthier-Villars, 1963, 60p. Documentation et information.

# Annexe – Questionnaire de l'enquête sur les usages et attentes

28/4/2015

Enquête médiathèque en ligne

## Enquête médiathèque en ligne

Nous commençons un projet de création d'une médiathèque en ligne. Elle rassemblera des documents multimédias (photos, vidéos, maquettes, plans, logos...) que vous pourrez partager et récupérer en fonction de vos besoins.

Pour nous aider à développer ce projet nous avons besoin que vous répondiez à quelques questions, cela vous prendra 5 minutes.

Merci de répondre avant le 4 mai.

**\*Obligatoire**

### Possession de documents multimédias

1. **Réalisez-vous des documents multimédias (photos, vidéos...) dans le cadre de votre travail ? \***

*Une seule réponse possible.*

- Oui  
 Non

2. **Actuellement combien de documents multimédias possédez-vous ? Entre : \***

*Une seule réponse possible.*

- 0 et 10  
 11 et 50  
 51 et 100  
 101 et 200  
 Plus de 200  
 Non concerné

3. **Quel volume en Mo ou Go (précisez la mesure dans votre réponse) cela représente-t-il ?**

(clic droit sur le dossier qui contient vos documents multimédias, propriété, taille)

---

**4. Ces documents multimédias portent sur : \****(plusieurs réponses possibles)**Plusieurs réponses possibles.*

- L'entreprise
- Les centres commerciaux
- Le matériel (digital, numérique...)
- Le parcours client (signalétique, mobilier...)
- Les hypermarchés
- Les équipes
- Les chantiers
- Les animations
- Les enseignes
- Les centres de la concurrence
- Les événements (salon, conventions, inauguration...)
- Non concerné
- Autre : \_\_\_\_\_

**5. Selon vous ces documents multimédias servent ou peuvent servir à : \****(plusieurs réponses possibles)**Plusieurs réponses possibles.*

- Mes collègues comme outils de travail (bonnes pratiques, idées innovantes...)
- Mes collègues pour des supports de communication externe (sites web, plaquettes, Power point...)
- Mes collègues pour des supports de communication interne (magazines, Power point...)
- Des extérieurs (journalistes, architectes, partenaires...)
- Mon usage personnel uniquement
- Je ne sais pas
- Non concerné
- Autre : \_\_\_\_\_

**6. Où se trouvent vos documents multimédias ? \****(plusieurs réponses possibles)**Plusieurs réponses possibles.*

- Dans votre smartphone
- Dans un fichier personnel sur votre ordinateur
- Dans un réseau/serveur partagé
- Sur LiveLink
- Non concerné
- Autre : \_\_\_\_\_

**7. Comment rangez-vous vos documents multimédias ? \***

(plusieurs réponses possibles)

*Plusieurs réponses possibles.*

- Dans des dossiers hiérarchiques (par pays/par centre commercial/par thématique...)
- Dans un dossier général
- En les renommant
- Non concerné
- Autre : \_\_\_\_\_

## **Besoin de documents multimédias**

---

**8. Quels types de documents utilisez-vous le plus souvent dans votre travail ? \***

(plusieurs réponses possibles)

*Plusieurs réponses possibles.*

- Photos
- Vidéos
- Plans
- Maquettes (perspectives)
- Logos
- Aucun
- Autre : \_\_\_\_\_

**9. Dans quel cadre ? \***

(plusieurs réponses possibles)

*Plusieurs réponses possibles.*

- Alimenter une réflexion (bonnes idées, bonnes pratiques...)
- Réalisation de documents de communication interne (magazines, Power point...)
- Réalisation de documents de communication externe (sites web, plaquettes, Power point ...)
- Pour les transmettre à des extérieurs (journalistes, architectes, partenaires...)
- Non concerné
- Autre : \_\_\_\_\_

10. Actuellement, comment récupérez-vous les documents multimédias dont vous avez besoin ? \*

(plusieurs réponses possibles)

Plusieurs réponses possibles.

- Dans un réseau/serveur partagé
- Sur LiveLink
- Demande par mail à des collègues
- Demande au service de communication
- Sur internet
- Ce sont vos propres photos
- J'ai souvent du mal à en trouver
- Non concerné
- Autre : \_\_\_\_\_

### Attentes vis-à-vis du projet de médiathèque en ligne

11. Qu'aimeriez-vous retrouver dans les documents multimédias présents dans la librairie en ligne ? \*

(plusieurs réponses possibles)

Plusieurs réponses possibles.

- L'entreprise
- Les centres commerciaux
- Le matériel (digital, numérique...)
- Le parcours client (signalétique, mobilier...)
- Les hypermarchés
- Les équipes
- Les chantiers
- Les animations
- Les enseignes
- Les centres de la concurrence
- Les événements (salons, conventions, inaugurations...)
- Autre : \_\_\_\_\_

12. Quelles modalités de recherche vous semblent utiles ? \*

(plusieurs réponses possibles)

Plusieurs réponses possibles.

- Par recherche simple, mots-clés
- Par recherche avancée (ex : thème + pays + date)
- Autre : \_\_\_\_\_

**13. Critères de recherche utiles selon vous : \***

(plusieurs réponses possibles)  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Par pays
- Par centre commercial
- Par thématique
- Par objet/personne représenté
- Par date
- Par haute définition/basse définition
- Par nature (photo, vidéo, plan, maquette, logo...)
- Par taille
- Par format
- Par orientation de la photo (portrait/paysage)
- Autre : \_\_\_\_\_

**14. Qu'est-ce qui vous inciterait à partager systématiquement vos documents multimédias sur la médiathèque en ligne ? \***

(plusieurs réponses possibles)  
*Plusieurs réponses possibles.*

- La simplicité
- La rapidité
- Qu'on me le rappelle
- Que ce soit valorisant
- Que ce soit utile à l'entreprise
- Que ce soit ludique
- Autre : \_\_\_\_\_

**15. Souhaitez-vous qu'il y ait une sélection des documents multimédias haute définition (utilisables pour des supports de communication) par le service de communication ? \***

*Une seule réponse possible.*

- Oui
- Non

**Activité au sein de l'entreprise**

**16. Vous travaillez au sein : \****Une seule réponse possible.*

- De la direction internationale
- D'un pays, dans un service support (juridique, marketing, communication, comptabilité, RH...)
- D'un pays, en région (commercialisation, promotion, exploitation...)
- D'un pays, sur un site

**17. A quel poste ? \***

---

**18. Nom \***

---

**19. Prénom \***

---

Fourni par

