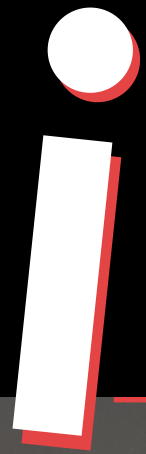


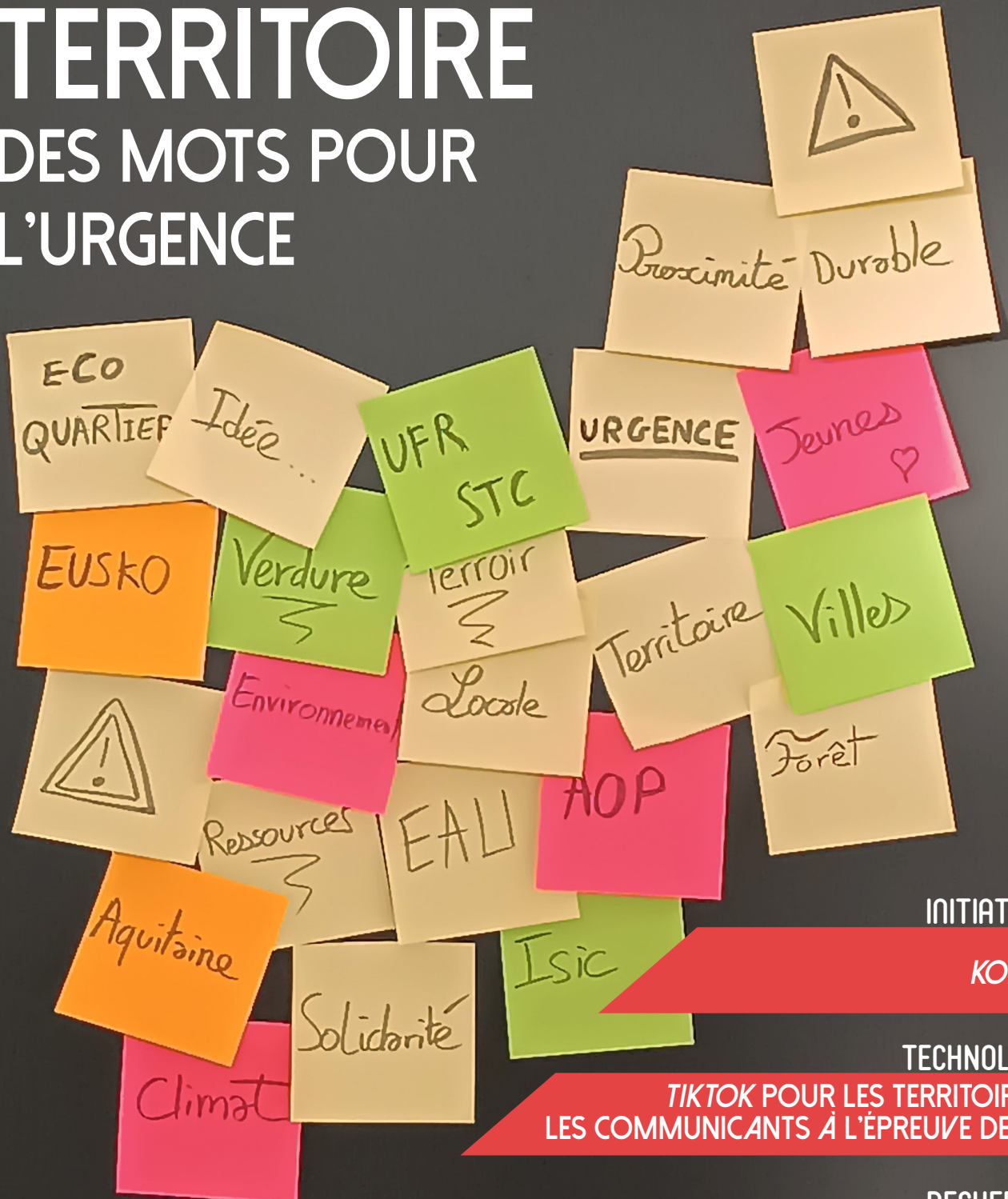
Les POINTS

SUR LES



LE JOURNAL DE L'ISIC - JANVIER 2023

TERRITOIRE DES MOTS POUR L'URGENCE



INITIATIVES

KOEZIO

TECHNOLOGIE

TIKTOK POUR LES TERRITOIRES ?
LES COMMUNICANTS À L'ÉPREUVE DE L'IA

RECHERCHE

SCIENCES INFO COM', 33^e CONGRÈS
GRUIK-GRUIK OU LE NOUVEAU SON DE L'AMITIÉ

SOMMAIRE

-  **ACTUALITÉS** 3
Sémiologie et communication : transitions des mondes
L'UFR STC au grand air
-  **INITIATIVES** 4
Koéz'lo, inclusif au pas de l'oie
-  **DOSSIER** 5
Prix entre deux feux
Bord'eau publique
Terres Sud : l'éco-quartier de demain
Ligueux, des champions du vivre-ensemble
Bazas, des beaux boeufs dans son étable
Blayais, l'asperge dans son royaume
Eusko monnaie de Basque
-  **TECHNOLOGIE** 11
Tiktok, un avenir pour les territoires ?
Les communicants à l'épreuve de l'IA
-  **MÉTIERS** 12
Pauline Maingonnat : Sport, asso' et com'
"Je veux que mon compte soit authentique et me ressemble"
-  **RECHERCHE** 14
Sciences Info Com', 33^e congrès
Gruik-gruik ou le nouveau son de l'amitié
-  **INTERNATIONAL** 15
Galatasaray, licence délocalisée, déjà 10 ans !

ÉDITO

Nouvelle équipe, nouveau combat. Si la rédaction de ce nouveau numéro des *Points sur les I* a été confiée aux étudiants de la Licence 3 Information territoriale, ce n'est pas un hasard. Nous y voyons à la fois un signe de confiance à l'attention de notre équipe, mais aussi la volonté de valoriser une formation encore toute neuve. Associant la vie universitaire aux activités des entreprises publiques et des collectivités locales, cette licence donne à l'université l'opportunité d'être encore plus ancrée au cœur des besoins et des projets de la société contemporaine.

Le territoire, à cet égard, a été choisi comme fil rouge de cet opus des *Points sur les I*. Il est même au centre des débats d'une édition qui se veut préventrice. Après les dramatiques incendies qui ont touché la Gironde cet été, il nous a paru primordial de mettre en avant l'état d'urgence. Climatique, social et sociétal, il appelle chacune, chacun d'entre nous à une prise de responsabilité immédiate. Notre avenir, celui de la planète et la place qu'y tiendra l'être humain, sont à ce prix.

Notre promotion est heureuse et fière de participer à cette aventure éditoriale qui ne néglige pas, pour autant, les rubriques qui ont forgé l'identité de ce magazine. Puissent-elles témoigner de notre volonté d'innover tout en poursuivant le travail accompli au cours des dernières décennies pour donner à ce support toute sa pertinence. Cette édition marquera, de cette manière, la fin d'une ère d'un titre qui fait sa mue et qui vous dévoilera dès l'année prochaine un tout nouveau visage.

Nouvelle équipe, nouvel état d'esprit. Comme vous le constaterez, nous avons choisi de sortir par endroits, de la stricte sphère communicationnelle pour nous poser des questions plus vastes, de celles qui interrogent, encore une fois, nos comportements. Antoine de Saint-Exupéry a écrit : « Nous n'héritons pas de la Terre de nos parents, nous l'empruntons à nos enfants. » Faisons en sorte que cet emprunt soit le moins gagé possible !

THÉO MARTIN



LES POINTS SUR LES I - JANVIER 2023 - N°46

Journal de l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (ISIC)
UFR Sciences des Territoires et de la Communication (STC)
Université Bordeaux Montaigne
Domaine Universitaire
33607 PESSAC Cedex
Tél : 05 57 12 47 07 / fax : 05 57 12 45 28

Directeur de la publication et rédacteur en chef : Étienne DAMOME
Numéro réalisé avec l'aide de Didier BEAUJARDIN, Annick MONSEIGNE et Wilfried PANGAUT
Conception graphique : Promotion 2015 du M2 Stratégies et Produits de Communication (ISIC)
Imprimé au PPI Université Bordeaux Montaigne

Numéro ISSN : 09805664

Rédacteur en chef : Théo MARTIN
Secrétaires de rédaction : Pierre BERHO et Héloïse NASSIET
Responsable photo : Antonin GUERGO
Responsable maquette : Audrey CROSSONNEAU et Victor COMET
Responsable dossier : Erickna SIMONINS
Rédaction par les étudiants de Licence 3 Information territoriale : Cassandra BENET, Pierre BERHO, Victor COMET, Audrey CROSSONNEAU, Ximun DIHARCE, Baptiste FAUTHOUX, Antonin GUERGO, Augustin LAURET, Théo MARTIN, Héloïse NASSIET, Erickna SIMONINS



SÉMIOLOGIE ET COMMUNICATION : TRANSITIONS DES MONDES

Intégrant l'ISIC à la rentrée 2022, le nouveau master Sémiologie et Communication Transitions des Mondes projette le futur au présent !



© CR

Devenir communicant et responsable du monde qui nous entoure, voilà la vocation de ce master qui s'inscrit dans de multiples mutations et crises, environnementales, sociétales, individuelles. Il mobilise des spécialités des sciences de l'information et de la communication : de la communication des organisations aux études digitales en passant par la sémiotique.

Anne Geslin Beyaert, responsable pédagogique du master, insiste sur les spécificités du cursus : « *L'idée est d'offrir aux étudiants la possibilité de poursuivre dans un master plus moderne, ancré dans son temps, autour de la problématique de transitions des mondes.* »

Le master est rattaché au laboratoire Mica -Médiations, informations, communication et arts - dans son axe IDEM - Image, Design, Espace, Médiation : l'expérience du contemporain. De ce fait, les étudiants

peuvent y effectuer leur stage de fin de master et envisager, par la suite, d'y préparer un projet de doctorat.

L'apprentissage théorique, solide, s'adosse à une initiation aux pratiques de communication, comme l'organisation de conférences ou d'événements. Le master intègre nombre d'intervenants qui confortent ce volet de professionnalisation. Chaque semestre, une unité d'enseignement (UE) permet de décliner la problématique des transitions des mondes sous ses différentes facettes. Un portfolio individuel permet d'acquérir des compétences complémentaires pour bâtir son projet personnel en toute singularité. Soutien du développement des compétences et de l'individualisation, il est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique et permet à l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression ou encore d'évaluation.

Anne Geslin Beyaert est très investie, enseignant la sémiotique, l'histoire du design ou encore la méthodologie de la recherche. « *Je m'occupe du suivi des étudiants, je les connais donc assez bien et peux offrir un suivi personnalisé.* » précise-t-elle.

Un master qui comme les autres, à l'ISIC, partage les semestres des deux années entre enseignement et stages, y compris à l'étranger. C'est également à l'échelle internationale que les étudiants peuvent passer un semestre au sein de l'une des universités partenaires donnant droit à la validation pleine et entière du master.

Le panel des cours dispensés, sans se livrer à un inventaire à la Prévert, donne une idée assez précise de la richesse du cursus : sémiotique, valeurs et formes de vie ; transformation des mondes du travail ; numérique et anthropocène ; sémiotique de l'image, culture visuelle ; le mouvement des communs, les mots des initiatives responsables, cours dispensés en anglais.

Anne Geslin Beyaert précise : « *Les deux années de master sont évaluées en contrôle continu à travers le travail préparatoire à la recherche, en première année, et le rendu du mémoire en deuxième année. S'ajoutent à ces travaux de fond, des dossiers, des exposés, des travaux collectifs et des projets tutorés. C'est un complément essentiel qui permet de compléter les notes finales.* »

« *Ce que je souhaite, c'est que chacune, chacun se révèle à lui-même* » conclut une responsable pédagogique soucieuse que ces spécialistes aient tous les outils pour comprendre et transmettre la portée de la transition des mondes, dans cette société marquée par de si profonds changements.

CASSANDRA BENET

L'UFR STC AU GRAND AIR

La crise du Covid-19 n'a pas « sapé le moral » de l'équipe de l'UFR STC. Tout au contraire, elle a mis à profit cette mise entre parenthèses pour affiner et ouvrir ses projets.

Agnès Pecolo, directrice adjointe de l'Unité de formation et de recherches Sciences des Territoires et de la Communication, ne s'est pas laissée abattre par la crise sanitaire.

Si l'UFR sur laquelle elle veille, aux côtés du directeur Frédéric Hoffman, se distingue par sa taille humaine, elle se singularise aussi par la pluralité et la richesse de ses formations.

« *Ces dernières années, nous avons mis en place une professionnalisation approfondie de nos cursus avec l'ouverture en 2021 de la licence Communication territoriale, le renforcement des doubles licences et*

licences professionnelles mais aussi des masters internationaux », précise Agnès Pecolo. Elle parie sur l'esprit de famille qui règne dans ce pôle, la capacité qu'ont les étudiants et les enseignants de faire lien pour défendre les couleurs de STC.

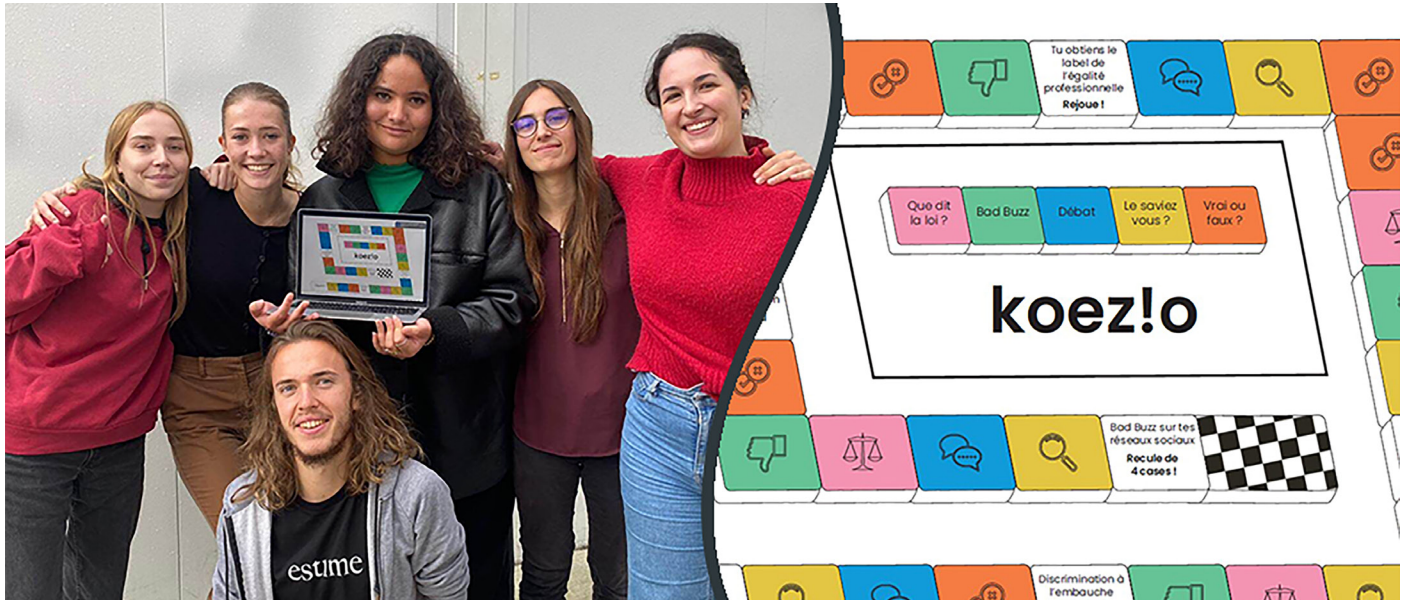
Il s'agit d'associer à la théorie et à l'enseignement universitaire, une vraie pratique de terrain, justifiant plus que jamais l'association étroite entre communication et territoires.

AUGUSTIN LAURET



KOEZ!O, INCLUSIF AU PAS DE L'OIE

À l'occasion du Hackathon Reboot, événement étudiant autour de la communication responsable, cinq étudiants du master Communication des Organisations de l'Université Bordeaux Montaigne, ont été primés. Ils ont créé un jeu de plateau visant à former les futur.es professionnel.les de la communication aux questions d'inclusivité. Kohez!o, du basque kohesio (cohésion) est ainsi né.



© Université Bordeaux Montaigne

Objectif annoncé : *« Changer les pratiques discriminantes dans la communication »*, par Alice Przybylak, l'une des cinq récompensés.es. Destiné aux étudiants, Koez!o fonctionne sur le principe du jeu de l'oie. Il peut réunir quatre à six joueurs. À chaque tour, les joueurs lancent deux dés et avancent leur pion. En fonction de la case où ils se trouvent, ils suivent les instructions de cinq types de cartes.

MODE D'EMPLOI

Les cartes « Débat » ouvrent la discussion sur une question générale. Tout le monde argumente autour de celle-ci avec un objectif commun : réfléchir sur les nombreux sujets touchant à l'inclusivité. Les cartes « Le savez-vous ? » ont une dimension exclusivement instructive. Elles énoncent un fait. Les cartes « Que dit la loi ? » font appel à la connaissance de la loi de la part des joueurs. Il s'agit de questions à choix multiples concernant la législation française voire internationale. Elles portent sur des sujets autour des questions d'inclusivité et de discriminations. Elles visent à éduquer les jeunes sur le cadre légal autour de ces thèmes. Les cartes « Vrai ou faux ? » font appel à la culture générale des participant.es. Une question fermée leur est posée. Seulement deux choix de réponses s'offrent à eux ou à elles : vrai ou faux. Enfin, les cartes « Bad Buzz » sont d'autres questions à choix multiples. Celles-ci reprennent des

citations, faits ou publicités discriminantes. Elles ont pour but d'illustrer le fait que les attitudes discriminantes continuent d'exister dans le monde de la communication, à travers des exemples concrets.

INCLUSIVITÉ ET RESPONSABILITÉ

Toutes ces ressources ont comme objectif commun de mettre en avant la communication responsable. C'était la consigne donnée par Reboot et qui a dirigé le choix de l'équipe vers la conception d'un jeu. Ce type d'outil a l'avantage de pouvoir aborder des thèmes sérieux de façon ludique. Le jeu de l'oie a été choisi comme modèle grâce à sa simplicité et car son format est facilement adaptable à différents sujets. Félix Gaudrie, un autre du club des cinq raconte : *« Nous voulions travailler sur l'inclusivité, car nous voulions dans un premier temps nous démarquer et aborder un des sujets le moins traité dans nos cursus scolaires. »*

Puis sa camarade Ismaé Titem explique qu'il y avait des obligations de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Cet aspect-là étant souvent assimilé à des questions environnementales, ils ont préféré se diriger vers le social, souhaitant mettre en avant le postulat selon lequel des minorités ne seraient pas prises en compte dans la question de la parité dans la communication. L'enjeu était de considérer ethnies, âge,

religion, **LGBTQIA+**, et handicap. C'est donc l'inclusivité qui est ressortie comme thème pour le jeu pensé.

AVENTURE ÉDUCATIVE

Plus qu'un jeu primé, il s'agit pour les étudiants d'un véritable projet universitaire, utile pour leur avenir. Il répond à de réels besoins et pourrait même être réutilisé. Julie Frassin se réjouit : *« Cela nous a sorti du cadre théorique, tout en questionnant des sujets particulièrement importants à traiter en communication pour le futur. Être en "compétition" avec d'autres étudiants, d'autres écoles et d'autres villes nous a aussi permis de nous challenger encore plus. »* Avec un délai de seulement trois jours pour penser et créer leur jeu, ils ont pu se confronter à des conditions réelles de travail. C'était un véritable défi de produire quelque chose de qualitatif en un temps très court. Enfin, les étudiants mentionnent leur enthousiasme à l'égard de ce travail, à l'image d'Hélène Cousseau : *« Nous avons beaucoup aimé cette expérience qui nous a changés du quotidien des cours plus "classiques" de la formation. »*

Disponible en *open source* et livré « clés en main », l'équipe souhaiterait que son jeu soit utilisé par le corps enseignant et les étudiant.e.s en communication, ceux de l'ISIC dans un premier temps.

THÉO MARTIN



DOSSIER

TERRITOIRE, LES MOTS POUR DIRE L'URGENCE

Les incendies historiques de l'été dernier, la flambée des prix de l'énergie, la raréfaction de l'eau pour cause de bouleversement climatique, voilà qui a de quoi ramener chacune, chacun à la réalité d'un quotidien évidemment impacté.

Le territoire où s'organise la vie collective est précieux à travers des richesses très fragiles. Communiquer, au-delà des évidences, voilà qui exige un comportement là aussi exemplaire. Peut-être une forme de communication reste-t-elle à imaginer, horizontale et se nourrissant des expériences, du vécu individuel et collectif pour exprimer ce que sont les biens communs. Protéger les ressources naturelles, prévenir les risques, adopter de nouveaux comportements, savoir partager ce qui est rare et ne peut pas toujours se marchander, faire de son terroir un atout, une identité, ce sont autant de challenges qui passent aussi par une autre manière de dire. Si maîtriser les mots, c'est dominer le monde, sans doute faut-il passer à une autre maxime : respecter la planète, c'est choisir les bons mots pour savoir dire l'urgence.



PRIX ENTRE DEUX FEUX

Cet été, les incendies ont embrasé l'actualité girondine. Alors que plus de 30 000 hectares sont partis en fumée, c'est une forêt du Bassin qui a accaparé la majorité de l'attention médiatique. Avec son statut particulier, cet espace a été grandement critiqué pendant et après les feux.



50 % du département girondin est recouvert d'une forêt



93 % de son massif forestier est détenu par des parties privées

1

La forêt de La Teste de Buch est une « forêt usagère », statut unique en France

Qu'est-ce qu'une « forêt usagère » ?

- Statut provenant de nombreuses conventions entre le seigneur et les habitants, dont la première remonte à 1468
- Les conventions permettent aux habitants de tirer profit du bois, en payant des redevances en contrepartie
- Les accords ont régulièrement été débattus jusqu'à nos jours, permettant au statut dit usager de toujours être crédible du point de vue juridique

La Grande Montagne de La Teste est couverte par une forêt on ne peut plus singulière. Sa spécificité se cache dans son statut. Alors que nous connaissons celles qui appartiennent à des entreprises privées et celles qui relèvent du domaine public, la forêt testérine fait dans l'originalité : c'est une forêt usagère, un statut unique en France. Au XV^{ème} siècle, le seigneur du Capital de Buch lègue aux habitants des droits d'usage sur la forêt. Entre-temps, la propriété entière a été léguée par le seigneur aux ayants pins. Depuis ce jour, les propriétaires tentent vainement de réduire les accès aux usagers. Mais la forêt est grevée d'un droit d'usage, ces accords n'ont jamais été abrogés. De fait, ce sont les familles habitantes sur la Montagne de la Teste qui entretiennent leur forêt, organisées avec des syndicats. Une forêt vectrice de conflits, mais également un fort symbole identitaire local.

PARADOXE PRIVÉ

Face aux injonctions des syndicats des forêts testerines, l'État ou toute structure publique n'a pu intervenir que très difficilement dans l'entretien du massif boisé. En 2021, la DFCI (Défense de la forêt française contre les incendies) avait décidé d'entreprendre un élargissement des pistes. Le but étant de faciliter de potentielles interventions futures

des soldats du feu. Or, ces aménagements n'ont jamais pu voir le jour en raison de l'absence d'accord avec les syndicats de la forêt de la Teste de Buch. En 2022, après la présentation de son projet aux syndicats, la DFCI faisait face au refus unilatéral de l'Addufu*. Le syndicat affirmait qu'il « ne saurait laisser les usagers se faire spolier de leur bien commun. » L'Association des usagers a saisi le Tribunal administratif, afin de faire valoir ses droits, mais le verdict les a déboutés... Une décision qui a permis à la préfecture de pouvoir lancer les travaux d'élagage et de nettoyage. Or, l'autorisation d'engager les ouvrages est parvenue trop tardivement et les flammes avaient déjà enfiévré la forêt.

La responsabilité des privés dans l'incendie de La Teste de Buch est effective. En plus du refus d'agrandir les voies d'accès aux véhicules d'interventions, les propriétaires, ayant arrêté la pratique du gemmage, ne s'occupaient plus de la végétation basse, facteur clef de la prolifération des feux. Soudain, la réticence aux services publics s'est dissipée. En effet, lorsqu'il est question d'intervenir sur les feux, nécessitant des équipements coûteux et une infrastructure complexe, les testérin-nes comptent sur les services des pompiers. Le déploiement de milliers de femmes et hommes sur les feux, le déplacement de canadiens et l'appui des pays européens engendre des coûts colossaux, sur lesquels les usagers et les propriétaires n'auront aucune part à prendre en charge.

© CR

QUI SONT LES VICTIMES DU FEU ?

L'espace est pris entre deux feux, d'un côté le domaine public, enfumé par les dépenses causées par le sinistre, et de l'autre côté les propriétaires privés, qui ont vu leurs bénéfices partir en cendres. Ce ne sont pas moins de 300 agents.es girondin-es et plus de 10 000 pompiers et personnel-les de la sécurité civile mobilisé-es sur tout le territoire, pour combattre les flammes de cet été. Du côté du domaine public, « chaque intervention a coûté entre 750 000 et 1 million d'euros », rapporte le porte-parole, Eric Brocardi. Du côté du domaine privé, la somme est bien plus complexe à calculer. Le secteur du bois n'est pas le seul à avoir pâti des incendies. De toute cette chaleur, le tourisme en a aussi fait les frais. Pour les vendeurs de glaces et autres loueurs de planches, c'est la majeure partie de leur chiffre d'affaires qui s'embrase également.

Mais ces soucis financiers, très anthropocentrés, dissimulent des ravages causés sur le vivant. Il s'agit là d'un désastre pour l'écosystème. De nombreux individus de la faune sauvage ont péri dans les incendies, dont certains appartenant à des espèces déjà menacées d'extinction comme le fadet des laïches ou le grand capricorne. « Sur la forêt usagère de la Teste de Buch, ce sont 1361 espèces qui cohabitent, dont 305 espèces protégées et 95 menacées », rapporte l'observatoire de la faune sauvage de Nouvelle-Aquitaine (FAUNA).

QUEL AVENIR ?

Les interrogations se tournent désormais vers l'avenir de ces espaces. Comment mieux les entretenir afin de limiter les risques d'incendies ? Comment sensibiliser et/ou sanctionner les propriétaires ? L'un des enjeux pour les collectivités semble alors se porter vers la communication avec les usagers afin de créer un climat sans ardeur.

*Association de Défense des Droits d'Usage et de la Forêt Usagère

ANTONIN GUERGO & VICTOR COMET



BORD'EAU PUBLIQUE

Depuis le 1^{er} janvier 2023, après Grenoble, Nice, Paris, Montpellier et Rennes, l'eau potable de Bordeaux est directement gérée par une régie publique. Anciennement régulé par l'entreprise Suez, ce système dessert 300 000 abonnés aux services d'eau, couvrant 23 des 28 communes de la Métropole.

L'eau privée c'est fini. Le passage à l'eau publique est une étape importante pour la collectivité.

Si le chemin vers la régie publique avait débuté à l'ère d'Alain Rousset puis de Vincent Feltesse, la présidence d'Alain Juppé avait douché la volonté des élus socialistes et des verts. « Élu(e) vert de la majorité à la métropole, j'ai depuis longtemps demandé ce changement mais en vain lorsque la métropole n'était pas majoritairement verte. C'est un choix idéologique, politique et responsable », raconte Sylvie Cassou Schotte, élue EELV et vice-présidente de Bordeaux Métropole. Votée pourtant à l'unanimité, toutes couleurs politiques confondues, cette transition a coûté 10 millions d'euros à la collectivité. La loi l'oblige à reprendre environ 300 salariés de Suez. La situation a instauré un climat social très tendu. Le sort de trente de ces salariés a longtemps retardé les négociations. « Les accords auxquels on va parvenir, c'est exactement ce que l'intersyndicale avait mis sur la

table il y a dix-huit mois », rappelle Jean Baptiste Marvaux, membre de l'intersyndicale Suez Eau Nouvelle-Aquitaine.

CHÈQUE EN LIQUIDE

Bordeaux Métropole vise également à s'occuper de l'assainissement de l'eau dès 2026. Avec l'inflation toujours florissante, le staff métropolitain assure que pour les usagers, ce passage de relais n'aura pas d'incidence. Le prix du mètre cube d'eau, en moyenne de 3,65 euros, sera maintenu. Pour les plus modestes des habitants plusieurs scénarios sont à prévoir. « Nous voulons les accompagner et les encourager à moins consommer et mieux consommer. Nous avons comme idée de mettre en place un "chèque Eau" via le CCAS (Centre Communal d'Action Sociale) dans une logique d'autonomisation de l'eau pour un tarif plus juste, plus social, moins économique et plus écologique », ambitionne Sylvie Cassou Schotte. L'affirmation de ce bien public est essentielle dans l'instauration « d'une logique de transparence de la gestion de l'eau », conclut-elle.

AUGUSTIN LAURET & BAPTISTE FAUTHOUX

TERRES SUD : L'ÉCO-QUARTIER DE DEMAIN

Dans une démarche d'adaptation vers un avenir plus vert, la ville de Bègles a choisi de construire un éco-quartier dans la zone environnant le lycée Vaclav Havel.

Un éco-quartier est une zone urbaine conçue dans un objectif de développement durable. Ces quartiers doivent ainsi répondre à plusieurs critères, comme le développement économique, la performance environnementale (transports en commun, recyclage de déchets, éco-construction...), la mixité sociale, et le fonctionnalisme (logements, commerces, équipements publics...).

GENÈSE

La construction de l'éco-quartier « Terres Sud » à Bègles a ainsi débuté en 2010 avec une première phase de travaux. À l'issue de ce chantier, 500 nouveaux logements ont pu être construits tout en respectant la trame bocagère (normes paysagères), la gestion de l'eau, l'harmonisation des paysages et la préservation de l'identité du site. Entre les différents bâtiments, des îlots ouverts et traversants ont été installés afin de créer des espaces verts, pour pouvoir circuler à pied et à vélo plus facilement. Cette première phase a été conçue pour l'aménagement des espaces classés en zone blanche du Plan de Prévention des Risques Inondation (PPRI) d'environ 16 hectares. De ce fait, toutes les

résidences ne disposent pas d'un parking au sous-sol ou au rez-de-chaussée. La deuxième phase s'est achevée en 2014, et a permis la construction de nouvelles infrastructures.

STRATÉGIE DURABLE

L'architecte-urbaniste, Alain Charrier a voulu, dans cet éco-quartier, des logements lumineux, à faible consommation énergétique et de vastes espaces verts. Aussi, il a préféré limiter les places de parking pour privilégier les mobilités douces comme le tramway qui se situe à 3 min à pied, le bus à l'entrée du quartier ou les trottinettes et les vélos. Malgré tout, le manque de places de parking engendre quelques problèmes de circulation. Le traitement des déchets est également mis en valeur avec les poubelles collectives situées près des bâtiments. Des bennes collectives pour le verre, les vêtements, l'électroménager, le compost, les cartons ont été mis à disposition. Le lycée Vaclav Havel, situé dans ce même quartier répond aux enjeux environnementaux puisqu'il est le premier lycée à énergie positive d'Aquitaine. « Terres Sud » est aussi à deux pas d'un vaste parc de 15 hectares : le Parc Mussonville qui dispose même d'une entrée au sein du quartier. Cet éco-quartier est un

L'éco-quartier, c'est aussi :

- 2 parkings de 575 places
- 1000 logements
- 1 résidence seniors, jeunes travailleurs, étudiants
- 400m² de locaux d'activités
- 1 îlot pour les équipements publics
- 20 logements à accession sociale

réel chemin vers l'avenir d'un point de vue environnemental et énergétique et un réel modèle qui peut encore être amélioré dans le futur pour devenir parfait sur tous les aspects.

HÉLOÏSE NASSIET





© Sud Ouest

LIGUEUX, DES CHAMPIONS DU VIVRE-ENSEMBLE

Dans cette commune girondine de 170 habitants à la frontière de la Dordogne, les jeunes se bougent. Grâce à un budget participatif mis en place par le Département de la Gironde, ils ont pu raviver la flamme d'une bourgade qui s'éteignait.

“ *Même l'école a fermé à l'époque de ma grand-mère* ”

RURALITÉ À SON PAROXYSMES

Le constat est sans appel : « Avant, il n'y avait rien à Ligueux » déclare Adrien Delluc, jeune Ligois de 19 ans. Dans son hameau de toujours, pas de commerce, un boulodrome remplacé par un parking, des jeunes contraints de se retrouver dans les bois ou dans les villages voisins. « *Même l'école a fermé à l'époque de ma grand-mère* » ajoute l'étudiant en lettres, conscient d'une réelle désertification de son fief. En clair, les rencontres étaient devenues impossibles, et le numérique ne palliait pas les besoins de communiquer des uns et des autres.

CRU DU COEUR DE LA JEUNESSE

Face à ce constat, hors de question de se morfondre. Apprenant la mise en place d'un budget participatif par le Conseil

départemental, une vingtaine de jeunes du village montent un dossier, pour que le lieu de rencontre dont ils parlaient depuis plusieurs années voie le jour. Avec Adrien en porte-voix du projet, ils obtiennent un financement de 20 000€ de la part de la Gironde et, après l'aide de la commune ainsi que celle de l'Etat, parviennent à récolter 60 000 € pour faire construire le véritable lieu de rencontre de Ligueux.

PLATEFORME INTERGÉNÉRATIONNELLE

Après un an d'attente et six mois de travaux, le voilà érigé, l'espace baptisé « *Général Subervie* ». Ce sont des tables de ping-pong, un skatepark, un boulodrome flambant

neuf qui rassemblent les Ligois durant les jours ensoleillés. Au-delà du matériel mis à disposition des habitants, c'est le symbole représenté par cet espace qui transparaît : des personnes de tous les âges, et même des villages voisins se retrouvent pour passer un moment à Ligueux, chose qui, il y a à peine deux ans, paraissait presque lunaire.

Ce qui est devenu la véritable attraction de la commune, ne cesse d'être amélioré. En effet, depuis peu les alentours ont été pavés, un local de matériel mis à disposition des utilisateurs, comme des skates, des vélos ou des raquettes. De quoi donner du fil à retordre au cantonnier du coin, chargé de l'entretien.

Une chose est sûre, Ligueux restera un cas d'école dans le domaine des initiatives collectives dynamisantes, et donnera sans doute des idées à d'autres territoires oubliés.

PIERRE BERHO



BAZAS, DES BEAUX BOEUF DANS SON ÉTABLE

Tous les ans, le jeudi précédant Mardi Gras, Bazas (Gironde) troque sa robe médiévale contre son habit de fête. Les Bœufs Gras, joyau de la culture gasconne, rassemble des milliers de bons vivants autour d'un produit reconnu comme exceptionnel : le bœuf de Bazas.

Qui dit mieux ? 740 ans de tradition à Bazas on ne rigole pas avec la fête des Bœufs Gras et chacun, chacune a sa façon de célébrer la mythique race bazadaise. Cette belle vache grise élevée en plein air dans les plus vertes pâtures de Gascogne possède bel et bien sa propre célébration.

DE BAZATS

Les six bouchers bazadais en collaboration avec leurs éleveurs respectifs sélectionnent chacun leur plus belle bête pour l'occasion. Celles-ci accrochées à un tracteur et sa remorque ornée déambulent fièrement dans les rues de Bazas. Le cortège les accompagnant comporte du beau monde. Il y a tout d'abord « Les fifres et tambours de Gans » qui rythment la journée au son du légendaire fifre. Afin d'accompagner ces musiciens, le groupe folklorique sort le costume traditionnel et les échasses. Petits et grands, échassiers et danseuses, les dénommés *Lous de Bazats* sont indispensables aux fêtes bazadaises. C'est un réel plaisir de constater que la tradition ne se perd pas et est solennellement transmise. Prend la suite de ce défilé, « la confrérie du roi bœuf », ainsi que « la confrérie des paloumayres » constituées de fidèles intronisés chaque année. Tout ce

beau monde fait escale dans les quatre boucheries du centre-ville et se fait offrir vin blanc et merveilles.

PANTAGRUÉLIQUE

À l'issue de cette parade, tous les protagonistes se rejoignent sur la place de la cathédrale afin de passer à la remise des prix. Un comité d'experts élit le fameux « roi bœuf », qui a d'ailleurs donné son nom à une cuvée de vin ! Un spectacle qui éblouit les enfants, les parents et les grands-parents. Un programme bien précis est à respecter pour celui qui se prétend Bazadais. Tout commence tôt le matin avec un petit déjeuner particulier. Au menu : vin rouge, charcuterie et autres gourmandises. Puis quand l'heure du déjeuner approche, il est temps d'aller aider les commerces locaux. Il faut s'entasser dans le légendaire « Bœuf qui rit » ancien « Cercle de l'avenir » afin de s'hydrater. Direction la place de la cathédrale afin de profiter d'un bon repas à base de bœuf organisé par l'US Bazas Rugby en faisant bien attention de s'arrêter au « cercle des travailleurs » avant d'aller se restaurer. Et quand la nuit tombe, que la fête se termine, les voilà réunis dans les maisons alentour pour continuer les festivités. Quinquagénaires et jeunes adultes se retrouvent autour d'une table pour discuter



© CR

ou se prennent par la taille pour danser dans la plus grande des convivialités. Les Bœufs Gras c'est une cérémonie qui émerveille les petits, ravit les grands et traverse le temps. Au fil des générations, chacune, chacun apprend à respecter la tradition puis à l'honorer. Emêché ou juste rassasié, un moment convivial aura été partagé.

THÉO MARTIN

BLAYAIS, L'ASPERGE DANS SON ROYAUME

Événement incontournable en Gironde, la reine blanche est à l'honneur dans le Blayais ! A Etouliers, l'asperge du Blayais revêt sa palette de couleurs, accueillant ses plus grands aficionados pour ce rendez-vous convivial et gastronomique. Dans le Blayais, l'asperge est cultivée depuis le XV^{ème} siècle.



Après deux années manquées, la fête de l'asperge du Blayais a fait son retour en 2022. Réunissant plus de 10 000 visiteurs par édition, elle est aussi l'occasion de promouvoir un produit d'exception. Chaque année, nombre d'exposants sont sélectionnés pour la qualité de leurs produits régionaux, à déguster sur place ou à emporter.

Une large offre de restauration permet de déguster l'asperge sous toutes ses formes. En moyenne, sept tonnes d'asperges s'y vendent chaque année.

Le soutien de la Communauté de communes de l'Estuaire durant les vingt dernières éditions a été précieux notamment pour l'obtention du label I.G.P de l'Asperge du Blayais. Depuis cet événement advenu en décembre 2015, le nombre de producteurs engagés ne cesse d'augmenter. Face à l'intérêt croissant du consommateur pour les produits locaux et son exigence de qualité, les producteurs s'engagent et une réelle dynamique se met en place dans le milieu.

Créée en 1973, la confrérie de l'Asperge du Blayais et des vins de Tutiac est au cœur de la cuisine et du patrimoine blayais. Entraînée par ce nouvel allant, la confrérie rassemble plusieurs producteurs et modernise de ce fait son image, se présentant en relais de communication en France et en Europe, comme une vitrine du patrimoine local.

CASSANDRA BENET



TIKTOK, UN AVENIR POUR LES TERRITOIRES ?

Les réseaux sociaux sont un moyen simple de s'adresser à une cible plus jeune. TikTok commence à faire fureur auprès des entreprises et des collectivités. C'est un moyen de communication plus léger, qui permet de plonger directement dans le quotidien des collectivités territoriales et de leurs agents.

TikTok a été développé en 2017 par la société chinoise ByteDance. Son concept est basé sur la publication de courtes vidéos (3 minutes maximum), par des internautes du monde entier. Mais ce qui distingue TikTok des autres réseaux, c'est sa variété de contenu. On peut y retrouver des recettes, des «tutos» de maquillage ou de sport, des challenges de danse et d'autres créations toutes plus originales les unes que les autres. Son principal atout est le format portrait de ses vidéos. D'abord utilisé seulement pour du divertissement, le réseau social évolue.

TIKTOK ET LA GIRONDE

Élise Nicaise, Community Manager au Département de la Gironde, estime que TikTok est un moyen plus simple et rapide de toucher une cible jeune (13-25 ans). « Ils ne vont pas aller d'eux-mêmes chercher l'information, donc on leur fait savoir qu'il y a plein de compétences du Département qui les touchent ».

La Gironde est arrivée sur l'application en mai 2021 et compte aujourd'hui 11 800 abonnés. Au départ, l'équipe de la communication a hésité à créer un compte car le lancement impliquait beaucoup de moyens. Il fallait réfléchir à une stratégie pour parler de sujets qui représentent l'institution, mais

qui touchent aussi cette nouvelle cible : « Le plus compliqué, c'était de savoir quel sujet aborder et comment on l'aborde ».

Cet été, ce sont les pompiers qui ont été mis à l'honneur, à travers diverses interviews. D'ailleurs, c'est en partie grâce à un *time laps* sur les incendies girondins que le compte TikTok du Département a eu du succès. En effet, les cinq vidéos concernant cet événement ont été visionnées des dizaines voire des centaines de milliers de fois, contre une moyenne de 2000 visionnages pour les autres sujets. Et les agents en sont conscients : « Nous, avant les incendies, on avait à peu près 300 abonné.e.s, maintenant, on en a 11 mille », précise Elise Nicaise.

CIBLER SES OBJECTIFS

Une des premières campagnes du Département a été de faire de la prévention sur le handicap auprès des collégiens. La collectivité envisage d'utiliser ce réseau pour communiquer autour de la santé et de la sexualité, en partenariat avec les centres de santé sexuelle (autrefois appelés centres de planification). Elle souhaite également faire certifier son compte afin d'être reconnaissable auprès de tous. Cependant, ce n'est pas une mince affaire pour une collectivité. Les réseaux sont habituellement plus adaptés aux entreprises.



Or, TikTok est en pleine expansion et aujourd'hui ce ne sont plus seulement les acteurs privés qui utilisent ce réseau. Il y a aussi des institutions publiques. Concernant les Départements, les Pyrénées Orientales, le Nord, la Haute-Savoie, entre autres, pratiquent média, avec plus ou moins de succès.

AUDREY CROSSONNEAU

LES COMMUNICANTS À L'ÉPREUVE DE L'IA

L'adoption de l'intelligence artificielle (IA) appliquée aux médias et aux relations publiques ne s'est pas faite sans difficulté. Elle demeure cependant un vrai potentiel pour les collectivités territoriales.

L'intelligence artificielle fascine. Apparu dans les années 50, ce processus d'imitation de l'intelligence humaine a pour but de permettre à des ordinateurs de penser et d'agir comme des êtres humains. Le meilleur exemple est le *chatbot* (agent conversationnel). Il permet de déléguer une partie de la gestion des relations avec le public. Le *ChatGPT*, dernier *chatbot* en date, est considéré comme l'intelligence artificielle la plus développée à ce jour. Capable de passer, par exemple, un examen de droit, de réaliser des scripts de séries ou compléter du code, cette intelligence artificielle montre les possibilités de cette technologie.

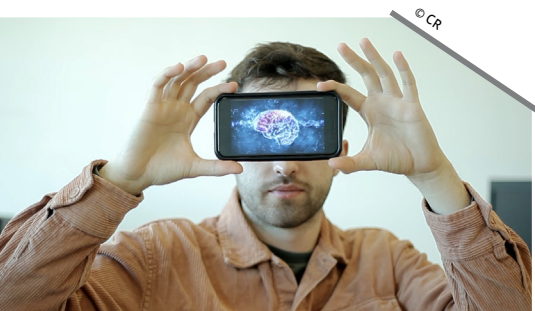
IA COMMUNICANTE

Au sein des collectivités territoriales, l'utilisation de cette technologie semble opportune. L'ouverture des données grâce à la loi pour une République Numérique favorise leur disponibilité au niveau du territoire. L'IA peut amener des réponses concrètes à certaines problématiques. Par exemple, dans la recherche d'efficacité et d'optimisation dans les processus métier, d'outils d'aide à la décision, dans le suivi d'activités sur la voie publique, ou encore dans les relations presse. « L'utilisation de l'intelligence artificielle dans un secteur comme les relations presse permet un vrai gain de temps dans la création de contenus. Bientôt, l'intelligence artificielle pourra même concevoir des brèves dans des journaux », explique Maxime Laborde, Data Scientist au sein de RebrAIN. Dans ce dernier secteur notamment, les avancées de l'intelligence artificielle permettent d'envoyer le bon message, au bon endroit, au bon moment et à la bonne personne. L'algorithme est capable de proposer une liste ciblée de journalistes potentiellement intéressés par le communiqué de presse. Ces derniers sont

sélectionnés par rapport à la compréhension du contenu et aux mots-clés se trouvant à la fois dans le communiqué de presse et dans les derniers articles des journalistes identifiés. Néanmoins, l'un des principaux défis de l'utilisation de l'IA dans les relations presse est le risque de diffusion d'informations trompeuses. Les algorithmes d'IA peuvent être entraînés sur des ensembles de données biaisés, ce qui conduit à des résultats en trompe-l'œil.

Cela peut être particulièrement inquiétant dans le domaine des RP, où l'objectif est de communiquer des informations précises et efficaces au public. Si l'IA peut certainement contribuer à des tâches telles que la surveillance et l'analyse des médias, elle n'est pas encore en mesure de remplacer totalement la pensée stratégique et nuancée que les professionnels des relations publiques apportent.

BAPTISTE FAUTHOUX





PAULINE MAINGONNAT : SPORT, ASSO' ET COM'

Chargée de communication au Comité départemental Olympique et Sportif de Gironde (CDOS 33) et ancienne élève de l'ISIC, Pauline Maingonnat partage son temps entre valorisation des clubs girondins et de la dynamique associative.

LES POINTS SUR LES I : QUEL EST VOTRE PARCOURS DE FORMATION ?

Pauline Maingonnat : Après le Bac, je me destinais à des études de journalisme. J'ai d'abord fait une licence d'histoire, la rigueur imposée par la discipline me garantissait une solide formation en techniques d'écriture. J'y ai en effet appris à rédiger avec aisance et à synthétiser. Par la suite, j'ai effectué une Licence 3 en sciences politiques pour préparer les concours de journalisme. Parallèlement volleyeuse depuis mes huit ans, il était essentiel pour moi de concilier ma passion et mes études. La densité des études de journalisme ne me le permettait pas et j'ai décidé de me tourner vers la communication... un cursus moins chronophage mais tout aussi sélectif.

L.PI : QU'EST-CE QUI VOUS A MOTIVÉE DANS LA COMMUNICATION ?

P.M. : Depuis toujours, je souhaitais rejoindre les métiers de l'écrit. J'avais une réelle appétence pour la rédaction. Les domaines de la communication et du journalisme m'attiraient. J'ai donc rejoint l'ISIC et le master Expertise, audit et conseil en communication. Là, j'ai

réalisé un stage de première année au CDOS, où j'ai bénéficié d'une très belle expérience, dans un milieu humain et, pour ne rien gâcher, en lien direct avec le sport... une aubaine ! C'est grâce à ma passion pour le volley que j'ai connu le CDOS et découvert cette offre de stage. Une fois diplômée et à la recherche de mon premier emploi, j'ai repris naturellement contact avec les équipes du CDOS qui n'avaient pas créé de poste en communication depuis mon départ. Le sport a d'autant plus guidé mes choix, qu'il m'a offert un réseau.

L.PI : COMMENT VOUS ORGANISEZ-VOUS DANS VOTRE TRAVAIL ?

P.M. : J'ai un emploi mutualisé : je travaille non seulement pour le Comité olympique de Gironde, mais aussi pour les Comités départementaux de natation et de randonnée. Je gère la Com' sur les trois entités. Mais mes tâches ne sont pas tout à fait identiques. Pour le Comité de randonnée, je fais pas mal de graphisme ; au sein du Comité de natation, j'ai des missions plus stratégiques. Comme au Comité olympique, où mes principales tâches portent essentiellement sur l'élaboration de stratégies et de plans de com'. J'y forme une alternante à qui je confie les missions liées à la création et au *community management*.

L.PI : LA COMMUNICATION EST-ELLE DIFFÉRENTE DANS LE MILIEU ASSOCIATIF ?

P.M. : L'associatif nécessite d'être polyvalent. Il faut savoir porter plusieurs casquettes : je suis autant *webmaster* que graphiste. Je crée de nombreux outils de communication adaptés à nos grands chantiers. Par exemple, nous travaillons sur la question des violences sexuelles dans le sport. Il faut aussi bien penser des outils pédagogiques pour les publics que des formations pour les licenciés et le personnel sportif.

L.PI : LE JOURNALISME AUQUEL VOUS VOUS DESTINIEZ INITIALEMENT OFFRE PLUS DE TERRAIN. CELA NE VOUS MANQUE-T-IL PAS AU QUOTIDIEN ?

P.M. : De ce point de vue, mon emploi offre une certaine complémentarité. Je travaille le plus souvent depuis mon bureau, mais il m'arrive de me déplacer sur les événements organisés par le CDOS. Sur un temps fort comme la journée du handicap, je me rends disponible pour aider mes collègues et faire en sorte que tout se déroule correctement.

L.PI : À L'APPROCHE DE PARIS 2024, VOUS DEVEZ TRAVAILLER SUR DES PROJETS PLUS STIMULANTS LES UNS QUE LES AUTRES.

P.M. : Hélas, non ! En réalité, on est très peu associé à l'organisation des Jeux, c'est assez frustrant. En revanche, on organise plusieurs projets en lien avec l'olympisme. En février, a lieu la semaine olympique et paralympique. Cette année, nous envisageons de reproduire le concept des rencontres du *Papotin*, ces interviews populaires de personnalités menées par des individus en situation de handicap. Mais il y a d'autres temps forts. En juin, les journées olympiques sont notamment des temps de pratique sportive libre et de sensibilisation des scolaires, mais aussi à destination du grand public. Ce genre d'événement est vraiment l'occasion de valoriser l'action du CDOS.

L.PI : QUEL EST VOTRE DERNIER GROS CHANTIER ?

P.M. : L'an dernier, nous avons candidaté à l'appel à projet Impact 2024, inscrit dans la dynamique des Jeux Olympiques de Paris. En collaboration avec *Curieux*, le site d'information néo-aquitain piloté par l'association Nouvelle-Aquitaine Culture Scientifique Technique Industrielle (NACSTI), nous avons imaginé un projet de vulgarisation sur les thèmes du handicap et de l'égalité femme-homme dans le sport. En collaboration avec la dessinatrice Sandrine Deloffre, nous avons réalisé deux bandes dessinées sur ces thématiques. L'objectif était de sensibiliser les scolaires sur ces sujets.

L.PI : COMMENT ENVISAGEZ-VOUS LA POURSUITE DE VOTRE CARRIÈRE ?

P.M. : Je suis pleinement épanouie dans mon travail : il me permet d'exercer dans un environnement humain et sur des thématiques qui me passionnent. J'espère évoluer au CDOS le plus longtemps possible. Je reste cependant consciente de la fragilité inhérente aux associations due à leur grande dépendance aux subventions publiques.



© Camille Pouget

PROPOS RECUEILLIS PAR
XIMUN DIHARCE



“JE VEUX QUE MON COMPTE SOIT AUTHENTIQUE ET ME RESSEMBLE”

© Manon Villegente

Après avoir effectué tout son cursus à l'Université Bordeaux Montaigne, Manon Villegente a monté sa propre entreprise en communication digitale : Ray'om. En novembre, elle a lancé un membership pour femme innovant dont elle nous raconte les objectifs.

POUVEZ-VOUS VOUS PRÉSENTER, VOUS ET VOTRE PARCOURS ?

J'ai 24 ans, je suis auto-entrepreneure dans le domaine de la communication digitale. J'ai fondé mon entreprise en communication digitale : Ray'om. Plus spécifiquement dans les réseaux sociaux. Je suis coach et formatrice tout en faisant encore un peu de *community management*. Ce qui m'a amené à faire ça aujourd'hui, c'est tout d'abord une Licence en Sciences de l'Information et de la Communication à Bordeaux Montaigne puis un Master en Communication et générations : spécialité étude des publics.

VOUS AVEZ MONTÉ VOTRE ENTREPRISE DÈS L'OBTENTION DE VOTRE DIPLÔME, QU'EST-CE QUI A MOTIVÉ CE CHOIX ET COMMENT TROUVE-T-ON LE COURAGE POUR FRANCHIR CE PAS ?

Je suis issue d'une famille où il y a des entrepreneurs, notamment mon papa. J'avais cette vision-là, qu'il était possible d'entreprendre. Ce qui, dans certaines familles, n'est pas le cas. Par exemple, si tu es dans une famille de salariés, tu t'orientes plus naturellement vers le salariat. Moi j'avais déjà vu cette opportunité-là, par rapport à mon père. Ça s'est fait de manière un peu spéciale. À ce moment-là, je rédigeais mon mémoire de master. On avait cours à la maison, je m'ennuyais un peu et j'ai donc lancé un projet d'aide pour les entrepreneurs. Je proposais de faire des consultations par zoom (application de visioconférence) de façon bénévole pour aider les entreprises à se digitaliser. J'ai vraiment pris goût à cette pratique. J'ai une connaissance qui m'a ensuite proposé de gérer les réseaux sociaux pour sa marque. J'ai accepté. Ensuite, c'est une seconde personne qui m'a contacté. Cela s'est fait un peu de cette manière, par le hasard. Cette dynamique positive m'a encouragé à tenter l'aventure de

l'entrepreneuriat. Si je devais résumer mes débuts, ce sont davantage des opportunités que j'ai saisies, plutôt qu'une réelle volonté de base, qui m'ont amené à ça.

VOUS ÊTES COACH INSTAGRAM ET BUSINESS, EN QUOI CONSISTENT LES SERVICES AUPRÈS DE VOS CLIENTS ?

Je suis dans une phase de transition, où je suis en train d'arrêter le *community management* et de me mettre entièrement au coaching. J'ai encore des clients en *community management*, là où je gère leur compte. Le coaching consiste entièrement à apprendre aux entreprises à se servir de leur compte *Instagram*, que ce soit une utilisation efficace et efficiente pour qu'ils remplissent leur objectif... à travers des séances soit de une fois, soit de trois mois, je propose différentes formules. Je suis également dans une formation, qui forme essentiellement les femmes à devenir *community manager*.

“ Le but c'est de construire une communauté dans laquelle les entrepreneures se sentent soutenues ”

EN NOVEMBRE, VOUS LANCIÉZ UN MEMBERSHIP POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES, QUEL EN EST LE BUT, QU'EST CE QU'IL VOUS MOTIVE ?

Le but c'est de construire une communauté dans laquelle les entrepreneures se sentent soutenues. Quand on est seules à la maison, si on ne fait pas la démarche d'aller dans un *coworking* ou de rencontrer des gens, on peut vite s'enfermer dans la solitude. Pour beaucoup,

ce n'est pas facile de faire la démarche, soit par timidité, soit pour une autre raison. J'ai observé dès le début de mon autoentreprise la puissance du réseau, c'est vraiment ça qui m'a presque apporté tous mes clients. Et lorsque je me suis lancée, une formation spécialisée sur *Instagram*, où je suis désormais coach, m'a beaucoup aidée à rencontrer des personnes et me sentir soutenue notamment. Dans ce *membership* il y aura donc une communauté sur la plateforme *Slack*, avec des groupes de discussion. Elles auront accès à un live par semaine. Il n'y aura pas que des lives business, mais aussi des lives dédiés aux thématiques de vie personnelle pour que l'on fasse bien la distinction entre vie professionnelle, qui prend beaucoup de place, et vie personnelle.

SUR VOTRE COMPTE INSTAGRAM ON RESSENT UNE VOLONTÉ DE PROMOUVOIR UNE FORME DE BIEN ÊTRE AU TRAVAIL, C'ÉTAIT UN SOUHAIT DE VOTRE PART ?

Clairement, c'est aussi une des choses qui m'a motivée à me lancer. Être libre, gérer son temps, adapter son rythme de travail à notre vie de travail. Ce sont des choses importantes. Et puis j'ai envie que mon compte soit authentique et me ressemble. Je n'ai pas envie que ça soit juste une interface professionnelle où les personnes trouvent uniquement mes services. J'ai envie que les personnes qui font appel à moi s'identifient à ce que je produis. J'ai vraiment envie qu'une proximité et qu'une confiance s'installent avec mes clients. Ma communauté, sans que je le veuille, est 100 % féminine, elle représente 90 % de mon auditoire. J'ai beaucoup d'entrepreneures. C'est pour cela que j'ai axé ma communication vers ce public-là.

BAPTISTE FAUTHOUX



SCIENCES INFO COM', 33^e CONGRÈS

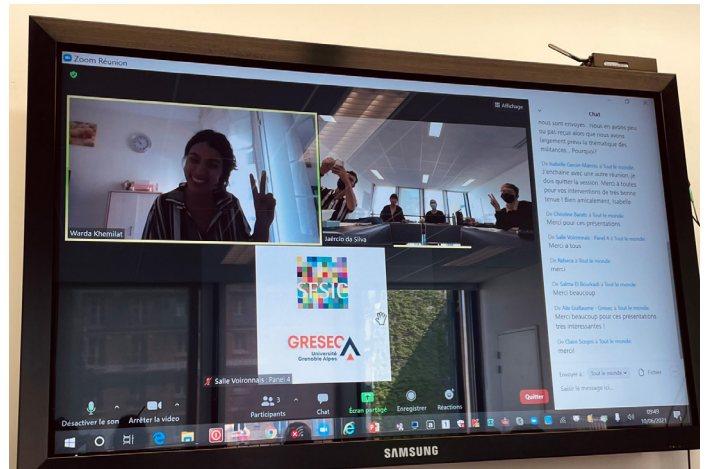
Les 14, 15 et 16 juin prochain, le laboratoire MICA accueillera la 33^e édition du congrès de la Société Française de l'Information et de la Communication. Il sera dédié à un sujet d'actualité : la numérisation des sociétés.

L'honneur revient au laboratoire Médiations - Informations - Communication - Arts (MICA) de l'École doctorale Montaigne Humanités de recevoir le nouveau congrès de la Société Française de l'Information et de la Communication, au mois de juin. Un événement à la hauteur de la réputation dudit laboratoire qui aura à cœur de plancher avec les congressistes sur le thème retenu pour cette édition : la numérisation des sociétés.

Spécialistes, chercheurs et universitaires seront amenés à réfléchir et échanger sur un sujet qui transforme en profondeur toutes les pratiques, qu'elles appartiennent à la sphère publique et politique, au monde de l'entreprise et de l'innovation industrielle ou encore qu'elles soient reliées au quotidien des collectivités territoriales. Des pratiques qui impactent aussi la vie de chacune, chacun dans la sphère privée et affective.

Aujourd'hui, il n'est pas un secteur qui échappe à ladite numérisation, au point que, réservée à quelques geeks, hier, l'existence virtuelle, de la consommation aux loisirs en passant par les pratiques culturelles se généralise et atteint une large partie de la population. Revers de la médaille, les maladies psychologiques et des pathologies nouvelles accompagnent ce changement profond. De la même manière, une fracture numérique nette prive les personnes âgées ou les plus fragiles, de l'accès à un mouvement inexorable. Les voilà doublement punis et exclus d'une société dont les mouvements rapides se privent de leurs interventions.

Chercheuses et chercheurs permettent de construire des outils novateurs et de prendre la distance nécessaire face à un phénomène complexe. Événement scientifique et de portée internationale, le congrès est l'occasion de faire le point sur les apports des sciences de l'information et



de la communication sur les enjeux méthodologiques, épistémologiques et politiques de la recherche sur la numérisation des sociétés.

L'événement est, comme ses éditions précédentes, articulé selon quatre grands axes problématiques accueillant des travaux dont les objets et inscriptions théoriques peuvent varier mais qui poursuivent une perspective commune. Dispositifs médiatiques ; culture(s), création et innovation ; accès à l'éducation, à l'information et aux médias ; écologie numérique : développement social et durable, voici les quatre axes de ce congrès très attendu.

THÉO MARTIN

GRUIK-GRUIK OU LE NOUVEAU SON DE L'AMITIÉ

Le sanglier subit de plein fouet la réticence des humains. Cette défiance est due aux clichés qu'ils véhiculent eux-mêmes à son sujet. Pour défaire ces idées reçues, Carole Marin a décidé de mener une étude et de démontrer qu'il ne constituait pas une menace.

Licône des animaux sauvages de nos forêts, le sanglier apparaît comme une bête ravageuse, féroce et destructrice. Cette réputation paraissant injustifiée, Carole Marin, chercheuse au laboratoire Passages, a décidé de mener le projet de recherche «Sanglier». Son but : observer les comportements de ces suidés vivant à proximité de l'aire métropolitaine bordelaise. Son travail a été mené en collaboration avec la Fédération



© Carole Marin

des chasseurs de Nouvelle-Aquitaine et le CNRS. Leur volonté était de confronter l'imaginaire au factuel.

PROJET LABORIEUX

La première étape a débuté quelques mois avant la tristement célèbre pandémie de Covid-19. De ce fait, l'entrée en matière n'a pas rimé avec entrée en action. Avant de se rendre sur le terrain, répondre à une longue phase administrative n'a pas été une étape très passionnante pour la chercheuse. Une fois tous les papiers en ordre, près d'un an et demi après le début des opérations, la forêt s'offrait à elle. Dans un premier temps, il fallait équiper les sangliers afin de les tracer et suivre leur activité. Les animaux ont donc été munis d'un collier. Plus d'une dizaine d'entre eux ont été connectés... un tracking pas de tout repos.

Tout d'abord parce que les bestiaux étaient de caractère rebelle, un tiers parvenant à enlever son collier. De plus, des passants leur ôtaient leur carcan connecté. Les traceurs n'émettaient ainsi plus aucun signal de mouvement... Une déduction s'imposait sans ambiguïté : l'absence d'information impliquait la probable mort du quadrupède.

RÉSULTATS SURPRENANTS

Malgré ces quelques aléas, la phase de récolte des données et d'analyse pouvait commencer, elle aurait dû se poursuivre durant une année, sur les quatre saisons. Or, elle s'est avérée plus courte à cause de la durée de vie de l'animal. Ces diverses péripéties n'ont pas empêché le projet de faire éclore ses premiers résultats. L'étude a montré que le mammifère était plutôt sédentaire. Il côtoie une même zone durant toute son existence. Le sanglier urbain n'est pas plus dangereux qu'un autre animal sauvage comme le chevreuil par exemple, malgré l'image négative qui lui colle à la peau. Un programme le concernant vient d'être repris à l'UMR Passages pour trois ans.

VICTOR COMET & PIERRE BERHO



GALATASARAY, LICENCE DÉLOCALISÉE, DÉJÀ 10 ANS !

En septembre 2012, l'Université Bordeaux Montaigne a créé une licence de l'ISIC délocalisée à l'Université Galatasaray d'Istanbul. Elle propose aux étudiants l'obtention d'un double diplôme : français et turc des deux pôles universitaires concernés.

L'Université Galatasaray fait l'objet d'un partenariat avec l'État français depuis sa création en 1992. Elle est la seule entité universitaire francophone du pays. C'est dans ce cadre, qu'en 2010, l'idée de délocaliser la licence est venue. Action phare de l'Université Bordeaux Montaigne, ce double cursus a la chance d'accueillir chaque année quarante enseignants français. La formation donne l'occasion aux étudiants d'enrichir leur parcours et leurs compétences avec des modules complémentaires de l'ISIC. Ils peuvent élargir leurs perspectives de poursuite d'étude et

d'avenir professionnel. En complément, la licence délocalisée propose des enseignements en Sciences Humaines et Sociales et des modules à distance dispensés par des enseignants-chercheurs français. De plus, les étudiants bénéficient d'une modalité d'enseignement personnalisée sur les trois ans, avec les enseignants de l'Université Bordeaux Montaigne. Ils ont accès à une aide pour la préparation des candidatures aux Master sainsi qu'aux services numériques de l'université. Ce double diplôme inclut la possibilité d'échanges *Erasmus* entre les deux écoles.



© Helge Hoifodt



© Handé Fenna

CHALLENGES CONSTANTS

Handé Fenna a étudié quatre ans à l'Université de Galatasaray. Elle a effectué une année en classe préparatoire, suivie des trois années de la licence. Après validation de son double diplôme, elle a travaillé en tant que journaliste à Medyascope. Par la suite, elle a suivi un an de Master Approche Historique et Socioculturel du Cinéma et de l'Audiovisuel pour finalement se rediriger l'année suivante sur le Master Communication et Générations de l'Université Bordeaux Montaigne. Ce cursus lui a permis un processus d'acceptation simplifié en Master. Elle a pu ainsi bénéficier d'aides pour ses candidatures et ses recherches avec des enseignants à l'écoute.

ERICKNA SIMONINS

Elle témoigne :

“ Cette licence représentait un challenge car elle possédait plus d'enseignements, dus au double diplôme. Les cours étaient très intéressants et le programme plutôt riche. ”

COLLOQUE POUR LES 10 ANS

Pour célébrer l'anniversaire de la licence, ses responsables ont programmé en Turquie à l'Université Galatasaray, un événement entre avril et mai sous forme de colloque. Au programme de cette demi-journée, des échanges sur la question générationnelle avec les étudiants des trois années de licence ainsi qu'avec des publics externes. La soirée sera clôturée autour d'un cocktail.

L'ISIC REMERCIE SES DONATEURS.
LE PARCOURS DE SES ÉTUDIANTS
ET LEUR DEVENIR PROFESSIONNEL
DOIVENT BEAUCOUP À LA CONFIANCE
QUE VOUS LEUR ACCORDEZ.

