

# Table des matières

Faire revivre les archives de Couleur3 : réflexions autour de la valorisation d'une collection radiophonique.....	1
Déclaration .....	i
Remerciements .....	ii
Résumé .....	iii
Table des matières .....	iv
Liste des graphiques .....	vii
Liste des figures.....	viii
<b>1. Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Contexte.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1 Mandat .....</b>	<b>2</b>
2.1.1 But .....	2
2.1.2 Objectifs généraux / spécifiques .....	2
<b>2.2 Environnement du travail.....</b>	<b>3</b>
2.2.1 La SSR .....	3
2.2.2 Contexte légal.....	3
2.2.3 La RTS .....	5
<b>2.3 D+A .....</b>	<b>7</b>
2.3.1 L'holocratie .....	7
2.3.2 Holocratie et D+A .....	8
2.3.3 Missions.....	8
2.3.4 Le tout-archivage.....	8
2.3.5 Le cercle « Offre et valorisation » .....	9
<b>2.4 Évolution historique de la radio en Suisse.....</b>	<b>9</b>
<b>2.5 Histoire de Couleur3 .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Méthodologie.....</b>	<b>13</b>
<b>3.1 Recherches documentaires .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2 Entretiens.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3 Analyses .....</b>	<b>14</b>
<b>3.4 Discussions .....</b>	<b>14</b>
<b>3.5 Nuages de mots-clés .....</b>	<b>14</b>
<b>3.6 Limites.....</b>	<b>15</b>
<b>4. La valorisation radiophonique : approche théorique .....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 Définitions et fondements théoriques .....</b>	<b>16</b>
4.1.1 Archives .....	16
4.1.2 Archives sonores .....	16
4.1.3 Valeurs archivistiques.....	19
<b>4.2 Valorisation .....</b>	<b>19</b>
4.2.1 Valorisation théorique .....	19
4.2.2 Axes de valorisation .....	20
4.2.3 Choix de valorisation(s) .....	21
4.2.4 La valorisation et le monde numérique .....	21
4.2.5 Rendre ludique pour intéresser .....	24
<b>4.3 La valorisation radiophonique .....</b>	<b>25</b>

4.3.1	Contraintes juridiques en radio.....	26
4.3.2	La radio sur le Web – vers la « postradiophonie » et la radio augmentée .....	27
<b>4.4</b>	<b>Points essentiels .....</b>	<b>28</b>
<b>5.</b>	<b>État des lieux – organismes similaires .....</b>	<b>30</b>
<b>5.1</b>	<b>Radio-Canada .....</b>	<b>30</b>
<b>5.2</b>	<b>BBC .....</b>	<b>31</b>
5.2.1	BBC Archive .....	31
5.2.2	BBC Digital Archives .....	32
5.2.3	British Library Sound .....	32
5.2.4	BBC Programmer Explorer.....	32
5.2.5	BBC Genome.....	33
5.2.6	The World Service Radio Archive .....	33
<b>5.3</b>	<b>INA.....</b>	<b>34</b>
5.3.1	L’INA Institut.....	34
5.3.2	Le site des collections de l’INA .....	35
5.3.3	Réseaux sociaux .....	36
<b>5.4</b>	<b>SONUMA .....</b>	<b>36</b>
<b>5.5</b>	<b>Institutions suisses.....</b>	<b>37</b>
5.5.1	Memoriav .....	37
5.5.2	La Phonothèque Nationale Suisse.....	39
5.5.3	La Médiathèque Valais .....	41
<b>5.6</b>	<b>Radios « jeunes » dans le monde.....</b>	<b>42</b>
5.6.1	Mouv’ .....	42
5.6.2	Pure FM – RTBF .....	43
5.6.3	Bande à part.....	43
<b>5.7</b>	<b>Observations et recommandations.....</b>	<b>43</b>
<b>6.</b>	<b>La valorisation à D+A .....</b>	<b>45</b>
<b>6.1</b>	<b>Analyse des besoins .....</b>	<b>45</b>
6.1.1	Compréhension de la situation .....	45
6.1.2	Présence numérique de D+A.....	46
6.1.3	Facteurs de réussite et d’échec d’une valorisation sur les réseaux sociaux.....	47
6.1.4	Quelques autres valorisations D+A .....	47
6.1.5	Perspectives futures pour D+A et la valorisation de ses fonds.....	48
6.1.6	Évaluation de la situation.....	49
<b>6.2</b>	<b>Contraintes légales .....</b>	<b>50</b>
<b>7.</b>	<b>Couleur3 : sa structure, son patrimoine et sa valorisation .....</b>	<b>52</b>
<b>7.1</b>	<b>État des lieux .....</b>	<b>52</b>
7.1.1	Présence digitale de Couleur3.....	53
7.1.2	Application Couleur3 .....	54
7.1.3	Dans Ton Quiz (DTQ) .....	55
7.1.4	Événements Couleur3 .....	55
7.1.5	Humour / sujets sensibles .....	55
7.1.6	Aspects graphiques .....	56
<b>7.2</b>	<b>Valorisations Couleur3 .....</b>	<b>56</b>
7.2.1	Couleur30 .....	56
7.2.2	Livre Couleur3 .....	57
7.2.3	Série d’événement pour les 30 ans.....	57
7.2.4	Les 35 ans .....	57
7.2.5	notreHistoire.ch .....	57
7.2.6	Valorisation sous la forme d’une série radiophonique .....	58
<b>7.3</b>	<b>Inspirations pour la solution proposée.....</b>	<b>58</b>
<b>7.4</b>	<b>Analyse du fonds Couleur3 .....</b>	<b>59</b>

7.4.1	Points essentiels de l'analyse .....	59
7.4.2	Résultats de l'analyse .....	60
7.4.3	Outil de sélection .....	61
7.4.4	Recommandations pour le fonds .....	62
<b>8.</b>	<b>Solutions de valorisation .....</b>	<b>65</b>
<b>8.1</b>	<b>Premières ébauches .....</b>	<b>65</b>
8.1.1	Résultat du tri .....	65
<b>8.2</b>	<b>Solutions gardées .....</b>	<b>66</b>
8.2.1	Période sélectionnée .....	66
<b>8.3</b>	<b>Première solution : Valorisation par l'application .....</b>	<b>66</b>
8.3.1	Archives sélectionnées .....	67
8.3.2	Suggestion 1 : Playlist « archives » .....	67
8.3.3	Suggestion 2 : News « archives » .....	68
8.3.4	Suggestion 3 : Questionnaire / quiz .....	68
8.3.5	Suggestion 4 : section « archives » .....	69
8.3.6	Suggestion graphique .....	69
8.3.7	Évaluation .....	69
<b>8.4</b>	<b>Deuxième solution : Valorisations pour les 40 ans de la chaîne .....</b>	<b>69</b>
8.4.1	Suggestion 5 : Confrontation des animateurs actuels aux émissions du passé .....	70
8.4.2	Suggestion 6 : jeu de piste « Couleur3 » .....	70
8.4.3	Suggestion 7 : l'Escape Game Couleur3 .....	71
8.4.4	Évaluation .....	72
<b>8.5</b>	<b>Communication autour des deux projets .....</b>	<b>72</b>
8.5.1	Première solution .....	72
8.5.2	Deuxième solution .....	73
<b>8.6</b>	<b>Synthèse des solutions .....</b>	<b>73</b>
<b>9.</b>	<b>Conclusion .....</b>	<b>74</b>
	<b>Bibliographie .....</b>	<b>75</b>
	<b>Annexe 1 : Figures .....</b>	<b>90</b>
	<b>Annexe 2 : Métadonnées Dublin Core .....</b>	<b>105</b>
	<b>Annexe 3 : Analyse Couleur3 .....</b>	<b>107</b>
	<b>Annexe 4 : Description des valorisations Couleur3 .....</b>	<b>121</b>
	<b>Annexe 5 : Corrections des valorisations .....</b>	<b>128</b>
	<b>Annexe 6 : Entretien Antoine Multone .....</b>	<b>131</b>
	<b>Annexe 7 : Entretien Stéphane Laurenceau .....</b>	<b>135</b>
	<b>Annexe 8 : Entretien Vincent Seriot .....</b>	<b>139</b>
	<b>Annexe 9 : Entretien Louise Saudan .....</b>	<b>143</b>
	<b>Annexe 10 : Outil d'analyse du fonds .....</b>	<b>147</b>

## Liste des graphiques

<i>Graphique 1 : Fonds de la RTS (au 31.12.2019).....</i>	107
<i>Graphique 2 : Nombre d'occurrences par tranche chronologique.....</i>	108
<i>Graphique 3 : Parts des documents numériques et physiques.....</i>	108
<i>Graphique 4 : Type de contenus dans le fonds Couleur3.....</i>	109
<i>Graphique 5 : Durée des contenus dans le fonds Couleur3.....</i>	109
<i>Graphique 6 : État des métadonnées.....</i>	110
<i>Graphique 7 : Statut du montage des contenus du fonds Couleur3.....</i>	111
<i>Graphique 8 : Provenance des documents du fonds Couleur3.....</i>	111
<i>Graphique 9 : Type de contenu (1980 - 2009).....</i>	112
<i>Graphique 10 : Durée des documents (1980-2009).....</i>	113
<i>Graphique 11 : Auteurs des documents (1980-2009).....</i>	113
<i>Graphique 12 : Nuage de mots des émissions (1980-2009).....</i>	114
<i>Graphique 13 : Nuage de mots des lieux (1980-2009).....</i>	115
<i>Graphique 14 : Nuage de mots des personnalités (1980-2009).....</i>	115
<i>Graphique 15 : Nuage de mots des thèmes (1980-2009).....</i>	116
<i>Graphique 16 : Type de support (1980-1999).....</i>	117
<i>Graphique 17 : Parts des documents physiques et numériques (1980-1999).....</i>	117
<i>Graphique 18 : Durée des documents (1980-1999).....</i>	118
<i>Graphique 19 : Nuage de mots des émissions (1980-1999).....</i>	118
<i>Graphique 20 : Nuage de mots des thèmes (1980-1999).....</i>	119
<i>Graphique 21 : Auteurs des documents (1980-1999).....</i>	120

## Liste des figures

<i>Figure 1 : Résumé des types d'institution possédant des archives sonores en Suisse.....</i>	<i>18</i>
<i>Figure 2 : Organigramme RTS.....</i>	<i>90</i>
<i>Figure 3 : organigramme "Stratégie et Programmation".....</i>	<i>91</i>
<i>Figure 4 : Cercle d'ancrage D+A.....</i>	<i>92</i>
<i>Figure 5 : Cercle "Offre et valorisation".....</i>	<i>93</i>
<i>Figure 6 : SSR en Suisse.....</i>	<i>94</i>
<i>Figure 7 : Carte des répartitions budgétaires RTS.....</i>	<i>95</i>
<i>Figure 8 : Affiche Liste Noire.....</i>	<i>96</i>
<i>Figure 9 : Quizz Radio-Canada.....</i>	<i>97</i>
<i>Figure 10 : Infographie "Digital Archive".....</i>	<i>98</i>
<i>Figure 11 : Télé Top Chrono de l'INA.....</i>	<i>99</i>
<i>Figure 12 : Ancien site "Bande à Part".....</i>	<i>99</i>
<i>Figure 13 : Grands formats RTS.....</i>	<i>100</i>
<i>Figure 14 : Site Couleur30.....</i>	<i>101</i>
<i>Figure 15 : Logo "Les archives de la RTS".....</i>	<i>102</i>
<i>Figure 16 : Exemple de logo Couleur3.....</i>	<i>103</i>
<i>Figure 17 : Variantes des virgules de fin Couleur3.....</i>	<i>104</i>
<i>Figure 18 : tableau comparatif pour les valorisations.....</i>	<i>147</i>

# 1. Introduction

Dans ce travail de Bachelor, nous avons réalisé un projet pour le compte du service Data et Archives (D+A) de la RTS, travail principalement situé sur le site de la radio à la Sallaz-Lausanne. Il a pour thème les interrogations autour d'un processus de valorisation des archives de la radio Couleur3. Ces dernières sont peu valorisées par le service, alors qu'elles présentent un intérêt certain pour la mémoire radiophonique de l'institution.

Le service proposant sans cesse des nouvelles formes de valorisation, il a été essentiel dans notre approche de développer une idée originale tout en s'appuyant sur des exemples concrets afin de l'étoffer.

Notre travail s'est articulé autour de quatre axes structurant la réflexion, qui a permis d'élaborer les deux solutions exposées à la fin.

Dans le premier axe, nous résumons le contexte dans lequel s'inscrit le projet : montrer les bases légales et la structure entrepreneuriale dans laquelle s'insère notre réflexion. Un historique de la chaîne Couleur3 a permis de réunir les éléments essentiels à la compréhension de l'origine de la radio. Nous y exposons également la méthodologie utilisée pour expliquer notre approche et les outils déployés.

Le deuxième axe déroule une réflexion théorique sur la place de la valorisation dans le processus archivistique, ainsi qu'une revue d'institutions similaires à la RTS. Différents points sont abordés pour expliquer les particularités propres à l'univers radiophonique ainsi que les mutations en cours dans le monde radiophonique. Nous relevons l'importance des métadonnées à l'heure de la digitalisation afin d'assurer une valorisation de la meilleure qualité possible. Ce socle posé, nous analysons différentes institutions dans le monde qui ressemblent à la RTS, que ce soit par leurs archives, par leurs natures (trois radios similaires à Couleur3) ou par leur proximité géographique (nous nous penchons sur plusieurs institutions suisses).

Le troisième axe apporte une vision sur la situation actuelle de l'entreprise et de la radio. Nous relevons les différentes approches de valorisation pratiquées par D+A, les facteurs de réussite et d'échec qui ont pu être dégagés ainsi que les perspectives futures du service. Nous évoquons aussi le contexte actuel de Couleur3, de sa structure aux différentes campagnes de valorisation de ses archives déjà pratiquées. Une analyse du fonds, avec recommandations vis-à-vis de ce dernier, vient parachever la réflexion et proposer les derniers points méthodologiques permettant de construire les deux solutions proposées.

Le dernier axe expose les deux solutions de valorisation qui ont été imaginées pour redonner vie aux archives sonores de Couleur3. Une explication de la démarche qui nous a amené à ce résultat ainsi qu'une présentation de ces solutions. Nous avons un objectif de créer une évaluation de la valorisation proposée. A la vue des modifications qui ont été apportées au projet initial, nous avons dû réfléchir à une méthode d'évaluation par solution retenue.

Dans un souci de clarté, ces quatre axes ont été divisé en huit chapitres afin de fluidifier le discours. Toutes ces étapes nous ont permis de présenter une réflexion qui se veut complète à propos de la valorisation des archives de Couleur3.

## 2. Contexte

### 2.1 Mandat

Ce travail, sous la forme d'un mandat réalisé pour les archives de la RTS et Couleur3, s'est déroulé à La Sallaz - Lausanne où sont concentrées les activités radiophoniques de la RTS alors que tout ce qui touche à la télévision se trouve à Genève.

Depuis quelques années, le service D+A de la RTS a enrichi ses archives numériques grâce, d'une part à une large campagne de numérisation des collections et d'autre part, à la pratique du tout-archivage qui fait que tout nouveau contenu est conservé. L'objectif de D+A est de mettre à disposition des différents publics de la RTS un maximum de contenus, parmi lesquels les archives de Couleur3, encore peu exploitées. Perspective qui a conduit au mandat à l'origine de ce travail : comment faire revivre les archives de Couleur3 ?

#### 2.1.1 But

Afin de structurer la pensée et la démarche intellectuelle, nous avons structuré notre travail autour de trois problématiques :

- Comment mettre en valeur les archives de Couleur3 ?
- Quelles sont les pratiques de valorisation utilisées dans les autres institutions similaires à la RTS ?
- Comment mesurer le degré de réussite d'une valorisation ?

#### 2.1.2 Objectifs généraux / spécifiques

Nous avons formulé divers objectifs dans notre cahier des charges (Guanzini 2020) pour répondre à ces interrogations :

- *« Identifier et analyser les aspects essentiels d'une valorisation d'archives radiophoniques dans une institution.*
  - *Synthétiser les différents aspects de la valorisation d'archives abordés dans la littérature scientifique (état de l'art).*
  - *Relever et analyser les différentes valorisations pratiquées dans des institutions similaires à la RTS.*
  - *Analyser les tendances en matière de valorisation.*
- *Analyser le contexte de valorisation au sein de la RTS et son environnement.*
  - *Procéder à une analyse des besoins de la RTS et de Couleur3 en termes de valorisation, en incluant les aspects légaux à prendre en compte.*
  - *Relever et analyser les différentes tendances de valorisation pratiquées à la RTS et à Couleur3.*
  - *Étudier l'histoire de Couleur3.*
  - *Analyser le fonds Couleur3.*
- *Proposer un scénario de valorisation pour les archives de Couleur3.*
  - *Formuler des recommandations selon les observations.*
  - *Formuler des recommandations pour le fonds d'archives.*
  - *Proposer plusieurs solutions de valorisation.*

- *Mettre en application, sous la forme d'ébauche, l'une des solutions proposées.*
- *Élaborer une méthode d'évaluation de l'impact des différentes formes de valorisation.*
  - *Identifier les métriques à prendre en compte.*
  - *Identifier les facteurs de réussite d'une valorisation.*
  - *Identifier les facteurs d'échec d'une valorisation.*
  - *Proposer une méthode d'évaluation. »*

## **2.2 Environnement du travail**

La Radio-Télévision Suisse (RTS) est une entreprise de service public active dans le domaine de l'audiovisuel. Elle appartient à la Société Suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) (RTS, [sans date]a).

### **2.2.1 La SSR**

La Société Suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) couvre les besoins médiatiques de la Suisse dans sa globalité. Elle se divise en quatre entreprises régionales et une entreprise à destination de l'internationale : RTS, SRF (Schweizer Radio und Fernsehen), RSI (Radiotelevisione Svizzera), RTR (Radiotelevisioni Svizra Rumantscha). Swissinfo.ch (SWI) permet de remplir le mandat d'informations attribué par la Confédération pour l'étranger (RTS, [sans date]a). La couverture médiatique helvétique s'inscrit dans la carte suisse en englobant les différentes régions linguistiques (cf. annexe 1 ; figure 6)

La SSR dispose d'un budget annuel de 1.2 milliards CHF provenant à hauteur de 75% de la perception de la redevance audiovisuelle. Le reste (25%) est couvert par les recettes commerciales (les publicités, le sponsoring et la vente des programmes à d'autres entités) (RTS, [sans date]a).

La Société Suisse de radiodiffusion et télévision répartit les recettes entre les différentes régions linguistiques selon un système favorable aux régions minoritaires (RTS, [sans date]a) (cf. annexe 1 ; figure 7)

### **2.2.2 Contexte légal**

Les missions de la SSR reposent sur plusieurs textes légaux qui structurent toute l'offre médiatique publique helvétique. Nous détaillerons ici les aspects principaux concernant ce cadre juridique.

#### Constitution Suisse

L'art. 93 de la Constitution fixe les fondations de la radio et de la télévision publiques en Suisse. La Confédération occupe le rôle de législateur de ces médias et décline cette responsabilité dans la Loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) (2006). Il est notamment mentionné que la télévision et la radio participent à plusieurs domaines : culture, divertissement et libre formation de l'opinion.



## Loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) (2006)

Depuis 2007, la loi sur la radio et la télévision inscrit l'indépendance de ces dernières face à l'État. Ce texte fixe également un nombre de définitions permettant de structurer le domaine. Il donne comme obligation le respect des droits fondamentaux :

*« Elle doit en particulier respecter la dignité humaine, ne pas être discriminatoire, ne pas contribuer à la haine raciale, ne pas porter atteinte à la moralité publique et ne pas faire l'apologie de la violence ni la banaliser. » (LRTV 2006 ; Art. 4).*

Les médias suisses disposent également d'un degré d'autonomie élevé. Aucune intervention étatique, quel qu'en soit le niveau, est imposée. La conception des grilles de diffusion ainsi que les programmes de chaque entité de médias publics sont libres. Leurs créateurs sont responsables des contenus produits. (LRTV 2006 ; Art. 6).

Cette loi fixe le mandat de service public alloué à la SSR. L'Art. 24 du texte règle le mandat comme suit :

*« a. Fournir à l'ensemble de la population des programmes de radio et de télévision complets et de même valeur dans les trois langues officielles ;*

*b. Promouvoir la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes parties du pays, les communautés linguistiques, les cultures et les groupes sociaux, et tenir compte des particularités du pays et des besoins des cantons ;*

*c. Resserrer les liens qui unissent les Suisses de l'étranger à la Suisse, promouvoir le rayonnement de la Suisse à l'étranger et y favoriser la compréhension pour ses intérêts. » (LRTV 2006)*

Enfin, il est mentionné que la SSR doit contribuer :

*« a. A la libre formation de l'opinion en présentant une information complète, diversifiée et fidèle, en particulier sur les réalités politiques, économiques et sociales ;*

*b. Au développement de la culture et au renforcement des valeurs culturelles du pays ainsi qu'à la promotion de la création culturelle suisse, en tenant particulièrement compte de la production littéraire, musicale et cinématographique suisse, notamment en diffusant des émissions de producteurs suisses et des émissions produites par elle ;*

*c. A la formation du public, notamment grâce à la diffusion régulière d'émissions éducatives ;*

*d. Au divertissement. » (LRTV 2006 : Art. 24)*

## Concession octroyée à la SSR

La concession permet d'adapter la LRTV (Loi fédérale sur la radio et la télévision) et l'ORTV (Ordonnance sur la radio et la télévision) au cadre précis de la SSR.

La SSR est totalement indépendante dans son travail rédactionnel et la Constitution garantit cette indépendance. Elle préserve la SSR de toute tentative d'incursions étatiques dans ses rouages internes (Concession SSR 2018 ; Art. 2).

Outre les rappels de la loi et l'inscription précise de la SSR dans la LRTV, la concession fixe différents domaines couverts par le média public (Concession SSR 2018 ; Art. 6 - 10) :

- Informations
- Culture
- Formation

- Divertissement
- Sport

Dans le cadre de notre projet, la chaîne Couleur3 s'inscrit dans les domaines concernant la culture et le divertissement. En ce qui concerne le premier domaine, la SSR veille à renforcer la collaboration avec les milieux de la culture et encourage les productions culturelles suisses (musicales, cinématographies ou littéraires) (Concession SSR 2018 ; Art. 7). Pour le divertissement, la SSR s'engage à respecter des exigences éthiques élevées (Concession SSR 2018 ; Art. 9).

L'art.11 de la concession fixe le devoir d'innovation de la SSR, qui se doit de développer une offre journalistique large et innovante. Les nouvelles technologies sont largement favorisées pour étendre cette innovation et sa portée.

L'art. 16, quant à lui, fixe les modalités de l'offre radiophonique sur le territoire. Chaque aire linguistique est régie de la même manière : trois programmes qui couvrent les domaines suivants, dans l'ordre :

- Une première chaîne constitue l'offre de base de la radio proposant un panel d'émissions d'informations, de société et de divertissement.
- Une deuxième chaîne couvre les domaines de la culture et de l'art classique et moderne.
- Une troisième chaîne couvre la culture populaire, le divertissement et les thèmes sociaux, en ciblant spécifiquement les jeunes adultes.

Notre travail porte sur la troisième chaîne de la RTS : Couleur3 et sa couverture de la culture populaire à destination des adultes et jeunes adultes.<sup>1</sup> La RTS possède une particularité supplémentaire : Option Musique vient compléter l'offre musicale qu'elle propose en étant la 4<sup>ème</sup> chaîne officielle (RTS, [sans date]d).

### **2.2.3 La RTS**

La RTS en tant que tel existe depuis 2010 et résulte de la fusion entre la TSR (Télévision suisse romande) et la RSR (Radio Suisse romande). La première antenne remonte à 1922 en Suisse, à Lausanne. En ce qui concerne la télévision, la première émission à être diffusée sur les postes helvétiques remonte à 1954 (RTS [sans date]b).

Pour couvrir les besoins audiovisuels des cantons romands, la RTS dispose de quatre chaînes de radio (une de plus que ce que le cadre légal prévoit), de deux chaînes de télévision et d'espaces digitaux sous forme de plateformes numériques pour divers contenus (RTS [sans date]c).

Le budget annuel de la RTS est environ de 380 millions CHF et elle emploie quasiment 2'000 personnes dans ses différentes antennes (RTS [sans date]a). Pour couvrir l'actualité des cantons issus d'une autre aire linguistique et internationale, l'entreprise emploie de nombreux correspondant.e.s (RTS [sans date]a). De plus, elle propose à ses publics une vaste offre numérique qui permet d'accéder en tout temps et en tout lieu aux contenus proposés par le média. Ces espaces virtuels sont accessibles sur le Web et sur application pour mobile.

---

<sup>1</sup> Entretien avec M. Multone, chef d'antenne de Couleur3, Lausanne, 08.05.2020 (cf. annexe 6).

L'institution est également présente sur Apple Podcast, Spotify et sur les réseaux sociaux (Instagram, Twitter, Facebook, etc.).

### 2.2.3.1 Fonctionnement

Les principaux studios de la RTS sont situés à Lausanne pour la radio et à Genève pour la télévision auxquels s'ajoutent, dans chaque canton romand, un bureau-studio permettant d'accueillir des invité.e.s.(RTS [sans date]a).

L'organisation interne de la RTS est pyramidale, avec une direction qui structure toutes les démarches entreprises et participe au développement des offres proposées par le média. Ses différents départements permettent de diriger les services (cf annexe 1 ; figure 2) :

- Stratégie et programmation
- Actualité et Sports
- Société et Culture
- Opérations
- Communication et Marketing
- Relations Humaines
- Finances

### 2.2.3.2 Environnement numérique

La RTS a développé une large présence numérique qui se décline ainsi :

- *RTS.ch*, site principal, qui donne une vision d'ensemble des offres du média (RTS, [sans date]e).
- *PlayRTS*, qui donne accès aux différents programmes télévision et radiophonique (RTS, [sans date]c). L'interface est également disponible sous la forme d'une application mobile.
- Facebook sert la promotion des différents contenus de la RTS :
  - RADIO TELEVISION SUISSE (RTS)
  - RTSInfo
  - RTS Culture
  - RTS Sport
  - Nouvo RTS
  - Les archives de la RTS
  - ...
- Instagram propose également plusieurs pages gérées par la RTS.
  - Rtsinfo
  - Radiotelevisionsuisse
  - Nouvofr
  - Rtsarchives
  - Rtssport
- LinkedIn
- Apple Podcast

- Spotify

## 2.3 D+A

Le service « Data et Archives » est un des nombreux services de la RTS, rattaché à la direction « Stratégie et programmation » (D+A, 2020a) (cf. annexe 1 ; figure 3). Ce service a plusieurs missions (D+A, 2020b) :

- Gérer les archives produites par l'entreprise.
- Rendre disponibles ces archives.
- Répondre aux questions documentaires des journalistes, producteurs et autres personnels travaillant à la télévision et/ou à la radio par la présence de desks à Lausanne et à Genève.

Le chef de service actuel de D+A, L. Bouchet, dirige D+A. L'organisation de ce service d'archives est quelque peu différente des structures habituelles rencontrées dans l'entreprise RTS puisque le management est fondé sur l'holocratie.

### 2.3.1 L'holocratie

Née en 2007 pour pallier au manque de souplesses du système entrepreneurial standard (Chiquet, 2016). L'holocratie a été développée en partie par Brian Robertson aux États-Unis (Castillo, 2018). Nous en exposerons brièvement les principes fondateurs avant de présenter son application dans la structure de D+A.

#### 2.3.1.1 Définition

L'horizontalité est le maître mot de l'holocratie. Celle-ci fonctionne par cercles de personnes qui se regroupent, se recoupent et participent à l'atteinte des objectifs de l'organisation. La hiérarchie est décloisonnée dans cette approche et favorise ainsi l'autonomie individuelle, la créativité et l'intelligence collective. (Castillo, 2018) (Chiquet, 2016)

Chaque cercle a sa « raison d'être » du cercle qui donne du sens au groupe. La « raison d'être » est comparable au cahier des charges d'un service (La rédaction JDN, 2019).

Ces cercles œuvrent au moyen de séances. Certaines séances sont dites « d'ancrage », c'est-à-dire qu'elles réunissent les premiers liens (cf. section « rôles ») de chaque cercle afin de décider de la direction à prendre et de déterminer les décisions à effectuer pour répondre aux missions du service (La rédaction JDN, 2019).

#### 2.3.1.2 But

Le but de l'holocratie est d'apporter une meilleure logique aux activités d'une entreprise (ou d'un service) ainsi qu'une approche plus organique et souple. Dans une structure traditionnelle, les décisions sont prises par un groupe de personnes au sommet de l'organisation et se répercutent en cascade dans la hiérarchie. A contrario, le concepteur de l'holocratie illustre sa nouvelle théorie avec l'exemple du corps humain : celui-ci fonctionne avec nombre de vases clos qui communiquent entre eux et ont chacun un rôle bien défini dans l'organisation complète du corps (Castillo, 2018).

#### 2.3.1.3 Rôles

Dans chaque cercle de l'organisation, des personnes tiennent les rôles suivants (D+A, 2020b) (Guanzini, 2019) :

- Premier lien

- La personne responsable des missions du cercle et de l'atteinte des objectifs mentionnés dans la raison d'être.
- Second lien
  - La personne qui représente le cercle, ambassadrice auprès des autres cercles de l'organisation.
- Facilitateur
  - La personne chargée d'animer les débats et les discussions autour de la table. Elle est également gardienne du temps.
- Secrétaire
  - La personne en charge du procès-verbal, qui doit contenir les différentes propositions faites durant la séance. Elle convoque également les membres aux séances.

### 2.3.2 Holocratie et D+A

Dans l'organisation de D+A, l'holocratie se décompose en sept cercles principaux qui assurent les missions fixées par la direction (D+A, 2020b) (cf. annexe 1 ; figure 4) :

- Data management
- Offre et valorisation
- Organisation
- Commercialisation
- Sélection et acquisition
- Recherche
- Patrimoine
- D'autres cercles, plus petits, qui existent indépendamment de ces sept cercles.

### 2.3.3 Missions

Le service D+A a des missions plurielles et diverses (Guanzini, 2019) :

Premièrement, D+A doit sauvegarder, valoriser et faciliter l'accès aux ressources documentaires générées par la RTS et ses partenariats.

Deuxièmement, D+A doit répondre aux besoins documentaires des employés de l'institution. Il s'agit de compiler des informations dans le but de constituer des dossiers documentaires pour que les journalistes, animateurs et producteurs puissent construire leurs émissions.

Troisièmement, D+A s'occupe également de la phonothèque de l'institution RTS, acquérant et mettant à disposition des nouveautés dans le domaine musical. Leur spectre d'acquisition est large, remplissant les besoins musicaux autant d'Espace2 que de Couleur3. Incombent à D+A le catalogage et l'indexation de ces éléments dans le catalogue des archives.

### 2.3.4 Le tout-archivage

Depuis 2016, la politique des archives de la RTS est au tout-archivage<sup>2</sup>. Toutes les émissions produites par le média sont conservées. En effet, les nouvelles technologies permettant de conserver l'entièreté des contenus, il a été décidé d'archiver la totalité des archives pour

---

<sup>2</sup> Entretien avec M. Rufini, mandant et documentaliste RTS, Lausanne, 24.02.2020.

ensuite les faire traiter par le personnel de D+A qui s'appuie sur la technologie pour gérer l'indexation et le traitement de la masse documentaire. Avant 2016, s'opérait une sélection dans les programmes des différents contenus à pérenniser<sup>3</sup>.

### 2.3.5 Le cercle « Offre et valorisation »

Vincent Seriot est le premier lien de ce cercle et Sophie Jaton était le second lien (jusqu'au 28 avril 2020) (D+A, 2020c). Ce cercle compte 28 associés pour mener à bien les multiples missions en matière de valorisations et d'offres au public (D+A, 2020c) (cf. annexe 1 ; figure 5).

Le projet de valorisation des archives de Couleur3 est relié à différents sous-cercles de « Offre et valorisation » comme la valorisation des archives, l'organisation d'événements ou encore le concepteur de contenu. Les valorisations proposées par D+A sont régulièrement le fruit unique des documentalistes du service. Ce projet a quant à lui été réalisé en collaboration avec les équipes de la radio et les personnes de D+A.

La politique de mise à disposition des contenus d'archives est structurée par le cercle, suivant quatre objectifs (D+A, 2020c) :

- *« Transformation de l'offre digitale.*
- *Développement de la production de contenus.*
- *Placer le public comme acteur principal de l'utilisation des archives.*
- *Mettre la technologie au service des publics. »*

Pour atteindre ces objectifs, le service liste ainsi plusieurs priorités (D+A, 2020c) :

- *« Identifier les activités que nous pouvons diminuer ou arrêter.*
- *S'assurer du succès de l'opération « Mémoire(s) de ».*
- *Développer YouTube, Instagram et l'offre audio.*
- *Pérenniser notre production broadcast.*
- *Utiliser le machine learning dans notre offre.*
- *Développer notre réseau à l'interne et à l'externe. »*

Notre cahier des charges prévoyait une forte implication de D+A dans le projet (principalement au niveau des points 3 et 4 de la liste des priorités). Toutefois, nous nous sommes peu à peu rendu compte qu'il était nécessaire d'impliquer Couleur3 au maximum afin de cibler le public concerné par ses archives et leur restitution - valorisation. Ceci a amené le projet à toucher également le point « Développer notre réseau à l'interne et à l'externe ».

## 2.4 Évolution historique de la radio en Suisse

Impossible de parler du contexte de ce projet sans évoquer le principal média concerné : la radio. Cette dernière « est la transmission de signaux acoustiques par l'intermédiaire d'ondes électromagnétiques » (Schade 2015a). L'effervescence radiophonique vient des États-Unis dans les années 1920. Le premier émetteur helvétique à destination commerciale est construit

---

<sup>3</sup> Réf. 2.

en 1923 à Lausanne, puis rapidement suivi par les principales villes du pays qui érigent leurs propres antennes (Lagrange 2012).

À l'origine, les formes utilisées par la radio étaient empruntées aux formats déjà usités dans la société d'alors : concerts, théâtre, opéras, conférences ou encore lectures. Cependant, très vite apparaissent les premières originalités : feuilletons, pièces radiophoniques, montages et autres scénarios rendus possibles grâce à l'émetteur (Schade 2015b).

La Confédération veut donner une perspective nationale au développement de la radiophonie helvétique. Trois antennes sont installées dans le pays : Beromünster, Sottens et Monte Ceneri (Lagrange 2012). C'est ainsi que la SSR voit le jour en 1931, inspirée de la forme de la British Broadcasting Corporation (BBC) (Schade 2015c) (RTS [sans date]b).

L'arrivée de la télévision dans les années cinquante et son essor dans les années soixante font muter la radio en un média d'accompagnement. On calibre les émissions et on crée des publics-cibles, avec des ambiances sonores prédéfinies pour ces derniers afin d'accompagner les auditeurs dans une tâche déterminée. L'écoute active et attentive est en perte de vitesse et les gens utilisent de plus en plus la radio comme fonds sonore d'une autre activité (Schade 2015d). La SSR va alors réorganiser sa structure et clairement poser les nouvelles bases de la radiophonie : « *la SSR donna un profil clair à ses deux chaînes, la première proposant de la musique de variété, des divertissements, des actualités régulières et diverses émissions de service (notamment pour le groupe-cible des automobilistes, de plus en plus nombreux), la seconde étant dédiée à la musique classique et aux émissions culturelles* » (Schade 2015d).

Cependant, dans cette approche, un public manque. Les jeunes ne se retrouvent pas dans le contenu des chaînes officielles et commencent à se tourner vers d'autres programmes qui proposent des contenus plus à leurs convenances : les radios pirates (RTS [sans date]b). C'est dans ce contexte que Couleur3 voit le jour.

## 2.5 Histoire de Couleur3

Qu'est-ce que Couleur3 ? C'est une radio jeune, proposant du rock, de la musique pop, des chroniques humoristiques et des interviews. C'est un slogan : « 90% de musique, 10% de blabla ». C'est une ambiance particulière, que certains jugent décadente et que d'autres estiment « rock and roll ». C'est des stars locales qui vont faire bouger la scène musicale alternative romande. C'est une étroite collaboration avec Disc-à-Brac (un disquaire emblématique lausannois), la Dolce Vita (une salle de concert alternative lausannoise) et le Mad (une boîte de nuit lausannoise). Plus récemment, c'est aussi l'émission 120 secondes ou l'animateur Yann Marguet, parmi tant d'autres.

Le programme de la 3 est retransmis sur les ondes depuis 1982 (Labé, 1982). Le 24 février de cette année, à midi pile, la chaîne débute sur les ondes officielles sur 100,7 mégahertz (J.-Y.D., 1982). Mais, avant de parler des débuts de cette chaîne particulière, il nous faut remettre en contexte l'époque dans laquelle s'inscrit cette naissance, en particulier grâce au livre du jubilé « Couleur3 : 1982-2012 » et aux ressources trouvées sur Scriptorium<sup>4</sup>.

Au début des années 80, la Confédération fait face à une concurrence particulière sur ses ondes radio : les radios pirates étrangères prennent une importance de plus en plus grande et

---

<sup>4</sup> Scriptorium est un site de numérisation de la BCUL depuis 2012. Il propose une collection de livres, d'images et de journaux (BCUL, [sans date]).

captent un public jeune, qui se sent délaissé par les programmes officiels alors diffusés. En réaction, et pour récupérer ce public, le Conseil Fédéral libéralise en 1983 les ondes et permet à des radios privées d'émettre et de diffuser leurs contenus tout en se finançant par la publicité (Edzard, 2015e).

Une nouvelle ère s'ouvre pour la radio. La course à la concurrence est lancée entre radios privées et étatique. Ressentant le besoin d'occuper l'espace pour les jeunes, avant les radios libres (Exchaquet, 1982), la SSR obtient la concession d'une troisième chaîne qui sera consacrée à la programmation pop et rock, pour une durée d'essai de trois ans (ATSa, 1982). En 1981, à la suite d'un appel interne, le premier embryon de projet fait surface : « Égal 3 ». Deux semaines durant, les créateurs de ce premier OVNI radiophonique axent leurs programmations sur les jeunes. Le succès est au rendez-vous et pousse la RSR à continuer l'aventure en proposant « Liste Noire » (cf. annexe 1 ; figure 8) en novembre 1981 (Stoudmann, 2012).

« Liste Noire » diffusait pour la première fois sur les ondes helvétique une programmation de nuit qui deviendra une des marques de fabriques de la radio. Cette deuxième expérimentation va préfigurer les débuts de la nouvelle chaîne, dans l'attente de l'approbation officielle de la Confédération de la future Couleur3. Tout ceci nous amène au 24 février 1982, à midi : première diffusion de la chaîne en devenir avec à sa tête Jean Charles, Franck Musy et Jean-François Acker (Stoudmann, 2012) (Kocher, 1982). Début d'un mythe.

Le pourcentage de personnes écoutant cette radio est très élevé pour une radio se décrivant comme « novatrice » : 36% des romands l'écoute alors en 1982 (Kocher, 1982).

La programmation est alors composée de six tranches horaires et autant de couleurs (Stoudmann, 2012) (Labé, 1982) :

- Couleur jaune : de 5 à 9 heures
- Couleur verte : de 9 à 13 heures
- Couleur blanche : de 13 à 17 heures
- Couleur rouge : de 17 à 21 heures
- Couleur bleue : de 21 à 1 heures
- Couleur noire : de 1 à 5 heures

Cette nouvelle chaîne de radio va axer ses points cardinaux sur deux thèmes récurrents : L'humour et la musique qui se traduisent en divers moments forts durant l'histoire de la radio (Stoudmann, 2012, p.200-203) :

- *En janvier 1983*, Couleur3 est à 18% de part de marché et Jean-François Acker est seul à la direction. L'âge moyen du public est alors de 24 ans.
- *En septembre 1984*, les chroniques humoristiques commencent avec Mermet et Monney.
- *En janvier 1987*, la direction change de tête et revient à François Benedetti. L'année suivante, en septembre, Couleur3 entreprend une mutation dans sa programmation.
- *En 1992*, la loi reconnaît l'existence de Couleur3, qui était provisoire jusque-là.



- *Dans les années 90*, des émissions font le succès de la chaîne et certains animateurs deviennent des célébrités locales : Mr Mike, Blaise Angel, Jean Leclerc, Monsieur Pain, Noël Noël, Jean-Marie Chataignier.
- *En 1994*, Lyon accueille une antenne diffusant Couleur3
- *En 1995*, la radio amorce son tournant numérique. Elle renforce sa présence en France avec des antennes supplémentaires à Chamonix, à Grenoble et à Chambéry.
- *En 1997*, fin des Nuits de Couleur3.
- *En novembre 1997*, Vincent Steudler reprend la tête de la radio.
- *En 1998*, la chute des écoutes, qui tombent à 4,3% de part du marché (ATS, 1999). Commence alors une période de crise profonde pour la radio publique qui s'étalera sur dix ans.
- *En 1999*, fin des quatre antennes françaises (TV8, 1999). Changement de cap pour la Trois qui tente de se rapprocher de ses publics en proposant une offre plus accessible (Taillens, 1999).
- *En 2003*, Jean-Luc Lehmann devient directeur et hérite d'une radio dans la tourmente. La fin de l'année amène une refonte de la grille et l'abandon de l'adage « 90% de musique, 10% de blabla ».
- *En 2006*, projet de radio en collaboration avec la radio des jeunes Maliens de Bamako.
- *En 2011*, Yves Demay prend les rênes de la radio, qui atteint près de 7% de part du marché.

Cette brève chronologie nous permet de remettre en contexte l'histoire de la radio et de donner des pistes pour développer une solution de valorisation tenant compte de ces différents jalons historiques. De plus, nous cernons ainsi les contours de « l'âge d'or » de Couleur3, à savoir la période entre 1982 et 1998. Ainsi nous esquissons les premiers critères permettant la sélection d'archives sonores pour la valorisation.

### 3. Méthodologie

Après cette présentation du contexte, nous décrivons les différents moyens mis en place pour répondre à la problématique principale de ce travail : comment valoriser les archives de Couleur3 ?

#### 3.1 Recherches documentaires

Pour pouvoir réunir les documents nécessaires à l'accomplissement de l'objectif de notre travail, nous avons dû nous mener une large captation de sources. Crise de COVID-19 oblige, Internet a largement été favorisé dans la recherche et a suppléé à l'inaccessibilité des documents en bibliothèque. Cependant, quelques sources ont été lues sur papier.

Nous avons utilisé plusieurs sources d'informations pour nos recherches : les différents sites de la RTS, Cairn, les sites d'institutions similaires à cette dernière, des sites d'organismes professionnelles et d'associations d'archivistiques. Les cours suivis durant nos trois années d'études ont également été utilisés pour comprendre et exemplifier les parties sur l'archivistique théorique.

Le site Scriptorium a été utile pour diversifier les sources sur l'histoire de la radio Couleur3. Nous nous sommes principalement appuyé sur le livre de Mme Stoudmann afin de reconstruire le fil historique de la chaîne. En ce qui concerne les recherches sur l'histoire de la radio en Suisse, plusieurs sources différentes (Dictionnaire historique suisse, frise chronologique de la RTS) ont permis de reconstituer l'histoire de ce média dans le pays.

Une source principale a été retenue pour ce qui est des questionnements autour de la métamorphose de la radiophonie à l'ère du Web. Le GRER (Groupe de Recherche et d'Études sur la Radio) a apporté un regard critique sur les évolutions du média de la radio à l'heure du digital.

Enfin nous avons pu profiter des travaux académiques précédents qui concernent la RTS et son service d'archives. Ainsi, nous avons pu comparer nos résultats et nos observations avec les conclusions de nos prédécesseurs.

#### 3.2 Entretiens

Une série d'entretiens avec des acteurs et actrices de la radio a été nécessaire pour compléter l'information et restituer une vision cohérente des structures internes de l'institution et des défis qu'elle doit relever. Entre les mois de mai et juin 2020, nous nous sommes entretenus avec les personnes suivantes :

- Vincent Seriot
  - Premier lien du cercle « Offre et valorisation »
- Antoine Multone
  - Chef d'antenne Couleur3
- Louise Saudan
  - Éditrice de contenus numériques Couleur3
- Stéphane Laurenceau
  - Animateur de Couleur3

La transcription de ces entretiens est disponible en annexe (cf. annexes 6 à 9).

Ces personnes ont été choisies pour leurs fonctions dans l'organisation de la RTS et la pluralité des points de vue qu'elles pouvaient apporter sur nos problématiques. Elles ont pu nous renseigner à propos de sujets portant sur, par exemple : la touche graphique de Couleur3 et sa perception de l'humour, la valorisation pratiquée à D+A, la possibilité d'utiliser le jeu dans un projet de mise en valeur ou encore sur la compréhension de la stratégie numérique de D+A et de Couleur3.

### **3.3 Analyses**

En complément des entretiens effectués, nous avons également mis en place plusieurs analyses permettant de mieux comprendre les enjeux et les structures inhérente à la situation de Couleur3 et de la RTS. Ces analyses portent sur quatre points :

- Analyse des valorisations pratiquées par des institutions similaires.
- Analyse des besoins D+A.
- Analyse du fonds Couleur3.

Pour l'analyse des valorisations d'institutions similaires, nous avons mis en place une récolte d'informations sur internet et relever les différentes formes que ces valorisations prenaient. Nous avons ensuite relevé les tendances qui se dégagent entre ces mises en valeur.

Pour l'analyse des besoins de D+A, plusieurs éléments nous ont permis de la mettre en place. Premièrement, une observation des informations disponibles en ligne. Deuxièmement, les entretiens menés avec des collaborateurs de la RTS. Troisièmement les anciens travaux de Bachelor traitant de la question. Enfin nous avons analysé les différents facteurs de réussite et d'échec dégagé par D+A pour comprendre comment était évalué le degré de succès d'une valorisation archivistique.

Enfin l'analyse du fonds a permis de nous donner une vision précise du fonds Couleur3. Nous avons premièrement procédé à la captation des informations disponibles sur la base de données internes de la RTS pour ensuite les compiler dans un tableur Excel. Ce dernier a donné une vision d'ensemble des différentes périodes chronologiques. Nous avons ensuite pu mettre en place une visualisation graphique de ces données et confectionner les nuages de mots. Comme dernière étape, nous avons pu formuler nos observations et nos recommandations tout en les mettant en perspective avec les informations données par le mandant.

### **3.4 Discussions**

Les discussions avec notre mandant ainsi que le chef d'antenne de Couleur3 ont largement contribué au processus de création des solutions de valorisation présentées à la fin de ce travail. Il était essentiel de leur proposer plusieurs versions pour récolter leurs retours et améliorer chaque concept. Nous avons également systématiquement présenté les propositions de valorisation aux personnes interviewées et sollicité leur avis.

### **3.5 Nuages de mots-clés**

Nous avons utilisé pour notre analyse du fonds un site internet permettant de générer des nuages de mots-clés à partir d'une liste Excel. Cet outil s'appelle Word Art (2020) et a été très apprécié pour pouvoir développer une vision plus imagée du fonds Couleur3.

Le critère utilisé pour générer ces nuages a été le nombre d'occurrences dans le catalogue.

### 3.6 Limites

La crise sanitaire liée au COVID19 a chamboulé le monde entier durant le printemps 2020 et notre projet n'y a pas échappé. Heureusement, la majorité des contenus nécessaires était accessible en ligne et les objectifs posés avant la crise ont pu être réalisés dans leur intégralité. Malgré tout, l'impossibilité d'accéder aux documents papier des bibliothèques a représenté une contrainte.

La documentation disponible pour ce travail était parfois difficilement trouvable, car les documents concernant le traitement archivistique d'un patrimoine sonore ne sont pas légion. Nous avons donc décidé d'étendre la recherche théorique aux documents traitant des archives en général, estimant qu'il était possible de tirer des liens et des parallèles avec le monde de la radiophonie.

Le nombre conséquent de travaux de bachelor concernant la RTS est à la fois un avantage et un inconvénient. L'avantage était de disposer d'un contenu déjà documenté et de pouvoir s'appuyer dessus pour construire notre réponse aux questions spécifiques de notre travail. La limite, elle, se situait dans l'impression d'effectuer de nombreux redites dans les théories avancées et il était parfois difficile de trouver un angle d'approche original pour parler de sujets déjà longuement discutés. Dans cette idée, ce présent texte se veut être une extension de la réflexion entreprise par Mme Hahling durant l'année 2018, autour de la valorisation des archives de la RTS en dehors des réseaux sociaux.

## 4. La valorisation radiophonique : approche théorique

La valorisation archivistique, en particulier radiophonique, est au cœur de ce travail et va permettre de proposer une réflexion incorporant les éléments essentiels de cette science documentaire, dans un contexte approprié à la chaîne de radio Couleur3 et à D+A. Une proportion certaine de travaux a déjà été réalisé sur le thème de la valorisation du patrimoine audiovisuelle de la RTS. Ces derniers seront ponctuellement utilisés dans ce chapitre pour étayer nos propos.

Nous nous intéresserons aux différentes définitions ainsi qu'à la place de la valorisation dans la gestion archivistique. Nous effectuerons un bref rappel des différents fondements théoriques qui structurent ce domaine. Ainsi nous aurons un socle commun pour débiter la réflexion autour de la valorisation d'archives radiophoniques. Ensuite nous procéderons à un état de l'art des formes de valorisations pratiquées par des institutions similaires à la RTS / Couleur3 pour enfin terminer sur une mise en contexte de la valorisation à la RTS. Ce dernier point abordera les aspects légaux, ainsi que les facteurs de réussite et d'échec qui sont ressortis des entretiens menés.

### 4.1 Définitions et fondements théoriques

Mettons-nous d'accord sur une définition commune des mots suivants : archives, archives sonores et valorisation. Chacune de ces définitions rappellera les fondements théoriques nécessaires à une bonne compréhension de ces dernières.

#### 4.1.1 Archives

Le Portail International Archivistique Francophone (PIAF) donne la définition suivante de l'archive :

*« Documents, quels que soient leur date, leur forme et leur support matériel, produits ou reçus par toute personne physique ou morale, et par tout service ou organisme public ou privé, dans l'exercice de leur activité. » (PIAF 2015).*

Étant donné la possible confusion entre le lieu, le service et le document, il est préférable d'utiliser les mots « document d'archives » (Couture, 1996). Cependant nous utiliserons également la dénomination « archives » dans ce travail, considérant que notre contexte inscrit clairement la compréhension du terme, ce sans possible confusion.

Un document d'archives est protéiforme et peut relever de disciplines très variées. Il est alors essentiel de préciser cette définition et d'affiner cette dernière : dans le cas de notre travail, nous nous concentrerons sur les archives sonores.

#### 4.1.2 Archives sonores

Les archives sonores peuvent englober un large panel de sons, de musique, de bruits ou de paroles. Une des premières voies à explorer pour ces définitions est offerte par le PIAF. Ce dernier définit les archives sonores comme suit (PIAF, [sans date]) :

- *« Archives sonores : Documents produits par un organisme public ou privé dans l'exercice de ses fonctions sous forme d'enregistrements sonores. »*
- *« Archives orales : Documents sous forme d'enregistrements de parole. »*

Pour mieux cerner les domaines que touchent les archives sonores et les formes qu'elles peuvent prendre, nous reprendrons la liste évoquée par Mme Bertacco (2013) :

- « *Discours, causerie, déclaration*
- *Conférence*
- *Œuvre théâtrale*
- *Œuvre littéraire ou poétique*
- *Témoignage, interview*
- *Reportage*
- *Emission radiophonique*
- *Enregistrement de débat, de conversations (par ex. écoute tel)*
- *Cours enregistré*
- *Histoire orale*
- *Enregistrement ethnographique ou linguistique*
- *Apprentissage des langues*
- *Publicité* »

Si nous retournons sur le PIAF, la recherche dans le glossaire du mot-clé « radio » ne donne rien. Nous avons alors décidé d'également parler de la définition de l'archive audiovisuelle. Les archives sonores et audiovisuelles ayant de plus en plus tendance à se lier et à se confondre, les premières faisant partie intégrante des deuxièmes documents d'archives. Cette définition est citée sur le même site (PIAF, [sans date]) :

- « *Archives audiovisuelles : Documents sous forme d'enregistrements sonores et d'images en mouvement.* »

Nous allons aussi nous intéresser à ce que la Bibliothèque Nationale Française (BNF) définit pour parler des documents audiovisuels (2010) :

*« On appelle documents audiovisuels au sens strict "tous les documents dont au moins une partie est constituée par la fixation d'une séquence de son ou d'une séquence d'images, fixes ou animées, sonorisées ou non, et n'est consultable qu'à l'aide d'un appareil de lecture." »*

Pour l'institution française, ce terme regroupe plusieurs types de documents (BNF, 2010) :

- « *Des enregistrements sonores : disques, disques compacts, cassettes audio, bandes magnétiques...*
- *Des documents d'images animées : cassettes vidéo, disques vidéo, DVD vidéo ...*
- *Des documents électroniques sur support : disquettes, cédéroms, dévédéroms, jeux vidéo...*
- *Des documents multisupports associant des composants de différentes natures (imprimé, son, vidéo, électronique ...).*
- *Des images fixes numérisées.* »

Nous finirons ce tour des définitions de l'archive audiovisuelle par une citation de M. Emmanuel Hoog, anciennement directeur de l'Institut National d'Audiovisuel (INA), qui peut être transposée pour parler des documents d'archives sonores (Rouyer, Biro 2009) :

*« L'archive audiovisuelle a son essence et sa nature propre. Comme toute archive, elle ne suffit pas à elle-même mais a besoin d'un commentaire pour exister. Ses modalités de diffusion la rendent réutilisable, ré-interprétable, matière vivante protéiforme. Elle appartient à son temps, s'inscrit dans son passé et vit une forme d'éternel présent. C'est un objet complexe et difficile à manipuler, c'est pourquoi il est essentiel de pouvoir la situer. A partir du moment où l'on conserve des centaines de milliers d'heures, qu'on les met à disposition mais qu'on ne peut prédéfinir les usages, l'INA, c'est son rôle, doit garantir la source. Car à l'heure d'Internet, qui est un monde sans référence, on doit pouvoir, question d'éthique, de rigueur, d'exigence, revenir à la vérité historique. »*

Il est ainsi mis en lumière que les contours de l'archive audiovisuelle, son côté insaisissable et essentiel pour comprendre les structures d'une société poussent à porter une attention toute particulière à ce type de documents, visuel ou sonore.

Nous terminerons cette partie par ce que dit le manuel de recommandations de Memoriav, dont la dernière mise à jour remonte à 2014 (Muller, Cirio, Deggeller, Pellizzari, Cavaglieri, Fontana), à propos des archives sonores et des types d'institutions traitant cette catégorie de documents. Bien que le manuel ne donne pas définition précise de l'archive sonore, il distingue deux catégories d'institutions détentrices d'archives : mixtes et spécialisées.

*Figure 1 : Résumé des types d'institution possédant des archives sonores en Suisse*

Types d'institution	Archives mixtes	Archives spécialisées	
Exemple d'institution	Institutions publiques ou privées <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Fonds hétérogènes</li> <li>◦ Mandat de collection</li> <li>◦ Exemple : Archives d'État de Genève, Nestlé, etc.</li> </ul>	Institutions privées <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Valeur primaire</li> <li>◦ Exemple : RTS, industrie musicale, etc.</li> </ul>	Institution publiques <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Conservation du patrimoine</li> <li>◦ Phonothèque nationale suisse</li> </ul>
Type de tri	Tri selon le mandat et les ressources	Tri dans l'optique d'une réutilisation	Tri selon la Loi fédérale de la Bibliothèque nationale suisse (1992)

(Makhlouf-Shabou 2018a)

Les deux catégories contiennent le même type d'archives, Cependant, la première ne comporte pas uniquement des archives sonores alors que la deuxième est clairement dédiées à la conservation et gestion de telles archives. Dans notre cas, nous avons affaire à une institution spécialisée dans le domaine sonore.

Nous voyons maintenant que nous arrivons à donner un cadre à notre définition de l'archive sonore. Cette dernière est composée d'éléments fixés, sur un support physique ou sous format virtuel, afin de retransmettre une information auditive. Des institutions, mixtes ou spécialisées, ont pour mission d'assurer la conservation et la transmission de ce patrimoine dont la fragilité demande une attentions toutes particulières : les supports se détériorant rapidement, il est nécessaire de poser les bases de la sauvegarde des contenus, au moyen de la numérisation, pour assurer leur transmission aux générations futures.

### 4.1.3 Valeurs archivistiques

Un document d'archive ne se résume pas uniquement à une empreinte, physique ou virtuelle, témoignant d'une pratique (privée ou professionnelle), d'une pensée ou d'un comportement. Chacune de ces pièces possède ce qu'on appelle une valeur archivistique. Cette dernière se décompose en deux parties distinctes : valeur primaire et secondaire (Schellenberg 1956).

Valeur primaire : la valeur primaire d'un document correspond à l'utilisation pour laquelle il a été initialement prévu par ses créateurs. Cette dernière peut être de trois ordres : légale, administrative ou financière (O'Toole 2000).

Valeur secondaire : C'est la valeur historique ou d'information que possède une archive après son utilisation (O'Toole 2000). Elle fournit alors à ses lecteurs une information sur un mode de vie, de pensée ou de culture. Théoriquement, on considère que 5 à 10% des documents émis par l'entreprise seront conservés pour leur valeur secondaire (Makhlouf-Shabou 2018b).

Dans notre cas, les archives traitées par D+A appartiennent à la seconde catégorie de valeurs archivistiques. La valeur primaire de ces documents radiophoniques et audiovisuels correspond au moment où ils sont diffusés sur les différents canaux de la RTS. De plus, contrairement à la plupart des institutions, la RTS ne va pas garder 5 à 10% de l'ensemble des documents produits, ce qui correspond à la proportion d'archives possédant, en moyenne, une valeur historique. Il a été décidé de tout garder, la technologie permettant ce large stockage.

## 4.2 Valorisation

Ce sous-chapitre ira au-delà de la définition pour lier les principes de la valorisation avec les fonctions archivistiques. Nous nous intéresserons ensuite à la valorisation radiophonique à proprement parler avant terminer sur les opportunités que le numérique offre pour valoriser un patrimoine audiovisuel.

### 4.2.1 Valorisation théorique

La valorisation est une des fonctions archivistiques dans le cycle de vie des archives. Nous pouvons citer cette définition, donnée par M. Charbonneau (2003, p. 374) : « *L'action de faire connaître, de mettre en valeur, de transmettre et de rendre accessible les informations contenues dans les documents d'archives aux utilisateurs de manière à répondre à leurs besoins spécifiques.* »

Mais nous ne nous satisfaisons pas d'uniquement définir la valorisation en tant que telle. Il est essentiel de contextualiser la valorisation des archives et leurs restitutions aux différents publics d'une institution dans les grandes étapes du parcours archivistique. Elle s'inscrit dans le processus complet des fonctions archivistiques qui permettent de segmenter les différentes attributions d'un archiviste et des documents qu'il gère. Ces fonctions sont les suivantes (Couture, 1999, p. 14-25) :

- Création/Capture/Enregistrement des archives
- Évaluation des archives
- Acquisition/accroissement des archives
- Classification des archives
- Description des archives



- Diffusion des archives
- Conservation/préservation des archives

Cette diffusion des archives se décline en différentes actions et niveaux d'implication du personnel responsable de la valorisation. Une partie est faite en « back-office », telle que la gestion des droits d'auteur relatifs aux documents ou l'indexation complète afin de référencer au mieux le fonds et de permettre une utilisation optimale.

Le deuxième niveau de cette fonction archivistique est la mise à disposition que nous appellerons passive. Un moteur de recherche accessible à toutes et tous ou un accès physique à ces archives sont des moyens de rendre au public les collections sans pour autant que l'archiviste s'implique activement dans leur mise en valeur.

Enfin, la valorisation peut aussi passer par la mise à disposition active des archives de l'institution. Cette dernière pourra mettre en place diverses activités pour mieux faire connaître à ses utilisateurs de la richesse de son fonds. Ces activités seront, par exemple :

- Des expositions (physiques ou virtuelles)
- Des visites
- Une projection de films
- Une publication
- Une application mobile
- Une borne interactive
- Un jeu éducatif
- ...

Dans le cycle de vie du document, la diffusion d'archives redonne une importance à l'archive et faciliter sa réutilisation par des personnes tierces. Selon l'institution, c'est également une nécessité de restituer les documents d'archives aux utilisateurs. Dans le cas de la RTS, c'est la philosophie qui prédomine dans l'entreprise, suite à la réflexion sur le rôle du média dans la société engendrée par l'initiative populaire « No Billag »<sup>5</sup>. Enfin c'est un moyen pour un service d'archives de démontrer son utilité aux personnes supérieures dans la hiérarchie, tout en justifiant sa présence.

#### **4.2.2 Axes de valorisation**

La valorisation d'un fonds d'archives, quelle qu'en soit la forme, le format ou la nature, comprend trois approches qui se complètent et permettent de mieux cerner ces différents axes (Kim, 2015) :

- « Service aux usagers » : Avec l'aide d'un moteur de recherche, il est possible de montrer aux usagers les fonds de l'institution et de leur permettre de s'y déplacer, virtuellement ou physiquement (au travers d'une page web ou d'une salle de lecture dédiée). Un jeu de métadonnées correctement référencé permet un meilleur accès aux différentes notices.
- Valorisation interne : C'est ce que va mettre en place le service en question pour donner un sens aux collections et permettre aux usagers d'y accéder. Cela

---

<sup>5</sup> Entretien avec M. Rufini, mandant et documentaliste RTS, Lausanne, 24.02.2020.

pourra prendre la forme d'expositions, de rencontres, de diffusions sur les réseaux sociaux de l'institution, etc.

- Valorisation externe : passera par le prêt de documents à des partenaires externes de l'institution. Ainsi le fonds se fera connaître en dehors des canaux utilisés par le service détenteur des documents d'archives.

Il va sans dire que la plupart des institutions détentrices de fonds d'archives pratiquent ces différentes approches de valorisation, qui couvrent toute l'étendue des possibilités de mises en valeur, l'une n'excluant pas l'autre.

### **4.2.3 Choix de valorisation(s)**

Comment choisir les différents documents à valoriser ? Quelques critères ont été évoqués en 2009 et sont encore d'actualité (Rouyer, Biro, 2009) :

- Critères juridiques
- Missions de l'institution
- Intérêts de l'archive
- Qualité
  - D'indexation
  - De son
  - D'image
- Thèmes
  - Actualités
  - Dates anniversaire
  - Événements
  - Personnalités
  - Liens avec des problèmes actuels

Les critères juridiques peuvent varier d'un contexte à l'autre, cependant nous avons pu dégager ces différents types de contraintes récurrentes.

Le choix de valorisation est influencé par l'approche stratégique qu'adopte l'institution. Il y a une possibilité de définir les types d'archives à mettre en valeur grâce à la direction que prend le service. Les besoins pour la valorisation sont différents selon chacune de ces approches : stratégie ludique, nostalgique, pédagogique ou liée aux grands événements/personnalités (Rouyer, Biro, 2009).

### **4.2.4 La valorisation et le monde numérique**

A l'ère du numérique et de la mise à disposition sur les plateformes virtuelles, il est important de remettre dans ce contexte la valorisation d'un fonds. Dans une approche digitale, la valorisation des contenus fait partie intégrante du processus de traitement des données et des documents. Comme le mentionne Damien Tekla, il faut trois étapes pour mener à bien un projet de numérisation et de mise à disposition d'un fonds patrimonial (Texier, 2017) :

- La numérisation
  - Les technologies actuelles permettent une numérisation large et totale des documents présents dans une institution. En allant des pièces

papiers jusqu'aux objets en 3D, les possibilités qu'offrent ces progrès technologiques sont grandes.

- L'enrichissement
  - Un programme de numérisation n'a de sens que si les données et les métadonnées constituant la base informatique gérant ces documents sont complètes et cohérentes. De plus en plus, l'enrichissement de ces données peut se faire de manière automatique au moyen d'intelligences artificielles. Plus un fonds est référencé et indexé de manière précise, plus il peut être valorisé de manière optimale, voir originale.
- La valorisation
  - La valorisation permet de donner tout son sens au travail fourni par les personnes en charge des étapes précédentes. Elle est une des raisons d'être de l'institution et permet de justifier son existence et les investissements consentis par l'autorité en charge de son financement.

Avec ces nouvelles étapes, nous voyons se dégager un cycle du document, de sa pérennisation par la numérisation jusqu'à sa mise à disposition auprès des différents publics. Dans ce cycle, l'enrichissement par les métadonnées représente un enjeu particulièrement important pour accéder à la dernière étape : la valorisation.

#### **4.2.4.1 De l'importance des métadonnées dans le processus de la valorisation digitale.**

Nous avons vu dans la section précédente qu'une valorisation digitale efficace va passer par une bonne gestion des contenus, de leurs métadonnées et de l'enrichissement de ces dernières. Comme le mentionne Frédéric Sanuy (2020) dans son article sur l'indexation des contenus multimédias, celle-ci peut se diviser en trois catégories :

- Implicite
  - Ce sont les métadonnées relatives à l'aspect objectif du contenu, qui ne peuvent être sujettes à interprétation : nom de l'auteur, date de création, date de modification, taille du fichier, etc.
- Explicite
  - Ce sont les métadonnées relatives au sujet traité par le document, résumés, catalogage, classification, indexation matière ou encore modifications apportées par l'auteur. Ces informations supplémentaires sur le document permettront aux utilisateurs de mieux comprendre son contenu sans forcément y avoir accès. Elles sont remplies par des humains ou des machines
- Dérivée
  - Ce sont les métadonnées extraites d'autres documents, qui vont venir compléter les informations déjà disponibles en effectuant des renvois ou des connexions avec d'autres informations. C'est ainsi que la toile de données va se tisser et permettre de relier chaque élément aux autres.

Maintenant que les contours des différents types de métadonnées ont été dessinés, nous allons approfondir les éléments présents dans un traitement « parfait » des données d'un fonds. Les recommandations que nous utilisons sont formulées par le Dublin Core (2005). Elles peuvent se trier sur deux niveaux : simple et qualifié (Sanuy, 2020). Un récapitulatif de ces différentes catégories de données est disponible dans les annexes (cf. annexe 2).

Le niveau simple consiste en une description exhaustive et objective du contenu, rassemblant les informations implicites et explicites sur le document. Les métadonnées qualifiées, quant à elles, donnent des informations plus vastes sur le contenu. Elles concernent l'audience, la provenance du document et les détenteurs des droits. Ce dernier point est particulièrement intéressant pour le fonds Couleur3, les informations relatives aux droits étant manquantes dans le bouquet de métadonnées utilisées.

Il est important de noter que l'article utilisé pour extraire ces informations sur les métadonnées est actuellement considérée comme dépassée par le *Dublin Core*. Cependant, le journal dont est tiré la réflexion se base toujours dessus en 2020 et nous avons estimé que ces informations restaient pertinentes dans notre cas.

Enrichir les métadonnées est essentiel pour développer la force d'un fonds et la potentialité maximale de son utilisation. Mais parfois, les efforts des professionnels ne suffisent pas pour combler les vides.

#### **4.2.4.2 L'enrichissement communautaire**

Certains fonds documentaires font face à un manque cruel de métadonnées permettant leur pleine exploitation. Un des moyens de résoudre ce problème de vide documentaire est de passer par l'enrichissement communautaire que ce soit à travers des initiatives de crowdsourcing ou en proposant une folksonomie.

Mouvement apparu avec le Web 2.0, le *crowdsourcing* peut se résumer par une externalisation des tâches effectuées habituellement par des professionnels à une foule anonyme via un environnement online (Carron 2018, p. 3). Plus spécifique, la folksonomie donne la possibilité pour les internautes de mettre des tags sur les contenus présents online. Ainsi, la recherche d'informations a été confiée à ses principaux utilisateurs et a permis de développer une myriade de mots-clés pour tisser la toile exponentielle d'Internet avec ses innombrables liens (Le Deuff, 2006).

D'abord regardé avec curiosité et méfiance par les professionnels de l'information, le principe s'est démocratisé et actuellement beaucoup de services d'archives y font appels (Texier, 2020). Bien que cela puisse soulever certaines craintes chez les professionnels, ne se sentant pas légitime de demander à leurs communautés de travailler pour eux, ceci peut représenter une réelle opportunité de développements de la richesse d'un fonds, tout en permettant aux usagers de se le réapproprier (Francis, Quesnel, 2007).

Dans un monde documentaire aux ressources financières parfois maigres, c'est un moyen de donner aux personnes qui les utiliseront la possibilité de se les approprier et de créer du lien avec la communauté virtuelle de l'institution ou du service.

Plusieurs aspects ont été mis en avant pour valoriser cette pratique et les processus psychologiques par lesquels passe les contributeurs (Francis, Quesnel, 2007) :

- *« Être « vu » sur Internet dépasse le sentiment de jouer un rôle de figurant au cinéma, car c'est la personne elle-même qui décide de l'action à effectuer.*
- *Voir son avis « accepté » par les autres internautes donne à la personne (consciemment ou non) une confiance en soi.*
- *Se sentir utile en participant à l'organisation du net encourage l'utilisateur à ne pas hésiter à continuer, d'autant plus qu'il est le premier à profiter directement de la catégorisation d'un document. »*

Pour tout service voulant mettre en place une folksonomie, il est essentiel de faire attention aux points suivants (Francis, Quesnel, 2007) :

- *« L'interface doit être très simple et intuitive pour que le temps passé à l'utiliser soit négligeable ;*
- *Comme sur Internet, l'utilisation doit être fondée sur le volontariat ;*
- *La sécurité des données doit être préservée à tous les niveaux. En fait, les droits d'accès aux documents par les différents services doivent être appliqués aux termes utilisés pour les catégoriser ;*
- *Pour qu'une folksonomie reste la plus propre possible, il faut conférer l'importance nécessaire aux outils d'assistance à la saisie des mots clés ;*
- *Il ne faut pas délaissier l'indexation professionnelle quand elle existe. »*

En résumé, il y a là un bon outil pour associer valorisation de contenus et engagement de la communauté, qui devient actrice de la richesse documentaire d'un fonds. A l'instar de la campagne notreHistoire.ch (dont nous parlons plus loin), il s'agit de remettre au centre l'utilisateur d'une ressource numérique : que ce soit pour notreHistoire.ch qui lui offre l'opportunité de rendre publiques ses archives personnelles ou par l'indexation collaborative qui l'incite à participer à l'enrichissement d'un fonds.

#### **4.2.5 Rendre ludique pour intéresser**

Le jeu est un moyen efficace de faire intégrer des connaissances et des savoirs à un individu ou à un groupe de personnes (Stivje 2020). Cela permet de les immerger dans un contexte stimulant. Par l'action, les participants acquièrent la connaissance et le savoir plus facilement que dans une pédagogie passive (Quinche, Vulic 2020). Bien que la littérature parle principalement des jeux de rôle, nous pouvons sans autre étendre la portée de cette approche aux autres formes de jeux. Nous allons regarder ensemble quelques exemples concrets qui permettent d'illustrer cette pratique pédagogique.

L'office du tourisme « Jura Trois-Lacs » propose un jeu de rôle qui plonge les joueurs dans la Chaux-de-Fonds à la Belle Epoque, en 1904. Les participants peuvent incarner un personnage emblématique de la région pour résoudre, dans des groupes de trois à vingt personnes, une intrigue autour du Dr Favre (Jura & Trois Lacs [sans date]a). L'office jurassien propose également des escape game pour ceux qui apprécient les énigmes (Jura & Trois Lacs [sans date]b). Bien que le média de la radio ne soit pas présent dans cet exemple, le cadre historique et la volonté de transporter les joueurs dans une autre époque nous ont inspiré. Dans cette idée nous voyons que ces deux formes de jeux peuvent aisément être transposées au média de la radio : capter au micro les échanges d'un jeu de rôle tout en englobant l'expérience dans une ambiance sonore ou créer une intrigue avec les archives sonores dans un escape game.

Pour ce dernier, il est intéressant de se pencher sur l'exemple de Radio France : une équipe interne à développer un escape game autour de la radio et de son univers (Conradsson 2018). Le pitch est simple, les participants ont une heure pour s'assurer que l'émission soit diffusée à l'antenne, à l'heure. De l'humour, des énigmes et des voix emblématiques transportent les personnes dans les entrailles d'une radio. Nous y voyons un moyen de transmettre un savoir à des joueurs, tout en les immergeant dans une ambiance propre à la radio qui pose un cadre pour un escape game et le déroulement de la trame narrative.

Durant l'entretien avec M. Laurenceau, il est apparu qu'il était souhaitable de rendre ludique les interfaces proposées par l'institution. A la tête de l'émission « Point Barre », un rendez-vous hebdomadaire sur l'actualité des jeux-vidéos, S. Laurenceau connaît l'importance du jeu dans la captation de l'attention. Il soulève l'importance de créer une solution de valorisation ludique afin d'intéresser un maximum de personnes tout en offrant une expérience innovante<sup>6</sup>.

### 4.3 La valorisation radiophonique

L'archive radiophonique véhicule un message et une émotion qui lui sont propres, qui peut également être rapproché de ceux de l'audiovisuel. C'est une force pour la diffusion de contenus radios, sur laquelle l'archiviste peut compter pour capter l'attention de son public et augmenter les chances de succès d'audience. Nous pouvons résumer cet impact avec les points suivants (Bertacco, 2013) :

- L'imagination
  - L'archive audio, et par extension le contenu audio en général, éveille l'imagination de l'auditeur. En effet, ce dernier développe et déploie sa capacité imaginative pour se représenter les personnes (ou personnages) qui parlent dans le micro et qu'on entend dans le système sonore. L'ajout d'effets, de bruitages et d'habillages sonores permettent de mieux immerger la personne dans l'histoire que raconte l'audio. L'essor des sagas MP3, comme le Donjon de Naheulbeuk ou Reflets d'Acide, ou des productions de podcasts prouve qu'il y a un public certain pour ce genre de prestation audio.
- Le sentiment de nostalgie
  - Un autre effet essentiel de l'archive audio est la nostalgie qu'elle peut susciter chez l'auditeur. Ce sentiment est accentué quand la personne a écouté l'archive à l'époque de sa diffusion originelle. Selon M. Frédéric Sardet, alors directeur des bibliothèques et des archives de la Ville de Lausanne, la réécoute permet de retrouver une proximité avec l'auditeur et de créer une nostalgie ainsi qu'un plaisir de réentendre une voix, une émission ou une époque. Ce sentiment s'appelle « valeurs mémorielles ».
- La confrontation au passé
  - De l'autre côté, une personne découvrant une archive sonore sans jamais l'avoir écoutée auparavant peut ressentir un décalage certain avec les valeurs et les paroles véhiculées. Ce décalage entre les mœurs passées et les valeurs sociétales actuelles peut créer un intérêt de la part de la communauté. Cependant, il faut impérativement faire attention aux sujets sensibles et clivant pouvant créer une exposition médiatique peu favorable à l'institution concernée.

Relevons encore que sur les trois effets d'une archive sonore, seul le premier est propre à la radio. Les deux suivants peuvent sans difficulté être ressentis avec d'autres types d'archives.

Après ce tour d'horizon des différentes accroches que peuvent susciter les archives sonores chez l'auditeur, nous allons évoquer quelques contraintes liées à ce format d'archives (Bertacco, 2013) :

- La qualité du fonds

---

<sup>6</sup> Entretien avec M. Laurenceau, animateur et producteur à Couleur3, Lausanne, le 26 mai 2020 (cf. annexe 7).

- La qualité des documents et de leur indexation sont des éléments primordiaux pour effectuer une valorisation efficace et pertinente du fonds. La qualité sonore est également nécessaire pour mieux valoriser. Si l'un de ces points manque, la qualité de la valorisation s'en verra amoindrie.
- La fragilité du support (Makhlouf-Shabou 2018a)
  - La majorité des supports contenant des enregistrements sonores sont fragiles et se détériorent rapidement. Les lectures répétées endommagent le support. Une attention toute particulière doit y être apportée en ce qui concerne sa conservation.
- Le décalage oral
  - Les manières de s'exprimer ont évolué au fil du temps. Les archives sonores restituent une oralité qui peut être parfois difficile à comprendre pour des auditeurs peu familiers de ces différences.
- L'image
  - La société dans laquelle nous évoluons actuellement est empreinte par l'omniprésence de l'image. L'image captive, fascine et attire l'attention beaucoup plus facilement que le son. Selon S. Laurenceau<sup>7</sup>, L. Saudan<sup>8</sup> et V. Seriot<sup>9</sup>, c'est un problème inhérent au média de la radio : les algorithmes des réseaux sociaux ne favorisent pas du tout les contenus avec uniquement du son et/ou du texte.

Les contenus radiophoniques sur Internet ont peu de succès. En effet, les professionnels n'ont toujours pas trouvé un moyen satisfaisant pour valoriser la radio sur les nouveaux canaux du Web. Quelques pistes sont toutefois à surveiller selon Vincent Seriot<sup>10</sup> :

- La forme d'onde (ou *wave form*) est un moyen efficace de mettre en avant les contenus radiophoniques sur les réseaux sociaux. La forme d'onde est un procédé graphique pour visualiser les ondes produites par le son. Cependant, leur utilisation ne fait pas l'unanimité chez les professionnels.
- La radio filmée.
- L'illustration de contenus : créer une vidéo avec des dessins qui expriment les mots prononcés dans l'archive sonore.
- Le podcast.

#### 4.3.1 Contraintes juridiques en radio

La valorisation radiophonique peut se heurter à certaines contraintes juridiques qui empêchent sa pleine exploitation et font souvent obstacle à la diffusion des archives et à leur libre utilisation. Bien que ces problèmes soient applicables aux autres types de valorisation archivistique, nous nous intéresserons uniquement à ceux en lien avec le domaine radiophonique. Ces contraintes sont les suivantes :

- Droit d'auteur.
- Droits voisins.

---

<sup>7</sup> Entretien avec M. Laurenceau, animateur et producteur à Couleur3, Lausanne, le 26 mai 2020 (cf. annexe 7).

<sup>8</sup> Entretien avec Mme Saudan, éditrice web à Couleur3, Lausanne, le 13 mai 2020 (cf. annexe9).

<sup>9</sup> Entretien avec M. Seriot, responsable du cercle « Offre et valorisation », Lausanne, le 13 mai 2020 (cf. annexe 8).

<sup>10</sup> Réf. 9.

- Droit à l'oubli.
- Œuvres orphelines.

Afin de donner une idée à notre lecteur.rice de la définition de ces différents concepts juridiques, nous nous sommes basés en partie sur ce que dit le site de la SSA (Société suisse des auteurs) ([sans date]).

Le droit d'auteur concerne toute production intellectuelle ou artistique qui doit rassembler les conditions suivantes (Société Suisse des Auteurs [sans date]) :

- « *Etre une création de l'esprit ;*
- *Avoir un caractère individuel ;*
- *Etre une œuvre littéraire ou artistique. »*

Pour pouvoir utiliser une création qui n'est pas la nôtre, il faut impérativement recevoir l'aval de son créateur et payer des redevances aux sociétés de gestion compétentes (dans le cas de la musique, la SUISA est l'organe de référence).

Les droits voisins concernent la protection juridique dont bénéficient les interprètes et autres personnes œuvrant autour d'une œuvre artistique sans pour autant en être les créateurs (Société Suisse des Auteurs [sans date]).

Les œuvres orphelines concernent les créations artistiques dont la paternité ne peut être certaines pour un ou plusieurs auteurs de l'œuvre (Salvadé 2020).

Enfin le droit à l'oubli est une disposition légale permettant à toute personne le souhaitant de voir des données la concernant disparaître (PFPDT [sans date]). Cela peut concerner les services d'archives qui se retrouvent avec des documents aux contenus qu'un participant jugerait déplacé.

Nous ne détaillerons pas ici l'implication de chacun de ces motifs juridiques dans le cadre précis de la RTS. Une section leur est consacrée dans ce travail (cf. chapitre 6.1.2).

#### **4.3.2 La radio sur le Web – vers la « postradiophonie » et la radio augmentée**

A quoi ressemblera la valorisation de documents d'archives sonores demain ? Et plus largement : à quoi ressemblera la radio de demain ?

Le média de la radio est en train de muter pour prendre une nouvelle forme, encore à définir (Ricaud, Smati, 2016). Les services d'archives doivent suivre de près cette évolution pour pouvoir proposer des moyens de valorisation en adéquation avec ces nouvelles structures virtuelles. Nous pouvons ici évoquer le principe de la radiomorphose, terme utilisé pour désigner les changements opérés par le média ces dernières années et largement usité par le GRER (Groupe de Recherches et d'Études sur la Radio). « *Le chercheur doit en effet réinventer des outils méthodologiques d'observation et d'interprétation afin de saisir la complexité de ces objets numériques et les (nouvelles) pratiques qui y sont rattachées* » (Barats, 2013). Nous observons ici la nécessité de poser les nouvelles bases d'une approche numérique de la radio, remarque qui va dans le sens des propos tenus par S. Laurenceau et de cette nécessité de renouvellement. Certains chercheurs vont jusqu'à « [...] se demander d'ailleurs quelle est encore la place réelle de la radio, de sa pratique, dans un univers et un espace-temps multimédiatiques qui finiraient même par l'englober. » (Ricaud, Smati, 2016)



La radio est par essence exclusivement sonore, l'audition de sons permettant à l'imagination de se déployer et de créer les images mentales (Equoy Hutin, Chauvin Vileno, 2016). Avec le Web et les mélanges des différents vecteurs communicationnels, la radiophonie se transforme. Elle nécessite maintenant une attention au niveau de sa marque et de sa présence sur les réseaux. Bien que la pratique en soi n'ait que peu bougé (les animateurs parlent toujours dans un micro pour faire leurs émissions), ce sont les marques visuelles qui sont devenues une nécessité pour la visibilité du contenu sur le Web (Equoy Hutin, Chauvin Vileno, 2016). Développer une stratégie autour de ces questions de visibilité numérique est nécessaire pour tenter d'amorcer au mieux cette transition digitale.

La radio est appelée à se transformer, comme l'évoque Stéphane Laurenceau durant l'entretien qu'il nous a accordé<sup>11</sup>. Il croit profondément dans les capacités de la web-radio à se développer. Cependant il déplore un manque de moyens et un manque de reconnaissance. Pour lui, les médias vont de plus en plus se mélanger et se développer dans une direction commune. Les émissions filmées seront écoutables sous la forme de podcasts et la radio est filmée pour montrer les animateurs aux auditeurs. La tendance va de plus en plus vers un seul média pluri-formes, qui rassemblera des éléments de presse écrite, de télévision et de radio.

Les principaux changements relevés par M. Laurenceau depuis l'arrivée du Web et sa conjugaison avec la radio sont les suivants :

- Les produits doivent être constamment adaptés aux différentes plateformes, ce qui sous-entend une édition permanente des contenus pour que ceux-ci puissent se calquer sur les us et coutumes de chaque plateforme.
- La radio-filmée.
- Le tout-archivage.

S. Laurenceau pense qu'actuellement le bilan global de la web-radio n'est pas très optimiste. Il manque une réflexion approfondie sur la place de la radio dans l'univers Web et un travail sérieux pour développer tous les potentiels de cette métamorphose médiatique.

#### **4.4 Points essentiels**

Pour résumer cette première partie théorique sur la valorisation en milieu archivistique, plus particulièrement radiophonique, nous pouvons relever les points suivants :

La valorisation a une place essentielle dans le processus archivistique et représente la clé de voute apparente d'un service d'archives. En effet, cela fait connaître le travail des personnes œuvrant dans le service et justifie auprès de la hiérarchie les budgets alloués.

Un jeu de métadonnées complet et riche augmente les perspectives de valorisation. Cet aspect-là est essentiel pour constituer un fonds riche et pertinent. L'enrichissement communautaire est un bon moyen pour enrichir un fonds. Ainsi, il peut être plus aisé d'envisager des mises en valeurs multiples. Nous avons relevé l'utilité de la valorisation passant par le jeu afin d'intéresser un maximum les personnes y participant, tout en y apportant une dimension ludique. L'escape game semble ressortir comme un bon moyen pour valoriser un contenu radiophonique.

---

<sup>11</sup> Entretien avec M. Laurenceau, animateur et producteur à Couleur3, Lausanne, le 26 mai 2020 (cf. annexe 7)

Il reste difficile de proposer une définition des ressources sonores sans rattacher ces dernières à l'audiovisuel, d'autant plus quand on constate le tournant pris par la plupart des organismes en optant pour la « radio filmée » : les deux types d'archives se fondent et se confondent.

L'archive radiophonique (ou archive sonore) occupe une place à part dans le giron des archives. Ses particularités (supports fragiles, développement de l'imagination, effort de consommation) doivent être prises en compte pour proposer une valorisation adaptée. Il existe une réelle importance à développer sa marque et sa présence sur les plateformes numériques. Le format, idéalement, devrait être adapté à chacune d'entre-elles.

Les mutations profondes qu'a engendré la venue du « tout-Web » ont amorcé une évolution de la pratique de la radio. Animateurs filmés, articles multimédias, archivages massifs des documents émis par une entité sont d'autant de signes que les codes changent et les habitudes bousculées.

## 5. État des lieux – organismes similaires

Dans cette section, nous nous intéresserons aux institutions qui présentent des similitudes avec la RTS et nous analyserons leurs propositions de valorisations. Nous décrirons quelques radios proches de Couleur3. Nous évoquerons quelques services d'archives qui proposent des valorisations technologiques sans forcément avoir de lien avec le monde radiophonique. Par ce biais, nous espérons élargir les perspectives qui s'offrent à nous pour mettre en valeurs un fonds patrimonial et esquisser les solutions élaborées plus loin dans ce travail.

Nous n'aborderons pas à la présence sur les réseaux sociaux qui a déjà fait l'objet d'une longue réflexion dans un précédent travail de Bachelor (Druey, Thévoz 2017).

### 5.1 Radio-Canada

Cette institution présente des similitudes, dans son organisation, avec la RTS/SSR. Elle est bilingue et a deux portails différents pour les deux langues officielles du Canada (l'anglais et le français). De plus, le site internet propose, comme la RTS, une offre radiophonique et télévisuelle sur la même plateforme. Dans cette analyse, nous nous focaliserons sur la partie francophone de ce média et sa proposition d'archives valorisées.

Le portail des archives peut être trouvée depuis la page web principale de Radio-Canada. Une page est dédiée aux archives de l'institution. La présence d'un ancien site qui recensait les archives numérisées jusqu'en 2009, accessible par une recherche Google est à remarquer (Société Radio-Canada, 2008). Nous relevons la nécessité de faire disparaître des référencements ce genre de site afin de rendre plus claire la visibilité du portail principal. Il faut cependant garder une trace de cette évolution numérique quelque part dans l'institution.

Une fois sur le portail dédié aux archives de Radio-Canada, nous trouvons différentes sections pour l'utilisateur qui veut découvrir les fonds archivistiques mis à disposition (Radio-Canada, 2020a). Plusieurs catégories existent pour pré-trier les résultats : En vedette, arts, techno, alimentation, environnement, Deuxième Guerre Mondiale, etc.

La variété des catégories proposées par le service d'archives est grande. Nous remarquons également que les premiers documents affichés à l'écran sont reliés à des concepts d'archives ou des jeux alors que la fin des sections présente plutôt des sujets de sociétés, regroupant certaines archives sous un référent commun.

La structure de chaque fiche d'archives est identique. Il y a un réel travail d'édition pour chaque contenu, avec du texte contextualisant l'archive et des inserts informationnels permettant de mieux discerner le contexte et les informations relatives à l'archive en question. Nous avons également remarqué qu'un espace commentaire était prévu en bas de la section, cependant il a été fermé sur toutes les pages que nous avons visitées pour des raisons de modération des contenus. Une page explicative est censée exposer ces choix de modération, mais le lien y renvoyant donne accès à un message d'erreur (Radio-Canada, 2020b).

Nous allons nous arrêter un peu plus longuement sur un concept qui a retenu notre attention : la section « Quiz Génies en ligne » qui propose à l'internaute de répondre à un quizz sur différentes thématiques d'archives (cf. annexe 1 ; figure 9). Avec le Quizz l'internaute découvre les archives et les personnalités qui y sont rattachées de manière ludique tout en s'instruisant. Chaque question est en lien avec une photo/vidéo et le joueur a trois réponses à choix. Il sélectionne celle qui lui paraît correcte et le site lui dit immédiatement s'il a répondu juste ou

non. Dans tous les cas, la réponse affiche des informations sur l'archive et renvoie sur un lien où on l'on peut consulter le document en question. A la fin du questionnaire, le pourcentage des réponses correctes est affiché et trois boutons de partage permettent à la personne de diffuser son résultat sur Facebook, Twitter et Google+ (Radio-Canada, [sans date]).

Les différentes applications mobiles de Radio-Canada sont aussi intéressantes. Elles possèdent une série de fonctionnalités permettant à l'utilisateur d'accéder aux contenus médiatiques de l'institution. Nous allons nous arrêter sur la dernière qui pourrait faire office d'inspiration pour notre projet de solutions : L'application RAD (Société Radio-Canada, 2020).

RAD, c'est un projet de laboratoire qui offre une approche du journalisme différente, en proposant une collaboration entre le citoyen et les professionnels du domaine. L'internaute se connecte à l'application au moyen d'un compte (celui de Radio-Canada par exemple). Ensuite, il est invité à répondre à une série de questionnaires qui sont soit des mini-enquêtes d'opinions (« Quelles est ton avis sur la taxation des GAFAM ? ») soit des mini-questionnaires (« Que sais-tu de la chute du Mur de Berlin ? »). Ensuite, l'application compare ses résultats avec ceux de la communauté et montre des éléments complémentaires qui peuvent l'intéresser. L'application suggère donc des contenus en fonction des réponses de l'internaute.

L'interface est épurée et permet une bonne immersion dans cette nouvelle manière d'appréhender l'information. De plus, certaines réponses sont mises en forme comme pour les *Swipes* Tinder : il faut switcher sur la droite si on est d'accord ou à gauche si on est en désaccord avec l'affirmation affichée.

## 5.2 BBC

La *British Broadcasting Corporation* est un média public anglais fondé en 1922. Il propose un large panel de services médiatiques, incluant des programmes radio, télévisuel et virtuels. Pour ce qui est des différentes radios, le média est composé de quatre chaînes historiques qui offrent de la musique pour les jeunes, des contenus culturels, du sport, des informations et émissions généraliste (BBC, 2020a) (BBC Sounds, 2020).

L'offre de la BBC, en ce qui concerne les documents d'archives et leurs valorisations, est assez large. En effet, pour diffuser ses archives, le service anglais dispose d'une multiplicité de sites avec chacun leurs particularités.

### 5.2.1 BBC Archive

Le premier site est la page Web disponible sur le portail principal de la chaîne (BBC Archive, 2020a). Celle-ci offre la possibilité à l'utilisateur de se balader dans différentes collections des archives de la BBC. La page propose des mises en avant, des collections d'archives et les « Best bits » : sorte de palmarès de ce qui est le plus consulté. Il est intéressant de noter que le travail d'édition, par rapport à Radio-Canada, est beaucoup plus sommaire sur les fiches accompagnant l'archive. Enfin la dernière section de la page web renvoie à des liens dans lesquels les archives ont été utilisées. Un clic amène au iPlayer (plateforme permettant de consulter les programmes de la BBC en streaming, à l'image de PlayRTS) et à une collection d'archives en ligne disponible à l'intérieur de cette autre plateforme. Il y a également des liens qui ouvrent des onglets sur des partenariats que les archives de la BBC ont eu sur des thématiques diverses.

## 5.2.2 BBC Digital Archives

Un article de *BBC Academy* (2017) montre comment les contenus de la BBC sont sauvegardés et intégrés à leurs multiples bases de données et bases de sauvegarde. Une partie des informations sont remplies par un processus automatique (titre des programmes, genre, synopsis et contributeurs) et le reste des métadonnées est intégré durant l'ingest. Une infographie fournie par la BBC explique le processus que suivent les programmes avant d'être intégrés aux serveurs des archives (cf. annexe 1 ; figure 10).

L'outil en question, BBC Digital Archives, offre un accès à ces archives et un programme pour en découper des parties qui seront intégrées à des émissions originales. À noter qu'il faut posséder un identifiant pour utiliser l'outil qui semble réservé au personnel travaillant avec la BBC (BBC Archive, 2020b).

## 5.2.3 British Library Sound

Les collections radiophoniques sont gérées par une section de la British Library et non plus par la société BBC elle-même (British Library Board, [sans date]a). La British Library propose un moteur de recherche pour accéder aux archives, avec une option dans le choix de mots-clés et un bouton-radio permettant de filtrer les résultats avec uniquement des occurrences pouvant être utilisées par tout à chacun (sans restriction liée aux droits). Il est à relever que les résultats comprennent tous les documents, qu'ils soient accessibles ou non pour l'internaute. Les documents d'archives sont également disponibles sous la forme de catégories les répertoriant. L'une d'elles est particulièrement intéressante : elle se prénomme « Sound Maps » et propose à l'internaute une série de cartes interactives (British Library Board, [sans date]b). Malheureusement, ces dernières ne sont pas disponibles actuellement et les liens semblent morts.

Une fois qu'un document sonore est repéré par l'utilisateur, il arrive sur une page avec un lecteur online, et une certaine somme de métadonnées disponibles pour le son : titre, type, durée, sujet(s), date d'enregistrement, tags, etc. Si l'utilisateur possède un compte sur le site, il pourra ajouter des notes sur l'enregistrement, enregistrer l'archive dans une playlist et la retrouver aisément par la suite (British Library Board, [sans date]c).

Sur cette plateforme, la présence d'un onglet dans le haut de la page s'appelant « Audio Tools » permet de renvoyer l'internaute à des logiciels gratuits ou payants permettant d'écouter, d'éditer ou de visualiser/analyser des documents sonores. Enfin un blog est disponible pour tenir au courant les personnes qui le souhaitent des dernières actualités en lien avec les archives et leur univers.

## 5.2.4 BBC Programmer Explorer

Cet outil, développé durant la crise du COVID19 pour répondre aux nouvelles attentes des publics de la BBC, est toujours en phase de développement. Il consiste en un nouveau moteur de recherche pour trouver des contenus dans les collections de la BBC (2020b).

Il est précisé que la plupart des résultats de recherche concernent des émissions récentes, mais que certaines occurrences remontent à plus loin dans le temps. Le moteur de recherche propose de chercher dans 213'101 programmes provenant de diverses sources de la BBC. Cette offre de la BBC est comprise dans le programme Genome.

## 5.2.5 BBC Genome

Le projet BBC Genome (2020a) est une expérimentation de la BBC qui recense les différents numéros de Radio Times depuis 1923 jusqu'en 2009. Radio Times est un périodique, apparu en 1923, qui diffusait les programmes radios en version papier. Le catalogage a été effectué par une intelligence artificielle, *Optical Character Recognition*<sup>12</sup>. Le projet est un exemple de crowdsourcing : outre la recherche des entrées dans le catalogue (au moyen d'un moteur de recherche simple ou avancé) avec la possibilité de sélectionner précisément les entrées que l'on cible, l'outil propose à l'internaute d'éditer du contenu et des métadonnées. Pour ce faire, BBC Genome (2020b) propose deux solutions : l'option *Edit* et l'option *Tell Us More*.

- *Edit*
  - « *The **Edit** function is used to correct any errors introduced by the Optical Character Recognition software, and this is the main function of this phase of the project - in a word, proofreading.* »<sup>13</sup>
- *Tell Us More*
  - « *You can use the **Tell Us More** form to include additional information about the programme which was not in the original listing - e.g. additional cast and crew, whether the programme was actually transmitted, personal recollections or family connections with the programme, either as a listener, viewer or as participant.* »<sup>14</sup>

Comme nous pouvons le constater, la BBC met en place un système permettant à tout un chacun de participer à la mémoire collective et d'enrichir les métadonnées d'informations, qu'elles soient factuelles ou personnelles. Le système de validation permet de garder un contrôle sur ce qui est écrit et de corriger les notices mal éditées (volontairement ou non). BBC Genome donne un guide précis pour que l'utilisateur sache ce qu'on attend de lui s'il souhaite participer au projet (BBC Genome, 2020b).

## 5.2.6 The World Service Radio Archive

Pour finir, nous allons analyser le projet *The World Service Radio Archive*. Il s'est déroulé entre 2011 et 2014 et avait les objectifs suivants (BBC World Service archive, 2014) :

- « *To develop automated methods to create metadata for audio-visual archives where none, or not much, exists*
- *To develop features that encourage people to add to this automated metadata, and to understand if this leads to increased accuracy*
- *To determine if it is acceptable to launch an archive where the metadata hasn't been comprehensively checked by hand*
- *To explore the features required to make such an archive proposition work*

---

<sup>12</sup> La reconnaissance optique de caractères permet de retranscrire un texte en langage informatique, lisible sur un écran (Futura [sans date]).

<sup>13</sup> « *La fonction d'édition est utilisée pour corriger les erreurs introduites par le logiciel de reconnaissance optique de caractères, et c'est la fonction principale de cette phase du projet - en un mot, la relecture.* » (Traduction DeepL)

<sup>14</sup> « *Vous pouvez utiliser le formulaire Tell Us More pour inclure des informations supplémentaires sur le programme qui ne figurait pas dans la liste initiale - par exemple, des acteurs et des équipes supplémentaires, si le programme a effectivement été transmis, des souvenirs personnels ou des liens familiaux avec le programme, que ce soit en tant qu'auditeur, téléspectateur ou participant.* » (Traduction DeepL)

- *To understand what kind of metadata and tags are good and useful* »<sup>15</sup>

Le concept consistait à développer une intelligence artificielle capable de générer automatiquement des métadonnées. La communauté corrigeait et complétait ces informations afin d'améliorer le catalogue et de mieux comprendre les utilisations de certaines métadonnées. Le projet est parti du constat qu'une grande réserve de documents sonores (env. 70'000) avaient des métadonnées incomplètes voire inexistantes. Pour y remédier, ils ont développé un logiciel *Speech to Text*<sup>16</sup> nommé « Kiwi », qui traite des documents sonores (BBC Research & Development, 2012).

Bien que la BBC offre un large éventail d'archives et d'accès à celles-ci, nous constatons que ces projets ne sont pas reliés entre eux. Aucun portail ne rassemble toutes les informations grâce à ces initiatives. De plus, cette invisibilité est renforcée par l'impossibilité d'accéder à la page des archives sur le site officiel sans la chercher expressément dans Google. Néanmoins, les différents projets mis sur pied par le média britannique apportent une source d'inspiration certaine pour penser les développements futurs de gestion et de valorisation des fonds.

## 5.3 INA

L'avant-dernière institution de large échelle à laquelle nous nous sommes intéressés est l'INA (Institut National de l'Audiovisuel) qui fait office de références dans le milieu de la valorisation archivistique de contenus audiovisuels. Pour ce qui est des données statistiques, cet institut est la meilleure plateforme pour ce qui est du nombre de personnes qui suivent une page d'archives sur les réseaux sociaux occidentaux (toute langue confondue) en 2017 (Druey, Thévoz 2017).

### 5.3.1 L'INA Institut

Dans sa fonction régaliennne, l'INA Institut (2018) récupère, gère et conserve la production audiovisuelle et radiophonique française depuis 1975. Elle est également détentrice, depuis 1992, du dépôt légal de la radio et de la télévision. Elle forme depuis 2007 à deux masters spécialisés en production et en archivage, tout en s'occupant depuis 2012 du dépôt légal du Web français.

Le panel d'offres de cette institution est très large, allant de la diffusion d'archives sur différentes plateformes jusqu'à l'émission de télévision dédiée à la redécouverte du patrimoine audiovisuel français. Nous présenterons quelques éléments de ces valorisations qui nous semblent pertinents pour illustrer notre propos.

Il faut différencier deux sites : ina.institut.fr et ina.fr.

---

<sup>15</sup> « - Développer des méthodes automatisées pour créer des métadonnées pour les archives audiovisuelles là où il n'en existe pas ou peu.

- Développer des fonctionnalités qui encouragent les gens à ajouter à ces métadonnées automatisées, et comprendre si cela conduit à une précision accrue.
  - Pour déterminer s'il est acceptable de lancer une archive dont les métadonnées n'ont pas été vérifiées manuellement de manière exhaustive.
  - Explorer les caractéristiques requises pour faire fonctionner une telle proposition d'archives.
  - Pour comprendre quels types de métadonnées et de balises sont bons et utiles. »
- (Traduction DeepL)

<sup>16</sup> Cet outil transpose l'oralité à l'écrit, en automatisant la transcription d'un contenu sonore en caractères typographiques.

Le premier site, celui de l'institut, ramène aux actualités en lien avec l'institution étatique et aux nouveautés la concernant. Un agenda ainsi que différentes sections permettent à l'internaute de se tenir informé en quelques clics des offres proposées. Un menu simple permet également de naviguer dans la plateforme (Ina Institut, 2020).

### 5.3.2 Le site des collections de l'INA

Le deuxième site est destiné (Ina, 2018a) à partager les valorisations mises en avant par l'institution et à permettre aux usagers de retrouver les archives qu'ils souhaitent. Sur le haut de la page, une barre de recherches offre des jeux de mots-clés ciblés. En dessous, des catégories d'archives orientent selon le thème souhaité et affinent la recherche. Une fois la sélection du thème et du sous-thème effectuée, l'utilisateur est renvoyé sur une page de résultats qui liste précisément chaque occurrence correspondant aux thèmes et sous-thèmes choisis. Un tri standard est proposé, à savoir par pertinence / nombre de vues / date / durée, croissante ou décroissante. Quand l'archive désirée est trouvée, sa fiche apparaît et il est possible de l'écouter. Une brève description indique la durée, la date, le format et le nombre de vues. Des métadonnées renseignent également sur la production et l'émission. Tous les boutons usuels pour partager, ajouter aux favoris ou encore « liker » sur Facebook sont disponibles.

Notons la présence d'une sous-section « jeux » dans la section « créations Web » (Ina, 2018b) qui propose des quiz en lien avec des thématiques précises et offre la possibilité à l'internaute de tester ses connaissances sur un sujet. Un système de score et de réponses en vidéo/texte lui permet de connaître les raisons de sa réussite ou non au jeu. Cette sous-section apporte une dimension ludique à la démarche. L'INA propose le jeu « Télé Top Chrono » qui questionne la personne sur une chronologie : six extraits vidéo sont soumis au joueur, qui dispose d'une frise chronologique pour choisir une date. Plus la date choisie est proche de la réalité et le délai de réponse court, plus le score est élevé. A la fin, un classement est proposé et un système de « High Score » classe les joueurs selon leurs résultats. On peut se mesurer à soi-même ou à ses amis. Chaque extrait diffusé est accompagné d'un lien vers la vidéo intégrale.

L'offre de contenus créés par l'INA avec ses archives est une excellente source d'inspiration pour développer des solutions de mises en valeur de l'information et d'un patrimoine archivistique. En plus de la section « jeux », l'INA propose 3 grandes catégories de créations Web :

- Fresques (Ina, [sans date]a)
  - Ce sont des pages dédiées à un sujet donné, avec une frise chronologique, des extraits d'archives, des compléments d'informations ainsi que des dossiers thématiques en lien avec le sujet principal de la fresque.
- Web Productions
  - Présente un sujet en le déroulant sur une interface Web qui accompagne l'internaute dans sa lecture et lui propose des contenus multimédias en lien. Des photos de bonne qualité agrémentent le tout et complètent l'immersion. Régulièrement, ces pages sont produites en partenariat avec une fondation, une région ou un organisme externe à l'INA ([sans date]b). Ce produit se rapproche des « Grands Dossiers » de la RTS.



- Les Grands Entretiens (Ina, [sans date]c)
  - Proposent une page dédiée à un thème général, qui regroupe des intervenants en ayant parlé à la télévision ou à la radio. « Galaxie INA » (Ina Institut, [sans date]) est un portail agrégeant les différentes offres que propose l'institut national, par exemple : vente de contenus de l'INA, catalogue du fonds, boutique, « production tv & web » ou encore « recherche & innovation ».

« Galaxie INA » (Ina Institut, [sans date]) est un portail agrégeant les différentes offres que proposent l'institut national. Ce dernier propose d'accéder, par exemple, à : la vente de contenus de l'INA, catalogue du fonds, boutique, « production tv & web » ou encore « recherche & innovation ».

### 5.3.3 Réseaux sociaux

Impossible de parler de l'INA sans mentionner son immense présence sur les réseaux sociaux les plus populaires de la Toile. En effet, l'INA possède de nombreuses plateformes pour mettre en avant ses contenus. Chaque chaîne YouTube répond aux intérêts variés du public. La chaîne « INA société » y côtoie « INA les recettes vintages ». Nous renonçons à les citer toutes et relevons que la pratique peut avoir du sens si les collections sont assez riches pour couvrir autant de sujets différents.

## 5.4 SONUMA

L'équivalent belge de l'INA se prénomme SONUMA (Société de Numérisation et de commercialisation des Archives audiovisuelles) (2018 ; 2020a) et existe depuis 2009. Elle compile depuis 90'000 heures de contenus radiophonique, 90'000 heures de contenus télévisuels et 12'000 photos numérisées et rendues disponibles. Elle a trois axes principaux pour assurer la pérennisation de ses archives :

- Numériser
  - Pour assurer la sauvegarde du patrimoine médiatique belge, la SONUMA numérise massivement les collections de contenus analogiques pour les pérenniser dans un réseau de serveurs.
- Conserver
  - Par le stockage numérique des contenus patrimoniaux, la SONUMA assure sa mission de conservation des archives audiovisuelles et radiophonique.
- Documenter
  - En enrichissant les métadonnées de son catalogue, la SONUMA permet une meilleure valorisation de ses contenus et les rend accessibles aux différents publics de l'institution.

La SONUMA agrège les contenus de différentes institutions belges : les télévisions locales, les maisons de production, la Cinémathèque de la Fédération Wallonie Bruxelles (FWB) et les émissions de la RTBF.

L'une des missions de cet organisme est la valorisation des contenus en soutenant (SONUMA 2020a) :

- Professionnels de l'audiovisuel
- Acteurs socio-culturels

- Étudiants et chercheurs

Au niveau de la présentation du site, les structures proposant les différents contenus numérisés ressemblent à celles des autres institutions présentées dans ce travail. Différentes sections permettent à l'internaute de se balader virtuellement dans les collections et de découvrir des archives en lien avec la catégorie citée. Un entête propose une mise en avant de contenus. Il y a des catégories thématiques et des catégories de collections rassemblant les épisodes d'une série tv ou d'un jeu télévisé par exemple. Sur le haut de la page, il est possible de rechercher un contenu par mot-clé, dans une barre de recherche usuelle. (SONUMA 2020b)

Sur chaque notice, nous pouvons accéder au contenu de l'archive en question. Quelques métadonnées permettent de prendre connaissance : d'un bref contexte, d'un résumé, des personnes présentes dans l'archive ainsi que des tags la rattachant à des termes descriptifs. Pour chaque contenu, le système propose une « liste de lecture » qui donne une sélection de documents d'archives en lien avec la thématique de la vidéo visionnée. Sur le bord droit, des suggestions s'inspirant de ce que fait YouTube pour les propositions de contenus.

Nous remarquons également que chaque archive est précédée d'un spot publicitaire, chose vue uniquement sur cette plateforme. Le site annonce à l'auditeur que se sont-là des moyens pour eux d'amortir le coût du stockage numérique et permettent à l'institution de mieux valoriser les contenus. Ils se sont mis comme limite maximum des publicités de 20 secondes (SONUMA 2020c).

Un espace individuel est proposé pour celui qui veut s'inscrire sur la plateforme. Il permet de profiter d'une playlist personnelle, de commenter les documents d'archives et de noter, au moyen d'une à cinq étoiles, les contenus. La connexion passe par la création d'un compte SONUMA ou par le rattachement à son compte Facebook ou Google (SONUMA 2020d).

## 5.5 Institutions suisses

Plusieurs institutions suisses proposent des valorisations de patrimoines sonores. Nous nous pencherons sur Memoriav, la Phonothèque Suisse et la Médiathèque Valais.

### 5.5.1 Memoriav

Memoriav « s'engage activement et durablement pour la sauvegarde, la mise en valeur et l'utilisation à grande échelle du patrimoine audiovisuel sur tout le territoire de la Suisse. » (Memoriav, 2020a) Il était difficile de passer à côté de cette association pour parler de la valorisation audiovisuelle en Suisse. Cet organisme, né en 1995, couvre de son expertise divers types de supports numériques ou analogiques (Memoriav, 2020b) :

- Photographies
- Vidéos
- Films
- Enregistrements sonores

Elle fait office de référence dans le milieu des institutions à caractère patrimonial. Memoriav a différents moyens pour remplir ses objectifs (Memoriav, 2020c):

- « *Centre de compétence pour le patrimoine audiovisuel*
- *Transmission des connaissances et activités de conseil*

- *Conservation à long terme*
- *Participation culturelle* »

La sauvegarde pérenne passe par le suivi des évolutions de formats et de normes, Memoriav joue un rôle essentiel de transmission et de communication à propos de ces évolutions, afin de pouvoir tenir informer les personnes qui le souhaitent des nouveautés dans chaque domaine couvert par l'organisme (Rauh, 2016). Il est également intéressant de suivre ces formations pour être au fait des dernières avancées dans tel ou tel secteur d'activités.

Memoriav insiste sur l'importance d'un catalogage complet et riche pour assurer une sauvegarde et une valorisation de qualité. Les métadonnées sont essentielles pour créer un environnement adéquat à cette pérennisation. Cette présentation fait également « *Le lien entre sauvegarde et valorisation au sein d'un projet permet de réunir différents partenaires, apporte une plus-value pour l'institution proprement dite et accroît sa visibilité.* » (Rauh, 2016)

Memoriav s'occupe également des questions liées aux enregistrements sonores et offre des prestations aux acteurs concernés par ce type de supports en Suisse.

Ces réflexions sur les enregistrements sonores s'axent autour de deux piliers : « [...] *sauvegarder et rendre accessibles des documents sonores ressortissant à la culture, à la politique et l'ethnologie musicale.* » (Memoriav 2020d).

Il est primordial pour l'organisation de sauvegarder pour les générations futures les contenus présents dans les supports sonores, avant que ceux-ci ne se soient trop dégradés ou que les appareils permettant leur lecture aient disparus. La numérisation apporte les conditions nécessaires à cette pérennisation de contenus.

Memoriav a aussi publié « *Recommandations son* » (Muller, Cirio, Deggeller, Pellizzari, Cavaglieri, Fontana 2014) qui propose des recommandations pour mieux conserver et pérenniser un patrimoine sonore. Ces conseils portent sur l'état des lieux, la conservation ou encore la reproduction d'un fonds sonore. S'y ajoute un chapitre sur les accès catalographiques recommandés et un glossaire technique spécifique aux termes en lien avec les documents sonores (formats, termes techniques, normes, etc.).

En ce qui concerne la valorisation des fonds, Memoriav développe principalement trois approches :

- L'accès à certaines ressources au moyen d'une base de données.
- L'organisation d'événements autour de thématiques diverses.
- Le soutien à des projets de valorisation.

La base de données Memobase.ch (Memoriav [sans date]a) répond au premier point. Ses missions sont (Memoriav [sans date]b) :

- « *Encourager le catalogage et la transmission du patrimoine audiovisuel de la Suisse dans les domaines de la photographie, du son, du film et de la vidéo ;*
- *Permettre un accès multilingue, transdisciplinaire et de grande qualité aux métadonnées ainsi qu'un accès libre ou sécurisé aux copies audiovisuelles des documents originaux provenant d'institutions suisses ;*
- *Attirer l'attention sur la valeur immatérielle (culturelle, historique, politique, documentaire) et matérielle du patrimoine audiovisuel et faire reconnaître ce dernier comme partie intégrante de notre héritage historique ;*

- *Simplifier l'accès aux documents audiovisuels pour la formation, l'enseignement et la recherche ;*
- *Permettre le raccordement à d'autres portails d'information suisses et européens (prévue à l'avenir). »*

Cette base de données offre un portail d'accès élargi au patrimoine audiovisuel suisse. Nous pouvons y faire des requêtes dans un moteur de recherche et une vaste proposition de métadonnées permettent une recherche fine dans les résultats donnés par le moteur. En ce qui concerne les droits d'auteur et les contenus à l'accès restreint à cause de ces derniers, Memoriav propose, en collaboration avec la Phonothèque Nationale Suisse, une liste d'endroits où des postes de travail permettent d'accéder à ces documents tout en respectant le droit d'auteur. Le concept est appelé « Memobase+ » (Memoriav [sans date]c).

La deuxième valorisation passe par l'organisation d'événements dans toute la Suisse. Ils sont annoncés sur la page d'accueil du site et couvrent un large panel d'activités en lien avec le patrimoine audiovisuel suisse (Memoriav 2020e).

Enfin la troisième valorisation passe par des collaborations et des soutiens à des institutions partenaires de Memoriav (Memoriav, 2020f). Cela permet de renforcer les liens et le réseau de professionnels œuvrant dans le giron de l'association tout en mettant en avant différents aspects du patrimoine audiovisuel helvétique. NotreHistoire.ch est un exemple de collaboration entre la RTS, Memoriav et d'autres acteurs importants du domaine.

### **5.5.2 La Phonothèque Nationale Suisse**

Mentionnée dans le chapitre précédent, la Phonothèque Nationale Suisse (PNS) représente une des grandes institutions impliquées dans la sauvegarde et la promotion du patrimoine sonore helvétique. Elle est localisée à Lugano et fait office de représentant des archives sonores suisses (Phonothèque Nationale Suisse [sans date]a). L'association de la Phonothèque Nationale Suisse a tenu sa première assemblée générale en 1984. Les délibérations quant à sa création avaient débuté bien avant et ont donné lieu à d'intenses discussions dans les hautes sphères politiques du pays. Peu de temps après sa création, l'association a été transformée en fondation avant d'intégrer l'Office fédéral de la culture en 2016, comme « *Section Phonothèque nationale suisse de la Bibliothèque nationale suisse.* » (Phonothèque Nationale Suisse [sans date]a).

Cet organisme a pour mission de garder une trace des productions sonores suivantes (Phonothèque Nationale Suisse [sans date]c) :

- Les productions commerciales produites en Suisse.
- Les productions commerciales produites à l'étranger qui revêtent un intérêt culturel pour la Suisse.
- Les productions non-commerciales en lien avec le monde scientifique.
- Les productions non-commerciales, entre autres les documents « Helvetica », issus d'organisations de radiodiffusion.

En ce qui concerne les prestations au public, les services que propose cette institution sont nombreux. Outre la conservation du patrimoine susmentionné, la Phonothèque offre (Phonothèque Nationale Suisse [sans date]d) :

- Un catalogue des notices des documents conservés par la PNS.

- Des fonds et collections qui proviennent de donations privées ou publiques.
- La constitution de phonographies<sup>17</sup>.
- Consultation de fonds
- Copies
  - Si ces dernières respectent le droit d'auteur.
- Conseils sur la sauvegarde d'un patrimoine sonore.

La valorisation de contenus fait partie des missions de la Phonothèque Nationale Suisse ([sans date]e) :

- Conférences
- Présentations
  - Cette section recouvre les recherches menées par des personnes spécialisées dans le domaine du son autour des collections de la PNS.
- Raising the Q-bar
  - Ce projet prévoit de relever la qualité des reproductions d'enregistrements sonores en collaborant avec des experts sur la question des qualités sonores.
- Collectionneurs
  - Cette section prévoit un espace dédié pour les collectionneurs. Ces derniers sont regroupés en deux catégories : les collectionneurs de sons et les collectionneurs d'instruments permettant la reproduction (ou l'écoute) de sons.
- Projets externes
  - Cette page veut mettre en avant les différentes collaborations que mènent la PNS avec d'autres institutions en Suisse et à l'étranger.
- Coin pour les enfants
  - Cette section propose une approche pour les enfants, afin d'accompagner ce public dans la découverte des trésors sonores de la PNS.

Leur offre de valorisations est très proche de ce que proposent les autres institutions. La présentation graphique du site est quelque peu archaïque dans le choix des affichages (espaces textuels peu aérés, sections par blocs indépendant), mais les prestations apportent une réelle plus-value à l'institution et à sa visibilité.

La base de données que propose la PNS est essentielle pour accéder aux contenus qui sont gardés par l'institution. Elle permet à l'internaute de chercher des références et d'obtenir pléthore d'informations en lien avec ses recherches. Les jeux de métadonnées proposés par la Phonothèque permettent une belle représentation documentaire de la richesse d'un enregistrement sonore. Il existe une possibilité de faire de la recherche avancée ainsi que des recherches thématiques (Phonothèque Nationale Suisse [sans date]f).

---

<sup>17</sup> « *Procédé mécanique d'enregistrement ou de reproduction des sons, fondé sur la transmission de vibrations par l'intermédiaire d'une pointe se déplaçant sur un disque en rotation* » (Editions Larousse [sans date]).

Chaque document est décrit avec un titre, un nombre de support, des annexes, une production, une année et un genre musical. Chaque Plage sonore est détaillée dans les notices et mentionne les compositeurs, les interprètes et les instruments de musique (Phonothèque Nationale Suisse [sans date]g).

Les informations sont précises et donnent une idée générale de la composition du support. Ainsi, la Phonothèque optimise les possibilités d'entrées sur la notice et son exploitation. Cette richesse documentaire est souhaitable dans tous fonds qui doit être géré et valorisé.

### **5.5.3 La Médiathèque Valais**

Dernière institution suisse à faire l'objet de notre attention : la Médiathèque Valais. Bien que dans une première approche éloignée de nos objectifs en lien avec la radiophonie, elle est exemplaire dans le monde de la valorisation et de la promotion d'un patrimoine (qu'il soit radiophonique ou non).

Elle regroupe différents sites répartis dans les villes du canton, à savoir : Brigue, Martigny, Sion et St-Maurice. Elle se concentre autour de quatre missions fondamentales qui structurent toutes ses démarches (Médiathèque Valais [sans date]a) :

- La communication de l'information
- La médiation de la culture et de l'information
- La constitution et le traitement des collections
- Le développement d'un réseau d'accès à la documentation

La médiation culturelle et informationnelle est au cœur de ses activités. Nous ne nous arrêterons pas trop longuement sur les offres en bibliothèques, mais nous allons regarder ce que la Médiathèque propose pour le patrimoine sonore du canton. En assurant une sauvegarde du patrimoine musical, au travers d'archives musicales et d'un fonds de partitions, la Médiathèque entend fournir une cartographie de la production artistique en lien avec la musique produite sur le sol valaisan (Médiathèque Valais [sans date]b).

Des ciné-concerts sont également donnés par l'institution. Il s'agit de montages audiovisuels qui mettent en avant une personnalité de la région et font découvrir des courants musicaux variés (Médiathèque Valais [sans date]c).

La Médiathèque propose une base de données qui permet de trouver des photos, films ou sons en rapport avec le Valais ou réalisés dans ce canton par des Valaisans. Le fonds met à disposition plus de 2'5 millions de documents partiellement écoutables et visibles en ligne (Médiathèque Valais 2010).

Une fois la recherche effectuée, nous pouvons sélectionner et filtrer les résultats. Un filtre isole les notices photos/sons/films. Après avoir repéré la notice qui nous intéresse, nous pouvons écouter le son s'il est disponible librement à l'écoute (Florey 2020). Un découpage pour certains sons permet de naviguer à travers ce dernier et de mieux se repérer dans l'archive, décrite dans deux notices : une notice simple et une notice MARC directement générée depuis le catalogue RERO. Enfin des options de partages et de « j'aime » personnalisent l'expérience sur la plateforme. Sur le bord droit, des onglets proposent une sélection d'archives en lien ou provenant de la même région géographique.

Nous terminerons l'analyse de cette institution par quelques mots laissés par son directeur Lionel Gauthier (2014) :

*« [...] la numérisation et la mise en ligne permettent d'apaiser en partie la querelle opposant les chantres de la conservation et les tenants de la médiation. En effet, les documents audiovisuels sont bien souvent fragiles. Les exposer à la lumière ou les manipuler les mettent en danger. Dans ce contexte, une stratégie numérique permet de faire vivre le patrimoine sans l'altérer, de ne pas le laisser s'empoussiérer à l'abri des regards. ».*

Nous voyons là l'importance donnée aux projets de numérisation et aux possibilités qu'ils offrent. Lionel Gauthier souligne également le rôle de la communauté dans l'enrichissement d'une base de données (2014) : *« Enfin, la mise en ligne des documents permet d'améliorer la finesse des renseignements fournis. Les internautes ont en effet la possibilité d'ajouter des informations sur les documents mis en ligne. »* Déjà en 2014, les instances dirigeantes de l'institution avaient saisi l'importance et les opportunités que représente une campagne de numérisation pour le patrimoine et sa mise en valeur.

## **5.6 Radios « jeunes » dans le monde**

Nous allons ici nous intéresser à des radios ressemblant à Couleur3. Nous nous arrêterons principalement sur les différentes formes de valorisation de leurs patrimoines archivistiques si elles sont disponibles.

### **5.6.1 Mouv'**

Cette radio diffuse sur les ondes depuis 1997 et appartient au groupe Radio France (2020). Elle est proche de Couleur3 par son public-cible et la présentation « dynamique » / « jeune » qu'elle offre sur sa page Web. A ses 457'000 auditeurs par jour, elle propose un large éventail de musiques et d'actualités (Radio France, 2020), régulièrement en lien avec la culture hip-hop et rap. Elle produit aussi des émissions sur le sport, le gaming, le ciné/séries, la culture et l'humour (entre autres).

A son origine, elle donnait accès à un *« [...] flux musical original et diversifié : du rock, de la pop, de l'électro, du rap, des artistes français très bien exposés et un chouïa de world-music deux fois par heure. A mi-chemin entre Radio Nova et Couleur 3, Le Mouv' représente une véritable alternative musicale aux radios privées [...] »* (Le Transistor, 2012). Les racines de cette radio jeune plongent dans la même interrogation et la même nécessité médiatique que Couleur3.

Bien que nous mentionnions cette radio comme « consœur » de Couleur3, ses archives ne sont accessibles ni depuis Google ni sur leur site internet. L'application permettant de profiter de ses contenus directement depuis son téléphone mobile ne donne pas non plus d'accès aux archives.

Une petite sélection d'archives sur le site de l'INA (2018c) permet de se plonger dans quelques documents sonores provenant de la radio initialement établie à Toulouse. Ces documents d'archives se trouvent dans l'onglet « radio-filmée » de l'INA et sont postérieurs à 2011.

### 5.6.2 Pure FM – RTBF

Cette radio jeune est née en 2004 de la scission de Radio 21<sup>18</sup> en deux entités distinctes, suite au Plan Magellan (RTBF, 2020a), qui réforme profondément l'offre médiatique publique belge. Elle propose une offre musicale variée et suit les traces de ces deux consœurs Mouv' et Couleur3. Elle vise premièrement la tranche d'âge des 18-35 ans, comme le mentionne son fondateur Rudy Léonet dans le journal *La Dernière Heure* (Lorfèvre, 2004). Cette radio propose des émissions musicales, de l'actualité, des services et des thèmes de société.

Au fil de la journée, différentes émissions rythment la programmation de la chaîne de radio et donnent à l'auditeur plusieurs ambiances. Pour cette radio-là, une section archives est disponibles (RTBF, 2020b).

Dans l'onglet « Plus » de la barre de menus, un lien dirige l'internaute vers une page dédiée aux archives. Une partie des archives est disponible, mais pas toutes. La navigation est quelque peu laborieuse car elle n'est possible qu'en faisant des recherches par date précise. Aucun filtre n'est disponible, ni aucun dossier thématique.

### 5.6.3 Bande à part

Une des dernières radios-émissions ressemblant à l'ambiance et à la teinte de Couleur3 se trouve Outre-Atlantique, sur les territoires canadiens (Société Radio-Canada 2018). Née en 1996 à Moncton, une ville de l'Est du Canada, Bande à Part est une émission de découvertes musicales. Son concept a été élaboré par Léo Thériault, réalisateur prolifique qui s'est retiré de la vie radiophonique en 2015. Cette émission a fait partie des moyens mis en place afin de faire connaître une large frange des musiciens inconnus, jouant principalement de la musique « alternative ».

L'un des faits majeurs de cette émission est le lancement en 2001 d'un site internet pour l'émission, dont la structure est encore visible (Bande à part 2013). Cependant, plus aucun contenu n'est visible et le site est officiellement mort. Nous notons à nouveau l'importance de garder une trace numérique de ce genre d'historiques virtuels, pour remonter l'histoire d'une institution, d'une émission ou d'une organisation. En 2013, la chaîne ferme et est incorporée aux programmes d'Espace.mu renommée depuis IciMusique (Société Radio-Canada 2013).

En ce qui concerne la valorisation des archives de Bande à Part, nous déplorons de ne trouver aucun onglet dédié. De plus, une recherche avec les mots-clés « bande à part » sur le moteur de recherche du site IciMusique ne donne pas de résultats probants. La même recherche dans le système des archives de Radio-Canada ne donne pas de non plus de résultats pour retrouver les différents épisodes de l'émission.

## 5.7 Observations et recommandations

Plusieurs constats ressortent de l'examen des sites d'institutions en lien avec le patrimoine sonore proches de la RTS.

La plupart des contenus sont accessibles sur des bases de données en ligne. Cette accessibilité se résume par différentes méthodes d'accès : onglets/dossiers thématiques, approche chronologique, moteur de recherche et arborescence. La qualité de l'indexation varie grandement d'un organisme à l'autre. L'enrichissement communautaire est peu pratiqué, sauf

---

<sup>18</sup> Radio 21 était une chaîne de radio diffusant du rock et de la pop music (RTBF 2020a).



dans l'exemple de la BBC. Toutes les institutions étudiées proposent des coups de projecteurs sur du contenu présent dans leurs archives. Les contenus sont régulièrement catégorisés pour faciliter la navigation dans les collections.

La valorisation ludique apparaît sur plusieurs plateformes, toujours sous la forme d'un quizz avec un résultat direct et, sur certaines, un score. Nous voyons que c'est là une des seules approches utilisées pour développer le côté ludique de la valorisation de contenus. La RTS propose également des quizz sur son site internet (RTS, [sans date]f), mais sans lien apparent avec les archives de l'institution. L'approche du *mobile first* pour la valorisation archivistique ne figure pas dans les développements de la majorité des institutions. Cependant certaines proposent des applications permettant d'accéder en tout temps à des contenus originaux, à l'image de RAD. Bien que cette dernière ne soit pas exclusivement réservée à l'usage des archives, nous y voyons une opportunité d'inspiration pour développer une meilleure interactivité entre technologies, archives et utilisateurs.

Parmi les entités radiophoniques comparables à Couleur3, cette dernière semble être la seule à penser à des moyens de valoriser son patrimoine. En effet, les trois autres radios/émission citées ne donnent que partiellement une valorisation de leurs archives, quand elles ne proposent tout simplement pas de contenus archivistiques pour leurs auditeurs.

L'organisation d'événements offre aussi l'occasion de faire connaître les collections d'une institution. Le média de la radio se prêtant peut-être moins aux rencontres réelles, par sa nature immatérielle, il est nécessaire de les apporter aux oreilles des personnes intéressées tout en proposant un accompagnant physique ou un mélange avec d'autres vecteurs : la transversalité des médias et leur hybridation apportent un début de réponse à cette problématique.

Il est nécessaire de réfléchir à une mise à disposition large des contenus et veiller à la qualité de leurs métadonnées. L'enrichissement collaboratif de ces dernières, comme le montre l'exemple de la BBC, est un moyen de donner une plus-value à un fonds. La collaboration avec des entités externes est également une méthode pour mettre en valeur des contenus.

## 6. La valorisation à D+A

Dans cette section, nous allons nous pencher sur la valorisation pratiquée à D+A. Nous commencerons par une analyse des besoins basée sur la situation actuelle du service. Cette méthode permettra de cerner les enjeux liés à la valorisation dans l'institution concernée. Ensuite, nous nous attarderons sur quelques solutions de valorisation proposées par la RTS.

### 6.1 Analyse des besoins

Elle s'est articulée autour de trois étapes décrites par Mme Florence Ares dans *Les Fonctions de l'archivistique contemporaine* (Couture 1999). Ces étapes se résument ainsi :

- Compréhension de la situation
- Évaluation de la situation
- Mise en place de la solution

Pour poser le décor précis de la valorisation à D+A, nous avons effectué une récolte d'informations au moyen des différents entretiens menés et des sources trouvées sur Internet. Nous nous intéresserons à ce qui touche à la mise en valeur de fonds archivistiques à la RTS. L'observation, la recherche d'informations sur le Web et une série d'entretiens ont permis de se faire une idée du contexte précis dans lequel évoluait le projet.

#### 6.1.1 Compréhension de la situation

Les missions de D+A sont multiples et concernent nombres de disciplines. Cette multiplicité permet de couvrir au mieux les attributions du service et ses raisons d'être.

Les activités développées par le cercle en charge de la valorisation du patrimoine audiovisuel et sonore, sont plurielles et concernent autant une valorisation « usuelle » (mise à disposition sur le net, partage sur les réseaux sociaux, constitution de dossiers documentaires, etc.) qu'originale (projet Totemi, projection de films d'archive dans des régions particulières, développement d'idées innovantes, projet de valorisation par le biais des assistants vocaux, etc.). A l'avenir, les moyens nécessaires à la mise en place des valorisations (tournages et montages) seront probablement en partie autofinancés<sup>19</sup>. Le mot « production » vient de plus en plus à la bouche des personnes en charge de cette mission à D+A : la vidéo de Sami l'Éboueur est caractéristique de ce nouveau travail d'édition effectué par les équipes des archives (Les archives de la RTS 2019). Cette production mêlant archives et images actuelles montre Sami, un éboueur vaudois dans les années 80, qui raconte le rapport qu'il entretient avec son métier. L'équipe de D+A est allé le rechercher des années plus tard et l'a interviewé suite au succès retentissant de la vidéo sur les réseaux sociaux.

Pour ce qui est des ressources, V. Seriot évoque<sup>20</sup> que jamais un poste n'a été créé pour la valorisation à proprement parler. Chacun.e dans le service en faisait un peu et les missions reliées à cette activité se sont progressivement développées. Pour le service, la valorisation équivaut à 11-15% des heures totales effectuées, elle ne demande pas beaucoup de matériel. Le coût réel est principalement temporel et humain.

---

<sup>19</sup> Entretien avec M. Seriot, responsable du cercle « Offre et valorisation », Lausanne, le 13 mai 2020 (cf. annexe 8).

<sup>20</sup> Réf. 19.

La principale force de D+A dans la valorisation est sa forte présence sur les réseaux sociaux, principalement Facebook, Instagram et YouTube. Une grande partie des consommateurs de cette offre numérique se trouve hors de Suisse. Deux publics se détachent dans la consommation des contenus proposés par D+A sur les plateformes digitales<sup>21</sup> :

- Un public amateur de « suissitude »
  - Sensible à la nostalgie qui se dégage des archives, il apprécie les portraits, les images esthétiques des temps anciens et les contenus en lien avec des régions particulières de Suisse.
- Un public amateur d'absurde
  - Celui-ci appréciera les archives décalées qui proposent une vision absurde et originale d'une autre époque.

Pour ce qui de la politique de valorisation, il n'existe pas de critères précis pour trier les archives qui seront valorisées ou non. En effet, aucune consigne ne précise comment choisir les documents qui seront mis en valeur. L'équipe fonctionne principalement au « feeling » et choisi subjectivement les objets archivistiques à partager. Le seul critère qui a pu être dégagé durant les entretiens avec MM. Seriot et Rufini<sup>22</sup> est l'ancienneté qui crée un décalage entre ce qui passe à l'antenne et ce qui est diffusé sur les différents canaux de D+A. M. Seriot parle d'un délai d'attente de 10 ans minimum avant de valoriser un contenu<sup>23</sup>.

### 6.1.2 Présence numérique de D+A

Sur les réseaux sociaux, le service assure la communication autour de ses différents comptes : Facebook, Instagram, Soundcloud ou PlayRTS. Nous n'analyserons pas cette présence numérique, le sujet ayant déjà été traité par des précédents étudiants en bachelor (Druey, Thévoz 2017).

Pour ce qui est de la base de données disponible sur le site Les archives de la RTS, il est évoqué (RTS 2014) :

*« Plus de 4'600 heures d'archives vidéo et près de 600 heures d'archives sonores sont aujourd'hui accessibles en ligne. Au fil des semaines et des mois, le nombre de documents publiés continuera d'augmenter et complètera les différentes sections du site auxquelles vous pouvez accéder par la navigation en tête de page. »*

Ce site internet est une bonne vitrine des offres que proposent le service pour ses différents publics (Les archives de la RTS [sans date]a). Des sélections de contenus permettent de se plonger dans les documents d'archives, des dossiers développent des thématiques avec des collections d'archives plus conséquentes (Les archives de la RTS [sans date]b). Les Grands Formats illustrent la métamorphose en cours dans le domaine médiatique : ces nouvelles formes de médias mélangent les vecteurs traditionnels (écriture, vidéo et sons) (Les archives de la RTS [sans date]c) (cf. annexe 1 ; figure 13).

---

<sup>21</sup> Réf. 19.

<sup>22</sup> Entretien avec M. Rufini, mandant et documentaliste RTS, Lausanne, 24.02.2020.

<sup>23</sup> Réf. 19.

### **6.1.3 Facteurs de réussite et d'échec d'une valorisation sur les réseaux sociaux**

Dans cette section, nous nous intéresserons aux critères développés par le service pour déterminer la réussite ou non d'une publication sur les réseaux sociaux. Les informations des deux prochaines sections proviennent d'un entretien effectué avec M. Seriot<sup>24</sup>.

#### **6.1.3.1 Facteurs de réussite**

Pour déterminer la réussite d'une valorisation, le service se base principalement sur les données fournies par le service des statistiques de la RTS. En ce qui concerne la métrique retenue par le service, « Offre et valorisation » observe principalement les nouveaux abonnements de la page pour déterminer si la publication fonctionne ou non. Le *call to action*<sup>25</sup> ou le nombre de *likes* ne sont pas des métriques prises en compte, bien qu'elles soient révélatrices du degré de succès d'un contenu en particulier.

Avec l'expérience, l'équipe arrive à déterminer si une publication marchera ou pas (bien qu'une marge d'erreur soit toujours présente). Elle peut ainsi mettre en place un calendrier hebdomadaire : une publication au succès certain facilitera la mise en avant d'autres vidéos qui fonctionneront moins bien, sans pour autant perdre en visibilité.

Le format de la publication influence également la réussite d'une publication. Il doit répondre aux standards des plateformes utilisées. La vidéo et le format court sont favorisés, plus facilement mis en avant par les algorithmes des réseaux sociaux. En créant des capsules de trois minutes maximum, les responsables de la valorisation s'assurent une visibilité optimale sur les réseaux.

Enfin, les publications qui fonctionnent le mieux sont celles qui comportent plusieurs couches de messages (implicites ou explicites). La vidéo de Samy en est un bon exemple, elle mélange l'empathie pour la personne de l'éboueur, la nostalgie d'une époque, l'accent particulier et le message éthique sur la gestion des déchets.

#### **6.1.3.2 Facteurs d'échec**

Pour le cercle « Offre et valorisation », les facteurs d'échec ne sont en soi pas importants, faisant partie intégrante de la démarche de mise en valeur. Il est normal dans une campagne de valorisation de subir des revers d'audience. Lors de l'utilisation de plateformes externes (comme Facebook ou Instagram) les courbes de consultations sont constamment en fluctuation. Le défi consiste à trouver un équilibre entre les buzz (qui apportent une visibilité à la page et des nouveaux abonnements) et les bides (qui ne génèrent pas un trafic numérique optimal). Une mauvaise semaine en visibilité est très difficile à faire remonter dans les statistiques. L'important est d'avoir une vision d'ensemble et de ne pas prendre chaque publication une par une pour déterminer si elles fonctionnent.

### **6.1.4 Quelques autres valorisations D+A**

Dans cette partie, nous passerons en revue certaines valorisations pratiquées par D+A. Nous les avons sélectionnées car elles représentent un intérêt pour nous : proposer une mise en valeur qui reprennent des schémas narratifs, l'appel à la communauté et le rassemblement autour d'un patrimoine historique commun.

---

<sup>24</sup> Réf. 19.

<sup>25</sup> Nom anglais pour désigner le fait de repartager un contenu sur les réseaux.

## Mille et une archive

Ce projet de D+A propose une production de podcast plongeant l'auditeur dans un thème et dans les archives sonores de la RTS (Les archives de la RTS 2020a). C'est un exemple de productions natives et originales dont le but est de faire revivre des archives dans des épisodes de 35 à 70 minutes. Le concept, développé depuis mai 2019, associe des extraits d'archives à une narration qui les contextualisent. Ainsi, une histoire est mise en place et permet de tisser une trame narrative : c'est le moyen de créer une attache avec l'auditeur, afin de capter son attention et de le transporter dans une ancienne réalité.

## notreHistoire.ch

La plateforme notreHistoire.ch est un exemple de crowdsourcing collaboratif et d'espaces numériques dédiés à la communauté. Lancé en 2009 par la FONSART (Fondation pour la sauvegarde du patrimoine audiovisuel de la RTS), avec pour partenaire la RTS, le site vise à offrir la possibilité aux particuliers, institutions ou entreprises de partager leurs archives personnelles (Fonsart 2020). Ainsi, les personnes le souhaitant peuvent déposer, après avoir créé un compte, des photos, des enregistrements, des films, des affiches ou tout autres archives. Un système de folksonomie permet de rassembler des contenus ensemble et de créer des dossiers thématiques. Le réseau, depuis 2017, s'étend également à la Suisse italienne et aux Grisons.

Le site « Date My Romandie » (géré en partie par notreHistoire.ch) offre un jeu similaire à ce que l'INA propose avec ses télé tops chrono : une image que l'on doit resituer dans le temps (Fonsart 2019). Le but est d'en dater le maximum en 60 secondes. Chaque bonne réponse donne un temps additionnel. Ces réponses sont agrémentées d'un commentaire et d'une estimation du nombre de personnes ayant répondu juste à la date.

## Projections

Les archives de la RTS proposent également des projections sur le terrain avec des partenaires locaux. C'est un moyen de faire renaître des contenus tout en permettant à la population de se réappropriier les documents d'archives relatifs à une thématique, un lieu ou une époque précise. La page Facebook mentionne un événement unique qui proposait de se plonger dans cent ans d'histoire du Comptoir Suisse : la soirée comprenant une projection, un apéritif et des discussions. Ce projet est une collaboration entre les archives de la RTS, l'Université de Lausanne et le projet d'histoire publique « Le Syndic, la vache et le verre de blanc. Un siècle de Comptoir suisse à Lausanne » (Cinéma CityClub 2019).

### **6.1.5 Perspectives futures pour D+A et la valorisation de ses fonds**

L'archivage automatique a changé la donne sur les masses documentaires que doit traiter le service. Passant d'une logique de tri à la source à une captation large des contenus, D+A fait face à de nouveaux défis en traitement documentaire. L'intelligence artificielle compte parmi les développements majeurs de ces prochaines années et donne l'espoir de pouvoir traiter ces masses dans un temps minime. Cette intelligence artificielle se découpe en deux pans : l'un pour la vidéo et l'autre pour le son.

Pour la vidéo, le service utilise la reconnaissance d'image indexant automatiquement chaque invités/présentateurs présents à l'écran. De plus, la machine opère seule un découpage des différents chapitres d'une émission afin de faciliter la navigation à l'interne<sup>26</sup>.

Pour le son, D+A espère profiter d'une machine capable de reconnaître les voix et d'indexer également automatiquement les différents intervenants au micro. La détection de musiques commerciales sera aussi un développement pour cibler ces contenus musicaux et les extraire automatiquement, dans l'idée de valoriser toutes les émissions sans crainte de violer le droit en vigueur<sup>27</sup>.

Un projet de valorisation soutenu par des assistants vocaux est en réflexion, bien que l'idée ne soit pas retenue pour l'instant<sup>28</sup> : le marché actuel n'est pas assez étendu pour être profitable au niveau des potentiels trafics numériques générés.

Enfin, le service entend développer l'autofinancement afin de pouvoir dégager à terme des moyens plus conséquents. La réalisation de contenus originaux et de partenariats avec les acteurs locaux est une bonne alternative pour favoriser la valorisation des contenus produits par D+A.

### **6.1.6 Évaluation de la situation**

La valorisation a une place privilégiée à D+A et permet de donner une seconde vie aux contenus gardés par l'institution. Toutefois, il manque des bases pour formaliser les choix de contenus et établir des critères précis pour les valoriser.

#### **6.1.6.1 Points positifs**

Le service profite d'une large collection de contenus audiovisuelles donnant beaucoup de possibilités pour valoriser ces archives. Cette vaste offre donne de multiples points d'entrées et permet de réfléchir à beaucoup de collaborations internes ou externes. Ces dernières sont nombreuses : projections, podcasts, sélection d'archives pour des émissions, animations de contenus pour illustrer des archives sonores sont autant d'exemples de cette diversité.

Le succès des valorisations sur les réseaux sociaux, et la gestion de ces derniers, ont permis de mettre sur pied une vision claire de la réussite d'une publication. Bien que la démarche soit toujours faite sous la forme du tâtonnement, ce succès permet de donner une bonne visibilité numérique au service et de justifier l'utilisation de cette méthode.

L'investissement dans les nouvelles technologies est un aspect important du développement futur du service. Il est essentiel pour assurer au service la capacité de traiter et de remplir ses missions actuelles et futures.

#### **6.1.6.2 Points négatifs**

Il n'existe pas de stratégie écrite sur la manière dont le service voit la valorisation et la mise en avant des contenus de ses collections. Un tel document permettrait de donner une vision commune au service et pourrait également fournir des pistes sur les formes possibles de valorisation.

---

<sup>26</sup> Entretien avec M. Rufini, mandant et documentaliste RTS, Lausanne, 07.05.2020.

<sup>27</sup> Entretien avec M. Rufini, mandant et documentaliste RTS, Lausanne, 24.07.2020.

<sup>28</sup> Entretien avec M. Seriot, responsable du cercle « Offre et valorisation », Lausanne, le 13 mai 2020 (cf. annexe 8).

Dans la même idée, nous constatons l'inexistence d'une charte pour les contenus sensibles. Elle permettrait d'établir une définition claire et des processus pour traiter les archives à caractères sensibles.

Les différentes contraintes juridiques liées aux contenus manquent dans les métadonnées du catalogue. C'est un vide qui empêche une systématisation de la valorisation et une vue globale du fonds en matière de contenus valorisable ou non d'un point de vue légal.

## 6.2 Contraintes légales

Différentes contraintes sont liées à la valorisation des fonds audiovisuels et sonores de la RTS. Dans la présentation théorique du travail, nous avons mentionné les contraintes légales qui apparaissaient dans plusieurs situations de valorisations radiophoniques. Celles inhérentes à D+A et au fonds de Couleur3 sont détaillées ici.

Les contraintes légales en lien avec les archives se répartissent en quatre principaux axes :

- Droits d'auteur
- Œuvres orphelines
- Droits à l'image
- Droit à l'oubli
- Dignité humaine

Le premier concerne principalement des droits d'auteurs et les droits commerciaux sur la musique passée à l'antenne. En effet, chaque émission qui diffuse une musique soumise au droit d'auteur devra verser une redevance à une société de gestion (type SUISA<sup>29</sup>). Dans le cas de notre fonds, beaucoup d'émissions étaient ponctuées de musiques commerciales qui n'ont pas été coupées au moment de l'archivage. Pour pouvoir les réutiliser, il est nécessaire de découper ces musiques ou de repayer les droits. La politique interne étant de ne pas repayer<sup>30</sup> et couper la musique en question représentant un investissement en temps trop élevé, les documents présentant cette caractéristique sont actuellement systématiquement ignorés pour la valorisation. Une perspective future rend néanmoins le procédé envisageable : D+A entend entrainer son intelligence artificielle à détecter les musiques commerciales et automatiquement les ôter de l'archive.

Les œuvres orphelines et leur gestion font également partie des contraintes légales. En effet, certains morceaux musicaux présents dans les archives ne sont pas répertoriés comme commerciaux, mais peuvent quand même être soumis à des droits. Leur(s) auteur(s) étant inconnu(s), il est compliqué de savoir ce que l'on peut en faire.

Le droit à l'image veut que l'on ne puisse prendre une photo d'une personne sans son consentement. Nous pouvons extrapoler que l'utilisation d'une image dans le cadre d'une valorisation sans le consentement de la personne en question pourrait représenter une violation de cette disposition légale. L'institution est donc attentive aux images utilisées et évite de s'exposer inutilement à des poursuites juridiques.

Le droit à l'oubli peut faire obstacle à l'utilisation d'une archive (Seriot, 2020). En effet, notre système légal prévoit une disposition, pour qui le veut, à voir des données le concernant être

---

<sup>29</sup> Société suisse pour les droits d'auteurs d'œuvres musicales.

<sup>30</sup> Entretien avec M. Rufini, mandant et documentaliste RTS, Lausanne, 07.05.2020.

effacées (oubliées). Il peut arriver qu'une archive ne mette pas en valeur une personne et que cette dernière estime que son image/sa voix ne doit plus circuler. Il faut alors enlever la publication ou indiquer quelque part dans le catalogue que ce contenu n'est pas disponible pour la valorisation.

Enfin la dignité humaine est une contrainte légale qui concerne le cas de Couleur3 en particulier. Certains contenus produits durant les premières années de la radio rentrent en contradiction avec une disposition de la LRTV (2006 ; Art. 4) : « *Toute émission doit respecter les droits fondamentaux. Elle doit en particulier respecter la dignité humaine, ne pas être discriminatoire, ne pas contribuer à la haine raciale, ne pas porter atteinte à la moralité publique et ne pas faire l'apologie de la violence ni la banaliser* ». Les contenus qui passaient alors sur l'antenne représentent un défi pour les documentalistes en charge de leur valorisation, l'humour discriminant sur certains groupes sociaux était monnaie courante à cette période.



## 7. Couleur3 : sa structure, son patrimoine et sa valorisation

Nous allons aborder Couleur3 sous les angles de sa présence sur les réseaux sociaux, d'une analyse des archives qui constituent son fonds et des particularités qui en font un média unique dans le paysage radiophonique francophone.

Ces différents éléments permettront de poser les dernières bases des solutions de valorisation proposées à la fin de ce rapport.

### 7.1 État des lieux

Le fonds des archives Couleur3 est quasi-absent de la valorisation archivistique proposée par D+A. Partant de ce postulat, nous avons étudié le fonds ainsi que l'environnement que propose la radio et le service de valorisation.

Bien qu'ayant évolué depuis ses débuts, Couleur3 continue à se placer comme un laboratoire créant des concepts et expérimentant des façons de faire novatrices. Pour son chef d'antenne actuel, Antoine Multone, Couleur3 continue à essayer de casser les codes en vigueur, continue d'aller là où personne n'a mis les pieds<sup>31</sup>. Cette radio se veut généraliste, abordant une variété de sujets de société, mais en gardant toujours un prisme Couleur3<sup>32</sup>. Ce prisme s'exprime par un ton particulier, qui a évolué au cours des années, mais reste reconnaissable parmi tous.

A propos des différents axes qu'aborde Couleur3, trois grands points ressortent : la musique, l'humour et les sujets de sociétés<sup>33</sup>.

La première catégorie fait partie intégrante de l'ADN de la chaîne. Le slogan « 90% de musique, 10% de blabla » a pendant longtemps guidé cette radio. La deuxième catégorie, l'humour, a une place de premier plan dans le processus créatif de Couleur3 et son actuel chef d'antenne compte continuer à exploiter cette veine essentielle à l'identité de Couleur3. La troisième catégorie est représentée dans toutes les couches de la radio, que ce soit au niveau musical ou au niveau des chroniques. Les sujets abordés font régulièrement échos à des enjeux sociétaux actuels.

En ce qui concerne les publics, Couleur3 a évolué depuis sa création. Pour Stéphane Laurenceau, animateur et producteur depuis 20 ans sur les ondes, le public de Couleur3 n'est plus aussi jeune qu'à ses débuts. Pour reprendre ses mots, il faudrait inventer « Couleur4 » pour parler à la nouvelle génération<sup>34</sup>. Pour ce qui est du public présent sur Internet, la tranche d'âge est actuellement autour des 25-35 ans.

---

<sup>31</sup> Entretien avec M. Multone, chef d'antenne de Couleur3, Lausanne, 08.05.2020 (voir annexe 6).

<sup>32</sup> Entretien avec M. Laurenceau, animateur et producteur à Couleur3, Lausanne, le 26 mai 2020 (cf. annexe 7).

<sup>33</sup> Réf. 31.

<sup>34</sup> Réf. 32.

Pour les publics-cibles, Couleur3 vise les 35-45 ans à l'antenne et les 25-35 ans sur Internet<sup>35</sup>. L'équipe apprécierait toucher d'autres publics, mais la tâche est compliquée et les résultats des différentes opérations allant dans ce sens ne se font pas encore ressentir<sup>36</sup>.

### 7.1.1 Présence digitale de Couleur3

Couleur3 est très présent sur les réseaux sociaux et compte sur ceux-ci pour assurer sa communication avec les différents publics qui suivent les contenus proposés par la chaîne.

Sa présence digitale se décline sur les plateformes suivantes :

- Le site internet Couleur3
- L'application mobile
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- SoundCloud
- PlayRTS
  - Application mobile
  - Page internet

Le site internet de Couleur3 propose une fenêtre ouverte sur les contenus et les émissions diffusés sur les ondes. Il est aussi possible de suivre les news en lien avec la chaîne et d'accéder aux créations de la radio.

Facebook sert surtout à communiquer sur les différents événements organisés par la chaîne et permet de planifier les événements que Couleur3 prépare. Des vidéos y sont également publiées régulièrement, avec parfois un lien en description renvoyant aux autres plateformes de la chaîne. La page comptabilise actuellement 122'040 personnes dans ses *likes*.

Instagram héberge également du contenu vidéo et photo. Nous remarquons aussi l'utilisation des stories à différents buts : promotionnel, humoristique ou musical. Les personnes qui suivent cette plateforme-là sont un peu plus jeunes que sur les autres surfaces digitales. Le compte a posté 2'617 publications pour à peu près 44'000 abonnés (Couleur3 2020d).

YouTube est utilisé pour distribuer la radio filmée et proposer des contenus vidéo pour les différents publics de la radio. Le compte géré par la chaîne a été créé en 2014 et a généré 24'578'858 vues au 28 juillet 2020 (Couleur3 2020f).

SoundCloud offre aux auditeurs une sélection d'émissions sous la forme de podcasts, conjointement aux autres grandes plateformes du genre : Spotify et Apple Podcast. Enfin, l'interface usuel de PlayRTS permet également d'accéder aux contenus proposés par Couleur3.

En ce qui concerne la stratégie numérique adoptée par Couleur3, chaque plateforme a une approche propre et une stratégie dédiée<sup>37</sup>. Cependant, faute de personnel ces différentes

---

<sup>35</sup> Réf. 31.

<sup>36</sup> Entretien avec Mme Saudan, éditrice web à Couleur3, Lausanne, le 13 mai 2020 (cf. annexe 9).

<sup>37</sup> Réf. 36.

stratégies ne peuvent pas toujours être appliquées par les trois personnes chargées de la gestion des plateformes. Dans l'idéal, il faudrait pouvoir proposer un format de publication par réseaux social<sup>38</sup>.

Quelques facteurs de réussite et d'échec ont pu être mis en avant durant les différents entretiens réalisés avec Mme Saudan de Couleur3. Du côté des réussites, certaines thématiques semblent assurer un certain succès aux publications<sup>39</sup> :

- L'humour.
- Les thématiques locales.
- La construction de la vidéo.
  - Il faut que cette dernière soit courte et impactant. L'équipe tente d'appliquer une systématique des 3 / 10 / 30 : une information intéressante à 3 secondes, à 10 secondes et à 30 secondes dans la vidéo.
- Les personnalités connues de la chaîne.

En ce qui concerne les facteurs d'échec, les sujets politiques ne fonctionnent pas sur les réseaux sociaux. Cependant, aucune tendance plus large n'a pu être dégagée durant les entretiens effectués.

### 7.1.2 Application Couleur3

Une application a été développée pour rendre les contenus de la chaîne plus accessibles aux auditeurs (Couleur3 2020b). Actuellement, elle comporte uniquement un agrégateur de liens qui rassemble en un seul lieu numérique le contenu proposé par Couleur3. Des playlists sont à la disposition des usagers pour pouvoir s'immiscer dans les différentes ambiances/émissions de Couleur3. Des notifications rappellent à l'internaute des événements et des activités en lien avec la radio. L'application permet de commenter et de donner son avis dessus : il s'agit d'une occasion d'avoir un feedback des utilisateurs et de leurs préoccupations à propos du produit. Elle propose également un moyen de retrouver les listes de morceaux passés à l'antenne. Une dernière option permet aux usagers de suggérer leurs propres playlists.

En ce qui concerne son succès Mme Saudan reste mitigée<sup>40</sup>, le trafic numérique n'y est pas optimal. L'une des raisons avancées par Mme Saudan est le manque d'interactivité sur l'application<sup>41</sup>. Une meilleure interaction permettrait d'amener plus de gens à l'utiliser : la solution proposée tentera de répondre également à cette problématique.

Pour le développement futur, Antoine Multone a évoqué la possibilité de renforcer l'utilisation de la géolocalisation sur l'application ainsi que le développement d'un chatbot<sup>42</sup> permettant de dialoguer avec l'utilisateur<sup>43</sup>.

---

<sup>38</sup> Réf. 36.

<sup>39</sup> Réf. 36.

<sup>40</sup> Réf. 36.

<sup>41</sup> Réf. 36.

<sup>42</sup> « [le chatbot] est un logiciel programmé pour simuler une conversation en langage naturel » (Sanz 2017).

<sup>43</sup> Entretien avec M. Multone, chef d'antenne de Couleur3, Lausanne, le 05 juin 2020.

### 7.1.3 Dans Ton Quiz (DTQ)

En 2015, Couleur3 propose l'application « Dans Ton Quizz », qui avait pour but de tester les internautes sur leurs connaissances musicales. Chaque réponse permettait de gagner des points et de s'insérer dans un tableau des scores. Des voix emblématiques de Couleur3 commentaient les réponses et encourageaient le joueur à continuer son expérience (Couleur3 2014).

Nous voyons dans cet exemple une belle mise en pratique de stratégie ludique afin d'accrocher l'utilisateur. Nous nous en inspirerons pour proposer une solution qui apporte également cet aspect-là dans la valorisation du patrimoine de Couleur3.

### 7.1.4 Événements Couleur3

Couleur3 est également connu pour proposer des événements à travers la Romandie. Depuis ses débuts, elle participe à l'élaboration de concepts culturels dans les domaines musicaux et artistiques (Stoudmann 2012). Elle est aussi régulièrement présente dans les festivals en posant un stand quelque part sur le site de l'événement.

Durant l'été 2020, Couleur3 sera sur le Palp Festival en Valais avec un concept de radio interactive dans le village de Bruson. Plusieurs expositions sont prévues dans le village valaisan, dont « Radio Bruson » organisé avec Couleur3 (Palp Festival 2020). Le visiteur devient acteur de la radio et émet ses propres émissions, en mêlant captation du son, extraits d'archives, couleurs et découvertes sensorielles<sup>44</sup>. C'est un moyen de mélanger archives, expérience physique et sensitive tout en impliquant le visiteur dans le processus. Il n'est plus juste spectateur, mais devient acteur de sa propre expérience.

Dans une autre approche, Couleur3 organise des soirées « rave party » dans la Romandie durant l'été 2020 : pour pouvoir connaître le lieu et l'emplacement de la fête, il faut contacter en avance Couleur3 et demander des informations par téléphone<sup>45</sup>. La radio organise une « chasse aux billets » à partir du lundi précédent l'événement (Couleur3 2020a). Nous constatons ici une technique pour impliquer les personnes dans l'obtention de leurs billets pour la soirée. Est ainsi créé une quête pour les participants, dans cette idée de jeu et d'aspects ludiques.

### 7.1.5 Humour / sujets sensibles

Nous ne pouvons pas aborder Couleur3 sans évoquer l'humour et ses particularités. En effet, le comique et les chroniques humoristiques sont un produit central de Couleur3 et font sa renommée depuis longtemps. Selon Mme Saudan, ce sont les contenus qui fonctionnent le mieux sur la Toile<sup>46</sup>.

Cependant certains contenus humoristiques sont dépassés du point de vue du politiquement correct et du moralement acceptable sur les ondes. Bien que le côté « corrosif » de la radio ait fait sa renommée, la politique actuelle n'est plus à l'émoi et au choc. Ce changement et la

---

<sup>44</sup> Entretien avec M. Multone, chef d'antenne de Couleur3, Lausanne, le 05 juin 2020

<sup>45</sup> Réf. 44.

<sup>46</sup> Entretien avec Mme Saudan, éditrice web à Couleur3, Lausanne, le 13 mai 2020 (cf. annexe 9)

responsabilité qu'elle a envers son public la pousse à porter une attention toute particulière aux contenus qu'elle diffuse<sup>47</sup>.

A une époque où les réseaux sociaux peuvent facilement faire tourner une information de manière virale, les professionnels sont constamment sous la menace d'un possible *bad buzz*, qui donner une image négative de la chaîne. Même si la liberté d'expression reste de mise, les possibles réactions de la communauté sont à prendre au sérieux et méritent notre attention. Certaines chroniques des débuts peuvent choquer de nos jours : sexisme, racisme, porter en dérision des minorités, se moquer des handicapés, etc.

### **7.1.6 Aspects graphiques**

L'aspect visuel de Couleur3 est important dans la stratégie de communication de la radio. Le logo ainsi que le graphisme des contenus les rendent immédiatement reconnaissables. Cette section a été rédigée à partir de la charte graphique fournie par Couleur3 (2019).

En plus d'une police particulière utilisée pour tous les contenus textuels, une série de cinq couleurs sont à disposition : rouge, jaune, bleu, vert et violet. Les images et vignettes des différentes émissions utilisent généralement une de ces couleurs avec du blanc et du noir (cf. annexe 1 ; figure 16).

Pour ce qui est des productions Couleur3, le logo pirate est toujours présent à quelque part sur l'image (généralement en blanc). Si la vidéo est plutôt de couleur claire, le logo sera en noir.

Les sous-titres tiennent sur deux lignes, en blanc. Une animation préétablie introduit chaque contenu en donnant une homogénéité à l'ensemble des produits Web. Si le contenu mentionne des sources externes, les crédits sont indiqués sur le bord supérieur gauche ou au bout de la vidéo. Le logo Couleur3 apparaît en blanc sur un fonds noir accompagné d'une signature sonore de fin. Trois variantes de ce logo sont disponibles (cf. annexe 1 ; figure 17).

## **7.2 Valorisations Couleur3**

Bien qu'une majorité des contenus présents dans les archives de la RTS soit indisponibles pour les auditeurs, quelques campagnes de valorisations des archives et de l'histoire de Couleur3 ont déjà été mise en place par le passé. Cette section a pour but de faire le tour des valorisations dont ce patrimoine radiophonique a fait l'objet.

### **7.2.1 Couleur30**

Pour les 30 ans de la création de la radio, les archives de la RTS et Couleur3 avaient mis en ligne le site « Couleur30 » qui publiait des archives et des posts en lien avec l'histoire de Couleur3 (2012).

Cinq catégories d'archives étaient à disposition de l'internaute qui pouvait les trier selon sa volonté :

- Audio
- Images
- Vidéos

---

<sup>47</sup> Entretien avec M. Multone, chef d'antenne de Couleur3, Lausanne, 08.05.2020 (voir annexe 6)

- Périodes
- Animateur/trices

Une possibilité de trier les vignettes par catégorie permettait de faciliter la navigation dans les contenus proposés.

Le site n'est actuellement plus mis à jour, même s'il est encore disponible. Les contenus ne sont plus accessibles, mais les vignettes encore visibles.

### **7.2.2 Livre Couleur3**

En 2012, à l'occasion des trente ans de la chaîne, un livre a été édité par Glénat. Cet ouvrage, riche en anecdotes sur l'ambiance qui régnait dans les studios de Couleur3, résume les différentes périodes qu'a traversées la radio. Les propos ont été recueillis par Élisabeth Stoudmann (2012). Ce document a été une source précieuse d'informations pour ce travail.

### **7.2.3 Série d'événement pour les 30 ans**

Un livre et un site internet ne suffisaient pas pour marquer trois décennies d'existence de la radio des jeunes. Les archives de la RTS lui ont encore consacré un dossier thématique, avec des archives et des documents sonores pour replonger l'auditeur dans les origines de la chaîne (RTS [sans date]).

Le MUDAC (musée de design et d'art appliqués contemporains) a proposé, du 7 mars au 10 juin 2012, une exposition sur la radio et ses histoires. Tous les jeudis était organisée une session en direct du musée (Communication RTS 2012).

Enfin, l'occasion était rêvée pour créer un événement autour de cet anniversaire. Celui-ci s'est tenu dans le métro M2 à Lausanne pendant toute la durée de l'anniversaire : les annonces ont été réenregistrées par les animateurs de la 3 (Communication RTS 2012).

### **7.2.4 Les 35 ans**

A l'occasion des 35 ans de la chaîne, les archives de la RTS ont créé une playlist qui tournait en boucle sur Internet. Par tranche de quatre heures, des chroniques de l'époque pouvaient être réécoutées par les auditeurs qui souhaitaient se replonger dans cet univers. Ainsi, plusieurs chroniques ont été mise en avant durant cette valorisation et ont permis de faire revivre des moments aux auditeurs (D+A [sans date]).

Malheureusement, cette playlist n'est plus disponible online et n'a laissé aucune trace numérique accessible au public.

### **7.2.5 notreHistoire.ch**

Durant plusieurs années, une partie des archives Couleur3 étaient manquantes dans les collections de D+A. Une grande partie du passé de la chaîne était indisponible. Les documents n'avaient pas tous été gardés et les personnes travaillant à la Trois se souciaient peu de rendre les archives pérennes et accessibles. La découverte de ce trou dans les étagères des sous-sols de la RTS, a suscité une vaste campagne de crowdsourcing sur le site notreHistoire.ch. Grâce à cette opération de communication et d'archivage collectif, les équipes de la RTS ont pu récupérer certaines archives provenant de sources privées<sup>48</sup>. Ces dernières avaient été enregistrées par des particuliers voulant garder une trace de ces émissions/repérages. Les

---

<sup>48</sup> Entretien avec M. Rufini, mandant et documentaliste RTS, Lausanne, 07.05.2020.

archives officielles n'ayant pas été conservées à l'époque, cela a représenté une opportunité de retrouver ce patrimoine perdu.

S'en est suivi une grande opération de numérisation et de traitement du son afin d'intégrer ces archives au fonds. Cette action de crowdsourcing a permis de remettre la main sur des émissions qui auraient été perdues à jamais sans l'intervention des amateurs de Couleur3 et de leurs prévenances en gardant chez eux des copies de leurs séquences préférées<sup>49</sup>.

### **7.2.6 Valorisation sous la forme d'une série radiophonique**

Enfin, nous terminerons ce tour d'horizon par une émission proposée au début des années 2000. Pierrick Destraz animait une série de contenus s'appelant « La fabuleuse histoire du rock'n'roll racontée aux enfants par Tonton Pierrick ». Le fils de Henri Dès occupait les ondes de la 3 avec de courtes sessions qui reprenaient l'histoire d'un groupe de rock ou d'un mouvement musical pour l'expliquer aux enfants.

Partant de ce concept, l'animateur a décliné l'idée sur l'histoire de Couleur3 : *La Fabuleuse histoire de Couleur3 racontée aux enfants par tonton Pierrick*. Il y donne une rétrospective des moments de la radio, de sa création jusqu'aux années 2000. La série d'émission a été rediffusée entre fin 2015 et début 2016 et est toujours disponibles sur les plateformes (Destraz 2016).

## **7.3 Inspirations pour la solution proposée**

Tous ces éléments nous ont permis de développer des idées de valorisation qui puisse s'intégrer dans l'environnement de Couleur3 tout en respectant les missions de valorisation des contenus de D+A. Dans cette section, nous allons énumérer les points qui ont été retenus pour proposer la solution de valorisation.

L'application, sera la base digitale pour développer une des solutions et ainsi d'étendre son utilisation. La proposition de M. Multone de développer la dimension de géolocalisation est également retenue.

L'expérience de « Dans Ton Quizz » offrira une base de compétences pour développer les nouvelles idées en lien avec l'application de Couleur3. Elle sera utile pour réfléchir à une solution mêlant technologies, patrimoine et personnalités. A propos de ces dernières, il sera intéressant de profiter de leur collaboration pour proposer du contenu original. En effet, nous pouvons compter sur l'aura de certain.e.s animateur.trice pour donner de la visibilité à la valorisation proposée.

La solution se devra d'être ludique afin d'augmenter les chances de succès auprès du public et les possibilités de faire découvrir les collections. Enfin, la solution ludique permettra de coller avec l'image de Couleur3 et son aspect « geek ».

Les événements Couleur3 sont également une source d'inspiration afin de conceptualiser une solution de mise en valeur proche du public tout en favorisant la cohésion par le lien social. Cela sera nécessaire pour créer une valorisation dynamique et interactive. Le lien avec les acteurs culturels locaux, comme à l'occasion des 30 ans, sera aussi une piste pour mieux ancrer dans le paysage régional cette mise en valeur du patrimoine radiophonique.

---

<sup>49</sup> Réf. 48.

Enfin l'identité visuelle de Couleur3 fera partie de la solution, pour que cette dernière présente un aspect similaire aux codes graphiques de la radio.

## 7.4 Analyse du fonds Couleur3

Nous avons réalisé une cartographie, puis une analyse du fonds disponible sur l'intranet, afin de mieux cerner ses forces et ses faiblesses. Il contient des éléments autant physiques que numériques, sous la forme de capsules audios. Des entretiens ont été effectués pendant le mandat pour comprendre les mécanismes internes du fonctionnement de cette base de données. Il est important de noter que l'analyse du fonds s'est faite au 31 décembre 2019. En effet, comme il augmente de jour en jour avec l'archivage automatique, il était nécessaire d'arrêter l'analyse à une date précise pour que le total de notices soit fixe. Ces observations sont disponibles dans les annexes (cf. annexe 3).

### 7.4.1 Points essentiels de l'analyse

Cette partie se base principalement sur des éléments remarquables pendant la cartographie et durant des discussions avec le mandant du projet. Nous évoquerons également le problème de la valeur sensible de certaines archives et de leurs traitements.

L'analyse a mis en évidence des tendances :

- Le fonds Couleur3 est le deuxième fonds de la RTS par le nombre d'occurrences.
- Il existe une majorité de contenus de 1 à 5 minutes.
- Les principaux formats de contenus sont : les sketches, les commentaires et les interviews.
- Il y a une prédominance des thèmes suivants :
  - Humour
  - Musique
  - Cinéma
- Les lacunes d'indexation dans le champ « thématique » et « auteur ».
- L'impossibilité de repérer les musiques commerciales / œuvre orpheline.
- L'absence d'information relative aux droits liés à l'archive.
- Le manque de visibilité des contenus sensibles.

Nous avons remarqué une baisse notable de la qualité de l'indexation depuis 2016 et l'introduction de l'archivage automatique. Comme la saisie des métadonnées revient au personnel de la radio, certaines personnes sont moins rigoureuses pour compléter ces informations. En découle une irrégularité dans la qualité des métadonnées saisies depuis le tout-archivage.

Les thèmes rattachés aux notices sont renseignés de manière déséquilibrée. Certaines sont bien indexées alors que d'autres n'auront que le tag « humour » pour les décrire (ce qui ne donne pas une idée très précise du contenu de la capsule), voir certaines avec pas du tout d'indexation. La sélection 1980-2009 présente un nombre total d'occurrences de 21'681 éléments. Le nombre total de thèmes additionnés donne 11'847 entrées. Nous constatons une différence de 9'834 potentiels thèmes manquant. Dans un fonds entièrement référencé, chaque notice bénéficie d'au moins un mot-clé. Nous constatons que ce n'est pas ici le cas.



Si on ajoute à ça le fait que certaines notices bénéficient de plusieurs mots-clés, nous pouvons en déduire qu'il existe un vide d'indexation à certains endroits dans le fonds.

Une partie de ce trou peut également venir du logiciel, qui ne montre pas tous les filtres disponibles selon la quantité de notices à afficher. Cependant la marge est trop grande pour que ce vide puisse uniquement s'expliquer par ce biais. Malheureusement nous n'avons aucun moyen de déterminer la part exacte entre absence documentaire et non-référencement par le logiciel de gestion dans la tranche de documents sélectionnés.

Le champ « métadonnées contrôlées »<sup>50</sup> est un bon indicateur de la quantité de documents restant à traiter par le service. Ce champ n'est plus systématiquement rempli durant la création des notices.

Concernant les droits d'auteur, un problème survient dans le traitement du fonds et sa possible valorisation. Les contenus avec des musiques commerciales doivent être évités. Ce critère aurait pu nous donner un angle de tri des archives à valoriser ou non. Cette piste n'est pas exploitable car il est impossible de savoir si une musique commerciale est présente dans la capsule audio ou non. Aucun champ n'est renseigné avec cette information. Il faudrait écouter chaque archive pour savoir si elle contient des musiques commerciales. Un temps considérable est nécessaire pour pouvoir mener cette action à bien. Une autre interrogation est apparue au sujet des habillages sonores rajoutés durant les émissions, les chroniques et les sketches. Ils donnent une atmosphère et renforcent l'identité sonore de la chaîne. Néanmoins, il n'est pas toujours facile (voire impossible) de distinguer une musique commerciale d'une musique créée par les animateurs/producteurs dans le cadre de l'émission.

Une dernière catégorie de données non-renseignées dans le fonds pourrait poser problème : la contrainte morale. En effet, certains contenus de Couleur3 sont jugés immoraux, irrespectueux ou dénigrant pour une communauté (nous pensons notamment à une émission qui se moque ouvertement et méchamment des personnes en situation de handicap mental). Il faut porter une attention toute particulière à ces archives sensibles qui heurtent la sensibilité de certaines personnes, pouvant occasionner un dégât d'image à l'heure des réseaux sociaux et de la propagation virale des contenus. C'est une difficulté pour ce fonds : aucun référencement ni aucune définition n'ont été effectués pour cerner précisément ces contenus jugés sensibles.

#### **7.4.2 Résultats de l'analyse**

Nous avons ici esquissé les contours des trois problématiques majeures de la valorisation des archives de Couleur3. Elles ne sont pas exclusives à cette collection et peuvent se retrouver dans d'autres types de fonds d'archives. Ces trois barrières sont :

- Barrières techniques
  - L'archive a une qualité sonore/visuelle trop médiocre pour pouvoir être valorisée convenablement.
  - L'archive est trop mal décrite pour pouvoir faire l'objet d'une valorisation de qualité.

---

<sup>50</sup> Ce champ, comportant deux valeurs (« oui » ou « non »), indique l'état de contrôle d'une notice par les professionnels.

- Barrières légales
  - L'archive est soumise à une restriction d'utilisation : une partie de son contenu est protégé par le droit d'auteur, le droit à l'oubli ou une autre forme de contrainte juridique.
- Barrières morales
  - L'archive comporte un contenu qui peut être jugé choquant par la société et pourrait entraîner des conséquences néfastes pour l'institution.

Cette dernière barrière nous amène à une réflexion sur le fonds et ses archives sensibles. Même si ce sont des sujets délicats, il est impératif de valoriser ces contenus pour permettre un travail de mémoire. Mais dans ce cas, avant de penser valorisation, il faut passer par la case de la définition : Qu'est-ce qu'une archive sensible ? Qu'est-ce qui est choquant dans le domaine de l'humour ? Ces deux questions mettent déjà en évidence la difficulté de formuler une réponse universelle. Mais certaines thématiques sont plus faciles à identifier comme potentiellement sensibles : sexe, handicap, féminisme, drogues, politique, etc. Un cadre précis et une réflexion approfondie seront nécessaires pour aborder ces questions.

Nous allons nous intéresser aux angles déjà envisageables pour valoriser le fonds. Certains champs sont bien renseignés et permettent d'envisager une valorisation. Ce sont :

- Année
  - Les années sont globalement bien référencées et nous pouvons sans autre imaginer une mise en avant par période historique de Couleur3.
- Personnes
  - Les auteurs, les invités, les animateurs ou encore les producteurs sont également bien renseignés dans la base de données de D+A.
- Émissions
  - La majorité des émissions sont renseignées et accessibles.

Bien que ces trois approches soient actuellement utilisables, il faudra impérativement faire attention aux aspects légaux et aux contenus pouvant offenser.

Une approche par lieu est également envisageable, bien que le nombre d'occurrences pour chaque référence géographique soit faible. Une approche par thème est possible, dans la limite des vides exposés plus haut.

### **7.4.3 Outil de sélection**

Une partie du travail a consisté à réaliser un tableur Excel qui devait fournir une cartographie du fonds, en renseignant :

- Le titre
- Les dates extrêmes
- La durée
- Les animateurs / participants
- Les mots-clés
- Une valeur pour
  - La qualité sonore

- La qualité d'indexation
- Le politiquement correct
- La restauration de l'archive
- Les sujets sensibles
- La présence de droits d'auteurs/commerciaux

L'outil est disponible dans les annexes (cf. annexe 10).

Les dernières colonnes (à partir de la qualité sonore) permettent de se faire une idée précise de la possibilité de valoriser un contenu. Dans l'exemple fourni en annexe, nous avons mis en place un système de « Oui/non » pour ces colonnes. Après réflexion, il est apparu qu'il serait plus aisé de créer une échelle de valeur pour chaque catégorie qualitative, de 1 à 5 : « 1 » étant très mauvais et « 5 » excellent. En additionnant les résultats de chaque collection, nous obtiendrions un score qui permettrait de déterminer le potentiel de valorisation du contenu.

Seul le critère de la présence de contenus commerciaux est totalement exclusif.

Nous n'avons finalement pas utilisé cet outil pour l'analyse du fonds. Celui-ci a beaucoup trop d'entrées pour que ce soit réalisable et pertinent dans les temps impartis. Mais nous pensons qu'il est intéressant de le laisser afin d'inspirer des personnes susceptibles d'affiner cette analyse.

#### **7.4.4 Recommandations pour le fonds**

Les difficultés rencontrées durant l'analyse du fonds nous ont incité à formuler quelques recommandations pour faciliter la valorisation d'un maximum de contenus.

##### **7.4.4.1 Indexation thématique**

Les métadonnées renseignées au niveau des thèmes sont déséquilibrées. Certains contenus répondent à une indexation fine alors que d'autres ne comportent qu'un mot-clé renvoyant à un concept trop général pour être utile.

Nous suggérons d'effectuer un recensement des contenus à indexer plus finement et d'entreprendre une campagne d'indexation rétroactive afin d'affiner la qualité du fonds et ses potentialités d'exploitation. En ce qui concerne la visibilité des notices à traiter, nous recommandons de réutiliser le champ « métadonnées contrôlées » afin d'avoir une vision claire et précise des contenus dont il faut améliorer la notice. Capter ces informations à la source, au moment de leurs intégrations dans le système, apporterait un bénéfice à l'avenir pour la valorisation du fonds.

##### **7.4.4.2 Droits relatifs aux documents**

La problématique des droits soulevée plus haut est difficile à cerner actuellement. Aucun champ renseigné n'est disponible pour avertir l'utilisateur des potentielles restrictions autour du droit d'auteur, du droit à l'oubli ou de la présence d'une musique commerciale dans la capsule d'archive.

Nous proposons de renseigner ces informations à la source, dès la captation de l'émission dans la base de données des archives. Ainsi il sera possible de filtrer les contenus valorisables ou non par ce biais-là. Conscient qu'un catalogage rétrospectif n'est que peu envisageable pour recenser les contenus commerciaux dans les documents d'archives, nous espérons que

l'intelligence artificielle permettra de cerner ces contenus et de les traiter afin de développer leur pleine potentialité en matière de valorisation.

En ce qui concerne la musique produite par Couleur3, nous pouvons également suggérer que les personnes renseignant ces informations notent dans la notice que la musique utilisée est produite par Couleur3 et appartient à la RTS.

Ces recommandations englobant les questions juridiques liées aux archives est essentielle pour pouvoir profiter d'un fonds entièrement exploitable.

#### **7.4.4.3 Sujets sensibles**

Les contenus sensibles sont à la fois un point fort et un point faible du fonds Couleur3. Pour esquisser une réponse à ces questions morales, nous suggérons plusieurs pistes qui s'imbriquent les unes dans les autres.

Premièrement, il est essentiel de mettre au point une charte qui définit l'archive sensible. Aucune définition à l'interne n'a été arrêtée et l'élaboration de celle-ci permettrait de créer un socle pour pouvoir identifier ces contenus jugés sensibles. De plus, cette charte donnerait une réponse claire à l'utilisation précise de ces archives et de leurs valorisations : qu'est-ce qui peut être fait ou pas avec ? Quelles formes de valorisation est envisageable pour mettre en avant ces contenus, sans pour autant heurter les sensibilités ?

Deuxièmement, nous suggérons de mettre en place une liste des thématiques existantes qui pourraient poser problème en cas de libre diffusion sur les réseaux et autres canaux à disposition de l'institution. Enfin l'élaboration d'un tag spécifique permettrait de cibler les sujets sensibles et de dédier une partie de la base de données à ces contenus.

##### *7.4.4.3.1 Suggestions de valorisations pour ces contenus :*

La première suggestion consiste à ne pas mettre en ligne ces archives, à disposition de toutes et tous. En effet, une des conséquences d'une mise à disposition sans contrôle serait une réutilisation malveillante du contenu, sans possibilité de le récupérer une fois mis en ligne. Il est impératif que ces contenus ne puissent pas être décontextualisés par des tiers.

La deuxième serait de développer une approche académique de ces contenus, en organisant des conférences autour de l'évolution des mœurs au travers des archives de Couleur3. Un accès restreint par réservation permettrait d'éviter un dégât d'image tout en permettant à ces archives de ne pas tomber dans l'oubli.

La troisième solution, qui rejoint la deuxième, serait de proposer un *Escape Game / Serious Game* autour de cette thématique. Seul un public averti pourrait accéder à ces contenus jugés sensibles et profiterait d'une contextualisation précise, mais aussi d'un moyen d'amusement et d'apprentissage.

Pour résumer, il faut impérativement que ces archives soient contextualisées, quelle qu'en soit leur utilisation et qu'elles ne tombent pas dans l'oubli numérique, dans le souci de perpétuer la mémoire de la chaîne.

#### **7.4.4.4 Conclusion**

Une attention toute particulière doit être apportée aux métadonnées citées plus haut. Elles sont le nerf central de la base de données et permettent son utilisation la plus optimale. Un début de solution passe par la saisie, dès la création de l'émission, des métadonnées

concernant les thématiques et les droits relatifs à l'archive. Cela sera possible grâce à une sensibilisation des personnes concernées à Couleur3.

En ce qui concerne le catalogage rétrospectif des contenus (indexation thématique ou des auteurs) nous suggérons à D+A de faire appel à la HEG pour effectuer ce travail. Un mandat pour des étudiants de 2<sup>ème</sup> année en Information Documentaire serait envisageable.

## 8. Solutions de valorisation

Dans cette dernière partie, nous allons aborder la question de la solution de valorisation imaginée pour mettre en valeur le patrimoine radiophonique de Couleur3. Le cahier des charges mentionne qu'un choix de solutions sera proposé et qu'une en particulier sera approfondie. A la vue des nombreuses idées qui ont surgi durant le processus de création, nous avons décidé de garder toutes celles retenues pour proposer une solution de valorisation sur deux espaces : géographique et virtuel. Nous commencerons par énumérer les différentes idées qui ont été retenues dans un premier temps. A la suite d'une série d'entretiens avec le mandant et le chef d'antenne de Couleur3, nous exposerons les solutions qui ont été gardées.

En guise de contexte, la chaîne fêtera ses 40 ans en 2022. Dans cette perspective, M. Multone entend effectuer une large campagne de valorisation pour promouvoir les archives et le contenu patrimonial de Couleur3. Lors de notre entretien, il a clairement exposé sa vision de l'archive et le besoin que cette dernière puisse créer du lien avec la communauté, qu'elle puisse toucher le public en proposant un référent commun. Deux questions guident une partie de cette solution : Comment faire pour qu'une communauté se retrouve autour d'une valorisation d'archives ? Et comment créer une valeur commune autour d'une archive ?

### 8.1 Premières ébauches

Dans un premier temps, une série de valorisations a été imaginée pour répondre aux besoins de la mise en valeur du fonds. Beaucoup de possibilités ont été mises sur la table puis étayées, coupées, remodelées tout au long des travaux effectués durant le travail.

Nous avons donc sorti, parmi dix-huit idées, plusieurs concepts qui semblaient particulièrement pertinents dans notre cas. Ces projets ont été présentés aux personnes interviewées ainsi qu'au mandant. Nous avons pu les améliorer et proposer quelque chose au plus proche du cadre de Couleur3. Voici les sept projets retenus :

- Valorisation sur les réseaux sociaux, au moyen d'un sondage.
- Crowdsourcing sur les archives de Couleur3.
- Questionnaire online « Quelles archives Couleur3 es-tu ? »
- Section « Archives Couleur3 » sur l'application Couleur3.
- Borne interactive dans les couloirs de la radio.
- Jeu de piste « Archives Couleur3 » dans Lausanne.
- (Re)découverte des archives Couleur3, en direct.

Ces différentes solutions sont détaillées dans les annexes (cf. annexe 4), avec les niveaux d'implications des deux parties prenantes, les besoins/préparatif et le type d'archive nécessaire à leur réalisation.

#### 8.1.1 Résultat du tri

Suite à la présentation de ces différentes formes de valorisation, deux sont ressorties comme inappropriées durant l'entretien du 5 juin 2020 avec MM. Multone et Rufini (cf. annexe 5) : la borne interactive et le crowdsourcing collaboratif.

La première parce que trop éloignée des besoins de la radio et qu'elle ne correspondait pas à la mentalité voulue autour de la valorisation. En effet, elle ne toucherait pas assez le public et représenterait investissement excessif pour peu de résultats et de visibilité.

La deuxième écartée car le crowdsourcing dans le sens que nous le proposons (faire participer la communauté à l'enrichissement des métadonnées) n'était pas adapté : D+A ne voulait pas demander au public d'effectuer le travail que les documentalistes doivent faire.

Bien qu'elle ne remette pas en cause le professionnalisme des documentalistes, une telle approche permet de mettre à contribution la communauté tout en améliorant significativement la qualité du fonds. Nous considérons, vu la taille du fonds et la présence à certains endroits de vides documentaires, qu'une telle solution résoudrait une partie du problème. De plus, la communauté, très intéressée par les contenus touchant sa jeunesse, pourrait apporter des compléments d'informations que les documentalistes ne possèdent pas.

Néanmoins, nous ne garderons pas cette version de crowdsourcing dans la solution proposée, en regard des souhaits émis par les parties concernées.

Nous ne suggérerons pas non plus de refaire la même campagne de collecte d'archives qu'en 2012, estimant que le travail pourra être à nouveau effectué sans nos conseils.

## **8.2 Solutions gardées**

Une fois ce tri effectué, nous avons regroupé plusieurs solutions et y avons ajouté des idées émises durant l'entretien du 5 juin 2020. Pour finir, il nous reste deux solutions comprenant chacune plusieurs valorisations. L'une se déroule dans l'espace virtuel et l'autre dans l'espace géographique. La première sera la plus facile à mettre en place : en effet, la technologie est déjà disponible et le traitement documentaire représentera la majorité du travail. Pour ce qui est de la deuxième, elle nécessitera plus d'organisation et une planification plus détaillée.

Un des objectifs de ce travail était de créer une évaluation de l'impact/succès de la solution proposée. Le nombre de suggestions formulées et leur nature diverse, rendait impossible une évaluation unique. Nous procéderons donc à une suggestion d'évaluation par solution.

### **8.2.1 Période sélectionnée**

Pour ce qui est de la période archivistique à valoriser, nous proposons la tranche 1982-1999 qui correspond à l'âge d'or de Couleur3, sur le plan de l'audience particulièrement élevée jusqu'à 1998. De plus les contenus de ces années présentent un assez grand décalage avec notre époque, ce qui répond au critère d'âge de D+A : une archive vieille de 10 ans minimum.

## **8.3 Première solution : Valorisation par l'application**

La volonté de Couleur3 de développer son application mobile sert de socle à la première solution. Nous suggérons de créer plusieurs nouveaux contenus sur l'application mobile :

- Section archives dans le menu playlist, avec une sélection de contenus accessibles en tout temps. Par exemple, une valorisation « par émission », redonnerait vie aux vieilles émissions de la chaîne.
- Une « news » archive, postée à intervalle régulier, pour donner un coup de projecteur sur un contenu en particulier.
  - Des éphémérides pour marquer les différents anniversaires de la chaîne et autres dates importantes.

- Un questionnaire : « Quelle archive Couleur3 es-tu ? »
- Nouvelle interface « archives » dans le menu de l'application.

### 8.3.1 Archives sélectionnées

Les archives sonores entre une minute et trois minutes sont recommandées pour la publication numérique. Une majorité du fonds se prêtent bien à l'exercice. Les différents choix suggérés plus bas correspondent à un classement selon le nombre d'occurrences dans le fonds, quand les émissions sont valorisables d'un point de vue légal.

Pour ce qui est des thèmes, en se référant à notre analyse, nous pouvons suggérer ces quelques approches :

- Rock
- Bande dessinée
- Philanthropie

Si l'approche par émissions est favorisée par le mandant, nous proposons d'utiliser ces émissions suivantes :

- Chacun pour soi<sup>51</sup>
- Virages<sup>52</sup>
- Domestos<sup>53</sup>

Enfin si l'axe par auteur est choisi, nous proposons ces derniers :

- Jean-Olivier Pain
- Patrick Dujany
- Noël Tortajada

Il est aussi envisageable de créer une sélection de capsules selon les contenus de la période suggérée dans la section précédente.

Les critères retenus sont entièrement basés sur les nombres d'occurrences. Nous suggérons un choix de valorisation selon le nombre d'entrées dans le catalogue. Cela était le critère le plus objectif que nous ayons à disposition pour développer une approche mécanique de la valorisation des archives de Couleur3.

Cependant, si une autre approche moins objective est retenue par le mandant, ces suggestions d'archives ne doivent pas être prises en compte.

### 8.3.2 Suggestion 1 : Playlist « archives »

Pour la partie « playlists » dans l'application mobile, nous suggérons de créer une section « archives » qui proposerait des listes de contenus à mettre en avant. Elles seraient de tout temps disponibles.

---

<sup>51</sup> « Jean-Bernard Pichard répond aux coups de téléphones des auditeurs, qui souhaitent se plaindre, s'exprimer, etc... Parodie de "Chacun pour tous" » (RTS Archives 2020).

<sup>52</sup> « Chroniques diffusées dans les Virages en septembre et octobre 1989. A la recherche du Gourou qui lui seul procédera au jugement dernier » (RTS Archives 2020).

<sup>53</sup> « Les aventures de Domestos, ordinateur super puissant, et de son maître dont les exigences sont loin d'être faciles » (RTS Archives 2020).



En reprenant le design des accroches Couleur3, nous pouvons imaginer un intitulé « Archives » dans ce menu. Cependant, comme, pour l'instant, il y a peu de textes sur les différentes vignettes des playlists, nous suggérons de développer une partie textuelle afin de donner des informations à l'auditeur sur l'émission, son contenu, ses animateurs et la période durant laquelle elle a été émise.

En ce qui concerne les besoins humains : une personne du côté des archives pour opérer la sélection selon l'axe choisi (de concert avec Couleur3) et deux personnes du côté de Couleur3 : une pour le design de la nouvelle vignette et du thème général des archives et une personne du développement Web afin de concrétiser l'aspect technique de la mise en place.

### **8.3.3 Suggestion 2 : News « archives »**

Pour la deuxième suggestion, nous proposons d'ajouter dans « La Place du Village » (le nom du menu d'accueil sur l'application) une *news archive* qui donnerait un coup de projecteur sur une capsule en particulier. Cela mettrait en avant du contenu, avec une périodicité à déterminer, tout en ajoutant un texte descriptif à l'intérieur. Il pourrait être pertinent d'amener l'auditeur à consulter le reste des archives disponibles en le renvoyant aux playlists ou à des dossiers sur le site des archives de la RTS.

Ces news afficheraient aussi des éphémérides pour marquer certains anniversaires (d'événements importants ou de dates-clés dans l'histoire de la chaîne).

Pour les ressources, cette solution est la plus réalisable à court terme. En effet, toute la technologie est déjà en place pour la développer. Le travail consisterait en une sélection d'archives à uploader. Pour ce qui est des besoins humains, il faudrait une personne des archives pour opérer la sélection et créer le texte d'accompagnement et une personne de Couleur3 pour mettre en ligne durant le temps que durera la création de ces news.

### **8.3.4 Suggestion 3 : Questionnaire / quiz**

La troisième suggestion s'inscrit dans le cadre de la réflexion pour améliorer l'interactivité de l'application. Pour ce faire, nous imaginons nous reposer sur la technologie du chatbot qui est en train d'être mise en place par Couleur3. Grâce à cette dernière, nous proposons de développer un questionnaire qui interrogerait l'utilisateur sur : sa date de naissance, ses préférences thématiques ou encore le temps dont il dispose. Ensuite, les réponses apporteraient à la personne concernée une archive en adéquation avec les choix effectués. Par exemple, on pourrait demander la date de naissance de l'utilisateur et l'application lui proposerait une archive de son année de naissance. Pour les personnes « trop vieilles », nées avant 1982, une voix emblématique de la radio tournerait en dérision la problématique et inviterait la personne à « rajeunir ».

Une autre variante consisterait à proposer un quiz, reprenant la forme de DTQ (Dans Ton Quiz), questionnant les internautes sur une archive et son contenu. Nous pouvons ainsi mettre en avant un aspect pédagogique et ludique tout en gardant l'esprit de la radio. L'aspect ludique serait apporté par une *gamification* du procédé. Un système de score avec des points et des classements permettrait de rajouter une dimension propre à l'univers des jeux-vidéos.

En ce qui concerne les ressources, cette suggestion est l'une des plus gourmandes. En effet, il faudrait créer une structure de questionnaire ramenant à des archives définies. Le travail de repérage et de construction de la solution est conséquent. Le développement technique représente aussi un défi majeur pour mettre en place une telle interface, bien que les

personnes s'en chargeant pourraient bénéficier de l'expertise de la RTS et des expériences vécues durant le projet « DTQ ». Pour le chatbot, il est déjà en train d'être développé par les équipes de la radio et notre suggestion permettrait de donner un objectif à cette technologie.

### **8.3.5 Suggestion 4 : section « archives »**

La dernière suggestion pour l'application agglomère les précédentes idées. Il s'agirait de développer un nouveau menu dans « La Place du Village », entièrement dédié aux archives de Couleur3. Ainsi, les différents jeux, playlists et autres activités en lien avec les valorisations ci-dessus seraient centralisés dans l'application et renforcerait sa visibilité.

### **8.3.6 Suggestion graphique**

Pourquoi ne pas développer une identité graphique propre aux archives de la chaîne ? En effet, bien qu'il existe une image de marque « Les archives de la RTS » (cf. annexe 1 : figure 15), celle-ci est peu en phase avec l'esthétique générale de Couleur3 (cf. annexe 1 : figure 16). L'incorporer ainsi à l'application n'irait pas avec l'esprit graphique de Couleur3 et ne respecterait pas la charte graphique.

Nous proposons au mandant de réfléchir à la possibilité d'un logo qui assimilerait l'image Couleur3 avec le logo actuel « Les archives de la RTS ». Cela rendrait ainsi hommage à la spécificité de Couleur3 tout en reliant les contenus archivistiques à D+A.

### **8.3.7 Évaluation**

Pour cette première solution, nous proposons une évaluation axée sur les différentes métriques que donnera l'application :

- Nombre de téléchargements de l'application.
- Nombre de visionnage des archives.
- Fréquentation de la nouvelle playlist.
- Fréquentation des « news archives ».
- Nombre d'utilisation du questionnaire.
- Nombre de questions répondues.
- Retour dans les feedbacks de l'application.

Il peut être intéressant de relever les différentes réponses au questionnaire. Ainsi il sera possible d'avoir une idée de l'état d'esprit des utilisateurs de l'application, en améliorant l'expérience pour qu'elle soit au plus proche de leurs besoins. Le nombre de réponses justes/fausses au quizz serait un bon moyen de tester l'état de la connaissance du fonds par la communauté et pourrait orienter le choix des archives à valoriser.

## **8.4 Deuxième solution : Valorisations pour les 40 ans de la chaîne**

Pour leurs 40 ans en 2022, il est envisageable de mettre en place une valorisation à plus large échelle des contenus détenus dans les archives de Couleur3. Une collaboration avec des acteurs culturels locaux est également souhaitable afin de renforcer le lien avec le tissu social de la région :

- Confronter des animateurs à d'anciennes chroniques.
- Un jeu de pistes au moyen de l'application, à travers la Romandie.
- Un Escape Game.

Dans cette partie, nous n'avons pas proposé de sélections d'archives. En effet, chacune des solutions demandent des archives spécifiques. N'ayant pas développé plus en profondeur ces différentes alternatives, nous ne voulions pas proposer une sélection qui aurait de toute manière été loin de besoins documentaires effectifs de ces valorisations.

#### **8.4.1 Suggestion 5 : Confrontation des animateurs actuels aux émissions du passé**

La première suggestion consiste à sélectionner des archives chocs, mythiques ou d'une personne en particulier puis de « confronter » les animateurs actuels de la chaîne à ces chroniques du passé ou à leurs propres chroniques d'antan. Leurs commentaires/impressions/souvenirs seraient recueillis au micro. Ce serait aussi l'occasion de réinviter des personnes emblématiques au micro de la Trois.

Cette solution nécessiterait, en amont, un travail de sélection des archives sur des critères décidés avec la personne en charge de cette potentielle activité sur Couleur3. Une personne des archives et une personne de la radio permettraient de mettre en place une émission avec des invités : animateurs actuels ou anciens, producteurs, personnalités... Le résultat serait filmé, diffusé sur les ondes puis mis à disposition sur les différentes plateformes numériques des deux services.

#### **8.4.2 Suggestion 6 : jeu de piste « Couleur3 »**

La géolocalisation sur l'application fait partie des projets futurs de développement de l'application. La troisième suggestion propose de créer un jeu de pistes dans la Romandie avec les archives de Couleur3. L'idée serait d'ajouter un QR code sur des affiches historiques (entre autres disponibles dans les couloirs de la RTS) de la radio. Ainsi les personnes jouant au jeu de pistes pourraient scanner le QR code afin de valider l'étape et d'accéder à une archive dans l'application. Nous suggérons une inspiration de titre, rappelant au joueur le contexte particulier de la radio : « 40 ans de Couleur3 : de l'humour, du rock, du sexe et des archives ».

Les indices pour trouver ces affiches, ou des lieux géographiques précis, seraient donnés par des animateurs sous la forme d'énigmes. Ainsi seraient mêlées réalité augmentée, interaction avec l'application et potentielle réunion en communauté autour du jeu.

En complément des affiches, nous pourrions imaginer des énigmes utilisant la géolocalisation. Une fois le participant dans le lieu qu'il pense être la solution, il utilisera la géolocalisation qui lui indiquera s'il a fait le bon choix. Pour les personnes perdues, il faudrait prévoir un moyen de donner des indices.

Le côté ludique pourrait être renforcé par l'indication d'un score pour chaque participant. Les personnes ne demandant pas d'indice et trouvant les réponses rapidement gagneraient plus de points que celles ayant eu besoin de plus de temps/indices. Afin de rendre le projet plus attrayant, nous suggérerons de mettre en place une récompense pour celles et ceux qui arriveraient à résoudre tous les spots du jeu. Par exemple, une adresse et une heure à laquelle les gagnant.e.s sont convié.e.s pour faire une fête à l'occasion des 40 ans de Couleur3.

Cette activité nécessiterait une préparation minutieuse afin de trouver un fil conducteur pour le jeu, des idées d'énigmes, retouches des affiches avant de les disséminer dans la Suisse Romande, sélection d'archives, développement de l'application pour proposer l'utilisation de

la géolocalisation, enregistrements des voix des animateurs pour les différentes activités, organisation de la fête post-jeu.

Les options de géolocalisation ainsi mis en place pourraient être gardées, même une fois l'anniversaire dépassé, pour proposer des balades interactives de lieux romands avec des voix actuelles de Couleur3 et des archives.

### **8.4.3 Suggestion 7 : l'Escape Game Couleur3**

Nous proposons de développer un escape game autour des collections d'archives Couleur3 : Plonger les participants dans les entrailles du monde multicolore de la radio et leur faire revivre les archives sonores sur un scénario original incluant des animateurs et autres personnalités marquantes de Couleur3. Cette idée se base sur l'escape game de Radio France et sur l'expérience menée par Couleur3 à Bruson.

Deux idées de scénarios ont été imaginées pour structurer sa trame narrative :

- Revivre les débuts difficiles de Couleur3.
- Les aventures de Marcel Ripoux.

Le premier scénario proposerait une mise en contexte des débuts difficiles de la chaîne, en plongeant les participants dans une aventure mêlant radio, politique et rock and roll. Bien que le thème, de prime abord, ne semble pas comporter beaucoup d'opportunité pour mettre en avant les archives Couleur3, il permettrait de fournir un cadre à l'exploration des premières années de la radio.

Le deuxième scénario reprend une série d'épisodes de Marcel Ripoux, aventure radiophonique créée par Gérard Mermet et diffusé en 1985. L'auditeur plonge dans un univers noir, teinté d'humour. Le New-York du début du siècle passé : une ambiance jazzy et des verres de whisky dans une lumière tamisée pour démarrer l'enquête. L'homme doit retrouver le meurtrier de Caroline Binjoin. Les joueurs devraient l'aider à résoudre le mystère autour de cet assassinat. Ceci donne une trame et un élément déclencheur pour développer un jeu d'une heure à peu près sous la forme d'un escape game.

Ces deux scénarios peuvent se mêler à l'idée que Couleur3 souhaite développer pour son futur : un container aménagé qui pourrait se déplacer dans les cantons, festivals et autres événements. Il s'inspirerait de ce qui sera proposé durant l'été 2020 dans le village de Bruson (Palp Festival 2020).

Cette valorisation aussi demanderait beaucoup de préparation. Il faudrait développer un scénario cohérent, trouver un espace pour organiser l'Escape Game, effectuer une sélection d'archives selon les besoins du scénario, développer les intrigues que les joueurs devraient démêler, enregistrer les voix des animateurs afin de guider les joueurs dans le jeu. La communication serait aussi essentielle pour faire connaître le concept et inviter les personnes à y participer.

#### 8.4.4 Évaluation

Pour la deuxième solution, les métriques seront un peu différentes de la première méthode d'évaluation. En plus des chiffres que l'on peut tirer de l'application et de son utilisation, nous pouvons surveiller les données suivantes :

- Taux d'audience à l'antenne pour le projet d'émission.
- Nombre de vues sur les réseaux sociaux.
- *Call to action* sur les réseaux sociaux.
- Fréquentation du jeu sur l'application
- Nombre de QR Code rentrés dans l'application.
- Nombre de participant à l'événement.
- Fréquentation de l'Escape Game.

Avec ces différentes métriques, il serait ainsi possible d'avoir une vue d'ensemble de la réussite ou non des différentes opérations de valorisation proposées.

Réunir toutes les données des deux évaluations dans un tableau permettra d'avoir une vision de l'évolution au jour / semaine / mois / année. En évaluant la performance des deux solutions, il sera ainsi possible d'avoir une vision claire de leur efficacité. Cela donnera également matière à réflexion sur les modifications à apporter aux valorisations une fois celles-ci déployées.

### 8.5 Communication autour des deux projets

A la vue des communications très différentes que chacune des valorisations nécessiteraient, nous avons décidé de relever plusieurs moyens qui pourraient être mis en œuvre afin de les promouvoir. Les réseaux sociaux seront les principaux vecteurs. Que ce soit pour les affiches ou les publications online, la charte graphique de Couleu3 devra être respectée : logo pirate, virgule de fin, couleurs préétablies et typographie spécifique.

#### 8.5.1 Première solution

Pour la première solution de valorisation, nous suggérons de créer une campagne sur les réseaux sociaux, avec des posts sur toutes les plateformes que Couleur3 / D+A utilisent. Ainsi, le maximum de personnes susceptibles d'être intéressées par les nouvelles options de l'application pourra être mis au courant. Des accroches et de la publicité sur l'antenne permettrait de faire connaître également le concept à une autre partie du public de la radio.

Nous avons également imaginé mettre en place un sondage sur les réseaux sociaux (en reprenant une des premières idées de valorisation émise dans ce travail) : dans des stories Instagram/Facebook, la communauté serait sollicitée pour savoir quelle archive elle aimerait voir mise en avant. La dernière story intégrerait un *swipe up*<sup>54</sup> amenant la personne sur l'application. Le résultat de ce sondage donnerait un aperçu des nouveautés à la communauté et inviterait les personnes à utiliser l'application.

---

<sup>54</sup> C'est une fonctionnalité Instagram consistant à balayer le pouce de bas en haut sur l'écran de son smartphone, ouvrant ainsi un lien externe sur l'application.

## **8.5.2 Deuxième solution**

Pour ce qui est des 40 ans de la chaîne, nous proposons une campagne de communication plus large, avec les mêmes moyens que cités précédemment mais en y rajoutant une campagne d'affichage dans les rues de la Romandie : nous suggérons de créer des affiches avec des QR code renvoyant à l'application et des publicités pour cette dernière. Comme il faut impérativement renforcer la présence du public sur cette application et développer son audience, une telle campagne serait un bon début pour y parvenir.

Pour l'émission spéciale, des teasers sur les réseaux et des annonces à l'antenne pourront faire connaître le concept aux auditeurs de Couleur3.

Le jeu de piste, avec des pubs pour ce dernier à l'antenne et sur les réseaux sociaux, permettrait d'assurer une visibilité à l'événement. Les affiches à trouver donneraient à la chaîne une présence dans l'espace publique.

Une fois l'escape game construit, une communication autour du projet sera nécessaire pour assurer sa visibilité. S'il est développé dans un container, ce dernier sera également un bon moyen de faire connaître le jeu et de renforcer la marque visuelle de la radio.

## **8.6 Synthèse des solutions**

Ces deux solutions donnent des perspectives au mandat dans la réalisation d'une nouvelle valorisation de ce fonds radiophonique. Nous avons essayé de répondre au mieux aux besoins de Couleur3 tout en respectant les us en vigueur à D+A.

Nous avons mis en exergue la nécessité de travailler avec les différentes parties touchées par une valorisation, pour en proposer deux au plus proche des besoins institutionnels. Collaborer ainsi assure une cohérence dans le projet et pose les bases d'une mise en valeur, en adéquation avec les sensibilités des publics, des entités concernées et de la personne en charge du projet.

Le développement de l'application, par le biais de la mise en valeur de son patrimoine radiophonique, est une tentative de contribution à l'amélioration de son interactivité. La technologie s'avère être un puissant vecteur de valorisation, tout en pouvant favoriser un rapprochement avec les publics.

Le prochain jubilé de la radio est une excellente opportunité de proposer à la communauté un moment de rassemblement, tout en lui permettant de se réappropriier ces contenus historiques. Ce sera également l'occasion de confronter des femmes et des hommes de radio aux vestiges du passé. Permettre à la chaîne de rentrer dans sa cinquième décennie d'existence, tout en mettant en lumière son patrimoine.

## 9. Conclusion

La RTS, et plus particulièrement D+A, propose une large offre de valorisation depuis quelques années afin de mettre en valeur ses collections. Outre la nécessité de répondre aux missions données par la concession, D+A a à cœur de développer ses mises en valeur.

Large est le champ de la valorisation. Nous avons pu remarquer que sa pratique s'inscrivait entièrement dans les fonctions archivistiques. Il a été souligné l'importance de métadonnées bien renseignées pour révéler le potentiel maximum d'un fonds. Le média de la radio est en train de vivre une métamorphose. Des nouvelles formes se développent, en ouvrant des perspectives novatrices en matière de valorisation. La radio s'inscrit dans cette métamorphose, mais présente toujours l'inconvénient de moins déclencher les passions sur les réseaux sociaux. Bien que possédant des particularités propres, qui font d'elle un moyen de communication à part dans le champ médiatique, il faut réussir à les englober dans une stratégie générale et les hybrider pour pouvoir proposer une solution susceptible de remporter l'adhésion des foules.

Les institutions similaires à la RTS disposent d'une pléthore d'outils pour mettre en avant leurs collections : lecteur d'archives online, carte interactive, base de données, projets d'indexation collaborative, mini-jeux et quiz pour éduquer grâce aux documents. En Suisse, nous trouvons également des projets de valorisations à l'image des ciné-concerts de la Médiathèque Valais et des rencontres organisées par Memoriav.

Le contexte de D+A et ses valorisations placent le service dans une bonne posture pour explorer le champ des possibles en ce qui concerne cette mise en valeur. La réflexion étant en constant mouvement, il est un terreau fertile à l'émergence d'idées nouvelles. Les technologies, en particulier l'intelligence artificielle, représentent une opportunité réelle pour traiter la masse documentaire produite par l'institution. Les archives de Couleur3 sont une part non-négligeable de ce patrimoine et leur valorisation est essentielle pour redonner vie à ces émissions mythiques. Néanmoins, des freins ont été mis en évidence :

- Le manque d'indexation des champs thématiques.
- L'incapacité à identifier les musiques commerciales.
- La difficulté de définir et de repérer les contenus sensibles.

Plusieurs moyens ont été proposés pour répondre à ces problématiques : un catalogage rétrospectif, un repérage à la source des musiques commerciales et l'établissement d'une charte à l'interne sur la définition et le traitement des archives sensibles.

Des axes ont été dégagés pour pouvoir aborder le fonds sans traitements documentaires majeurs supplémentaires : par période chronologique, par animateur et par émission.

Nous avons proposé deux solutions comprenant plusieurs valorisations, qui, nous l'espérons, permettront de répondre au besoin d'interactivité de l'application et de renforcer l'approche communautaire. Nous avons imaginé une série de nouvelles fonctionnalités sur le support mobile, permettant à l'auditeur de se plonger dans les archives de diverses manières. Nous avons aussi esquissé plusieurs événements (jeu de piste, escape game et émission spéciale) mêlant monde réel et virtuel pour les 40 ans de la radio, en 2022. Voyager à travers le passé en tissant du lien social, tout en donnant à penser aujourd'hui et demain.

# Bibliographie

Source image de couverture :

SCHWAB, Pascal, 2018. Autocollant Couleur3. *notreHistoire.ch* [en ligne]. 4 janvier 2018. Disponible à l'adresse : <https://notrehistoire.ch/entries/9a8VEojNBnv>.

---

ANDREW NICOLAOU, 2012. Developing the World Service archive prototype. In : *BBC - Research & Development Blog* [en ligne]. 29 novembre 2012. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/blogs/researchanddevelopment/2012/11/developing-the-world-service-a.shtml>.

ATS, 1982a. Dès mercredi, un 3ème programme à la Radio romande. *Feuille d'avis de Vevey* [en ligne]. 18 février 1982. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://SCRIPTORIUM.bcu-lausanne.ch/zoom/225144/view?page=1&p=separate&search=%22Couleur%203%22&hlid=5474889298&tool=search&view=0,2021,3064,1321>.

ATS, 1982b. Un Romand sur deux va être frustré. *24 Heures* [en ligne]. 18 février 1982. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://SCRIPTORIUM.bcu-lausanne.ch/zoom/12140/view?page=2&p=separate&tool=info&view=0,3173,3599,2426>.

ATS, 1999. Radio suisse romande : baisse d'audience en 1998. *la presse Riviera / Chablais* [en ligne]. 18 mars 1999. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://SCRIPTORIUM.bcu-lausanne.ch/zoom/243501/view?page=25&p=separate&tool=info&view=0,313,2349,1285>.

BANDE À PART, 2013. Édition du 5 juillet 2013. *Bande à part* [en ligne]. 5 juillet 2013. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.bandeapart.fm/#/>.

BARATS Christine (dir.), Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales, Paris : Armand Colin, coll. « U Sciences humaines et sociales », 2013, 258 p.

BBC ACADEMY, 2017. The BBC Digital Archive. In : *BBC Academy* [en ligne]. 28 juillet 2017. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/academy/en/articles/art20160929094431988>.

BBC ARCHIVE, 2020a. BBC Archive homepage. In : *BBC Archive* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/archive/>.

BBC ARCHIVE, 2020b. Digital Archive. In : *BBC Archive* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/archive/digital-archive/zbqpwty>.

BBC GENOME, 2020a. Welcome to the BBC Genome Project. In : *Genome BETA - Radio Times 1923 - 2009* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://genome.ch.bbc.co.uk/>.

BBC GENOME, 2020b. Style Guide. In : *Genome BETA Radio Times 1923 - 2009* [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : <https://genome.ch.bbc.co.uk/style-guide>.

BBC RESEARCH & DEVELOPMENT, 2012. KiWi. In : *BBC Research & Development* [en ligne]. 2012. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/rd/projects/kiwi>.



- BBC SOUNDS, 2020. BBC Sounds - Stations. In : *BBC Sounds* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/sounds/stations>.
- BBC WORLD SERVICE ARCHIVE, 2014. The World Service Radio Archive. In : *BBC Research & Development* [en ligne]. 2014. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/rd/projects/worldservice-archive-proto>.
- BBC, 2020a. The BBC Story. In : *BBC* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.com/historyofthebbc/timelines>.
- BBC, 2020b. What is the BBC Programme Explorer? In : Programme Explorer [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : <https://genome.ch.bbc.co.uk/explorer/about>.
- BCUL, [sans date]. Bienvenue sur Scriptorium! In : *Scriptorium* [en ligne]. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://SCRIPTORIUM.bcu-lausanne.ch/page/bienvenue>.
- BERTACCO, Carole, 2013. *La valorisation des archives sonores parlées : projet de mise en valeur de l'émission d'information radiophonique « Escales », réalisée par Jean-Pierre Goretta* [en ligne]. 30 juillet 2013. Genève : Haute école de gestion de Genève. Travail de bachelor. [Consulté le 18 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://doc.rero.ch/record/208857/files/TDB\\_Bertacco\\_Carole.pdf](https://doc.rero.ch/record/208857/files/TDB_Bertacco_Carole.pdf)
- BIBLIOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]. e-Helvetica Access. *admin.ch* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.e-helvetica.nb.admin.ch/>.
- BIBLIOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, 2020. Phonothèque nationale suisse. *admin.ch* [en ligne]. 2 juillet 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.nb.admin.ch/snl/fr/home/ueber-uns/fonoteca.html>.
- BNF, 2010. Qu'est-ce qu'un document audiovisuel ? *BNF - Guide de recherche en bibliothèque (GREBIB)* [en ligne]. 30 septembre 2010. [Consulté le 18 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [http://grebib.bnf.fr/html/docs\\_audiovisuels.html](http://grebib.bnf.fr/html/docs_audiovisuels.html).
- BRITISH LIBRARY BOARD, [sans date]a. Sounds Home. In : *British Library Sounds* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://sounds.bl.uk/>.
- BRITISH LIBRARY BOARD, [sans date]b. Sound maps. In : *British Library Sounds* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://sounds.bl.uk/sound-maps/>.
- BRITISH LIBRARY BOARD, [sans date]c. Abrahams, Ivor (1 of 7). National Life Stories: Artists' Lives. In : *British Library Sounds* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://sounds.bl.uk/Arts-literature-and-performance/Art/021M-C0466X0121XX-0001V0>.
- BRITISH LIBRARY BOARD, [sans date]d. Audio tools. In : *British Library Sounds* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://sounds.bl.uk/Information/Audio-Tools/>.
- BRITISH LIBRARY BOARD, [sans date]e. Sound and moving images from the British Library. In : *British Library Sound and vision blog* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://britishlibrary.typepad.co.uk/sound-and-vision/index.html?\\_ga=2.164825660.2067810195.1595336855-14323469.1592907346](https://britishlibrary.typepad.co.uk/sound-and-vision/index.html?_ga=2.164825660.2067810195.1595336855-14323469.1592907346).
- CARRON, Audrey, 2018. *Le crowdsourcing pour enrichir une plateforme d'archives participatives : notreHistoire.ch* [en ligne]. Carouge : Haute école de gestion de Genève. Travail de bachelor. [Consulté le 9 octobre 2020]. Disponible à l'adresse : <http://doc.rero.ch/record/323627>

CASTILLO, Amenda, 2018. Holocratie, l'utopie qui se passe de chef. *Le Temps* [en ligne]. 5 octobre 2018. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/economie/holocratie-lutopie-se-passe-chef>.

CHARBONNEAU, Normand, 2003. La diffusion. COUTURE, Carol. Les fonctions de l'archivistique contemporaine. Québec : Presse de l'Université du Québec, 1999, pp. 373-428.

CHIQUET, Bernard-Marie, 2016. Entreprises, osez l'holocratie ! *Journal du Net* [en ligne]. 17 octobre 2016. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.journaldunet.com/management/direction-generale/1186639-entreprises-osez-l-holocratie/>.

CINEMA CITYCLUB, 2019. *Le Comptoir suisse : un siècle d'histoire en images* événement Facebook [en ligne]. 10.09.2019. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/events/515338622372995/>

COMMUNICATION RTS, 2012. Couleur 3 : ses 30 glorieuses !. *Rtsr.ch* [en ligne]. 7 mars 2012. [Consulté le 24 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://rtsr.ch/a\\_la\\_une/couleur-3-ses-30-glorieuses/](https://rtsr.ch/a_la_une/couleur-3-ses-30-glorieuses/).

Concession octroyée à SRG SSR (Concession SSR). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [document PDF] [en ligne]. 29 août 2018. Mis à jour le 01.01.2019. [Consulté le 26 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/fr/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Infos%20%C3%BCber%20Programmveranstalter/SRG%20SSR/srg-konzession-2019.pdf.download.pdf/SRG-Konzession\\_FR.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/fr/dokumente/bakom/elektronische_medien/Infos%20%C3%BCber%20Programmveranstalter/SRG%20SSR/srg-konzession-2019.pdf.download.pdf/SRG-Konzession_FR.pdf).

CONRADSSON, Pauline, 2018. Sortir à Paris : on a testé le nouvel escape game de la Maison de la Radio. In : *leparisien.fr* [en ligne]. 7 février 2018. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/sortir-region-parisienne/sortir-a-paris-on-a-teste-le-nouvel-escape-game-de-la-maison-de-la-radio-07-02-2018-7546026.php>.

Constitution fédérale de la Confédération suisse (RS 101). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 18 avril 1999. Mis à jour le 1<sup>er</sup> janvier 2020. [Consulté le 26 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19995395/index.html#a93>.

COULEUR3, 2012. Couleur 3 / 1982 – 2012. *Couleur30* [en ligne]. 2012. [Consulté le 24 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.couleur30.ch/>.

COULEUR3, 2014. Opérations Spéciales - Couleur3. *rts.ch* [en ligne]. 1 décembre 2014. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [www.rts.ch/couleur3/operations-speciales/6347698-dans-ton-quiz.html](http://www.rts.ch/couleur3/operations-speciales/6347698-dans-ton-quiz.html).

COULEUR3, 2015. Dans ton Quiz – l'application musicale de Couleur3 [enregistrement vidéo]. *YouTube* [en ligne]. 04 février 2015. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=M1PzeMukj30>

COULEUR3, 2019. *Charte graphique Couleur3*. Août 2019. Document interne à l'entreprise.

COULEUR3, 2020a. *Festival Couleur3 – Lausanne* événement Facebook [en ligne]. 24.07.2020. [Consulté le 24.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/events/1213776232288217>

COULEUR3, 2020b. Couleur 3. *Google Plays* [en ligne]. 2020. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://play.google.com/store/apps/details?id=ch.couleur3.android&hl=fr>.

- COULEUR3, 2020c. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 28.07.2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/couleur3>
- COULEUR3, 2020d. *Compte Instagram* [en ligne]. Dernière mise à jour le 24 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.instagram.com/couleur3/>
- COULEUR3, 2020d. Playlist Couleur3. In : *Spotify* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://open.spotify.com/playlist/0Ttzn6jc9t1rng6WErP7o1>
- COULEUR3, 2020e. Couleur3. *YouTube* [en ligne]. Dernière mise à jour le 24 juillet 2020. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/c/Couleur3/featured>
- COULEUR3, 2020f. À propos. *YouTube* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/c/Couleur3/about>
- COUTURE, Carol, 1996. Le concept de document d'archives à l'aube du troisième millénaire. *Archives* [en ligne]. Vol. 27, n° 4. pp. 3-19. [Consulté le 18 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [http://www.archivistes.qc.ca/cora/afficheFic.php?fic=vol27\\_4/27-4-couture.pdf](http://www.archivistes.qc.ca/cora/afficheFic.php?fic=vol27_4/27-4-couture.pdf)
- COUTURE, Carol, 1999. *Les fonctions de l'archivistique contemporaine* [en ligne]. Sainte-Foy : Presses universitaires du Québec, 1999. ISBN 978-2-7605-0941-2. Disponible à l'adresse : <https://books.google.ch/books?id=esZJ56LXMOAC&printsec=frontcover&hl=fr#v=onepage&q=fonction&f=false>.
- D+A, [sans date]. *Journée Type* [document Word]. Document interne à l'entreprise.
- D+A, 2020a. *Direction Stratégie & Programmation* [document PDF]. 31 janvier 2020. Document interne à l'entreprise.
- D+A, 2020b. *Cercle d'ancrage – rôle* [document PDF]. 18.06.2020. Document interne à l'entreprise.
- D+A, 2020c. *Offre et valorisation* [document PDF]. 18.06.2020. Document interne à l'entreprise.
- D+A, 2020d. *Conseil de direction RTS* [document PDF]. 12 mars 2020. Document interne à l'entreprise.
- DEPOISIER, Claude, 1982. Il sera une fois Couleur 3. *Radio TV - Je vois tout* [en ligne]. 4 février 1982. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/324547/view?page=51&p=separate&tool=info&view=0,0,2810,3896>.
- DESTRAZ, Pierrick, 2016. La fabuleuse histoire de Couleur 3 racontée aux enfants par Tonton Pierrick - RADIO. *Play RTS* [en ligne]. 1 janvier 2016. [Consulté le 24 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/play/radio/emission/la-fabuleuse-histoire-de-couleur-3-racontee-aux-enfants-par-tonton-pierrick?id=3663427>.
- DROUX, Antoine et ANGEHRN, Olivier, 2019. Appel à contribution pour corriger les bugs de la presse suisse numérisée. *rts.ch* [en ligne]. 26 octobre 2019. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/suisse/10815616-appel-a-contribution-pour-corriger-les-bugs-de-la-presse-suisse-numerisee.html>.
- DUBLIN CORE, 2005. Using Dublin Core™ - The Elements. *DCMI (Dublin Core Metadata Initiative)* [en ligne]. 11 juillet 2005. [Consulté le 19 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.dublincore.org/specifications/dublin-core/usageguide/elements/>.

ÉDITIONS LAROUSSE, [sans date]. Définitions : phonographie. *Larousse.fr* [en ligne]. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/phonographie/60344>.

ENTRÉE DE JEUX, 2019. Présentation. In : *Entrée de jeux* [en ligne]. 2019. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.entree-de-jeux.ch/presentation/>.

EQUOY HUTIN, Séverine et CHAUVIN VILENO, Andrée, 2016. Radio augmentée, radio enrichie. De la transposition des émissions radiophoniques consacrées à l'Histoire sur le web : circulation, altération, transmission. In : *Radiomorphoses* [en ligne]. 2 mai 2016. [Consulté le 19 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.radiomorphoses.fr/index.php/2016/05/02/radio-augmentee-radio-enrichie/>.

EXCHAQUET, Antoine, 1982. Scriptorium. *24 Heures* [en ligne]. 16 janvier 1982. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://SCRIPTORIUM.bcu-lausanne.ch/zoom/12112/view?page=61&p=separate&search=%22Couleur%203%22&hlid=48286008&tool=search&view=1956,2093,3069,1321>.

FLOREY, Paul-André, 2020. Rencontre avec Robert Zufferey, Chandolin, 28 avril 1997. *Médiathèque Valais* [en ligne]. 2020. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://xml.memovs.ch/s012a149p001.xml>

FONSART, 2019. Date My Romandie. *Date My Romandie* [en ligne]. 2019. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://lab.notrehistoire.ch/exp1/>.

FONSART, 2020. À propos. *notreHistoire.ch* [en ligne]. 2020. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://notrehistoire.ch>.

FRANCIS, Élie et QUESNEL, Odile, 2007. Indexation collaborative et folksonomies. *Documentaliste-Sciences de l'Information*. 2007. Vol. Vol. 44, n° 1, p. 58-63. Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-58.htm>

FUTURA TECH, [sans date]. Reconnaissance optique des caractères. In : *Futura* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-reconnaissance-optique-caracteres-11961/>.

GALAUP, Xavier, 2012. Développer la médiation documentaire numérique. *enssib.fr* [en ligne]. 5 mars 2012. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne>.

GAUTHIER, Lionel, 2020. La stratégie numérique de la Médiathèque Valais. *arbido* [en ligne]. 23 juillet 2020. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://arbido.ch/fr/edition-article/2014-1/zur-erschliessung-von-av-medien-le-catalogage-des-m%C3%A9dias-audiovisuels/la-strat%C3%A9gie-num%C3%A9rique-de-la-m%C3%A9diath%C3%A8que-valais-martigny>.

GUANZINI, Pierre, 2019. *Rapport de stage – Partie A* [fichier Microsoft Word]. 6 novembre 2019. Rapport de stage : cours « 795 – stage professionnel », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2018-2019

GUANZINI, Pierre, 2020. *Cahier des charges* [document PDF]. Mars 2020.

Hahling, Héloïse, 2018. *Valorisation des fonds d'archives de la RTS : diffuser les archives en dehors des réseaux sociaux* [en ligne]. 13 juillet 2020. Genève : Haute école de gestion de

Genève. Travail de bachelor. [Consulté le 19 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://doc.rero.ch/record/323630>

HOOG, Emmanuel, 2004. Une mémoire audiovisuelle qui s'estompe en silence. *Le Monde diplomatique* [en ligne]. 1 octobre 2004. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.monde-diplomatique.fr/2004/10/HOOG/11570>.

IASA, 2020. International Association of Sound and Audiovisual Archives. *iasa-web.org* [en ligne]. 2020. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.iasa-web.org/>.

ICI MUSIQUE, [sans date]. ICI Musique. *ICI Musique* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.icimusique.ca>.

INA INSTITUT, [sans date]. Galaxie INA. *Institut.ina.fr* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://institut.ina.fr/mop/mop-fr.html>.

INA INSTITUT, 2018. Notre histoire. *institut.ina.fr* [en ligne]. 2018. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://institut.ina.fr/institut/40-ans-d-innovation/notre-histoire>.

INA INSTITUT, 2020. Ina - Institut National de l'Audiovisuel. *institut.ina.fr* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://institut.ina.fr/>.

INA YOUTUBE, [sans date]. Recherche « INA ». *YouTube* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.youtube.com/results?search\\_query=INA&sp=EglQAg%253D%253D](https://www.youtube.com/results?search_query=INA&sp=EglQAg%253D%253D).

INA, [sans date]a. Accueil. *Fresques.ina.fr* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://fresques.ina.fr/de-gaulle/>.

INA, [sans date]b. Archives Alsace. *Archives Alsace* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://sites.ina.fr/archives-histoire-alsace/focus/chapitre/1>.

INA, [sans date]c. Grands Entretiens Patrimoniaux. *Entretiens.ina.fr* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://entretiens.ina.fr>.

INA, [sans date]d. Ina THEQUE. *inatheque.fr* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.inatheque.fr/>.

INA, 2018a. L'INA éclaire l'actu. *Ina.fr* [en ligne]. 2018. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.ina.fr>.

INA, 2018b. Jeux - Archives vidéo et radio. *Ina.fr* [en ligne]. 2018. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.ina.fr/pages-carrefours/jeux/>.

INA, 2018c. Le Mouv - Archives vidéo et radio Ina.fr. *Ina.fr* [en ligne]. 2018. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.ina.fr/themes/radio-filmee/le-mouv>.

J.-Y.D., 1982. Radio : la SSR annonce la couleur. *L'Illustré* [en ligne]. 24 février 1982. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/196007/view?page=99&p=separate&tool=info&view=0,219,2882,3320>.

JURA & TROIS LACS, [sans date]a. Jeu de rôle « La Chaux-de-Fonds 1904 ». In : *Jura & Trois Lacs* [en ligne]. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.j3l.ch/fr/P34115/jeu-de-role-la-chaux-de-fonds-1904>.



JURA & TROIS LACS, [sans date]b. The Factory Escape Game. In : Jura & Trois Lacs [en ligne]. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.j3l.ch/fr/P47697/the-factory-escape-game>.

KIM, Valérie, 2015. *Les archives et la bibliothèque de Guillaume-Henri Dufour : réflexions sur leur valorisation à la Bibliothèque de Genève* [document PDF]. Genève : Haute école de gestion. Travail de bachelor. [Consulté le 19.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://doc.rero.ch/record/258024?ln=fr>

KOCHER, Eric, 1982. Petit bilan pour une année de grand jeu. *Radio TV* [en ligne]. 28 octobre 1982. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/324559/view?page=55&p=separate&tool=info&view=0,1014,2784,2892>.

LA RÉDACTION JDN, 2019. Holocratie : définition, exemples. *Journal du Net* [en ligne]. 5 février 2019. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1204818-holocratie-definition-exemples/>.

LABÉ, Françoise, 1982. Dernier enfant de la Radio romande : Couleur 3 : c'est parti ! *Tribune de Lausanne - Le Matin* [en ligne]. 25 février 1982. [Consulté le 17 juillet 2020] Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/79700/view?page=3&p=separate&tool=info&view=0,0,3025,2383>.

LAGRANGE, Jean-Jacques, 2012. Mon histoire de la Radio Suisse Romande. *notreHistoire.ch* [en ligne]. 6 septembre 2012. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://notrehistoire.ch/entries/ZxwB6L5QW21>.

LE DEUFF, Olivier, 2006. Folksonomies. *BBF : bulletin des bibliothèques de France* [en ligne]. 1 janvier 2006. [Consulté le 19 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-04-0066-002>.

LE TRANSISTOR, 2012. 17 juin 1997 : naissance difficile pour Le Mouv'. *Le Transistor* [en ligne]. 17 juin 2012. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://le-transistor.net/2012/06/17/17-juin-1997-naissance-difficile-pour-le-mouv%e2%80%99/>.

LES ARCHIVES DE LA RTS 2020. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 26 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/lesarchivesdeLaRTS/>

LES ARCHIVES DE LA RTS, [sans date]a. Les archives de la RTS. *rts.ch* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/>.

LES ARCHIVES DE LA RTS, [sans date]b. Les dossiers. *rts.ch* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/dossiers/>.

LES ARCHIVES DE LA RTS, [sans date]c. Les Grands formats. *rts.ch* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/grands-formats/>.

LES ARCHIVES DE LA RTS, 2019. Samy l'éboueur. *rts.ch* [en ligne]. 16 mai 2019. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/tv/divers/edition-archives/10445750-samy-leboueur.html>.

LES ARCHIVES DE LA RTS, 2020a. Les podcasts de Mille et une archives. *rts.ch* [en ligne]. 2020. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/radio/mille-et-une-archives/podcast/>

LES ARCHIVES DE LA RTS, 2020b. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 26 juillet 2020. [Consulté le 26 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.facebook.com/lesarchivesdeLaRTS/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/lesarchivesdeLaRTS/?ref=page_internal)

Loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV ; RS 784.40). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 24 mars 2006. Mis à jour le 1<sup>er</sup> janvier 2017. [Consulté le 26 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20001794/index.html>.

Loi Fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins (Loi sur le droit d'auteur ; LDA). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 09 octobre 1992. Mis à jour le 1<sup>er</sup> avril 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19920251/>

LORFÈVRE, Luc, 2004. Les dessous de Pure FM. *DH Les Sports +* [en ligne]. 10 mars 2004. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.dhnet.be/medias/television/les-dessous-de-pure-fm-51b7caf8e4b0de6db98e7c0c>.

MAKHLOUF-SHABOU, Basma, 2018a. *Tri des documents non-textuels* [document PDF]. Support de cours : cours « 722-22n Évaluation des archives 1 », Haute école de gestion de Genève, filière Information Documentaire, année académique 2017-2018.

MAKHLOUF-SHABOU, Basma, 2018b. *Cours 2 : Théories et stratégies* [document PDF]. Support de cours : cours « 722-22n Évaluation des archives 1 », Haute école de gestion de Genève, filière Information Documentaire, année académique 2017-2018.

MÉDIATHÈQUE VALAIS, [sans date]a. Missions. *Médiathèque Valais* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.mediathèque.ch/fr/missions-116.html>.

MÉDIATHÈQUE VALAIS, [sans date]b. Patrimoine musical. *Médiathèque Valais* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.mediathèque.ch/fr/patrimoine-musical-90.html>

MÉDIATHÈQUE VALAIS, [sans date]c. Ciné-concert avec les archives audiovisuelles de Martigny. *Médiathèque Valais* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.mediathèque.ch/fr/cine-concert-avec-archives-audiovisuelles-1100.html>.

MÉDIATHÈQUE VALAIS, 2010. Collections audiovisuelles du Valais. *Médiathèque Valais* [en ligne]. 2010. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://archives.memovs.ch/>

MEMORIAV, [sans date]a. Recherche. Memobase [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://memobase.ch/fr>.

MEMORIAV, [sans date]b. A propos de MEMOBASE. *Memobase* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020 a]. Disponible à l'adresse : <http://memobase.ch/fr/memobase>.

MEMORIAV, [sans date]c. MEMOBASE+. *Memobase* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020 b]. Disponible à l'adresse : <http://memobase.ch/fr/memobaseplus>.

MEMORIAV, 2020a. Notre Mission. *Memoriav* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://memoriav.ch/mission/?lang=fr>.

MEMORIAV, 2020b. Histoire. *Memoriav* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://memoriav.ch/memoriav/histoire/?lang=fr>.

- MEMORIAV, 2020c. *Stratégie 2020–2024* [document PDF] [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : [https://memoriav.ch/wp-content/uploads/2020/05/Strategie\\_2020\\_fr.pdf](https://memoriav.ch/wp-content/uploads/2020/05/Strategie_2020_fr.pdf).
- MEMORIAV, 2020d. Activités dans le domaine du son. *Memoriav* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://memoriav.ch/son/activites-son/?lang=fr>.
- MEMORIAV, 2020e. Actualités. *Memoriav* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://memoriav.ch/actualite/?lang=fr>.
- MEMORIAV, 2020f. Projets. *Memoriav* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://memoriav.ch/projets/?lang=fr>.
- MICHEL, Anthony, 2013. Françoise Hiraux, Françoise Mirguet, éd(s), La valorisation des archives. Une mission, des motivations, des modalités, des collaborations. Enjeux et pratiques actuels [en ligne]. Louvain-la-Neuve, Éd. Academia, coll. Publications des archives de l'université catholique de Louvain. In : Questions de communication. 31 août 2013. n° 23, p. 451-452. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8564>
- MOUV', 2018. Mouv' : Écouter la radio en ligne. *Mouv'* [en ligne]. 2018. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.mouv.fr/>.
- MÜLLER, Rudolf, CIRIO Yves, DEGGELLER Kurt, PELLIZZARI Pio, CAVAGLIERI Stefano et FONTANA, Ombretta, 2014. *Son : La sauvegarde de documents sonores* [document PDF] [en ligne]. 2014. Memoriav. Disponible à l'adresse : [https://memoriav.ch/wp-content/uploads/2015/02/Empfehlungen-Ton\\_fr.pdf](https://memoriav.ch/wp-content/uploads/2015/02/Empfehlungen-Ton_fr.pdf).
- NOUGARET, Christine, 2004. Les sources archivistiques : Production organique ou invention de l'archiviste ? *Cairn.Info* [en ligne]. 2004. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.cairn.info/revue-hypotheses-2004-1-page-331.htm>.
- NOUVO RTS 2020. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 27 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/NouvoFR>
- NOUVOFR 2020. *Compte Instagram* [en ligne]. Dernière mise à jour le 28 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.instagram.com/nouvoifr/>
- O'TOOLE, James M., 2000. Schellenberg, Theodore Roosevelt (1903-1970), archiviste. *American National Biography* [en ligne]. février 2000. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.anb.org/view/10.1093/anb/9780198606697.001.0001/anb-9780198606697-e-1401033>.
- Octroi de concession et technique SRG SSR. *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 29 janvier 2020. Mis à jour le 24.06.2020. [Consulté le 26.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/home/elektronische-medien/informationen-ueber-radio-und-fernsehveranstalter/srq-ssr/konzessionierung-und-technik-srq-ssr.html>
- Ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV ; RS 784.401). *Les autorités fédérales de la confédération suisse* [en ligne]. 09 mars 2007. Mis à jour le 1<sup>er</sup> octobre 2018. [Consulté le 26 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20063007/index.html>.
- PALP FESTIVAL, 2020. Radio Bruson. *Palp Festival* [en ligne]. 2020. [Consulté le 24 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://palpfestival.ch/program/archives-radiophoniques/>.



PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]a. À notre sujet. *fonoteca.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/aboutUs/aboutUs\\_fr.htm](https://www.fonoteca.ch/aboutUs/aboutUs_fr.htm).

PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]b. Mandat. *fonoteca.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/aboutUs/mandate\\_fr.htm](https://www.fonoteca.ch/aboutUs/mandate_fr.htm).

PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]c. Patrimoine sonore. *fonoteca.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/aboutUs/audioHeritage\\_fr.htm](https://www.fonoteca.ch/aboutUs/audioHeritage_fr.htm).

PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]d. Nos services. *fonoteca.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/ourOffer/ourOffer\\_fr.htm](https://www.fonoteca.ch/ourOffer/ourOffer_fr.htm).

PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]e. Galerie. *fonoteca.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/gallery/gallery\\_fr.htm](https://www.fonoteca.ch/gallery/gallery_fr.htm).

PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]f. Recherche simple. *fonoteca.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/ourOffer/dbSimpleSearch\\_fr.htm](https://www.fonoteca.ch/ourOffer/dbSimpleSearch_fr.htm).

PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]g. Catalogue : Détail. *fonoteca.ch* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/cgi-bin/oecgi4.exe/inet\\_fnbasedetail?REC\\_ID=164431.011&LNG\\_ID=FRA](https://www.fonoteca.ch/cgi-bin/oecgi4.exe/inet_fnbasedetail?REC_ID=164431.011&LNG_ID=FRA).

PHONOTHÈQUE NATIONALE SUISSE, [sans date]h. Raising the Q-bar. *fonoteca.ch* [en ligne]. Disponible à l'adresse : [https://www.fonoteca.ch/gallery/raisingTheQ-bar\\_fr.htm](https://www.fonoteca.ch/gallery/raisingTheQ-bar_fr.htm).

PIAF, 2015. Glossaire Collectif PIAF. *Portail International Archivistique Francophone* [en ligne]. 31 octobre 2015. [Consulté le 18 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [http://www.piaf-archives.org/sites/default/files/bulk\\_media/glossaire/co/glossaire\\_web.html](http://www.piaf-archives.org/sites/default/files/bulk_media/glossaire/co/glossaire_web.html).

PRÉPOSÉ FÉDÉRAL À LA PROTECTION DES DONNÉES ET À LA TRANSPARENCE (PFPDT), [sans date]. Explications sur le droit à l'oubli. *admin.ch* [en ligne]. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/fr/home/datenschutz/Internet\\_und\\_Computer/erlaeuterungen-zum-recht-auf-vergessen.html](https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/fr/home/datenschutz/Internet_und_Computer/erlaeuterungen-zum-recht-auf-vergessen.html).

QUEBEC, 1984. Loi du Québec du 1er janvier 1984 sur les archives (= L.R.Q., c. A-21.1) (Etat le 1<sup>er</sup> avril 2020) [en ligne]. 1er janvier 1984. [Consulté le 18 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/A-21.1>

QUINCHE, Florence et VULIC, Ana, 2020. Gamifier les savoirs pour favoriser l'accès à la culture? Des exemples en contexte muséal [enregistrement vidéo]. In : *YouTube* [en ligne]. 22 juillet 2020. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=1zPm9tUsavM>.

RADIO FRANCE, 2020. Mouv'. *Radio France* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.radiofrance.fr/professionnels/regie-publicitaire/mouv>.



RADIO TELEVISION SUISSE (RTS) 2020. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 24 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/rts.ch/>

RADIO-CANADA, [sans date]. Quiz | La politique dans nos archives. In : *Radio-Canada.ca* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://ici.radio-canada.ca/quiz/politique/genies-en-ligne-politique-archives>.

RADIO-CANADA, 2020a. Archives. *Radio-Canada* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://ici.radio-canada.ca/archives>.

RADIO-CANADA, 2020b. Il y a 30 ans s'éteignait le rocker Gerry Boulet. In : *Radio-Canada.ca* [en ligne]. 17 juillet 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1720174/gerry-boulet-deces-biographie-offenbach-rock-archives>.

RADIOTELEVISIONSUISSE 2020. *Compte Instagram* [en ligne]. Dernière mise à jour le 28 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.instagram.com/radiotelevisionsuisse/>

RAIMOND, Yves, LOWIS, Chris, HODGSON, Roderick et TWEED, Jonathan, 2012. Automated semantic tagging of speech audio. In : *Proceedings of the 21st international conference companion on World Wide Web - WWW '12 Companion* [en ligne]. Lyon, France : ACM Press. 2012. p. 405. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2187980.2188060>.

RAUH, Felix, 2016. 20 ans Memoriav : Facteurs de réussite & obstacles. In : *Journée de formation et workshop 2016* [fichier PowerPoint] [en ligne]. Lausanne. 18 novembre 2016. Disponible à l'adresse : [http://memoriav.ch/wp-content/uploads/2016/12/RAUH\\_Felix\\_Facteurs\\_de\\_re%CC%81ussite\\_et\\_obstacles.pdf](http://memoriav.ch/wp-content/uploads/2016/12/RAUH_Felix_Facteurs_de_re%CC%81ussite_et_obstacles.pdf).

REZZONICO, Marielle, 2019. La mine de Grône. *rts.ch* [en ligne]. 10 novembre 2019. [Consulté le 26 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/grands-formats/9074137-la-mine-de-grone.html>.

RICAUD, Pascal et SMATI, Nozha, 2016. Numérisation de la radio : pratiques et perspectives. In : *Radiomorphoses* [en ligne]. 7 juin 2016. [Consulté le 19 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.radiomorphoses.fr/index.php/2016/06/07/introduction-au-dossier/>.

ROUYER, Mathilde et BIRO, Sylvia. *L'ouverture au public des archives sonores de type parlé d'institutions de service public : comment mettre en valeur son patrimoine*. CESID, travail de diplôme réalisé en vue de l'obtention du diplôme universitaire de formation continue en information documentaire, 2009.

RTBF, 2020a. 2002 : Mise en place du Plan Magellan. *RTBF Entreprises* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://www.rtbf.be/entreprise/article\\_2002-mise-en-place-du-plan-magellan?id=3577](https://www.rtbf.be/entreprise/article_2002-mise-en-place-du-plan-magellan?id=3577).

RTBF, 2020b. Pure. *Pure* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rtbf.be/pure/>.

RTBF, 2020c. Notre histoire. *RTBF Entreprises* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rtbf.be/entreprise/a-propos/histoire>.

RTS – Radio Télévision Suisse 2020. *Compte LinkedIn* [en ligne]. Dernière mise à jour le 22 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.linkedin.com/company/radiotelevisionsuisse/>

RTS ARCHIVES, 2020. Page d'accueil des archives sonores. *RTS Archives Audio* [en ligne] [intranet]. 2020. [Consulté le 27 juillet 2020]. Pages web internes à l'entreprise.

RTS CULTURE 2020. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 27 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/RTSCulture.ch/>

RTS SPORT 2020. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 28 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/RTSport.ch/>

RTS, [sans date]a. Qu'est-ce que la RTS ?. *rts.ch* [en ligne]. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/entreprise/a-propos/8969475-questce-que-la-rts.html>.

RTS, [sans date]b. « Une histoire de la Radio Télévision Suisse ». « Une histoire de la Radio Télévision Suisse » [en ligne]. [Consulté le 9 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rtsentreprise.ch/une-histoire/>

RTS, [sans date]c. Play RTS. *Play RTS* [en ligne]. [Consulté le 9 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/play/radio>

RTS, [sans date]d. Programmes Option Musique. *rts.ch* [en ligne]. [Consulté le 9 juillet 2020 b]. Disponible à l'adresse : [//programmeradio.rts.ch/option-musique/](http://programmeradio.rts.ch/option-musique/)

RTS, [sans date]e. Radio Télévision Suisse. *rts.ch* [en ligne]. [Consulté le 9 juillet 2020 c]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/>

RTS, [sans date]f. Nos quiz. *rts.ch* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/decouverte/jeux-et-quiz/>

RTS, [sans date]g. RTS Radio Télévision Suisse. *Apple Podcast* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020 b]. Disponible à l'adresse : <https://podcasts.apple.com/fr/artist/rts-radio-t%C3%A9l%C3%A9vision-suisse/174906153>.

RTS, [sans date]h. All Podcasts for « RTS ». *Spotify* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://open.spotify.com/search/RTS/shows>.

RTS, [sans date]i. De Couleur3 à Couleur30. *rts.ch* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/dossiers/3797664-de-couleur-3-a-couleur-30.html>

RTS, 2014. Le nouveau site RTSarchives. *rts.ch* [en ligne]. 15 juin 2014. Dernières modifications le 15 janvier 2018. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/archives/5919889-le-nouveau-site-rtsarchives.html>

RTSARCHIVES 2020. *Compte Instagram* [en ligne]. Dernière mise à jour le 27 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.instagram.com/rtsarchives/>

RTSINFO 2020a. *Compte Facebook* [en ligne]. Dernière mise à jour le 28 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.facebook.com/RTSinfo/>

RTSINFO 2020b. *Compte Instagram* [en ligne]. Dernière mise à jour le 28 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.instagram.com/rtsinfo/>

RTSSPORT 2020. *Compte Instagram* [en ligne]. Dernière mise à jour le 27 juillet 2020. [Consulté le 28.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.instagram.com/rtsport/>

SALVADÉ, Vincent, 2020. Œuvres orphelines. *SUISAblog.ch* [en ligne]. 2020. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://blog.suisa.ch/fr/tag/oeuvres-orphelines/>.

SANUY, Frédéric, 2020. Indexer les documents multimédias. In : *Archimag : Guide pratique*. avril 2020. Vol. 66.

SANZ, Didier, 2017. Qu'est-ce qu'un chatbot? *Le Figaro.fr* [en ligne]. 8 juin 2017. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/pratique/2017/06/08/32002-20170608ARTFIG00180-qu-est-ce-qu-un-chatbot.php>.

SCHADE, Edzard, 2015a. Radio. *hls-dhs-dss.ch* [en ligne]. 29 janvier 2015. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://hls-dhs-dss.ch/articles/010481/2015-01-29/>.

SCHADE, Edzard, 2015b. Radio – 2. L'époque des pionniers. *hls-dhs-dss.ch* [en ligne]. 29 janvier 2015. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://hls-dhs-dss.ch/articles/010481/2015-01-29/#HL27E9poquedespionniers>

SCHADE, Edzard, 2015c. Radio – 3. L'âge d'or des émetteurs nationaux. *hls-dhs-dss.ch* [en ligne]. 29 janvier 2015. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://hls-dhs-dss.ch/articles/010481/2015-01-29/#HL27E2ged27ordesE9metteursnationaux>

SCHADE, Edzard, 2015d. Radio – 4. La radio, média d'accompagnement. *hls-dhs-dss.ch* [en ligne]. 29 janvier 2015. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://hls-dhs-dss.ch/articles/010481/2015-01-29/#HLaradio2CmE9diad27accompagnement>

SCHADE, Edzard, 2015e. Radio – 5. Essor des radios locales et commerciales. *hls-dhs-dss.ch* [en ligne]. 29 janvier 2015. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://hls-dhs-dss.ch/articles/010481/2015-01-29/#HEssordesradioslocalesetcommerciales>

SCHELLENBERG, Theodore, 1956. *Modern Archives : principles and techniques*. Chicago : The University of Chicago Press.

SCHWAB, Pascal, 2011. Affiche Liste Noire. *notreHistoire.ch* [en ligne]. 1 août 2011. Disponible à l'adresse : <https://notrehistoire.ch/entries/p0z8bG4GWn2>.

Seriot, Vincent, 2020. *Charte contenus sensibles* [message électronique]. 24 juin 2020.

SOCIÉTÉ RADIO-CANADA, 2008. Les Archives de Radio-Canada. In : *Les Archives de Radio-Canada* [en ligne]. 2008. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [http://archives.radio-canada.ca/?site\\_original=1](http://archives.radio-canada.ca/?site_original=1).

SOCIÉTÉ RADIO-CANADA, 2013. Fermeture de Bande à part. *Radio-Canada : Arts* [en ligne]. 7 mai 2013. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/612683/bandeapart-fermeture-espacemu>.

SOCIÉTÉ RADIO-CANADA, 2018. Bande à part, une aventure partie d'une petite annonce. *Radio-Canada* [en ligne]. 9 juillet 2018. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://ici.radio-canada.ca/premiere/emissions/nouvelle-vague/segments/entrevue/79160/bande-a-part-musique-emergente-pogonat-landry-desfosses-courteau>.

SOCIÉTÉ RADIO-CANADA, 2020. Services Mobiles (Applications iOS). *Radio-Canada.ca* [en ligne]. 2020. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : [https://ici.radio-canada.ca/mesabonnements/mobile/services\\_mobiles/](https://ici.radio-canada.ca/mesabonnements/mobile/services_mobiles/).

- SOCIÉTÉ SUISSE DES AUTEURS, [sans date]. Le droit d'auteur. *ssa.ch* [en ligne]. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://ssa.ch/fr/portrait/le-droit-d-auteur/>.
- SONUMA, 2018. *Wikipédia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 20 novembre 2018 à 14:49. [Consulté le 3 septembre 2020]. Disponible à l'adresse : <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Sonuma>
- SONUMA, 2020a. A propos de la SONUMA. *SONUMA : Les archives audiovisuelles* [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : <https://www.sonuma.be/about>.
- SONUMA, 2020b. Home Page. *SONUMA : Les archives audiovisuelles* [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : <https://www.sonuma.be/homepage>.
- SONUMA, 2020c. A propos de ce site. *SONUMA : Les archives audiovisuelles* [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : <https://www.sonuma.be/about-platform>.
- SONUMA, 2020d. Connexion. *SONUMA* [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : <https://www.sonuma.be/connexion>.
- STÉPHAN, Lena, 2013. *Les archives sonores : conservation et valorisation du patrimoine oral* [en ligne]. septembre 2013. S.l. : s.n. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/64110-les-archives-sonores-conservation-et-valorisation-du-patrimoine-oral.pdf>.
- STIVJE, Sanne, 2020. Transmissions de savoirs et de compétences grâce au jeu de rôle [enregistrement vidéo]. *YouTube* [en ligne]. 22 juillet 2020. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=OK8Vdeq9D0g>.
- STOUDMANN, Élisabeth, 2012. *Couleur 3 : 1982 - 2012*. Suisse : Glénat. 215 p. ISBN 978-2-9404-4628-5.
- SUILLOT, Josette, 2020. *Terminologie statuts de montage* [message électronique]. 24 juin 2020. Josette Suillot est documentaliste à la radio RTS en charge du catalogage rétrospectif.
- TAILLENS, Marie-Claude, 1999. Bienvenue à la radio de salon. Le matin - Lausanne [en ligne]. 2 mai 1999. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://SCRIPTORIUM.bcu-lausanne.ch/zoom/124813/view?page=2&p=separate&search=%22Couleur%203%22&hlid=3378686925&tool=search&view=484,19,3136,5521>.
- TEXIER, Bruno, 2017. Documentation 2017 – Arkhênum présente ses solutions de numérisation patrimoniale. *Archimag* [en ligne]. 29 mars 2017. [Consulté le 19 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.archimag.com/archives-patrimoine/2017/03/29/documentation-2017-arkh%C3%A9num-pr%C3%A9sente-solutions-num%C3%A9risation-patrimoniale>.
- TEXIER, Bruno, 2020. Citoyens, rejoignez les bataillons de l'indexation collaborative ! *Archimag : Guide pratique*. avril 2020. Vol. 66.
- THÉVOZ, Louise-Anne et DRUEY, Guy, 2017. Perspectives de valorisation des fonds d'archives sonores et audiovisuelles de la RTS pour le jeune public sur les réseaux sociaux [en ligne]. Genève : Haute école de Gestion. Travail de Bachelor. [Consulté le 21.07.2020]. Disponible à l'adresse : <https://doc.rero.ch/record/306484>.
- TOTEMI, [sans date]. Totemi. *Totemi.ch* [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://totemi.ch/>.



TV8, 1999. Fin de Couleur 3 en France. *TV8* [en ligne]. 25 février 1999. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/321738/view?page=68&p=separate&tool=info&view=0,0,2178,1581>.

UNESCO, 2003. Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. *unesco.org* [en ligne]. 17 octobre 2003. [Consulté le 28 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://ich.unesco.org/fr/convention>.

WARREN, Pete, 2012. Developing the World Service archive prototype: UX. In : *BBC - Research and Development* [en ligne]. 29 novembre 2012. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/blogs/researchanddevelopment/2012/11/developing-the-world-service-a-1.shtml>.

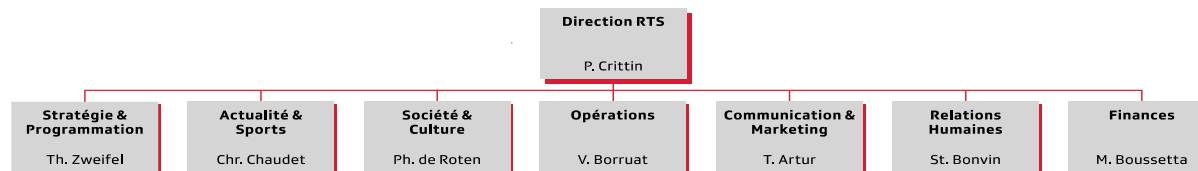
WORD ART, 2020. Home. *WordArt.com* [en ligne]. 2020. [Consulté le 27 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://wordart.com/>.

# Annexe 1 : Figures

Figure 2 : Organigramme RTS



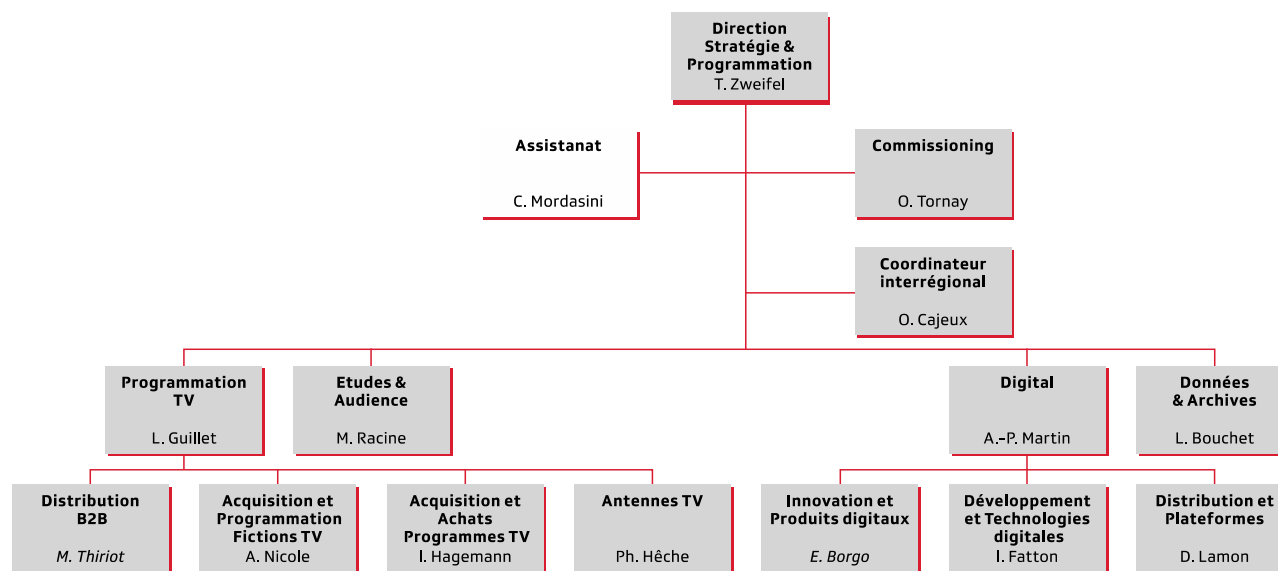
Conseil de Direction RTS



(D+A, 2020d)

Figure 3 : organigramme "Stratégie et Programmation"

*en italique : Responsable de secteur*



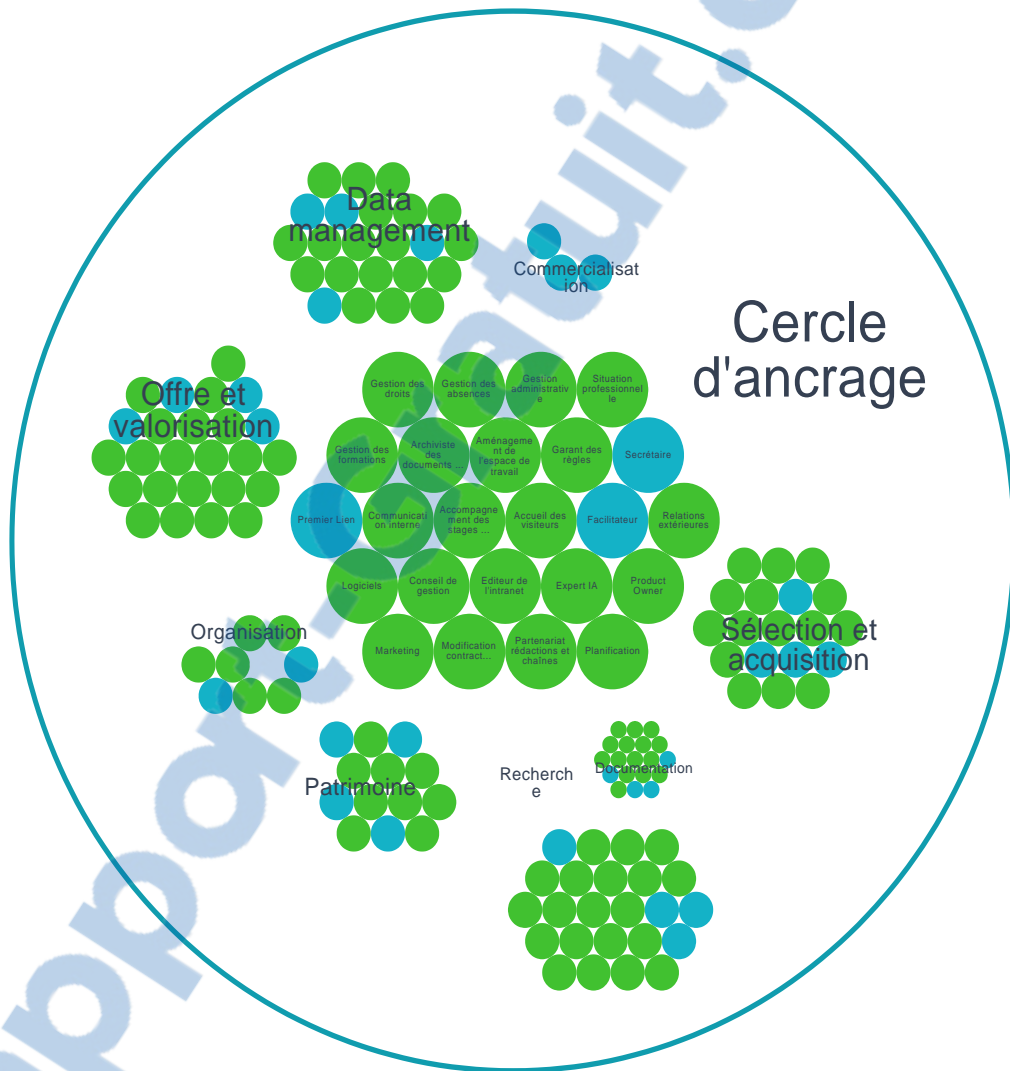
(D+A 2020a)



Figure 4 : Cercle d'ancrage D+A

# Cercle d'ancrage

Cercle d'ancrage



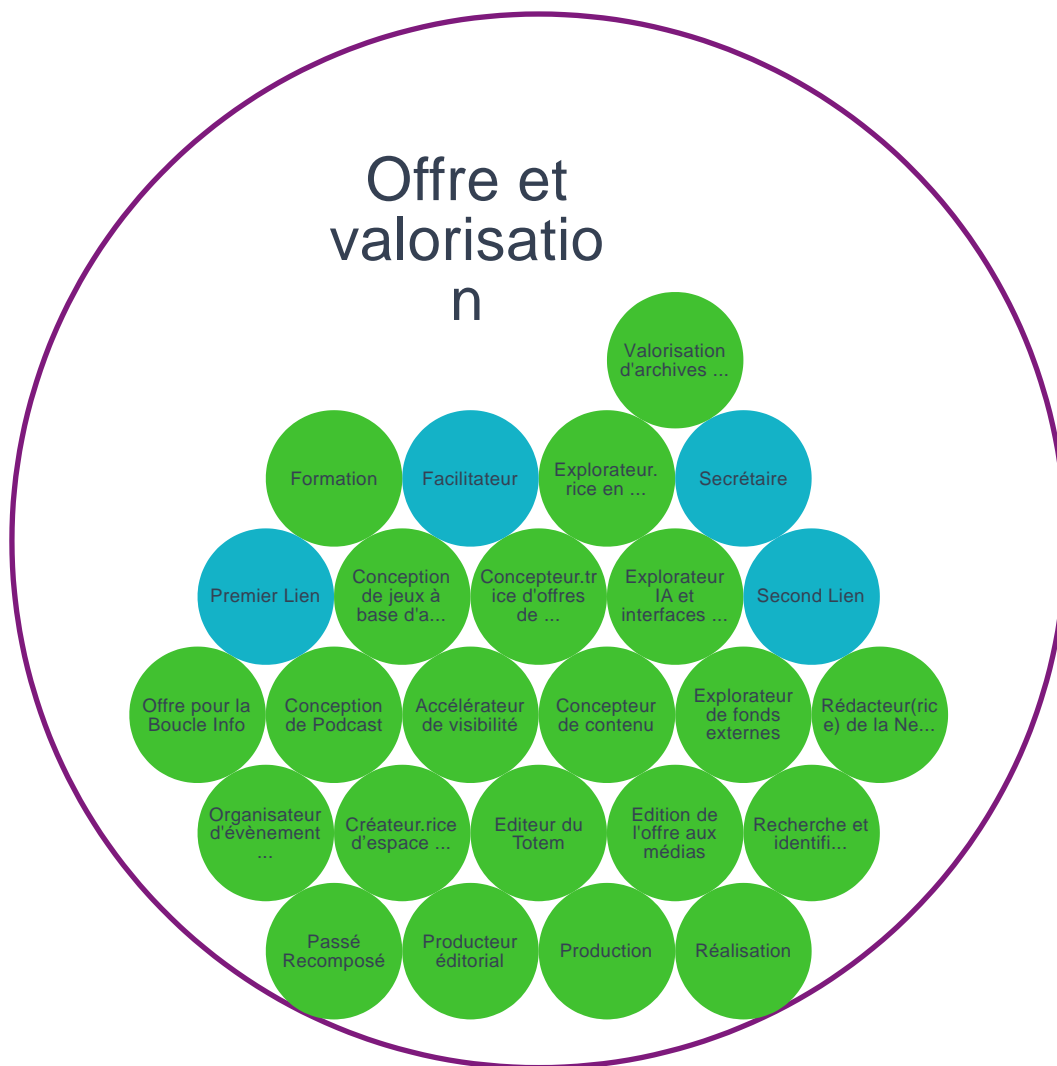
(D+A 2020b)

Figure 5 : Cercle "Offre et valorisation"

# Offre et valorisation



Cercle d'ancrage / Offre et valorisation



(D+A 2020c)

Figure 6 : SSR en Suisse

**SRG SSR**

**Radio**



- Studios principaux
- Studios/bureaux régionaux

**SRF**

**Radio**



**Télévision**



**y compris**  
Teletext, HbbTV

**Médias en ligne**  
www.srf.ch, Play SRF,  
Apps, Podcasts, médias sociaux

**RTS**

**Radio**



**Télévision**



**y compris**  
Teletext, HbbTV

**Médias en ligne**  
www.rts.ch, Play RTS,  
Apps, Podcasts, Médias sociaux

**RSI**

**Radio**



**Télévision**



**y compris**  
Teletext, HbbTV

**Médias en ligne**  
www.rsi.ch, Play RSI,  
Apps, Podcasts, Médias sociaux

**SWI**

**SWI** swissinfo.ch

**Langues**

Anglais, Allemand,  
Français, Italien, Espagnol,  
Portugais, Japonais, Arabe,  
Chinois, Russe

**Médias en ligne**

www.swissinfo.ch,  
www.tvsvizzera.it,  
Play SWI, Apps,  
Podcasts,  
Médias sociaux

**RTR**

**Radio**



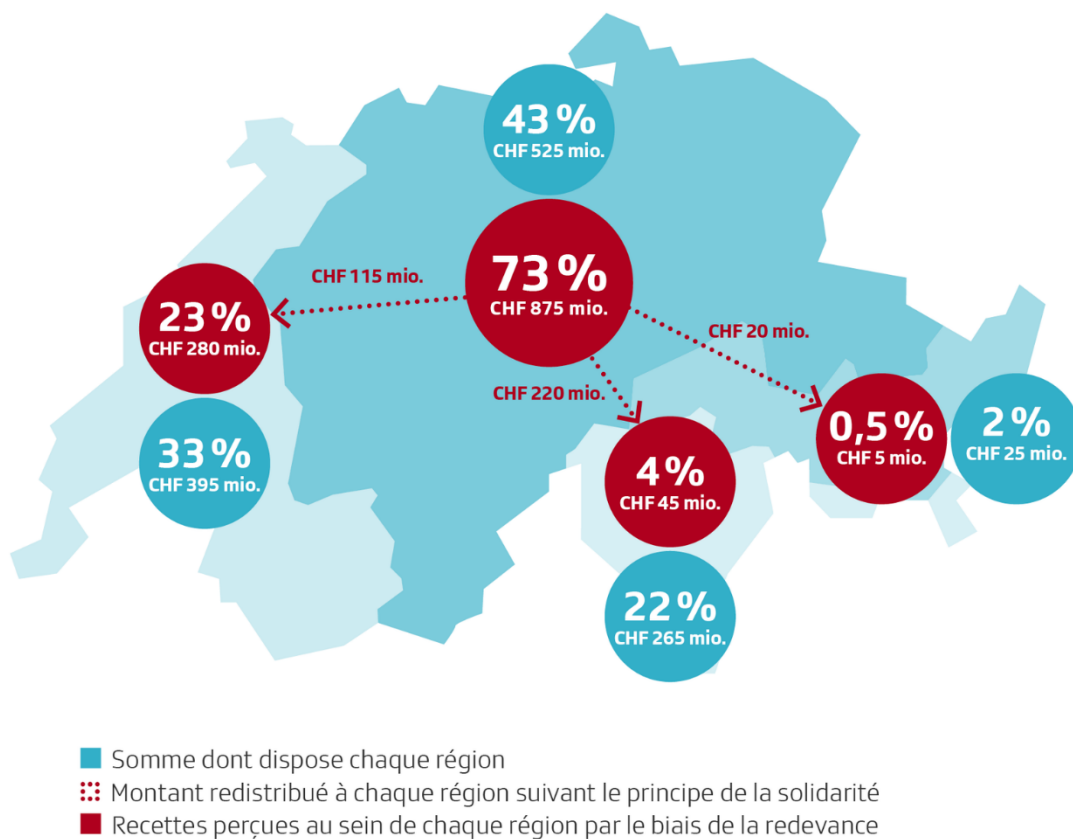
**Télévision**



**Médias en ligne**  
www.rtr.ch, Play RTR,  
Apps, Podcasts,  
Médias sociaux

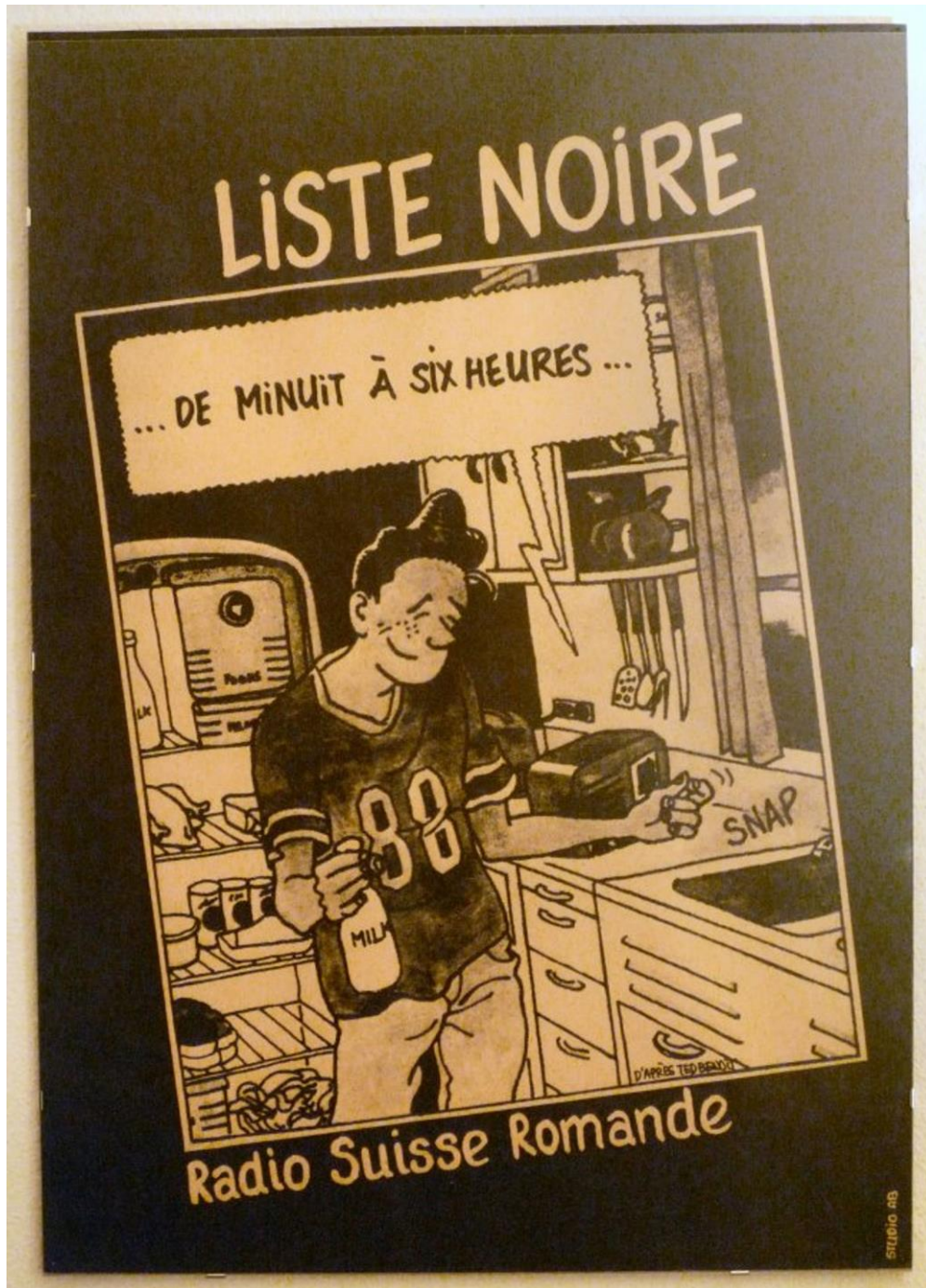
(RTS [sans date]a)

Figure 7 : Carte des répartitions budgétaires RTS



(RTS [sans date]a)

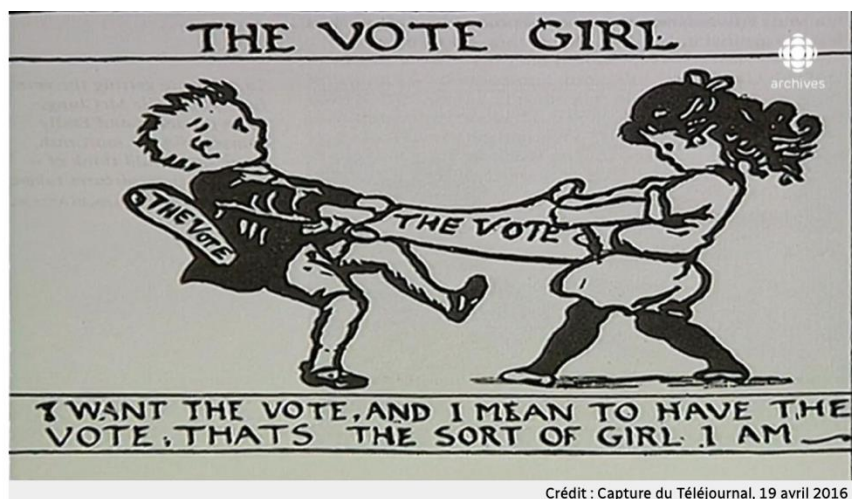
Figure 8 : Affiche Liste Noire



(Schwab 2011)



Figure 9 : Quizz Radio-Canada



Quelle province canadienne a été la première à accorder le droit de vote aux femmes?

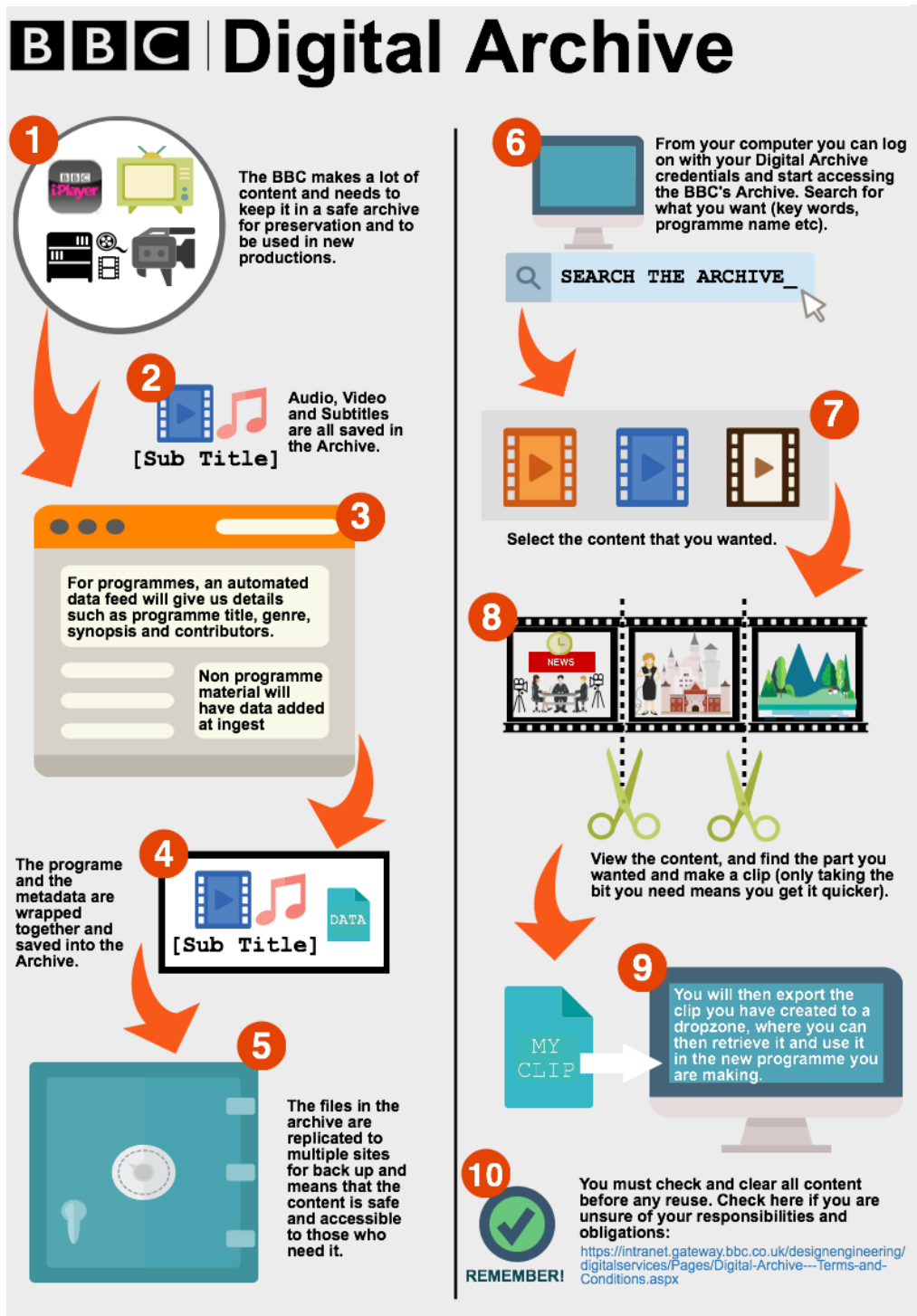
- Québec
- Nouveau-Brunswick
- Manitoba



Le 28 janvier 1916, le projet de loi sur le suffrage féminin est adopté par le Parlement manitobain. Le Manitoba devient ainsi la première province au Canada à accorder le droit de vote aux femmes. Deux ans plus tard, le 24 mai 1918, les femmes âgées de 21 ans et plus peuvent désormais voter aux élections fédérales canadiennes. Ce n'est qu'en 1940 que le Québec accorde de droit de vote aux femmes. Pour en savoir plus : [100 ans de droit de vote pour les Canadiennes](#).

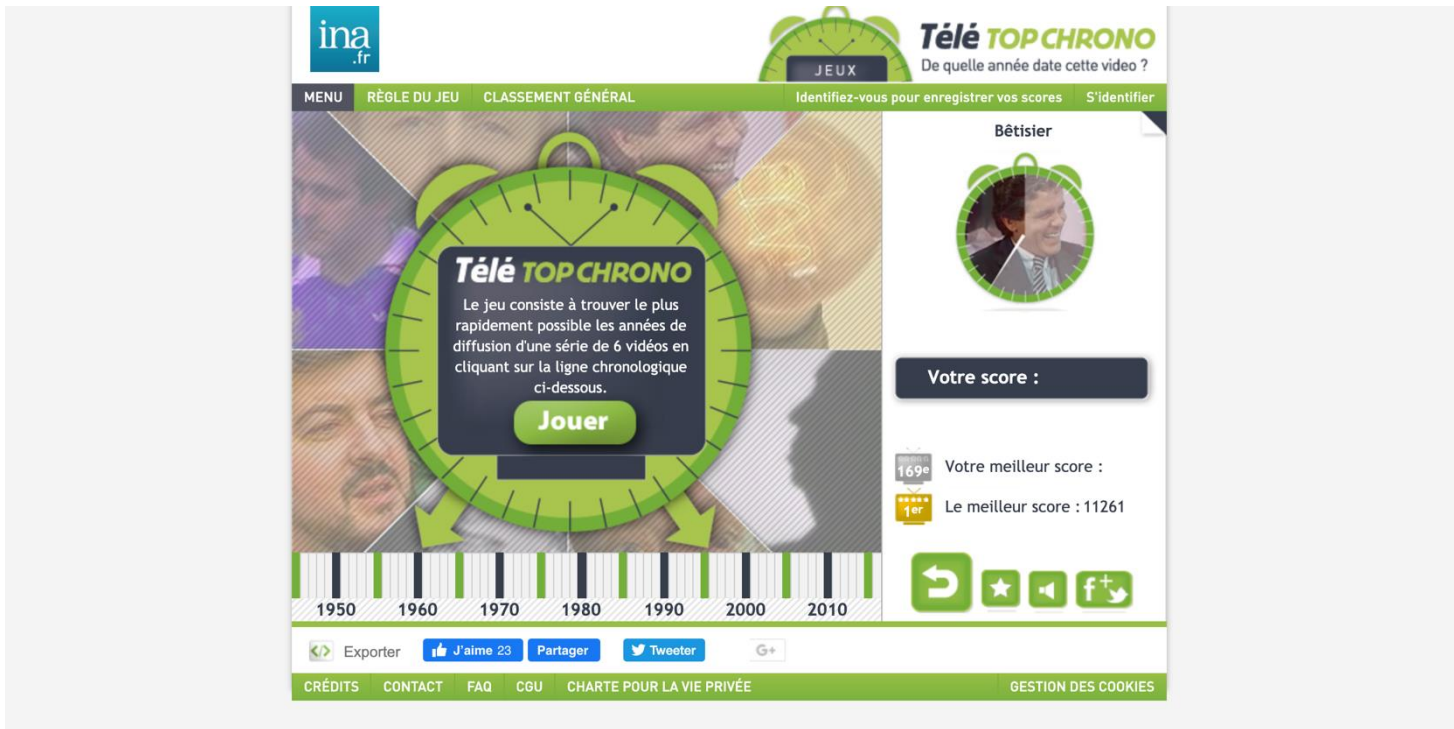
(Radio-Canada [sans date])

Figure 10 : Infographie "Digital Archive"



(BBC Academy 2017)

Figure 11 : Télé Top Chrono de l'INA



(INA 2018b)

Figure 12 : Ancien site "Bande à Part"



(Bande à part 2013)



## Figure 13 : Grands formats RTS

Grands formats Modifié le 11 novembre 2019 à 11:23



### La mine de Grône



Les bâtiments de la mine de Grône en 1982. [RTS]

**Un carnet de commandes vide... La mine de charbon de Grône en Valais ferme brutalement le 11 novembre 1957.**

Ce jour de novembre 1957, sans préavis, 80 ouvriers travaillant dans cette mine de charbon anthraciteux trouvent baraquements clos.

Exploitée plus ou moins activement durant un siècle entre 1858 et 1957, la mine de Grône s'étend sur deux gisements Grône I et Grône II. Ces mines ont connu un essor après la première guerre mondiale, époque où le combustible était rare en Europe: dès 1920, la mine de Grône occupe l'une des premières places de la production du charbon en Valais.

Au milieu des années 40, l'entrepreneur montheysan Joseph Dionisotti en confie l'exploitation au jeune Maurice Métrailler-Gaillard. Interviewé dans *Chemins de Terre* en 1998, le Valaisan raconte ce moment et se remémore l'instant de la découverte d'un nouveau filon.



Une vie de mineur / Chemins de terre / 29 min. / le 6 juin 1998

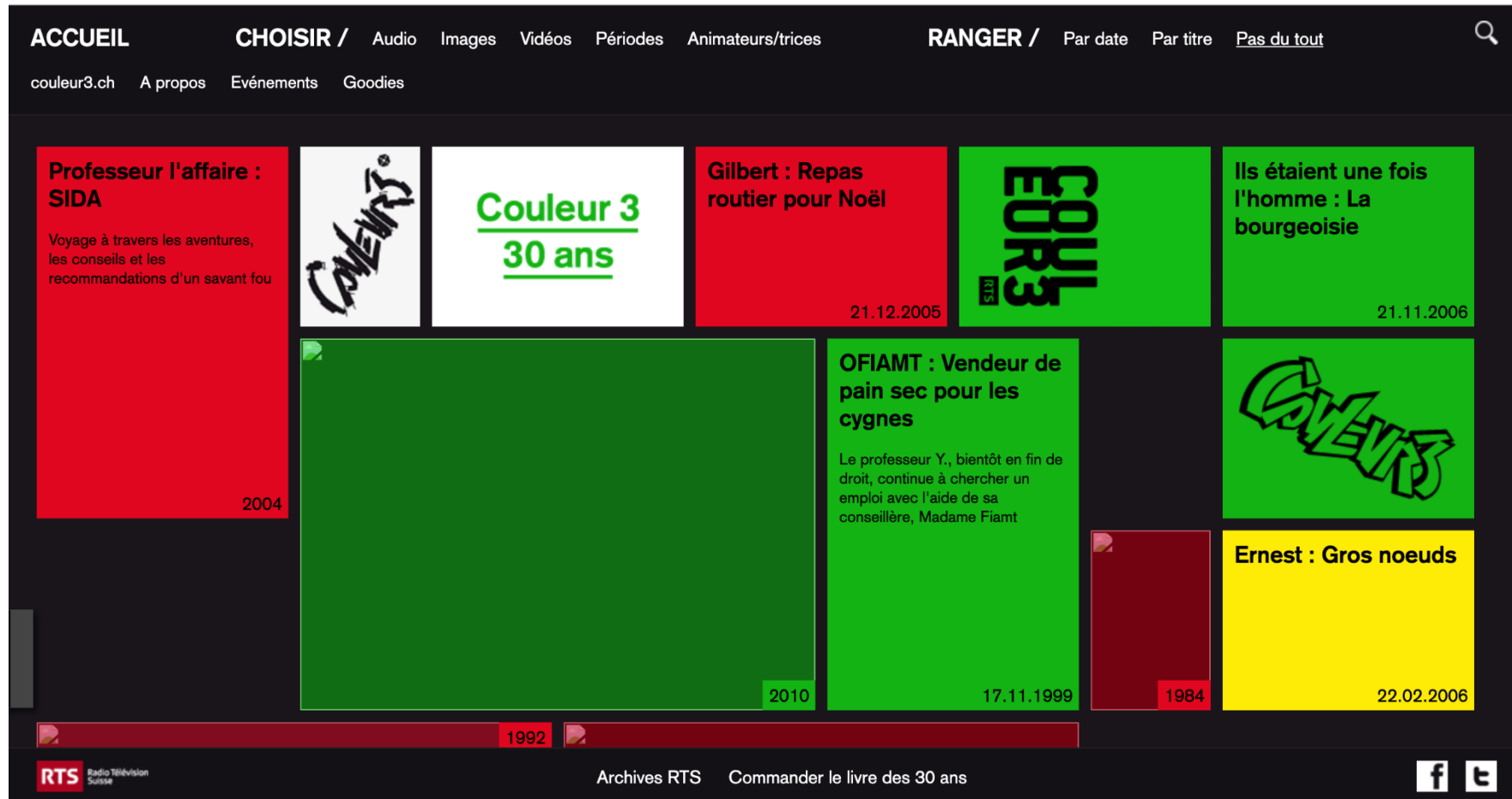
(Source photo: mineurs à Grône dans les années 20, DR)

En 1982, vingt-cinq ans après la fermeture du Grône I, on parle de rouvrir les sites: le *Télé Journal* revient alors sur l'histoire de cette mine dans un sujet malheureusement en grande partie muet. L'usine de fabrication de briquettes et de boulets construite en 1924 pour favoriser la vente des poussières de charbon est toujours debout et sa cheminée marque encore le paysage valaisan. Un ancien mineur atteint de silicose y a laissé sa santé, il témoigne.



(Rezzonico 2019)

Figure 14 : Site Couleur30



(Couleur3 2012)

Figure 15 : Logo "Les archives de la RTS"



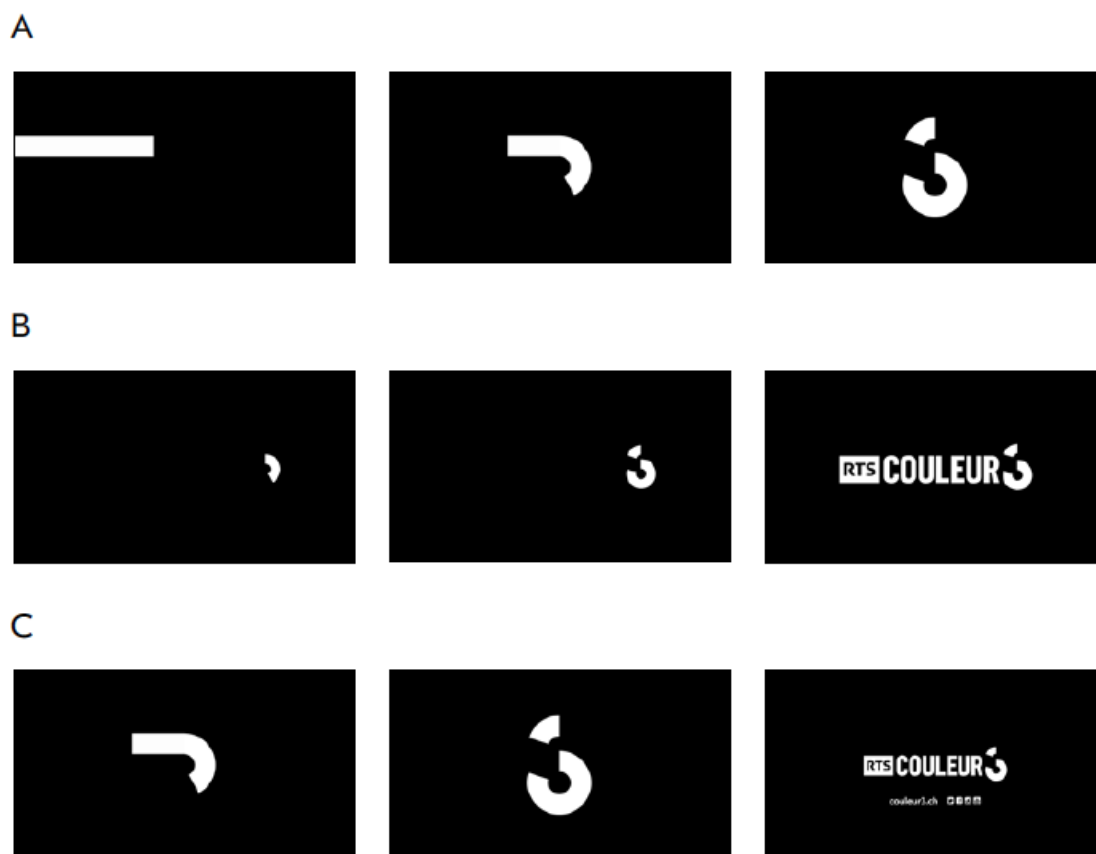
(Les archives de la RTS 2020b)

Figure 16 : Exemple de logo Couleur3



(Couleur3 2019)

Figure 17 : Variantes des virgules de fin Couleur3



(Couleur3 2019)

## Annexe 2 : Métadonnées Dublin Core

### Métadonnées simples :

1. Titre
  - a. Permet de nommer et de connaître le nom donné à une ressource
2. Matière
  - a. Permet d'identifier le contenu de la ressource, sous la forme de mot-clé ou de phrases descriptives. Cette partie est issue d'un vocabulaire contrôlé.
3. Description
  - a. Permet d'identifier précisément le contenu d'une ressource au moyen d'un résumé, d'une table des matières ou d'une référence graphique. Le texte est libre.
4. Type
  - a. Permet de décrire le type de ressource : son, texte, image, graphique, etc. Il est recommandé que cette liste soit issue d'un vocabulaire contrôlé.
5. Source
  - a. Permet de lier la ressource à une ressource-mère dont elle serait tirée.
6. Relation
  - a. Permet de lier le document à une autre ressource en lien avec celui-ci.
7. Couverture
  - a. Permet de situer la ressource dans l'espace et le temps. Il est conseillé de se référer à un vocabulaire contrôlé.
8. Créateur
  - a. Permet d'identifier le créateur de la ressource. Il peut se référer à une personne morale ou physique.
9. Éditeur
  - a. Permet d'identifier la personne (morale ou physique) qui a permis de publier et de diffuser la ressource.
10. Contributeur
  - a. Permet d'identifier la personne (morale ou physique) qui a contribué à l'élaboration de la ressource sans pour autant en être l'auteur principal.
11. Droits
  - a. Permet de signaler les droits relatifs à la ressource : droit d'auteurs, copyrights, restriction d'utilisation, etc.
12. Date
  - a. Permet d'identifier une date en rapport avec la ressource. Elle pourra être celle de la création ou de la modification de la ressource par exemple.
13. Format
  - a. Permet de renseigner sur le format utilisé pour conserver la ressource. La mention de la taille et de la durée est également possible.
14. N° d'identifiant
  - a. Permet de donner un code de référence unique à la ressource, qui permettra de mieux la retrouver dans l'espace documentaire.
15. Langue
  - a. Permet d'identifier la langue utilisée dans la ressource.

### Métadonnées Qualifiées :

1. Audience
  - a. Permet de cerner le public auquel est destiné la ressource.
2. Provenance
  - a. Permet de garder une trace de tout changement de propriété d'une ressource.
3. Détenteur de droits
  - a. Permet d'identifier le détenteur des droits sur la ressource.



## Annexe 3 : Analyse Couleur3

Cette analyse du fonds Couleur3 s'est articulée autour de trois axes. Le premier couvre le fonds dans son ensemble au 31 décembre 2019. Le deuxième axe s'intéresse à la période rentrant dans les critères chronologiques de D+A (à savoir la période 1980-2009) : ce qui correspond aux archives valorisables : minimum 10 ans d'âge. Le troisième axe concerne la période retenue pour les valorisations proposées dans ce travail (à savoir 1980-1999).

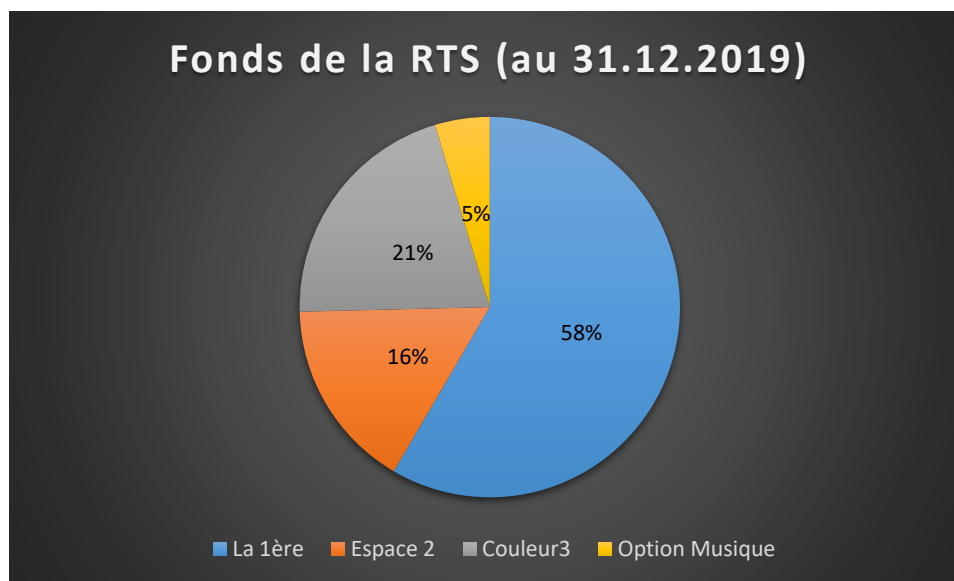
Les données proviennent de la base de données interne des archives de la RTS (RTS Archives 2020). Elles ont été compilées dans un tableur Excel afin de permettre leur traitement et leurs visualisations.

### Cartographie du fonds

#### Axe 1 : généralités

Le fonds total de la RTS représente 403'879 éléments dans le catalogue en ligne (non-accessible au public). Pour le besoin de l'analyse, nous avons décidé de prendre uniquement en compte les fonds des quatre principales chaînes de radio : La 1<sup>ère</sup>, Espace 2, Couleur3 et Option musique. À elles quatre, elles représentent 286'489 notices dans le catalogue. Le reste sont des archives provenant des fonds anciens (Radio-Lausanne, Radio-Genève, programmes divers, etc.).

Graphique 1 : Fonds de la RTS (au 31.12.2019)



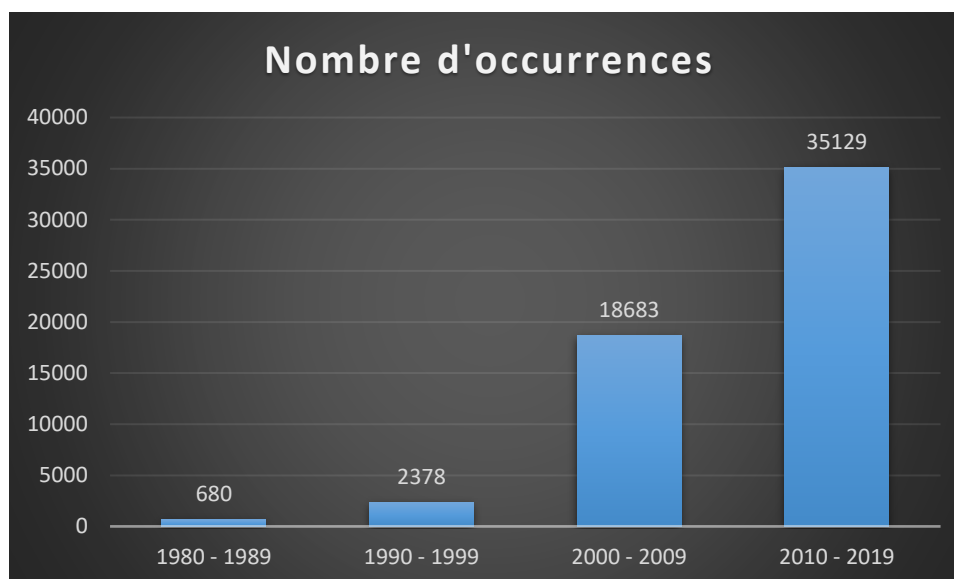
(RTS Archives 2020)

Nous voyons que Couleur3 représente la deuxième masse documentaire après La 1<sup>ère</sup> dans le nombre d'occurrences. Il est essentiel pour D+A de mettre en avant ce patrimoine et de le valoriser à sa juste valeur.

Intéressons-nous maintenant plus en détail au fonds général de Couleur3. L'augmentation du nombre d'occurrences ces dernières années est significative, voir le graphique suivant.



Graphique 2 : Nombre d'occurrences par tranche chronologique



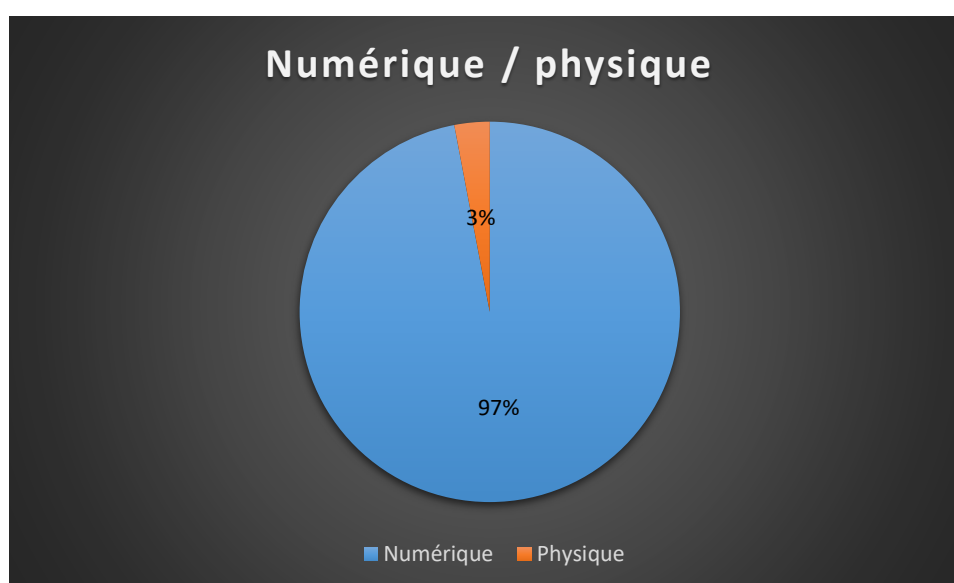
(RTS Archives 2020)

Le nombre de documents a nettement augmenté à partir de 2016, lorsque D+A a mis en place une politique du « tout-archivage ».

Le peu d'occurrence pour la période 1980-1999 s'explique par un trou dans le fonds d'archives qui a été partiellement comblé par la campagne de crowdsourcing en 2012 sur notreHistoire.ch.

Pour ce qui est de la proportion de contenus numériques et physiques, l'ordre de grandeur est de 97% pour le numérique et 3% pour le physique. Cela s'explique par le nombre de données reprises à partir de 2016, ce qui fait considérablement grimper le pourcentage de contenus numériques. Nous verrons plus loin que ces deux pourcentages s'équilibrent dans les fonds plus anciens.

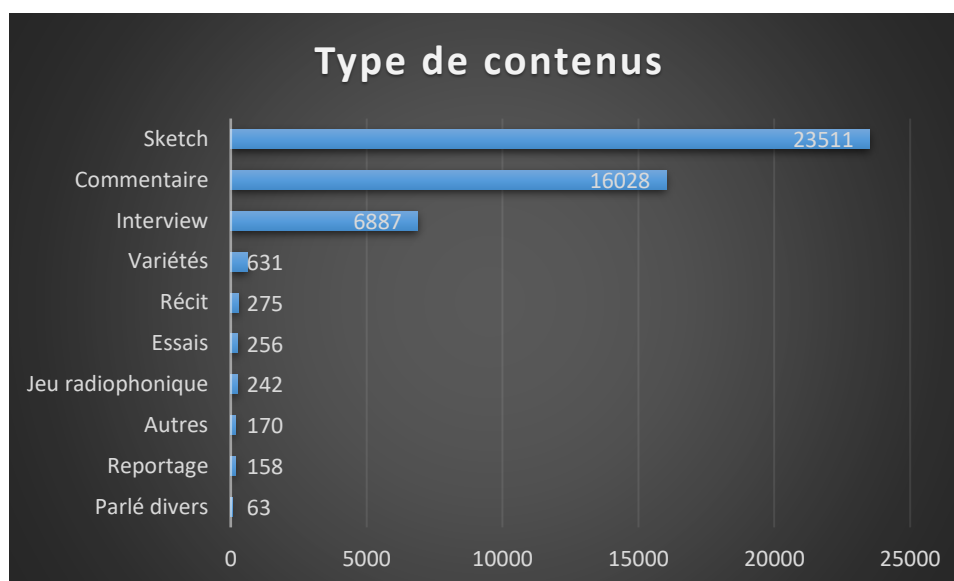
Graphique 3 : Parts des documents numériques et physiques



(RTS Archives 2020)

Le type de contenu détermine la nature de la capsule et permet de se faire une idée des principaux contenus proposés dans le fonds.

Graphique 4 : Type de contenus dans le fonds Couleur3

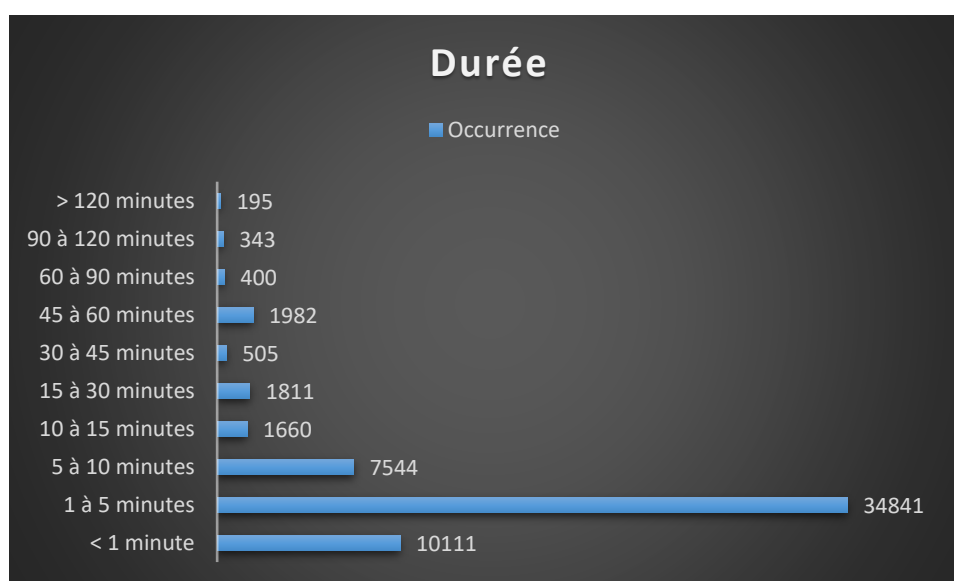


(RTS Archives 2020)

Nous ne nous arrêtons pas sur tous les types de contenus qui sont référencés dans la base de données. Il ne nous a pas paru essentiel de mentionner ceux contenant moins de 60 occurrences. La catégorie « autres » sert à les compacter.

Nous voyons que les trois premières catégories représentent la majorité des contenus, avec une nette prédominance des sketches. Cela va dans le sens de la demande du mandant qui souhaite mettre l'accent sur l'humour. La catégorie *commentaire* signifie que la capsule contient une opinion sur n'importe quel sujet : critiques de films, de musique, chroniques, etc. Les interviews correspondent à la venue de différents invités à Couleur3.

Graphique 5 : Durée des contenus dans le fonds Couleur3

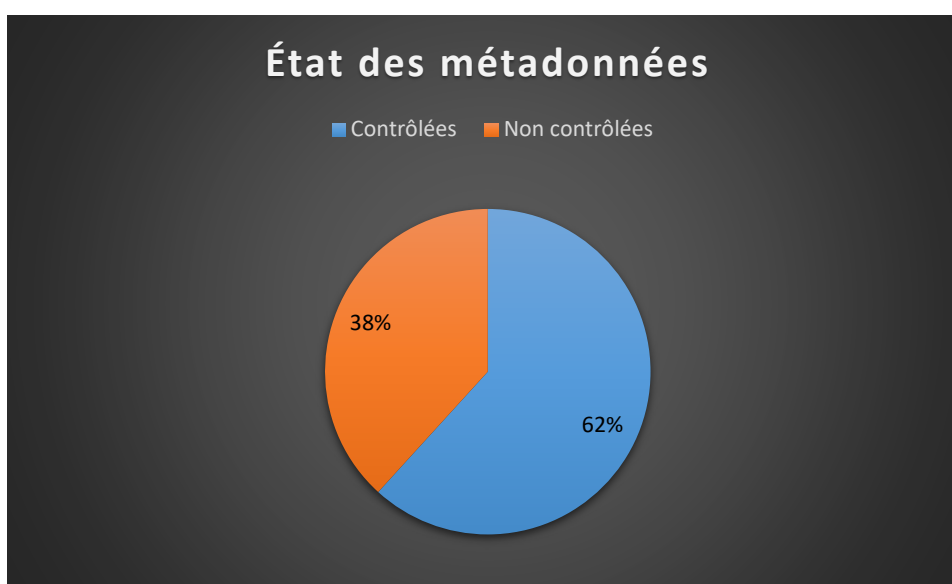


(RTS Archives 2020)

Nous remarquons une prédominance des contenus de 1 à 5 minutes. Des différents entretiens, il ressort que les contenus de 1 à 3 minutes sont particulièrement propices à la valorisation sur les réseaux sociaux et les canaux numériques. La plus grande partie du fonds se prête bien à l'exercice.

Dans le prochain graphique, il est mis en lumière la proportion de métadonnées contrôlées ou non. C'est un statut qui est présent dans le fonds et qui se résume à deux entrées : métadonnées contrôlées ou métadonnées pas contrôlées. Par « contrôlée », il est entendu que la notice a fait l'objet d'une relecture et d'une correction par un.e documentaliste. A noter que son utilisation se perd depuis l'archivage automatique et que le champ n'est plus obligatoirement rempli.

*Graphique 6 : État des métadonnées*



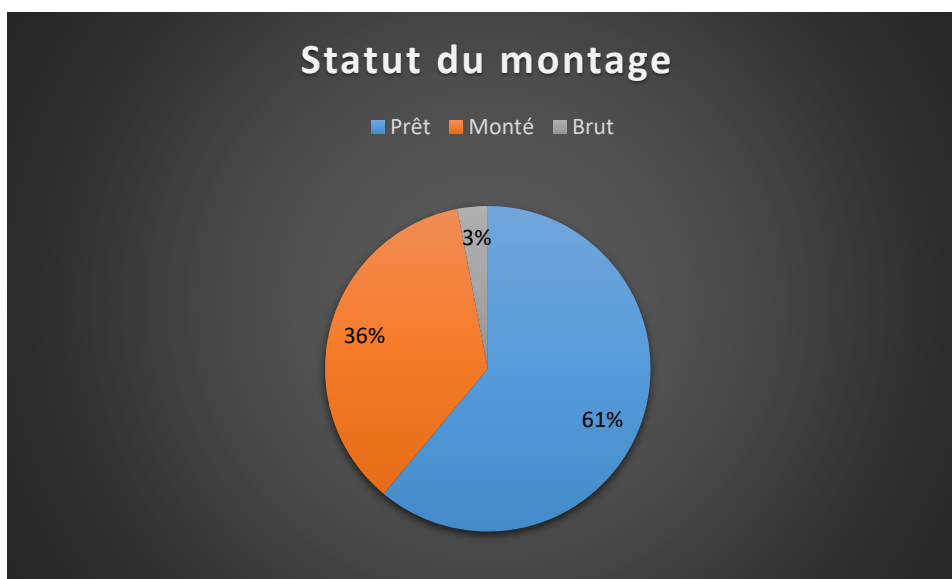
(RTS Archives 2020)

Nous voyons donc que la proportion de métadonnées contrôlées dans le catalogue total est plus importante que la part non-contrôlée. Pourtant c'est un champ qui n'est plus systématiquement rempli dans le processus de catalogage des contenus. Cette majorité peut s'expliquer par le fait que les nouvelles notices incorporées depuis le tout-archivage sont automatiquement référencées avec la mention « métadonnées contrôlées ».

En ce qui concerne le statut de montage, nous commencerons par une brève explication de cette terminologie (Suillot, 2020) :

- « Brut » signifie que le document n'a pas été traité en post-production. Aucune suppression des blancs, des tests micros, des hésitations des différentes personnes qui parlent ou des respirations.
- « Monté » veut dire que les éléments cités précédemment ont été traité en post-production.
- « Prêt » indique une émission complète, avec les annonces de début et de fin (s'il y en a), un mixage et d'autres traitements sonores. Dans la théorie, c'est un élément qui pourrait être rediffusé sans intervention supplémentaire sur le son.

Graphique 7 : Statut du montage des contenus du fonds Couleur3

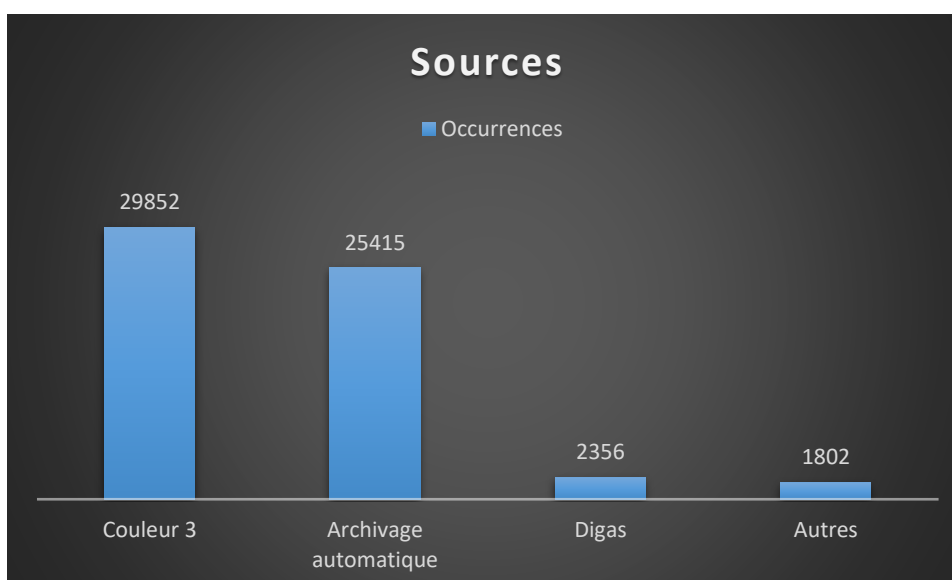


(RTS Archives 2020)

Nous observons dans la pratique qu'une majeure partie des documents ont été traités et sont prêts pour leur rediffusion (totale ou partielle).

Les deux principales sources de numérisation sont « Couleur3 » et « archivages automatiques ». La première correspond aux archives numériques versées par l'ancien logiciel de gestion de Couleur3. « Archivage automatique » correspond aux archives versées depuis 2016. Nous voyons à nouveau que la proportion de données captées depuis 2016 devrait augmenter significativement ces prochaines années. « Digas » correspond à un logiciel de gestion des contenus utilisé par la RTS.

Graphique 8 : Provenance des documents du fonds Couleur3



(RTS Archives 2020)

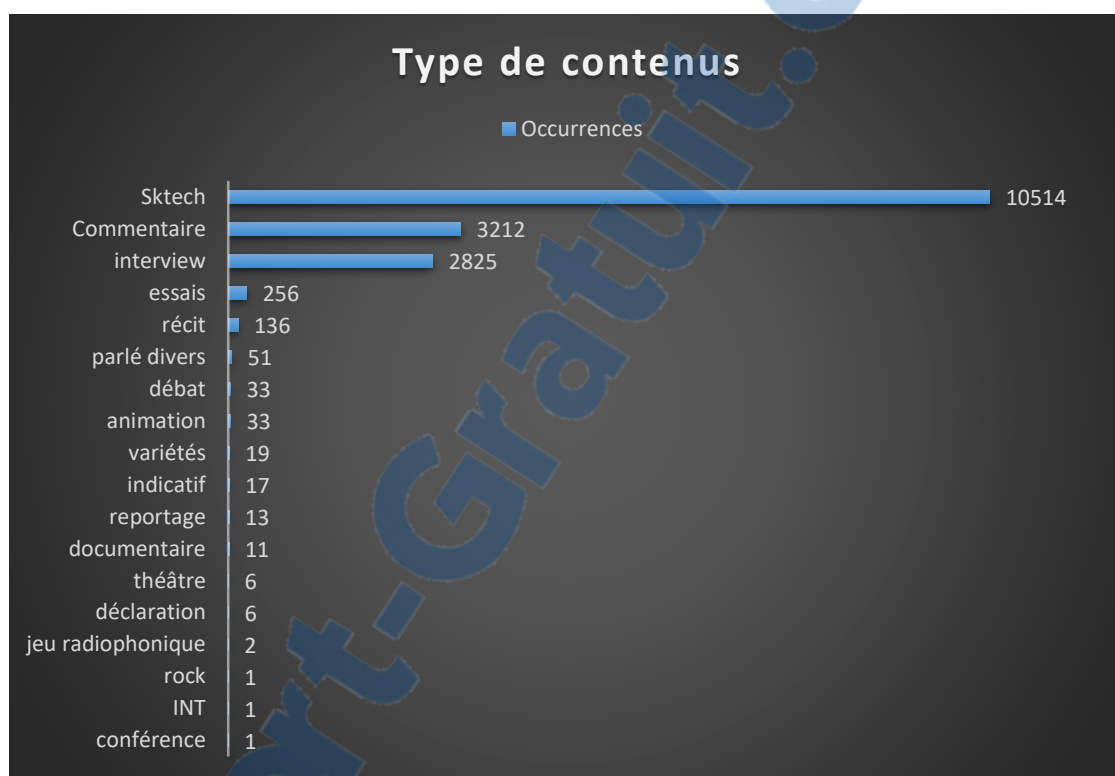
## Axe 2 : fonds valorisables par D+A

Dans cette partie, nous sélectionnons la période entrant dans les critères chronologiques d'une valorisation selon D+A (à savoir 1980-2009). D+A valorise des archives ayant un

minimum de 10 à 15 d'âge, dans l'idée de créer un décalage avec l'auditeur de l'archive. Il a été décidé d'arrêter la sélection dix ans avant 2020, au 31 décembre 2009.

Cette sélection contient 21'681 éléments dans le catalogue en ligne. Nous précisons que les filtres proposés par le site des archives ne sélectionnent pas tous les éléments disponibles. Ils vont opérer une sélection selon le nombre d'entrées. Ainsi, certains termes ou certaines émissions disparaissent si on n'affine pas assez la recherche. Cette analyse en entonnoir est là pour résorber en partie ce désagrément.

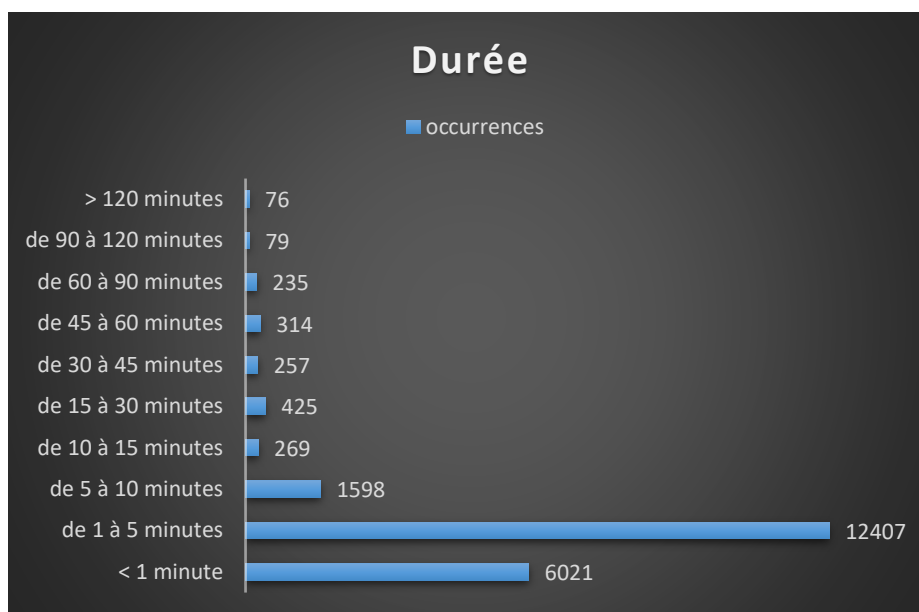
Graphique 9 : Type de contenu (1980 - 2009)



(RTS Archives 2020)

Nous le voyons, la proportion de « sketch » dans cette sélection est toujours très dominante. Cela confirme à nouveau l'intérêt de valoriser ce type de contenus. Nous pouvons ajouter que la part de commentaire et d'interview s'équilibre pour être quasiment au même nombre d'occurrences. Nous voyons donc qu'il y a là une veine à exploiter pour valoriser le fonds. Comme précédemment, nous allons voir que les durées sont proportionnellement les mêmes pour les différentes occurrences de cette sélection du fonds.

Graphique 10 : Durée des documents (1980-2009)

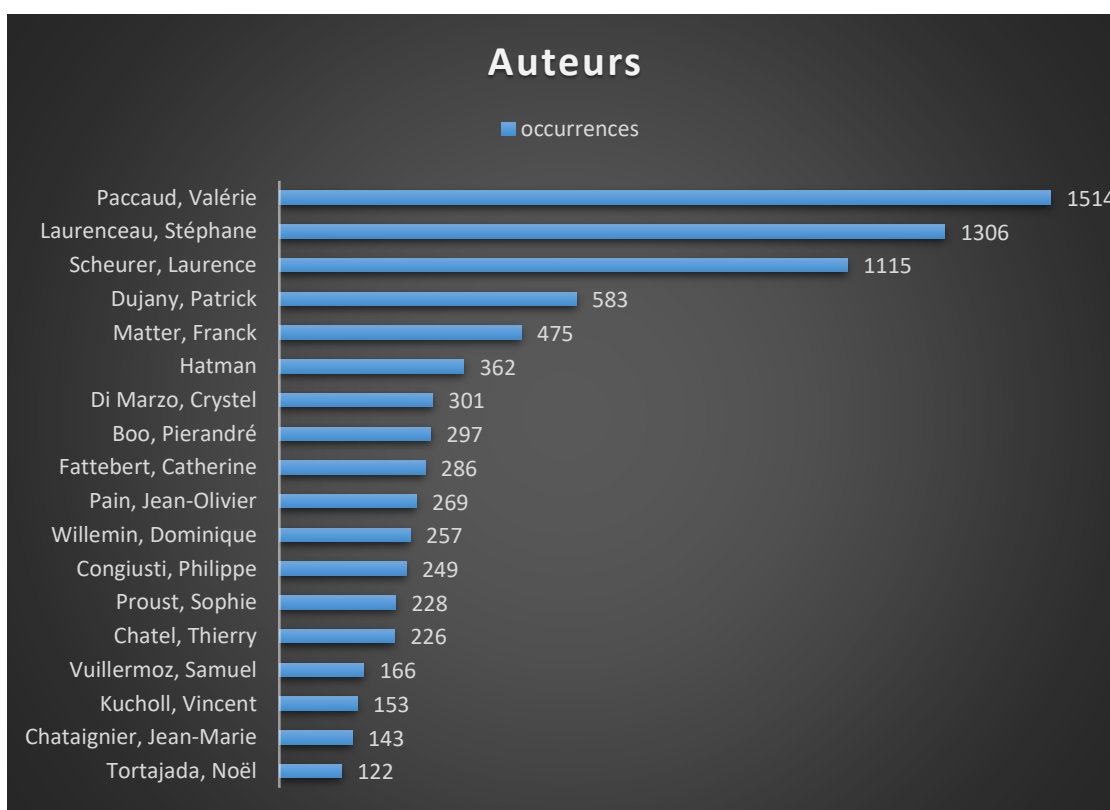


(RTS Archives 2020)

Les contenus les plus facilement valorisables sont majoritaires et nous permettent de dessiner une base de sélection pour les archives à valoriser dans un premier temps.

Nous avons décidé de nous focaliser sur les auteurs les plus cités dans les différentes capsules du fonds. Nous pourrions ainsi établir une liste des auteurs les plus représentés afin de favoriser une approche de valorisation par personne à l'origine de la création d'une capsule.

Graphique 11 : Auteurs des documents (1980-2009)

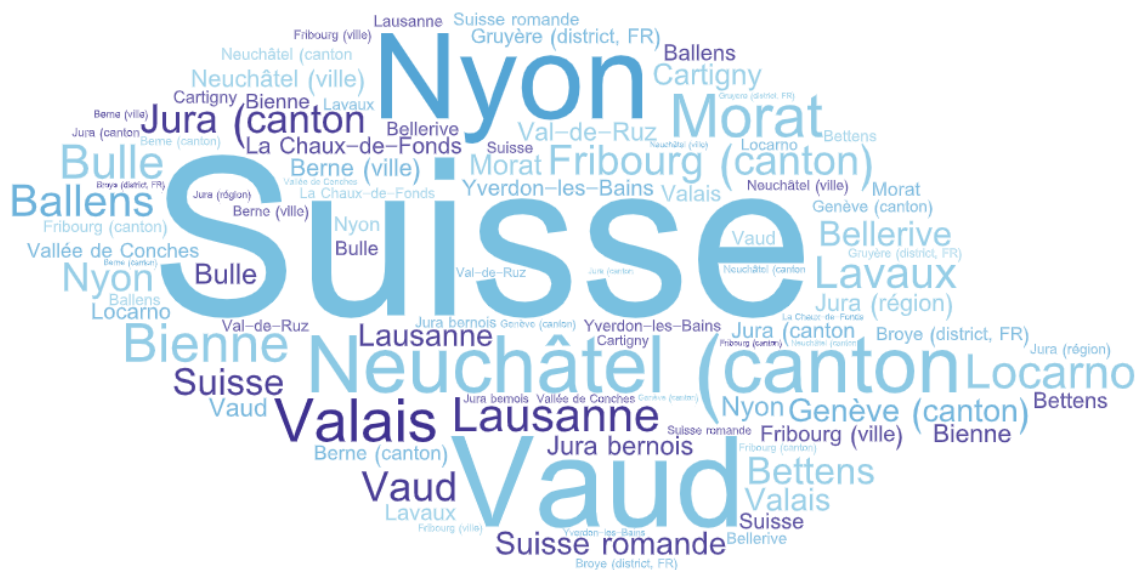


(RTS Archives 2020)





Graphique 13 : Nuage de mots des lieux (1980-2009)

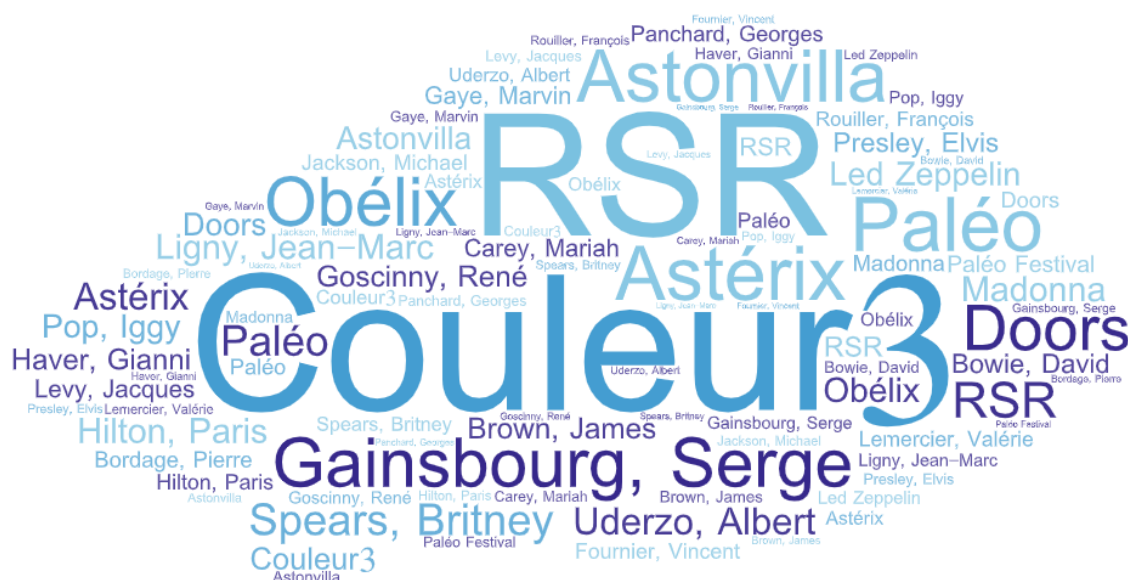


(RTS Archives 2020)

Pour la représentativité des lieux suisses, il y'a une prédominance des cantons romands. Cela s'explique par la présence de la RTS (et de Couleur3) à Lausanne et dans les environs. Il est à noter que nous avons volontairement enlevé les références à des pays étrangers afin de donner une clé de lecture du fonds sous l'angle patrimonial. Il est tout à fait envisageable de faire le même exercice en mentionnant les références à des régions étrangères.

Enfin, intéressons-nous aux personnalités et aux thèmes les plus abordés dans la sélection 1980-2009.

Graphique 14 : Nuage de mots des personnalités (1980-2009)



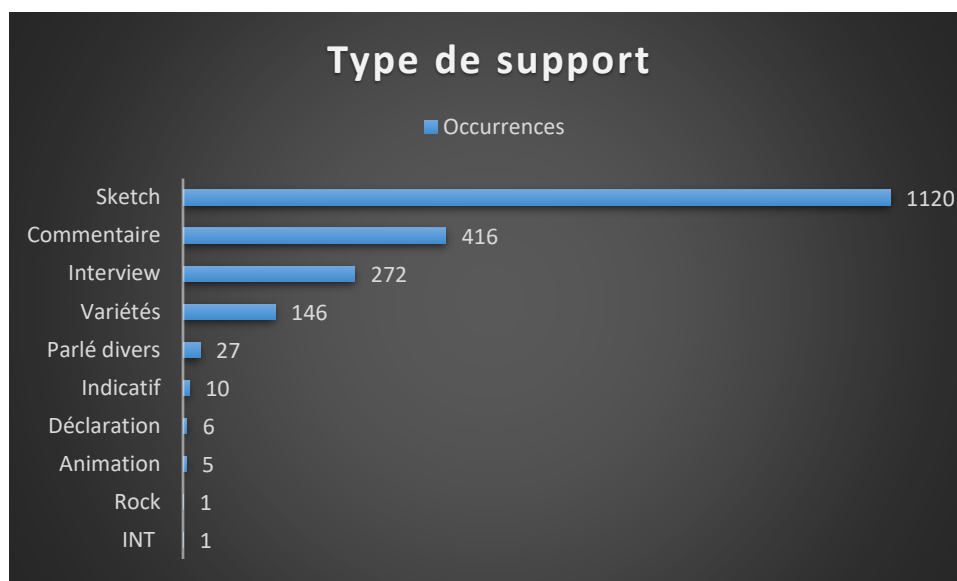
(RTS Archives 2020)

Ici sont représentées les personnalités (morales ou physiques) qui sont les plus référencées dans les émissions. Bien que certains termes dominent le classement, celui-ci reste restreint en termes d'occurrences. En effet, il y a 1110 mots d'indexation renvoyant à ces différentes





Graphique 16 : Type de support (1980-1999)

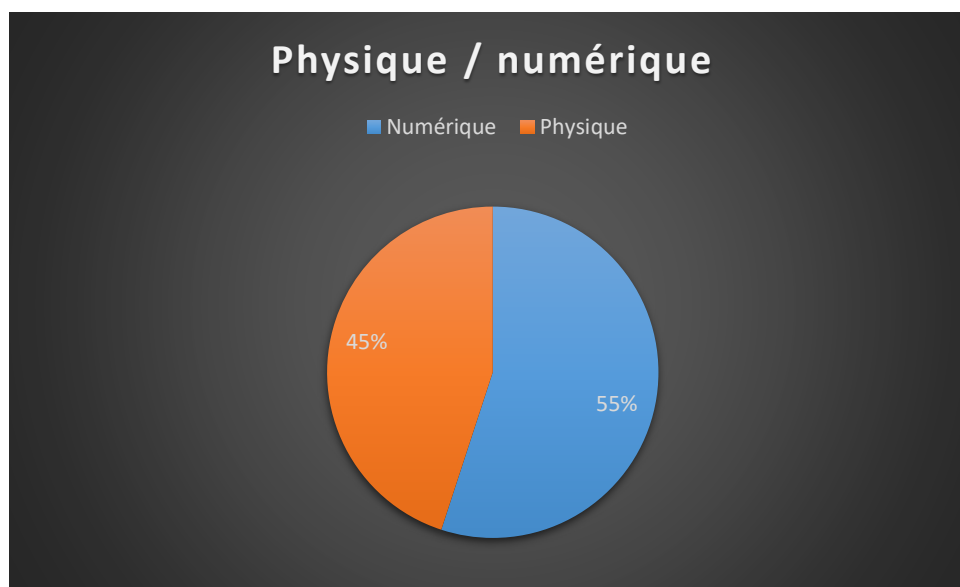


(RTS Archives 2020)

Ce schéma se répète et suit la même trajectoire. Nous nous appuyons sur cette observation pour déterminer que ce type de capsules représente l'intérêt principal du fonds et une de ses valeurs cardinales.

En ce qui concerne la part numérique / physique, c'est l'endroit où il existe la plus grande différence avec les observations effectuées précédemment. En effet, une part non-négligeable du fonds est encore disponible uniquement sur support physique.

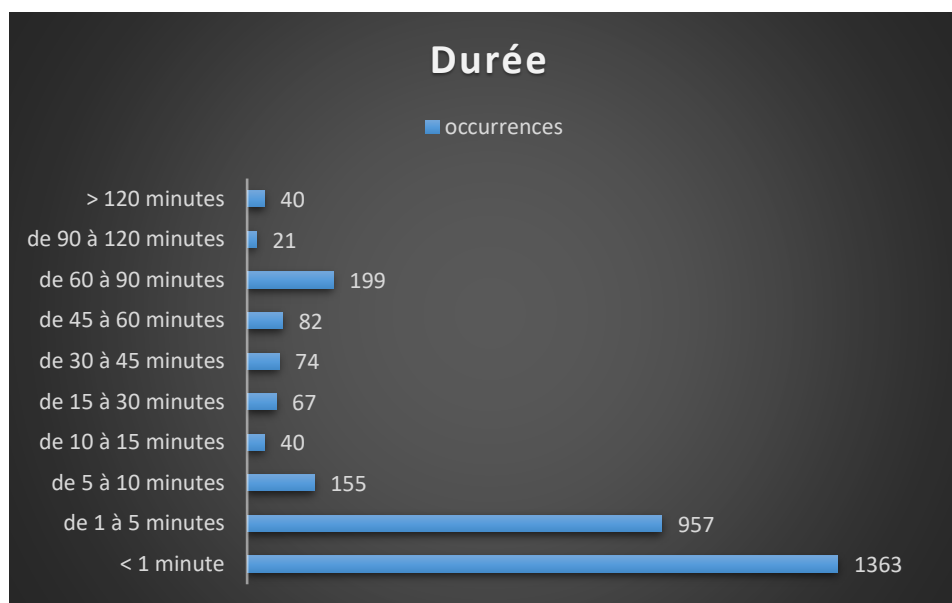
Graphique 17 : Parts des documents physiques et numériques (1980-1999)



(RTS Archives 2020)

Cela est principalement dû au fait que les archives ne sont pas encore entièrement numérisées. Des contenus supplémentaires seront disponibles ces prochaines années au fur et à mesure des campagnes de numérisation. La proportion de contenus physiques devrait diminuer, ceux numérisés passant dans la catégorie « numérique » et n'étant plus référencés dans la catégorie « physique ».

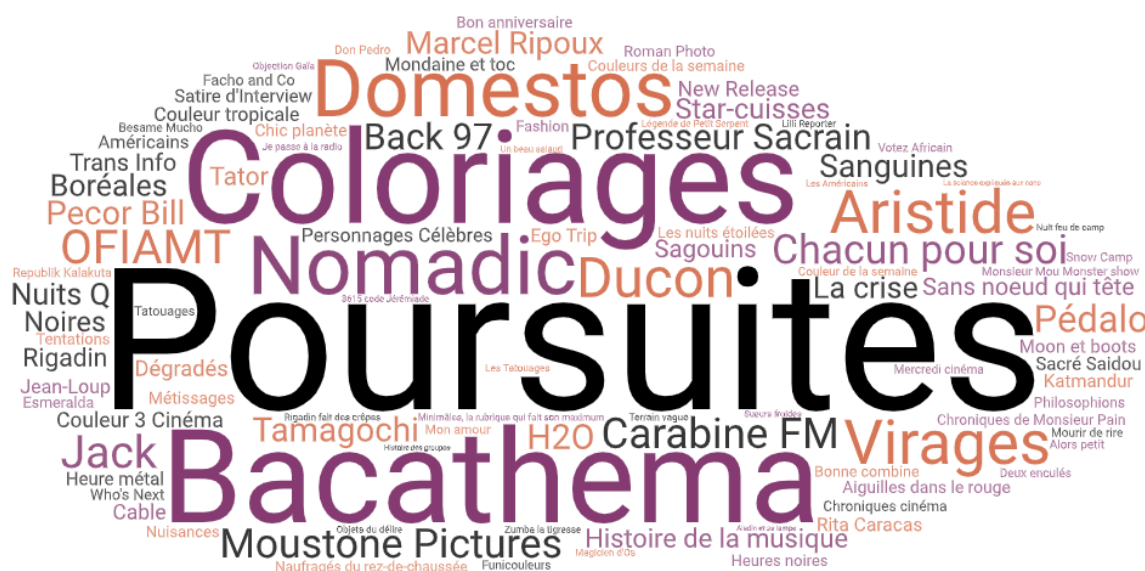
Graphique 18 : Durée des documents (1980-1999)



(RTS Archives 2020)

Nous remarquons ici qu'une tendance différente s'opère. Ce sont principalement les capsules de moins d'une minute qui sont majoritaires, suivies des capsules d'une durée de 1 à 5 minutes. Nous attirons l'attention sur le rebond que l'on peut constater pour les capsules de 60 à 90 minutes, dû aux compilations de plusieurs épisodes d'une chronique ou aux émissions d'une durée d'une heure (par exemple avec l'émission « Les Naufragés du Rez-de-Chaussée »<sup>55</sup>).

Graphique 19 : Nuage de mots des émissions (1980-1999)



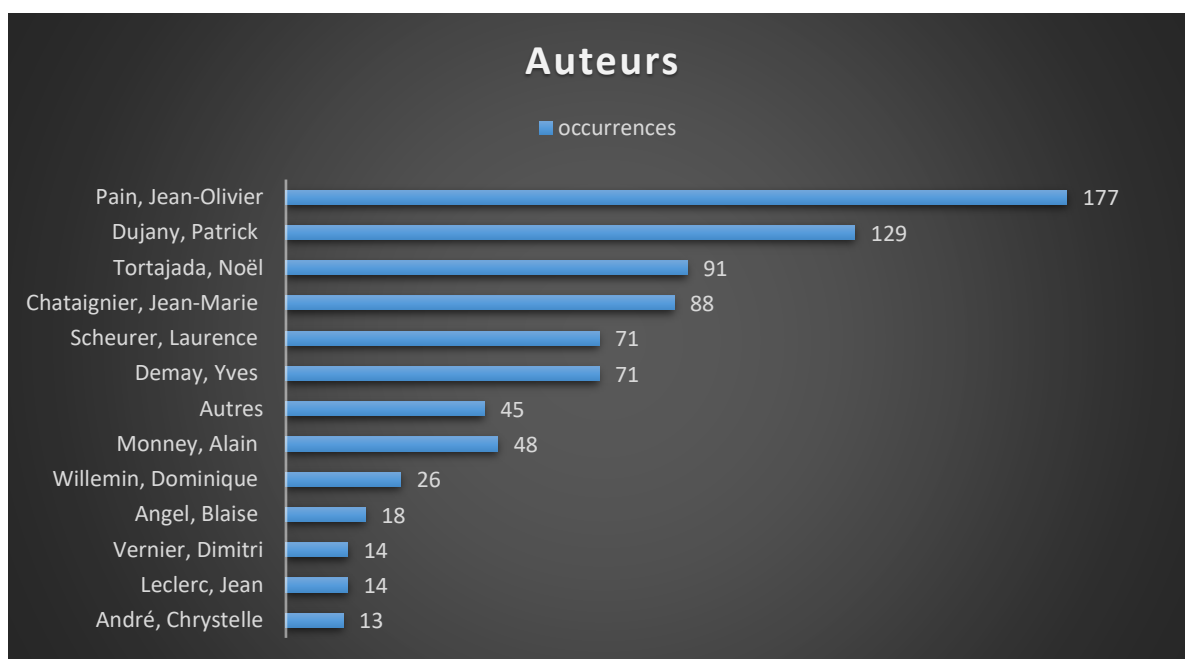
(RTS Archives 2020)

Les principales émissions présentes dans le catalogue des archives ont été diffusées durant ces années. Nous pouvons dégager les titres suivants selon le nombre d'occurrences :

<sup>55</sup> Une émission réunissant Gérard Mermet, Alain Monney et Lolita, qui parlaient de sujets divers avec humour et décalage.



Graphique 21 : Auteurs des documents (1980-1999)



(RTS Archives 2020)

Nous voyons que certains auteurs se démarquent dans le nombre d'occurrences : Jean-Olivier Pain, Patrick Dujany et Noël Tortajada. Le nombre de capsules référencées avec un auteur poses à nouveau la même question que dans le chapitre précédent. Nous en déduisons que ces informations sont manquantes. Avec l'impossibilité de savoir qui est l'auteur de la capsule, les documentalistes font mieux de ne rien mettre dans le champ. Cela peut également provenir d'un manque d'indexation, ce qui pourra faire l'objet d'un catalogage rétrospectif. Cependant il n'y a aucun moyen clair d'avoir une vision de l'origine de ces manques.

## Annexe 4 : Description des valorisations Couleur3

### Solution 1

**Titre** : Valorisation sur les réseaux sociaux, au moyen d'un sondage

**Description** : Effectuer une sélection d'archives à valoriser, reprenant chacune des émissions/chroniques/périodes différentes. Ensuite il s'agira de créer des stories Instagram (et/ou un sondage Facebook) pour présenter les différents extraits de valorisation qui s'offrent à la communauté. Sur la dernière story, le choix sera laissé aux participants de sélectionner l'archive qui leur plaît le plus. En dernière étape, il faudrait alors uploader l'archive sur les réseaux. Le sondage se ferait sur les réseaux de Couleur3, mais l'archive pourrait être diffusée sur les différents canaux de Couleur3 et de D+A.

**Implications D+A** : Il faudrait que le service fasse une sélection d'archives de Couleur3, de concert avec la radio lausannoise selon le thème de la valorisation sélectionnée.

**Implication Couleur3** : La radio devra réfléchir à un habillage pour les stories de présentation des archives, ainsi que la création des stories Instagram/sondages Facebook, en collaboration avec D+A. L'accroche, sur la story d'introduction, par un animateur de Couleur3 pourrait permettre de donner de la visibilité à l'évènement.

**Besoins/Préparatifs** : Une sélection d'archives par année / par thème / par animateur pour pouvoir assurer le contenu à mettre en ligne. Sélectionner les archives à valoriser, selon une approche préétablie, et préparer les extraits pour être traités. Pour cette préparation, il faudrait ajouter l'habillage Couleur3 et réfléchir au contenu des stories. Une fois la sélection large effectuée, prendre 3-4 archives dont on va faire les présentations sur Instagram.

Définir un jour/heure pour diffuser les stories et attendre les résultats du sondage pour ensuite diffuser l'archive. Les groupes de stories devraient être relié à chaque fois à une thématique : une période, un animateur, un thème, un type de chronique, etc.

**Type d'archives** : Petites capsules humoristiques de maximum 2 minutes.

## Solution 2

**Titre** : Crowdsourcing sur les archives Couleur3

**Description** : Organiser plusieurs séances de crowdsourcing pour enrichir les métadonnées du fonds Couleur3. Ainsi il sera possible d'apporter une richesse supplémentaire au catalogue d'archives de la radio et de créer une plus-value au fonds.

**Implication D+A** : Organiser le concept et construire la méthode pour faire cette session de crowdsourcing. Réfléchir au moyen de récompenser les participants du projet.

**Implication Couleur3** : Faire tourner sur leurs réseaux sociaux. Aider à la réalisation de la récompense, si cette dernière implique Couleur3 (visite des studios, rencontre avec des animateurs, passage à l'antenne, ou autre).

**Besoins/Préparatifs** : Guide du participant au crowdsourcing, plateforme dédiée, récompense(s) pour les participants, personne de l'entreprise dédiée à la gestion du projet et à la correction des données rentrées dans le système.

Préparer les accès à la base de données et prendre contact avec une plateforme dédiée au crowdsourcing. Déterminer les parties de la collection qui seront concernées par ce projet. Faire une campagne de communication et diffuser l'information au travers des différents canaux sociaux de D+A et Couleur3. Préparer les récompenses.

**Type d'archives** : Sélection selon les manques en métadonnées.

### Solution 3

**Titre** : Questionnaire online « Quelles archives Couleur3 es-tu ? »

**Description** : Proposer un questionnaire en ligne, sur les différentes plateformes de D+A et Couleur3, qui interroge l'internaute avec des questions (personnelles ou non). Ces dernières pourraient ne pas avoir de grands rapports avec la valorisation, afin de renforcer l'esprit d'absurde et d'humour de Couleur3.

Une fois les réponses compilées, ces dernières permettraient de donner à l'internaute accès à une archive qui correspondrait à ses différents choix dans le questionnaire. Il serait intéressant de se pencher sur l'expérience DTQ (Dans Ton Quizz).

*L'option d'un quizz plus standard, questionnant l'internaute sur des références historiques de Couleur3, pourrait également être envisageable.*

**Implication D+A** : Sélection des archives. Préparation des archives à mettre en valeurs : travail d'indexation sur les collections sélectionnées. Gestion du projet et création de la structure du questionnaire menant aux différents résultats. Communication autour de l'évènement sur les différents canaux du service.

**Implication Couleur3** : Création des questions, à l'image « Couleur3 ». Communication autour de l'évènement sur les différents canaux de la radio.

**Besoins/Préparatifs** : sélection d'archives en lien avec la thématique choisie. Création de la structure du questionnaire. Création du design. Création du lieu virtuel où se déroulerait ce questionnaire (appli dédiée, appli Couleur3, site internet, ...). Communication sur les réseaux.

**Type d'archives** : Extrait d'archives courts, emblématique des thèmes choisis pour le questionnaire.



## Solution 4

**Titre** : Section « Archives Couleur3 » sur l'application Couleur3.

**Description** : Envisager la création d'un onglet « Archives » sur l'application Couleur3. Dans ce dernier, il y aurait une playlist d'archives sélectionnées par D+A.

Un système d'éphémérides pourrait être un moyen de mettre en avant chaque jours/semaine/mois une archive en lien avec l'année en cours. Un exemple de titre de cette sous-section : « *C'est arrivé en* [insérer l'année] ».

Nous pouvons ainsi également imaginer mettre en avant des thématiques reliées à l'actualité/anniversaires/jubilés/etc. Avec chaque archive, une présentation textuelle permettrait de remettre l'internaute en contexte avec elle. Une autre suggestion serait de faire des capsules audios présentant des archives, par des animateurs actuels

Nous pourrions également esquisser des ponts virtuels entre l'application Couleur3 et le site des Archives. Ainsi, un trafic entre les différentes plateformes permettrait de lier les deux entités.

**Implication D+A** : Enrichir les métadonnées du fonds Couleur3 et réfléchir à la structure de l'information à l'intérieur de l'application. Choisir les archives à mettre dans le nouvel onglet de l'application. Opérer une sélection d'archives à mettre dessus. Écrire les textes accompagnant l'archive pour contextualiser ces dernières. Assurer la communication sur leurs différents canaux.

**Implication Couleur3** : Développer techniquement la partie « archives » de l'application. Uploader les contenus préparés par D+A. Assurer la communication sur leurs différents canaux.

**Besoins/Préparatifs** : Sélection d'archives. Compétences techniques et accès à l'application pour fournir les contenus.

**Type d'archives** : Extraits d'archives courts ou longs, selon l'axe convenu de mise en avant du contenu.

## Solution 5

**Titre** : Borne interactive dans les couloirs de la radio.

**Description** : Une borne permettant d'immerger l'utilisateur dans les archives de Couleur3. Un mélange entre des informations textuelles, des voix d'animateur qui guident les personnes dans les fonds documentaires de la radio et des archives physiques (photos, vidéos, affiches, etc.).

La première option d'un tel projet serait le support de l'iPad/écran tactile sous forme de borne. La technologie est déjà connue et permettrait de mettre en avant les contenus du fonds.

Une version plus avancée du projet serait de plonger l'internaute dans une immersion VR des collections de Couleur3. Cela permettrait de perpétuer le rôle de « précurseur » de la radio dans le domaine de l'expérimentation et de la technologie. Pour cette dernière option, certains partenariats sont envisageables avec des institutions (ArtLab de l'EPFL par exemple).

**Implication D+A** : Sélection d'archives. Création de la structure documentaire de la borne. Recherches d'images/vidéos pour agrémenter l'interface.

**Implication Couleur3** : Design de l'interface. Enregistrement des voix guidant l'utilisateur.

**Besoins/Préparatifs** : Matériel informatique. Casque VR (pour la deuxième option de la solution). Sélection d'archives. Textes d'accompagnement. Enregistrements des voix off.

**Type d'archives** : Émissions/chroniques « historiques ». Archives avec des animateurs emblématiques de la 3.

## Solution 6

**Titre** : Jeu de piste « Archives Couleur3 » dans Lausanne.

**Description** : Préparer un grand jeu de piste dans Lausanne, avec des affiches/graphitis/autocollants emblématiques de la chaîne. Sur chacune d'elles, qui serait cachées dans la ville, un QR code. Ce dernier scanné dans l'application Couleur3 permettrait d'accéder à une archive et à la suite du jeu de piste.

Une option serait de mettre en place sur l'application une question en lien avec l'archive. Si la personne répond juste à la question, elle débloque une partie de la solution du jeu de piste. A la fin, toutes les parties de cette solution donnerait une information au joueur qui lui permettrait de gagner le jeu de pistes.

Les indices sur l'endroit où se trouve la première affiche seraient donnés au travers des réseaux sociaux de la radio et/ou à l'antenne.

Les indices seraient également donnés sur l'application, avec une des voix emblématiques de Couleur3. Cette dernière donnerait des informations sur l'archive à trouver et les éléments permettant aux joueurs de trouver le QR code.

Une autre utilisation de cette voix pourrait être de donner aux participants les indices permettant de trouver le QR code suivant. Enfin, une présentation des lieux par lesquels passent les participants pourraient permettre de faire connaître l'histoire de Couleur3 avec humour et décalage.

La sélection d'archives faite pour l'occasion resterait accessible sur l'application et sur les différentes plateformes de D+A/Couleur3.

**Implication D+A** : Sélection des archives. Création des questions. Organisation du jeu de piste : déterminer les emplacements ainsi que le parcours des participants. Communication sur les canaux D+A.

**Implication Couleur3** : Création/numérisation des affiches avec QR code. Mise à jour de l'application avec l'option QR code. Enregistrement des voix. Communication sur les canaux de communication et organisation de la récompense à la fin du jeu.

**Besoins/Préparatifs** : Sélection d'archives. Nouvelle section sur l'application Couleur3. Affiches historiques avec QR Code. Enregistrement des voix. Récompense(s). Autorisations de la Ville.

**Type d'archives** : Sélection d'archives en lien avec les différentes périodes de Couleur3.

## Solution 7

**Titre :** (Re)Découverte des archives Couleur3, en direct.

**Description :** « Confronter » des nouveaux animateurs avec des vieux sketches et filmer/enregistrer leurs réactions, leurs commentaires et leurs discussions à ce propos. Nous pouvons également imaginer faire réagir des animateurs à leurs propres anciens sketches.

Pour les besoins de l'exercice, les participants-animateurs ne devraient pas être tenus au courant des archives sélectionnées.

Les anciens animateurs de la 3 (encore présents ou à inviter) pourraient parler de cette époque que les plus jeunes de la chaîne ne connaissent pas.

Une deuxième option pour cette solution de valorisation serait de proposer aux animateurs actuels de retrouver des archives et de se réapproprier leurs contenus. Nous pouvons aussi esquisser l'idée d'un sketch reprenant les vanes de l'archive.

En troisième option, nous imaginons aussi créer un dialogue entre des anciennes répliques et un animateur actuel. Comme pour détourner le sens premier du sketch et créer quelque chose d'original. A l'image des deux Vincent qui font des voix-off sur des archives RTS.

**Implication D+A :** Sélection d'archives, enrichissement des métadonnées. Critères de sélection des archives.

**Implication Couleur3 :** Animateurs. Organisation du passage à l'antenne/en live réseaux sociaux. Critères de sélection des archives.

**Besoins/Préparatifs :** Sélectionner un échantillon d'archives et préparer l'émission. S'assurer que les animateurs participants n'aient pas accès aux archives sélectionnées.

**Type d'archives :** Archives « historiques », avec des chroniques cultes de l'époque. Une sélection d'archives chocs/décalées par rapport à notre époque.

## Annexe 5 : Corrections des valorisations

### (Déroutement de la rencontre du 05.06.2020)

*Modifications par rapport aux propositions initiales formulées par l'étudiant :*

**Valorisation sur les réseaux sociaux, au moyen d'un sondage** : Beaucoup de travail pour peu de résultats, surtout sur les réseaux sociaux. L'idée peut être recyclée pour l'implémenter dans l'application (au moyen du chatbot par exemple).

**Crowdsourcing sur les archives Couleur3** : L'idée de base n'est pas retenue, il n'est pas envisageable de faire travailler la communauté pour remplir un job qui revient à la RTS. De plus, il a été soulevé que cela nécessiterait une partie de la communauté très formée/spécialiste dans le domaine pour que l'exercice soit pertinent.

Cependant, l'idée de crowdsourcing n'est pas totalement abandonnée. Il a été mentionné durant l'entretien que faire la même chose que lors des 30 ans serait intéressant à mener : demander à la communauté d'envoyer leurs archives Couleur3 à la radio pour que celles-ci soient enregistrées et agrégées dans le système.

**Questionnaire online « Quelles archives Couleur3 es-tu ? »** : L'idée plait toujours, cependant une adaptation du projet initial serait souhaitable. Le concept de *mobile first* étant de mise actuellement, il serait intéressant de proposer une telle activité sur l'application Couleur3 (afin de pousser les gens à utiliser l'application plus régulièrement). Des notifications, pas trop invasives, rappelleraient à la personne de se connecter pour continuer son aventure virtuelle.

L'idée impliquant les réseaux sociaux pourraient être gardée afin de faire la promotion de l'application et de sa nouvelle activité de quizz.

**Section « Archives Couleur3 » sur l'application Couleur3** : C'est l'idée la plus réalisable sur le court terme : les technologies sont déjà en place et elle répond à une demande précise. Plusieurs suggestions d'approche pour crocher l'utilisateur :

- De combien de temps dispose-t-il ? pour qu'on lui donne une archive de cette durée.
- Quel thème veut-il explorer parmi la liste ?
- C'est arrivé en [*insérer l'année*] et l'utilisateur accède à une archive de cette période.
- Demander l'anniversaire de la personne et proposer des archives de cette année.

**Borne interactive dans les couloirs de la radio** : L'idée de la borne est abandonnée. Trop loin des objectifs et des possibilités de faire connaître la chose largement auprès des publics de la RTS et plus particulièrement de Couleur3.

**Jeu de piste « Archives Couleur3 » dans Lausanne** : L'idée de base est plaisante, mais il faudrait l'améliorer pour réellement rentrer dans les codes de Couleur3 et qu'elle devienne opérationnelle. Le côté *only Lausanne* est à abandonner, il faudrait que le jeu soit répandu dans toute la Romandie (éviter les jalousies et certains reproches déjà souvent formulés à propos de la sur-représentativité de Lausanne sur les ondes).

Pour cette exploration, il faut impérativement guider les utilisateurs et leur donner des objectifs à remplir. L'idée de laisser libre champ aux participants n'est pas retenue.

Il est soulevé plusieurs alternatives qui retiennent l'attention des participants à cette rencontre. En ce qui concerne l'application, Couleur3 veut commencer à développer la géolocalisation sur l'application. Il pourrait être envisageable de faire ce jeu de pistes au moyen de l'application.

La deuxième alternative suggérée est de mettre en place un Escape Game sur le thème des archives de Couleur3. Cela permettrait de plonger l'utilisateur dans une expérience Couleur3 mêlant passé, présent et avenir.

Une dernière option serait d'envisager l'Escape Game sur l'application, comme un jeu *Serious Game* pour plonger l'utilisateur dans les archives et le faire utiliser l'app. Cette solution serait la plus complexe à mettre en place et mériterait un développement à part entière (qui ne sera pas pris en compte dans ce travail).

**(Re)Découverte des archives Couleur3, en direct** : L'idée plait, Antoine mentionne *BlindTest – Electronic Beats TV* comme inspiration.

Cette solution pourrait être envisagée pour les 40 ans.

### ***Ébauche de proposition de solution(s) :***

La proposition soumise par l'étudiant s'articulerait autour de 2 temporalité :

1. Développement de l'application :
  - a. Développer et mélanger les solutions 1, 3 et 4 pour l'optimisation de l'application mobile et la promotion des archives de Couleur3.
2. 40 ans en 2022 :
  - a. Les différents jeux imaginés (escape game, jeu de piste virtuel).
  - b. Le Crowdsourcing.
  - c. Blindtest des animateurs / réactions à leurs propres sketches.

A ce stade de l'approche réflexive, il paraît essentiel de répondre aux deux questions suivantes (qui structurent toute la démarche de valorisation) :

- 1) *Quels contenus veut-on mettre en priorité à disposition ?*
  - a. Actuellement, les angles les plus abordables pour le fonds sont :
    - i. Par année
    - ii. Par chroniques
    - iii. Par animateurs
- 2) *Par quel moyen ?*
  - a. Les solutions 1, 3 et 4 sont intéressantes pour débiter.

### **Les archives « politiquement incorrectes »**

Le dernier aspect essentiel de cette réflexion sur la valorisation est la promotion des archives « sensibles » (dans le sens de thématiques humoristiques moralement plus du tout acceptable de nos jours).

Choisir de ne pas les valoriser serait une perte pour la communauté, mais les proposer « en libre accès » pourrait amener à une décontextualisation non-souhaitable. De plus les chances de faire ce qu'on appelle communément un *bad buzz* serait une grave atteinte à l'image de Couleur3 sur les réseaux.

L'aspect provocation pourrait être assumé par la chaîne, mais ne semble pas retenir actuellement l'attention des personnes concernées par ce projet.

L'étudiant propose de réfléchir à une valorisation ciblée pour ces contenus (des visites, un Escape Game consacré à ça (avec une contextualisation), des conférences ou autres). Cet aspect des archives « sensibles » ne sera pas abordé dans ce présent travail par manque de temps et de référencement précis de ces archives dites « sensibles ».

## Annexe 6 : Entretien Antoine Multone

Résumé de l'entretien avec Antoine Multone (Chef d'antenne Couleur3), le 8 mai 2020

### **1. Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ? Quel a été votre parcours avant d'arriver à la tête de Couleur3 ?**

Antoine Multone est le chef d'antenne de Couleur3 depuis janvier 2020. Auparavant, il a été rédacteur en chef du média Kombini. Puis premièrement journaliste à la télévision suisse. Son domaine d'étude est l'histoire contemporaine, dans laquelle il a obtenu un master. M. Multone vient de Fribourg et à 35 ans.

### **2. Pour vous, Couleur3 qu'est-ce que c'est ?**

Couleur3 a beaucoup évolué durant les différentes époques qu'elle a traversée. Pour M. Multone, Couleur3 a toujours été le repère de ce qui se faisait d'original en Suisse Romande. Depuis toujours, Couleur3 cherche à casser les codes, autant dans sa structure interne que dans les contenus qu'elle propose.

Selon M. Multone, Couleur3 a réfléchi bien avant ses consœurs à créer une communauté autour de sa radio. Elle a réfléchi différemment au rôle de la radio. Couleur3 n'était pas juste un média parmi d'autres. Son originalité et sa communauté l'ont très vite distinguée.

Actuellement, ce rôle a changé (même si Couleur3 reste un bon moyen pour repérer des artistes). Le côté « provoc' » s'est quelque peu estompé depuis. Elle est devenue une marque, qui est un bon vecteur de communication sur les réseaux sociaux. Couleur3 dispose d'une grande visibilité sur Internet.

### **3. Maintenant à la tête de cette chaîne unique dans le paysage radiophonique, comment voyez-vous son avenir ?**

M. Multone envisage de développer l'aspect « marque » (bien que le terme ne lui semble pas le plus approprié) de Couleur3. Comme média multi-supports, il est essentiel qu'elle accompagne ses différents publics là où ils se trouvent : autant physiquement que virtuellement. Selon le directeur de Couleur3, il est primordial que cette chaîne garde à l'avenir ses valeurs, son ton et son offre. Cette offre se décline en trois axes principaux :

- Musique
- Humour
- Société

C'est un média généraliste, qui aborde énormément de sujets différents, mais qui possède un ton particulier. Ce dernier doit être le même sur les différents vecteurs de communication qu'utilise la chaîne.

Sans pour autant tomber dans le jeunisme, le directeur actuel estime que la chaîne doit accompagner et évoluer avec le jeune public sur Internet.

### **4. En tant que directeur de cette chaîne, quelle est la place, selon vous, de la valorisation dans une radio comme Couleur3 ? Quel est votre avis sur la valorisation de ses archives ?**

La valorisation d'archives est essentielle pour M. Multone. Cependant c'est un aspect compliqué à prendre en compte.



Il est important de valoriser les archives car il existe un public historique de Couleur3, qui est très fidèle à la chaîne. Ce public connaît énormément l'histoire de cette radio et les différents contenus proposés dessus. M. Multone a pu remarquer cet engouement pour leur passé quand ils ont (re)diffusé des concerts captés à l'époque. Aux dires de M. Multone, les gens adorent ce genre de contenus. La rediffusion de captation live représente une grande veine de valorisation pour Couleur3. Les interviews d'artistes rencontrent également un intérêt certain.

Cependant, la valorisation d'archives humoristiques est également importante pour M. Multone. Mais elle représente d'autres défis à relever. Le processus de valorisation est différent et nécessite un autre travail. Le directeur de Couleur3 a remarqué que certaines valorisations proposées par son prédécesseur avaient perdu de leurs intérêts pour les publics actuels de Couleur3 (références dépassées, humour vieillot, etc.). Il faut respecter le public d'aujourd'hui pour pouvoir continuer à l'accompagner et M. Multone craint que cela ne soit pas le cas selon les archives (ou la forme) proposées.

M. Multone mentionne également que de grands projets de valorisations pourraient avoir lieu en 2022, à l'occasion des 40 ans de la chaîne.

#### **5. Selon vous, quel est le public actuel de Couleur3 ? Et quel est son public-cible ?**

Le public actuel sur Internet se situe dans la tranche des 25-35 ans. À la radio, la moyenne d'âge se situerait plutôt autour des 49 ans (cependant cette information doit être vérifiée).

En ce qui concerne les publics-cibles, on vise à l'antenne les 35-45 ans et sur Internet les 25-35 ans.

#### **6. Je vais vous présenter quelques pistes de valorisation que j'ai élaboré pour les archives de Couleur3. J'aimerais avoir votre avis dessus.**

Globalement, M. Multone semble satisfait des propositions de valorisations proposées par l'étudiant. Il évoque quelques points en lien avec les propositions et la valorisation :

- Une partie des projets évoqués pourrait être mis en place pour les 40 ans de la chaîne en 2022.
- Il faut faire attention à garder l'esprit original de Couleur3 dans les solutions proposées.
- A ses yeux, la valorisation peut prendre également la forme de rencontres physiques, afin de renforcer le lien avec la communauté.
  - En ce sens, M. Multone évoque un projet de festival caché pour l'été 2020.
- A l'avenir, il voudrait relancer le côté « acteur physique/culturel » de Couleur3.
- Il souhaite travailler sur l'aspect communautaire de Couleur3, et ce point devrait également apparaître dans la valorisation de ses archives.
- Quelques projets évoqués retiennent son attention :
  - La borne interactive.
  - Le concept ludique « Quelles archives êtes-vous ? »
  - Un *Serious Game* autour des archives de Couleur3.
  - Le concept « C'est arrivé le... »

- La diffusion des archives sur internet. Il préférerait que cela soit sur l'application plutôt que sur le site internet.
- Le podcast, bien qu'il émette des doutes et craint que les épisodes virent à l'étude sociologique/historique, ce qui éloignerait le produit des valeurs et du public de Couleur3.

### **7. A quel point Couleur3 est-elle prête à soutenir la valorisation de ses archives ?**

Dans l'ensemble, Couleur3 soutient la valorisation de ses archives. M. Multone revient sur l'importance de garder un œil vigilant sur la forme de la valorisation. Elle devrait respecter les codes de la chaîne et tenter d'être aussi originale que cette dernière.

Il recommande à l'étudiant d'aller regarder les commentaires d'une vidéo Facebook publiée en février sur les coulisses de Couleur3. Selon lui, ils sont représentatifs de l'esprit de la communauté Couleur3.

M. Multone parle de la nécessité d'être proche du public pour pouvoir le toucher. Une archive prend son sens dans son aspect communautaire, il faut qu'elle représente une identité commune. Il soulève la question suivante : comment faire pour qu'une communauté se retrouve autour d'une valorisation d'archives ?

Il est mentionné durant l'entretien qu'une archive contenant des propos pouvant choquer actuellement doit pouvoir être valorisée, mais uniquement avec une contextualisation précise.

### **8. Quelle est la place de l'humour dans la société aujourd'hui ? Rions-nous moins de tout ?**

Pour M. Multone, l'humour représente un caractère essentiel de notre société, particulièrement durant le temps de crise que nous vivons avec la pandémie de COVID19. L'humour fonctionne toujours autant, car il questionne la société et ses codes. M. Multone évoque l'image du fou du roi qui était là pour remettre en question les choix sociétaux.

À propos de la deuxième question, M. Multone estime que l'on peut rire de tout mais pas avec n'importe qui, ni n'importe comment. Il formule plusieurs observations :

Le média a une responsabilité envers son public. Il se doit de savoir de quoi peut-on rire et de quoi ne peut-on pas rire avec lui. De plus, le directeur de Couleur3 rappelle qu'il existe un cadre légal à respecter et que sur ce point aucune discussion n'est possible.

M. Multone remarque que l'on se moque moins des minorités actuellement. Il faut à tout prix éviter de blesser la communauté.

Le chef d'antenne de Couleur3 se défend de toute censure. Il s'agit plutôt là d'une conscience qu'ils doivent accompagner et respecter leurs différents publics, tout en questionnant la société par l'humour. Il est nécessaire de trouver la limite à ne pas franchir, dans les deux sens. M. Multone explique qu'il ne faut pas tomber dans un humour plat et sans risque, mais qu'au contraire il n'est pas non plus souhaitable de se moquer gratuitement des minorités. Pour étayer son propos, M. Multone utilise l'image des catholiques : les humoristes vont détourner et ridiculiser leurs positions sur le préservatif, mais ne se permettront, à aucun moment, de tourner à la dérision leurs croyances. Il termine en évoquant la problématique du sexisme dans les contenus humoristiques et de la difficulté à trouver la limite précédemment évoquée. La

communauté réagit très vite si elle se sent blessée ou offusquée par un contenu publié sur les différents réseaux de la chaîne.

*Relu et approuvé par Antoine Multone le 08.05.2020*

## Annexe 7 : Entretien Stéphane Laurenceau

Résumé de l'entretien avec Stéphane Laurenceau, le 26 mai 2020

### 1. Peux-tu te présenter ?

Stéphane Laurenceau est français et travaille depuis 20 ans à la RTS. Il est entré à Couleur3 dans les années 2000. Il y a appris le métier d'animateur/journaliste et a également collaboré à l'émission « On en parle ». Il dit avoir deux casquettes au sein de l'institution : la première a pour nom son émission « Point barre » : rendez-vous hebdomadaire autour de l'actualité numérique et vidéoludique. La deuxième correspond à la casquette d'auteur de chroniques et de sketches humoristiques sur les ondes de la 3.

### 2. Pour toi, Couleur3 c'est quoi ?

Pour M. Laurenceau, Couleur3 est une exception culturelle dans le paysage radiophonique et audiovisuel. Depuis des années, il a pu constater l'aura que dégageait cette chaîne de radio au sein du monde des médias francophones. L'animateur de la 3 mentionne trois autres radios qui visaient le même public-cible, à l'époque : « Bande à part » pour le Canada, « Pure FM » pour la Belgique et « Mouv' » pour la France.

### 3. C'était mieux avant ?

Pour M. Laurenceau, « avant » n'était pas mieux, mais différent. Il explique qu'un programme radio correspond à un temps X, qui va cristalliser un certain public autour de cette programmation. A propos du fait que Couleur3 était une radio pour les jeunes avant et que cela s'est perdu depuis, il répond qu'il faudrait inventer « Couleur4 » pour parler aux jeunes d'aujourd'hui.

Il a remarqué la constante nécessité de se renouveler pour continuer à accrocher le public et à fidéliser de nouveaux auditeurs. S. Laurenceau fait le lien avec le jeu-vidéo : c'est par génération ; les deux Vincents, Yann Marguet, Noël Noël, etc.

L'animateur constate également que beaucoup de personnes ayant fait leurs débuts sur la 3 ont été ensuite repris sur les autres chaînes de radio de la RTS.

Enfin, M. Laurenceau termine sa réponse sur le fait qu'une radio ne peut être mieux ou moins bien 20 ans plus tard car elle est le reflet d'une société à un instant T, qui se passe de jugements rétrospectifs et subjectifs.

### 4. Peut-on encore rire de tout ? En tant qu'animateur, trouves-tu que votre liberté d'action est plus restreinte aujourd'hui qu'hier ?

La réponse de S. Laurenceau est nuancée : oui et non.

Non, car certains humoristes actuels n'hésitent pas à « trasher » dans leurs chroniques. L'animateur pense notamment à Yann Marguet et à certains de ses sketches.

Oui, car S. Laurenceau estime que nous sommes rentrés dans l'ère de la bien-pensance, exacerbée par les réseaux sociaux et cette surveillance constante que les internautes appliquent entre eux. Les gens ont tendance à s'offusquer pour n'importe quoi, et il ne faut pas s'étonner que l'humour Couleur3 choque certain.e.s quand ils ne connaissent pas cet dérision particulière.

M. Laurenceau pense également que nous sommes dans une ère de recherche du « buzz ». Il trouve que ce n'est pas à une radio publique de courir après ce genre de vecteurs de communication. Couleur3 a la chance de ne pas être obligée d'adopter ce genre de techniques de marketing.

Enfin, il constate qu'avant Couleur3 se suffisait à elle-même. Maintenant, les gens se sont éparpillés dans les réseaux sociaux et il faut les rattraper.

### **5. Qu'est-ce qui a changé entre ton arrivée à Couleur3 et maintenant ?**

Historiquement, S. Laurenceau n'a pas vraiment bougé. L'animateur explique qu'il est aux commandes de Point Barre depuis longtemps et qu'il est l'un des rares à ne pas avoir lâché son projet. Il pense que cela s'explique par le fait que la culture abordée par l'émission, à savoir les jeux-vidéos, est en constante augmentation et que le public intéressé par un tel sujet ne fait que croître.

S. Laurenceau explique qu'en 2000, il streamait des jeux-vidéos à la radio. Cela rentre dans le rôle de laboratoire Couleur3. Maintenant le stream s'est démocratisé.

En évoquant l'arrivée de la radio filmée, S. Laurenceau pense que cela a été mal géré. Il a fallu augmenter les ressources techniques sans pour autant avoir des ressources financières/humaines supplémentaires.

Enfin, les choses qui ont beaucoup bougé depuis son arrivée sont surtout les thèmes abordés au micro, ces derniers changeant selon les différents chefs d'antenne.

### **6. La radio sur le Web, quel bilan en tires-tu ? Comment valoriser la radio à l'heure du Web ?**

Pour l'intervu, le constat global n'est pas très reluisant. Il estime qu'il faudrait à l'avenir un gros travail de mise en valeur de la web-radio. Cette dernière prend des formes différentes par rapport au média traditionnel. Elles peuvent apporter une énorme plus-value, mais il faut que des moyens supplémentaires soient mis en place. Cela passe par une réalisation réfléchie pour le média Web. Il faut encore une certaine adaptation de la part de la radio pour réaliser des contenus Web totalement pertinents.

A propos des réseaux sociaux, S. Laurenceau pense qu'il faudrait se servir de Facebook (et des autres plateformes du genre) et non plus se contenter d'être entièrement dépendant de leurs algorithmes. Il serait souhaitable, selon lui, de faire des produits d'appel pour capter les publics sur ces plateformes avant de les rediriger vers un espace numérique géré par la radio/RTS. Ainsi, il espérerait voir capter par la RTS une partie des revenus publicitaires qui habituellement reviennent entièrement aux géants du numérique.

### **7. Quels ont été les principaux changements dû à l'arrivée du tout numérique ?**

Au niveau des changements remarquables, induits par le tout-numérique, S. Laurenceau mentionne les points suivants :

- Il faut constamment adapter les produits aux différents supports et aux différentes plateformes.
- La radio filmée.
- Le tout-archivage.

Il s'est rendu compte de la difficulté technique de créer de la radio-web ainsi que des problèmes d'organisation interne pour mettre en place et coordonner le développement de ces nouveaux médias numériques.

#### **8. Pour toi, quelle place le numérique doit-il occuper à la radio ? Son omniprésence est-elle souhaitable ou regrettable ?**

L'omniprésence du numérique est perçue comme un danger par les « vieux » services publics. Il y a certaines contraintes légales qui freinent le développement de cette nouvelle manière de faire de la radio. Enfin, S. Laurenceau estime que les acteurs de cette transition numérique ont été « sous-payés ». Il explique que lui et ses collègues ont fait beaucoup d'heures pour adapter le média à cette ère nouvelle, qu'ils ont dû développer des nouvelles compétences et que ceci n'a pas toujours été reconnu à sa juste valeur.

Cependant, il pense également que le tout-numérique peut apporter énormément d'opportunités. Il faut pour ceci qu'il y ait un traitement ainsi qu'une plus-value artistique ou rédactionnelle ajoutée au produit. Mais pour ce faire, il faut des moyens (financiers, humains et techniques) et de la considération. Tout ceci ne se prête pas forcément à tous les types d'émissions radiophoniques.

S. Laurenceau termine sa réponse en évoquant trois médias qui « surfent » sur la vague du Web. La BBC avec un plateau pour DJ online, Pure FM qui a su développer une audience Web et enfin Twitch, que certaines personnes consomment comme la radio : en écoutant ça en fonds, tout en faisant autre chose. S. Laurenceau pense qu'il serait judicieux de s'intéresser à cette dernière plateforme pour diversifier les lieux virtuels où Couleur3 est présent.

#### **9. Si tu devais revivre certaines chroniques Couleur3, lesquelles serait-ce ?**

Pour S. Laurenceau, il n'y a pas vraiment de chroniques qu'il voudrait revoir. Quand il veut faire revivre une histoire ou une chronique, il va essayer de la refaire à la sauce du moment. S. Laurenceau mentionne alors la chronique « Kluk » qu'il avait faite avec Duja. Ils ont alors décidé de faire « Kluk II ». Pour l'animateur, Couleur3 est un prisme que l'on place par-dessus des sujets de société. Ce prisme évolue et n'est pas toujours adapté à faire revivre certaines chroniques du passé.

#### **10. Si je te parle de valorisation d'archives radio, ça t'évoque quoi ?**

Pour répondre à cette question, S. Laurenceau évoque une image issue de l'imaginaire collectif : « Dans tous les scénarios post-apocalyptiques, tout ce qu'il reste c'est la radio ». Selon lui, l'archive de radio possède une âme complète. La valorisation de cette dernière doit pouvoir rendre compte de cette grandeur et de cette intégrité. A l'heure de l'éphémère, c'est bien d'avoir des repères et des choses qui ne bougent pas, qui sont toujours là 35 ans après et que l'on peut à nouveau partager ensemble.

#### **11. Voici quelques exemples de valorisation que j'ai imaginée : tu en penses quoi ?**

S. Laurenceau apprécie les différentes suggestions proposées par l'étudiant. Il souligne l'importance dans les différentes solutions de « gamifier » les valorisations. Ainsi, il est plus aisé de capter l'attention du participant. Il faut savoir magner l'art de la récompense pour motiver les gens à se donner dans un projet de valorisation.

Enfin sur l'idée du jeu de piste, S. Laurenceau suggère d'utiliser les affiches de Couleur3 pour y incorporer un QR code renvoyant à une archive (l'idée de base, évoquée durant l'interview,

n'était pas forcément pensée pour le jeu de piste, mais est amplement applicable à ce dernier).  
L'animateur propose également de teaser et/ou de donner des indices à l'antenne.

*Relu et approuvé par Stephane Laurenceau le 08 juin 2020*

## Annexe 8 : Entretien Vincent Seriot

Premier lien cercle Valorisation D+A : Vincent Seriot, 13 mai 2020

### 1. Pourquoi D+A doit valoriser ses contenus ?

L'une des principales raisons : la mission donnée à la SSR dans la concession du mandat (il faudrait se renseigner pour être sûr de cette information). Le patrimoine se doit d'être redonné au public de la RTS (Vincent Seriot compare ceci à une des fonctions régaliennes de l'institution et du service).

Pendant longtemps, ce sont seulement quelques chercheurs et des professionnels qui avaient accès aux collections et aux archives. Maintenant, la numérisation massive a permis (grâce à Fonsart, entre autres) de valoriser ces fonds et de donner un accès aux différents publics de la RTS. Tout ceci fait deux très bonnes raisons de mettre du temps dans la valorisation, en plus du succès de cette dernière auprès des publics numériques des archives sur les réseaux.

### 2. Quels sont les besoins de D+A en termes de valorisation ?

Vincent Seriot répond à la question en faisant un bref historique de la valorisation au sein de D+A. Quand ils se sont lancés au début, aucun moyen et aucun fonds supplémentaires ont été débloqués pour le projet. En 2008, un journaliste s'investi dans le concept et donne un peu de corps au site internet des archives. Il prépare et crée un contexte éditorial pour le site. Au cours du temps, des gens à l'interne se sont réaffectés pour venir valoriser : en soit il n'y a jamais eu de création d'emplois spécifiquement pour la valorisation. M. Seriot évoque qu'environ 11 à 15% des heures de D+A sont consacrées à la valorisation.

Maintenant que les Archives de la RTS se sont posées en leader sur les réseaux sociaux de la SSR, ils cherchent de nouveaux moyens pour la valorisation, notamment au travers de l'autofinancement (qui en est encore au stade de projet embryonnaire). En ce qui concerne le matériel, la valorisation ne demande pas beaucoup d'investissement. Le coût est surtout humain et temporel.

### 3. Quel est le public cible de D+A en matière de valorisation ? Et le public actuel ?

La cible du public de D+A est très large : Vincent Seriot évoque l'énoncé suivant : de 7 à 77 ans. Ils veulent toucher un public le plus large possible au travers de leurs différentes valorisations. En soi, cela se résume à viser le grand public (sans la connotation négative reliée à ce terme). Cependant, M. Seriot ajoute également qu'ils se posent très peu de questions en matière de public-cible et qu'ils n'ont jamais voulu cerner ces derniers. Un autre point intéressant sur les publics de D+A est le fait qu'une grande partie de l'audience est internationale.

Là-dedans, M. Seriot remarque deux grands types de publics (avec leurs attentes particulières) :

- Celui qui aime la suissitude, les portraits, les belles images et la nostalgie des temps anciens.
- Celui qui aime l'absurde, le décalé et la petite perle originale. Il a tendance à se dire que ce type de public est plus jeune.



#### **4. Existe-t-il des pratiques à D+A pour trier les archives à valoriser ou non ? Des critères incluant/excluant ?**

C'est une question à débat au sein de l'équipe. Mais la réponse de M. Seriot est que non, il n'y a pas de critères pour sélectionner les archives. Celui qui trouve la perle la publie. La seule règle en vigueur est de ne pas valoriser des contenus trop récents (qui ont moins de 15 ans) : il faut qu'il y ait un décalage entre ce qui est valorisé et ce qui passe à l'antenne.

#### **5. Quels sont les facteurs/indicateurs de réussite d'une valorisation ?**

Vincent Seriot répond que cela dépend des plateformes. Il se base principalement sur les statistiques données par le service qui s'en occupe au sein de la RTS.

Pour Facebook, Vincent Seriot évoque le fait que ce soit les éléments de « buzz » qui font fonctionner la page. Ils vont toujours faire attention à avoir des choses qui vont marcher pour pouvoir assurer la visibilité de la page. Pour eux, l'indicateur principal est le nombre d'abonnés (plus que les interactions ou le nombre de vues).

Au niveau des facteurs de réussite, cela est très personnel selon M. Seriot. Ils peuvent, avec leurs expériences, très souvent « prédire » ce qui marchera/ne marchera pas, mais toujours avec une certaine marge de surprises (heureuses ou non). Vincent Seriot a également remarqué que les contenus qui fonctionnent bien sont ceux qui ont plusieurs messages à la fois. Il peut être intéressant de mélanger plusieurs couches de messages. M. Seriot donne l'exemple de la vidéo de Samy.

Enfin, ils sont très pris par le format court qui est très favorisés sur les plateformes. Ils doivent constamment remonter les vidéos pour créer des formats impactant et courts afin de tenir le spectateur en haleine le plus longtemps possible.

#### **6. Quels sont les facteurs/indicateurs d'échec d'une valorisation ?**

Les facteurs d'échec en soi sont peu importants, car ils font parties de la démarche. Ce qu'il faut garder à l'esprit, c'est qu'au final la balance soit toujours positive (=qu'il y ait peu de désabonnement). Quand ils ont une publication au succès assuré, ils peuvent se permettre de faire quelques « bides » avec d'autres publications. Cependant, Vincent Seriot évoque le fait qu'une mauvaise semaine d'audience sur les réseaux est très dure à gérer et qu'il faut du temps pour remonter la pente. Il compare ceci à des courbes en constante ascension/descente qui évoluent au fil du temps. Là-dedans, il faut s'arranger pour que la balance entre ces différentes phases aille toujours vers le positif.

#### **7. Que conseilles-tu pour mener à bien une valorisation sur les plateformes/sur le Web ? Des créneaux horaires plus favorables que d'autres ? Des *tips* ?**

Au niveau des créneaux horaires, ceux-ci n'ont pas bougé depuis 2015. En semaine, ce sera plus des publications légères, décalées et absurdes. Ces posts sont publiés à 18h15. De temps à autre, ils font un petit bonus à midi.

Pour le weekend, ils publient les contenus à 07h00-07h30, au réveil des internautes. Ce sera plutôt des sujets *feel good*, des beaux portraits.

Ils vont adapter le ton du post au contenu, selon la tranche horaire et le contenu de la publication. Ils éviteront de faire des références à l'actualité, afin de garder un ton « archives ».

En ce qui concerne la communication digitale et le succès de D+A sur les réseaux sociaux, M. Seriot évoque le fait que c'est beaucoup basé sur le partage des différents contenus.

### **8. Quels sont les moyens les plus efficaces pour valoriser des archives parlées ?**

Actuellement, c'est un problème auquel personne n'a trouvé de réponse, que ce soit à la RTS ou ailleurs. Cependant quelques pistes existent. Par exemple, en coopération avec RTS Culture, illustrer le contenu des capsules radio avec des dessins originaux qui permettent de capter l'attention du spectateur. Mais cela représente beaucoup de moyens à débloquer, ce qui rend le projet infaisable sur des créneaux hebdomadaires.

La wave form (audiogramme) est également une piste pour permettre une meilleure visibilité de l'information. Vincent Seriot pense que cela marche mieux dans le cadre d'actualités avec des messages forts, un texte inspirant. Si c'est le bon contenu au bon moment, cela peut marcher. Il donne l'exemple d'un décès où une photo dit plus et mieux qu'une vidéo.

Une autre option actuellement en développement au sein de la RTS est la radio filmée. Cette dernière se voit à Couleur3 ou, plus récemment, à Forum.

En ce qui concerne le podcast, Vincent Seriot pense que le potentiel est présent pour faire revivre des moments aux auditeurs. Cependant, Vincent Seriot soulève le problème que la RTS n'est pas la plus opérante en ce qui concerne la distribution de ses podcasts. Malgré ça, M. Seriot estime que c'est une bonne piste pour valoriser l'audio, même s'il faut faire attention à la spécificité du marché romand et le handicap de sa petite taille d'audience.

Enfin, Vincent Seriot évoque une possibilité pour l'avenir : valoriser les archives sonores au moyen de assistants vocaux. Cependant, cette option n'est pas encore envisageable car le marché de ces appareils n'est pas encore assez développé.

### **9. En matière de communication, quel est le meilleur moyen de partager/faire connaître les valorisations ? Plus particulièrement radiophoniques ?**

Vincent Seriot envisage de mettre en place une newsletter pour prévenir les personnes intéressées des nouveautés de RTS Archives.

### **10. J'ai lu dans le rapport de Guy Druey et Louise-Anne Thévoz (2017) que les publications Facebook qui fonctionnaient le mieux étaient très souvent en rapport avec la Suisse (la « Suissitude ») : est-ce toujours le cas ?**

M. Seriot répond que oui, cela est toujours le cas. Il relève que les choses locales marchent le mieux, et que ces dernières parlent régulièrement à tout le monde. Il évoque un côté « Madeleine de Proust » chez certains auditeurs. Les gens attendent le côté suisse, alors que  $\frac{3}{4}$  de la communauté vient de l'international.

### **11. Quel est le bilan de l'utilisation d'Instagram par la cellule de valorisation ? Des observations particulières ont-elles été relevées ?**

Le responsable de la valorisation pense que cette plateforme fait du bien, donne un peu d'air frais. Avec Facebook, ils sont prisonnier d'un concept (sous peine de voir leurs audiences chuter) : la communauté permet que peu d'écart à la « ligne éditoriale » implicite de la page Facebook. Avec Instagram, la communauté est plus jeune. D+A peut se permettre d'explorer de nouveaux horizons, de nouvelles manières de faire. Vincent Seriot évoque une fraîcheur

bienvenue. Il mentionne également que les échanges commencent à avoir lieu, et que ces derniers sont bons. Même si son impression n'est pas très scientifique et que l'utilisation d'Instagram est récente, il a un sentiment globalement positif.

**12. En 2017, il y avait un projet de plateforme SoundCloud. Qu'en est-il aujourd'hui ?**

Le projet a été abandonné. Pour plus d'informations à propos de l'audio, Vincent Seriot renvoie à Aurélie Roulet. Il évoque également que les collègues du B2B sont en contact avec l'équipe business de Spotify.

**13. Tu as pratiqué de la valorisation « de terrain » : quels conseils peux-tu donner ?**

Il ne faut pas trop réfléchir et se jeter à l'eau, sans avoir peur de se planter. Oser des concepts et les mettre à l'épreuve. Il faut être le premier sur le concept et proposer quelque chose qui marche. M. Seriot évoque la difficulté de vendre un projet juste sous forme de concept. De plus, il faut faire de la production, car c'est ce que veut la RTS. De plus, il existe toutes les compétences nécessaires en interne à la RTS.

Dans tous les cas, il vaut mieux nouer une certaine confiance avec les acteurs locaux : ne pas arriver avec ses grands sabots de « RTS : média d'état ». Une approche humble pour s'allier avec le tissu local et collaborer avec lui. Cependant, il peut parfois il y avoir des surprises.

**14. Voici quelques idées de valorisation que j'ai eu : pourrais-tu me donner un retour dessus ?**

Il conseille à l'étudiant de se renseigner auprès de Mme Compte, qui avait participé au projet de crowdsourcing sur notreHistoire.ch à propos de Couleur3 et des trous dans les archives.

A propos de l'application, Vincent Seriot rend attentif à la visibilité des contenus. Il émet des doutes quant aux garanties de succès d'une playlist juste ajoutée. Une piste qu'il propose évoque d'assumer l'anarchie et le chaos des collections pour en faire un des aspects phares de cette valorisation. Il rejoint l'idée d'un concept vidéoludique qui permettrait de faire revivre les archives de Couleur3. M. Seriot conseille également de prendre en compte le nombre de chroniques comme angle de valorisation, de jouer là-dessus.

En ce qui concerne les bornes, il verrait bien un appareillage immersif (en collaboration avec certains partenaires de la RTS comme l'ArtLab de l'EPFL ou l'ECAL). Faire des liens avec les acteurs locaux de la communication digitale. Il pense qu'une simple interface iPad serait un peu soft par rapport à tout ce qu'on peut faire actuellement d'un point de vue technologique. M. Seriot pense que l'idée d'un quizz/jeu est une bonne piste.

Il propose à l'étudiant d'envisager la perspective de ne rien valoriser des archives de Couleur3. Sans pour autant être l'option envisageable, il pense que ce serait une bonne manière d'appréhender le problème.

Il évoque l'application RTS Challenge pour s'inspirer. Enfin, M. Seriot boucle l'entretien en évoquant deux idées qu'il a sur le moment : faire des goodies, des objets (numériques ou physiques) avec les jingles et ainsi jouer sur la fibre nostalgique de la communauté Couleur3. Sa deuxième idée serait de développer des objets connectés, réédités les autocollants, avec un QR code qui donne une chronique d'époque en lien.

*Relu et approuvé par Vincent Seriot le 18.05.20*

## Annexe 9 : Entretien Louise Saudan

Louise Saudan – éditrice de contenus numériques Couleur3, le 13 mai 2020

### 1. Pouvez-vous vous présenter ?

Louise Saudan travaille à la RTS depuis 8 ans. Elle a rejoint l'équipe de Couleur3 il y a 3 ans. Elle est éditrice de contenus numériques, ce qui revient actuellement à être très orienté *community manager*. Mme Saudan fait également beaucoup de montage vidéo et de captation, elle se définit comme une « caméraman monteuse ». Elle va également gérer la résolution de bugs, la mise à disposition sur les plateformes et les réponses aux questions liées à l'environnement numérique de Couleur3.

### 2. Pour vous, Couleur3 c'est quoi ?

Pour Mme Saudan, Couleur3 est une radio qui a toujours été un pas de côté par rapport à ce qu'il se fait dans le paysage radiophonique. Selon elle, Couleur3 n'est plus une radio de jeunes : ils ne sont pas Tataki. Couleur3 a toujours été original, et cela octroie une certaine forme de liberté dans les projets menés. L'absurde étant une de leur marque de fabrique, ils ont une plus grande latitude pour tester des nouveaux concepts. Enfin, Louise Saudan pense que Couleur3 est toujours une radio musicale, liée aux découvertes d'artistes. Cela n'a pas bougé dans l'ADN de la radio. Toujours selon Mme Saudan, Couleur3 souhaite garder des sélections musicales « hors mainstream ».

### 3. Comment sont gérées les différentes plateformes numériques de Couleur3 ? Existe-t-il une plateforme Soundcloud ?

Couleur3 possède plusieurs environnements numériques gérés par trois personnes. Mme Saudan liste les environnements suivants :

- Le site internet Couleur3.ch
- L'application mobile
- Facebook
- Twitter, bien que plus du tout utilisé
- Instagram
- YouTube
- SoundCloud / Spotify / Apple pour la diffusion des podcasts
- PlayRTS

Mme. Saudan soulève, plus loin dans l'entretien, que la plateforme Snapchat n'est pas envisagée pour développer l'univers numérique de Couleur3.

A propos de la gestion de ces plateformes, ils aimeraient pouvoir avoir une personne par environnement. Cependant un tel souhait ne peut être réalisé actuellement. Cela engendrerait des coûts financiers bien trop importants.

Pour ce qui est du ciblage, l'équipe va viser un format particulier pour une plateforme avant d'essayer de le partager sur les autres vecteurs de communication numériques.

Mme Saudan mentionne l'existence d'une stratégie bien précise par plateforme, mais qu'elles ne peuvent pas toujours être appliquées. Elle mentionne également la difficulté de tout mettre sur chaque plateforme. Mme Saudan ajoute qu'il n'y a pas un format qui est décliné en

plusieurs variantes en fonction des plateformes utilisées (par exemple, une vidéo faite pour YouTube ne sera pas retravaillée avant d'être postée sur Facebook).

#### **4. Quels sont les publics-cibles des différentes plateformes numériques de Couleur3 ? Et les publics actuels ?**

Sur Facebook, le public actuel se situe dans les 40 - 45 ans et plus. Pour ce qui est d'Instagram, on se situe plutôt autour des 35 - 45 ans.

Pour ce qui est des podcasts, Louise Saudan n'a pas de statistique, mais elle suppose que c'est sûrement proche du public à l'antenne.

Le public-cible : Couleur3 tente de cibler plus jeune, mais cela ne fonctionne pas selon Mme Saudan. Elle trouve que cela peut s'avérer contre-productif, car à trop vouloir cibler les jeunes ils risquent de perdre les plus âgés qui sont déjà là.

Il est également fait mention qu'ils essaient de garder Instagram pour parler aux différents publics jeunes. Ils tentent de s'ouvrir à d'autres communautés/tranches d'âge, mais c'est compliqué à réaliser.

#### **5. Connaissez-vous les centres d'intérêts des différents publics digitaux de Couleur3 ? Des tendances se dégagent-elles ?**

Ce qui fonctionne le mieux sur le net, c'est l'humour. La musique permet aussi de créer des interactions avec le public, mais moins qu'avec l'humour.

A propos de l'humour, il est mentionné que les écarts à « l'humour Couleur3 » sont très vite « sanctionnés » par la communauté. Cette dernière veut du contenu qui ne sort pas des codes de Couleur3. Mme Saudan a remarqué que le public n'appréciait pas qu'ils sortent des voies habituelles.

Ils ont également remarqué que les contenus avec d'autres thèmes que l'humour ou la musique (la politique ou l'écologie par exemple) fonctionnaient pas. Mme Saudan suppose que cela est dû au fait que le public de Couleur3 ne recherche pas ça sur cette radio.

Mme Saudan a également remarqué que certaines personnalités de Couleur3 (Yann Marguet par exemple) vont faire que la publication atteint une bonne audience, quel que soit le thème abordé.

Un dernier point soulevé est que le contenu engagé politiquement fonctionnera moins bien sur les réseaux.

#### **6. Quelles sont les habitudes, s'il y en a, de publications des posts ?**

Ils ont des habitudes qui évoluent constamment selon les plateformes et les mises à jour des algorithmes. Cependant, certaines tendances et habitudes restent au niveau des horaires de publication.

La semaine : Ils vont publier sur trois créneaux : 08h00 / 11h30-12h30 / à partir de 17h30

Le weekend : Samedi et dimanche matin à 09h00. Les autres créneaux sont les mêmes. L'équipe a remarqué que les gens étaient très connectés le dimanche à 20h00. C'est un des créneaux qui est le plus fréquenté.

#### **7. Quels sont les indicateurs/facteurs de réussite d'une publication ?**

## Indicateurs

- Dépend de chaque plateforme.
- En ce qui concerne Facebook : ils vont regarder les interactions avec le public. La métrique principale utilisée est le nombre de partages (principe de *call to action*). Le nombre de vue ou de likes ne sont pas des indicateurs pris en compte.

## Facteurs

- L'humour
- La thématique : quand cette dernière est en lien avec le public, avec le contexte local. Mme Saudan utilise le Salon de l'Auto pour exemplifier une thématique qui assure un certain succès à la publication.
- La construction de la vidéo joue beaucoup dans le succès d'une publication. Il faut que cette dernière soit montée sur du format court. Pas de long générique, sinon il y a un risque de perdre l'auditeur. Ils appliquent la règle 3 / 10 / 30 : cela veut dire qu'il faut des choses intéressantes à 3 secondes, à 10 secondes et à 30 secondes dans la vidéo.

### 8. Quels sont les facteurs d'échec d'une publication ?

## Indicateurs

- Nombre de vues : s'il n'y a pas de vue, ils voient que cela ne marche pas.
- Exemple de bide durant le confinement : ils ont fait des vidéos sur des artistes locaux. Cela n'a pas du tout marché pour l'interactions et la portée.
- Ils ne procèdent à aucune suppression de post, que ce dernier marche ou non. Les seules exceptions sont quand il y a des problèmes de droits d'auteur ou qu'un artiste demande que la publication soit retirée.

### 9. Que pouvez-vous dire de l'application mobile ? Rencontre-t-elle un succès ? Quels sont les plans de développement futurs la concernant ?

L'application Couleur3 fonctionne uniquement comme un agrégateur des contenus disponibles sur PlayRTS. Le but premier de cette application, au moment de sa conception par le précédent chef d'antenne, était de lancer la radio filmée. Ensuite, elle a servi à regrouper les titres, les podcasts et les contenus en général produit par Couleur3. Il était également dans l'idée de créer un endroit virtuel plus « User Friendly » pour les auditeurs de la radio.

L'application sert aussi à communiquer avec la communauté. Effectivement, cette dernière permet de faire des *pushs* : teaser des contenus (chose qui n'est jamais faite à l'antenne).

En ce qui concerne le succès de l'application, Mme Saudan se montre mesurée. Il n'est pas au rendez-vous, car selon Mme Saudan il n'y a aucune interaction dessus. Il n'y pas de possibilité de *push to action*. C'est difficile d'avoir des nouveaux utilisateurs et de les pousser à utiliser l'application.

A l'avenir, elle verrait bien de développer le côté « interactivité » de l'outil. Créer des interactions avec le public, pour inviter ce dernier à venir plus régulièrement sur l'application et à l'utiliser autrement que pour consommer des contenus Couleur3 comme sur PlayRTS.

### 10. Quels éléments graphiques doivent apparaître dans la communication digitale de Couleur3 ?

Sur la vidéo, il y a toujours un logo « pirate », à droite de l'écran. Pas d'habillage spécifique autre. La présence de la virgule à la fin de chaque vidéo permet d'identifier et de relier le contenu à Couleur3.

### **11. Existe-t-il une charte digitale Couleur3 ? Si oui, quelle est-elle ?**

Il est convenu durant l'entretien que Mme Saudan enverra par mail la charte graphique à l'étudiant, après vérification de l'inexistence de clauses particulières qui restreindraient son accès.

### **12. Quel est votre avis sur la publication digitale de contenus radiophonique ?**

Selon Mme. Saudan, la publication digitale de contenus radiophoniques à Couleur3 ne fonctionne pas. Les audiogrammes ne fonctionnent pas non plus. En ce qui concerne Facebook, les audiogrammes sont « éliminés » par la plateforme, car le réseau social met en avant les vidéos. Ils passent alors totalement inaperçus.

SoundCloud est utilisé pour les podcasts natifs. Couleur3 va utiliser les stories Instagram avec un Swipe Up pour faire la promo des nouveaux épisodes de podcasts.

### **13. Que pensez-vous des podcasts sur Internet ? Et de quelques autres solutions que j'ai imaginées ?**

En ce qui la concerne, elle n'en consomme pas du tout. C'est n'est pas un format qui lui convient. Elle fait remarquer que le concept, lui, est à la mode et que la consommation de podcast augmente constamment.

Être à Couleur3 permet de tester des choses nouvelles sans craindre les grands cadres de la RTS. Mme Saudan évoque alors les questions liées aux solutions proposées par l'étudiant : comment en faire la promotion ? Comment les mettre en avant ?

Dans un sens général, Mme Saudan trouve que les idées de l'étudiant iraient dans le sens du public de Couleur3. Les archives sont des choses qui fonctionnent sur les réseaux sociaux. Elle trouve que l'idée de replonger les animateurs actuels dans le passé de la chaîne pourrait être intéressante. Mélanger les vieux contenus avec les nouveaux animateurs pourrait être une bonne piste selon elle.

De son point de vue, elle verrait plutôt des contenus dédiés aux réseaux et moins à l'antenne. Elle aurait peur que le contenu se noie dans la masse, et que ce dernier serait mieux valorisé sur les réseaux qu'à l'antenne. Mme Saudan finit l'entretien sur le fait qu'elle pense qu'il faudrait quelque chose de récurrent pour réussir à s'imposer à l'antenne et obtenir une petite chance d'être vu.

*Relu et approuvé par Louise Saudan le 26 mai 2020*

## Annexe 10 : Outil d'analyse du fonds

Figure 18 : tableau comparatif pour les valorisations

Titre mission	autres titres	Dates extrêmes	Durée moyenne	Animateur(s) principal(aux)	Contenu (résumé)	Mots-clés	Type de contenu	Thème(s) valorisable(s)	Qualité sonore	Restauration	Qualité d'indexation	Politiquement correct	Sujet(s) sensible(s)	Présence de droits	Valorisable
Professeur Sacrain		1985	1 à 2 minutes	Alain Monney	Cours absurdes à propos de thématiques diverses, jeux de mots	Cours absurde	sketch humoristique	Thématiques variées pour la valorisation. Possibilité de recherche thématique dans le titre.	Excellente		Bonne	Oui		Non	Oui
Carabine FM		1986	2 minutes	Alain Monney	Interviews de quelques auditeurs imaginaires		sketch humoristique	Difficile à juger, aucune mention des thématiques abordées.	Excellente		Moyenne	Oui		Oui	Non
Histoire de la Musique		1985	1 minute	Gérard Mermet	Divers styles de musique abordés par un monoclase	Musique œuvres	Chronique	Styles musicaux	Excellente		Bonne	Oui		Oui	Non
Marcel Ripoux		1985	1 à 2 minutes	Gérard Mermet	Marcel Ripoux détective privé à New York part à la recherche du meurtrier de Caroline Binjoin née à Gstaad dans un pensionnat de jeunes filles.	policier enquête humour	sketch humoristique	Rediffusion dans l'ordre chronologique	Excellente		Bonne	Oui		Non, sauf si la musique d'ambiance est soumise à des droits.	Oui
Les Naufragés du Rez-de-Chaussée		1985 à 1986	1 heure	Alain Monney, Gérard Mermet, Lolita	Émission humoristique sur des thèmes d'actualités, avec Lolita entre autres. Toujours une partie avec l'agence suisse pour des comportements bizarres	humour actualités	sketch humoristique		Excellente		Excellente		Sexisme	?	?