

Les archives sur les réseaux sociaux : parce que vous le valez bien

Hugues Courant, Jérémie Halais, Chantal Rio, Julie Scheffer

Citer ce document / Cite this document :

Courant Hugues, Halais Jérémie, Rio Chantal, Scheffer Julie. Les archives sur les réseaux sociaux : parce que vous le valez bien. In: La Gazette des archives, n°245, 2017. Meta/morphoses. Les archives bouillonnent de culture numérique – Forum des archivistes, 30-31 mars et 1er avril 2016. pp. 227-239;

doi : <https://doi.org/10.3406/gazar.2017.5530>

https://www.persee.fr/doc/gazar_0016-5522_2017_num_245_1_5530

Fichier pdf généré le 07/01/2020

Les archives sur les réseaux sociaux : parce que vous le valez bien¹

Hugues COURANT

Jérémie HALAIS

Chantal RIO

Julie SCHEFFER

Introduction

Aujourd'hui plus de 2 milliards d'internautes, soit 28 % de la population mondiale, sont sur les réseaux sociaux numériques. Ces internautes passent deux heures par jour sur ces réseaux – 1 heure 30 pour les Français. Ils forment des communautés, réunies autour d'un intérêt commun, d'une passion partagée : autrement dit, des réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux numériques (RSN) en sont la déclinaison sur Internet : des plateformes dédiées, permettant l'interaction sociale en ligne.

Les médias sociaux constituent un ensemble plus générique, comprenant les services de développement de conversation et d'interaction sociale sur Internet. Les forums de discussion, les blogs, les wikis, les microblogs comme Twitter, ou bien encore les agrégateurs en sont une illustration. Pour en savoir plus sur les médias sociaux, les panoramas de Fred Cavazza² et de *The Conversation Prism*³ sont consultables en ligne et mis à jour chaque année.

Un dénominateur commun à ces réseaux ou médias sociaux ? Leur jeunesse : Facebook est né en 2006, la même année que Twitter, qui avait connu une première version, beta, en 2004.

¹ Cet article est issu d'une table ronde.

² <https://fredcavazza.net/2016/04/21/panorama-des-medias-sociaux-2016/>

³ <https://conversationprism.com/>

Actuellement, le classement des dix médias sociaux comptant le plus d'utilisateurs actifs (personne se connectant au moins une fois par mois à son compte, ou MAU pour *Monthly Active Users*) positionne¹ :

- Facebook en 1^{er}, avec 1,8 milliard MAU ;
- Instagram en 3^e, avec 600 millions MAU ;
- Tumblr en 4^e, avec 555 millions MAU ;
- Twitter en 5^e, avec 317 millions MAU ;
- Pinterest en 9^e, avec 150 millions MAU.
- LinkedIn en 10^e, avec 106 millions MAU ;

Dans ce classement figurent des médias sociaux chinois : la Chine n'autorisant officiellement pas l'utilisation de Facebook sur son territoire, d'autres outils ont donc remplacé les médias sociaux occidentaux auprès de la population chinoise (qui compte 1 milliard 375 millions d'habitants²).

À la lecture de ces chiffres vertigineux, la question se pose : où sont les archives sur les médias sociaux ?

Le Service interministériel des Archives de France tient à jour une page *Archives et médias sociaux*³ sur son site, qui dresse la liste complète des profils officiels des services d'archives publics français. Aujourd'hui les archives ont investi Facebook, Twitter, Storify, Flickr, Wikimedia, les chaînes de vidéos Dailymotion, YouTube et Vimeo, les blogs, Pinterest, Instagram, Foursquare, Scoop.it, Vine (service dont la fermeture vient d'être annoncée par son propriétaire, Twitter ; ce qui n'arrête pas les archives, qui ont déclarées se tenir prêtes pour tester de nouveaux médias sociaux !).

Facebook est le premier média social utilisé par les archives : 29 services d'Archives départementales (AD), 2 services des Archives nationales (AN et Archives nationales du monde du Travail), 27 services d'Archives municipales (AM), auxquelles s'ajoutent la délégation des patrimoines culturels du ministère de la Défense, le centre d'archives de la Cité de l'architecture et du patrimoine, et les Archives diplomatiques, du ministère des Affaires étrangères, soit 62 pages au total.

Twitter arrive en deuxième position, avec : le Service interministériel des Archives de France, 1 service des AN, 12 services d'AD, 1 service d'Archives régionales (AR), et 14 services d'AM, soit 29 profils en tout.

¹ <http://www.blogdumoderateur.com/50-chiffres-medias-sociaux-2017/>

² <https://www.populationdata.net/pays/chine/>

³ <http://www.archivesdefrance.culture.gouv.fr/ressources/medias-sociaux/>

Flickr est utilisé par 7 services d'archives au total, et Pinterest 5.

Le succès de Facebook est remarquable, et somme toute logique. Mais peu de services possèdent 3 profils et plus sur les médias sociaux ; ce sont souvent un ou deux comptes qui sont investis : Facebook et Twitter. Les Archives municipales sont les premières, de peu, à être présentes sur les médias sociaux. Ailleurs dans le monde, certains pays se distinguent également par leur dynamisme : les États-Unis, l'Espagne, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, le Canada...

Pourquoi les services d'archives sont-ils intéressés par les médias sociaux ? Ils y trouvent plusieurs points d'intérêt : dialoguer avec les publics, instaurer une proximité, drainer du trafic vers leurs sites Internet, valoriser leurs contenus et identifier les services. En respectant les spécificités de ces canaux, leur complémentarité entre eux et avec le site Web institutionnel, ils offrent la parole aux internautes, avec parfois des résultats inattendus. L'enjeu est d'être présent là où sont les internautes susceptibles d'être intéressés par les archives, autrement dit : une communauté.

Pour témoigner de l'investissement des médias sociaux par les Archives en France, deux services, représentés par trois personnes, ont accepté l'invitation à cette table ronde :

- les Archives municipales et métropolitaines de Brest (AMMB) : avec Chantal Rio (responsable des services des Archives municipales et métropolitaines, et de la section contemporaine) qui fait partie de l'équipe assumant l'animation des profils des AMMB sur Facebook et Twitter ; accompagnée de Hugues Courant (responsable de la section des archives historiques depuis 2005, mais aussi de l'iconographie et de l'animation scolaire et culturelle) qui a rejoint en 2012 la « dynamique équipe » gérant les comptes des AMMB sur les médias sociaux ;

- les Archives départementales de la Manche : Jérémie Halais (responsable de l'action culturelle depuis 2008 et depuis 2010, date de la mise en ligne des ressources numériques des Archives départementales, responsable de l'animation des profils des Archives départementales sur les médias sociaux Facebook, Twitter et Pinterest) qui intervient également dans les formations de l'Institut national du Patrimoine, du Service interministériel des Archives de France et du Centre national de la fonction publique territoriale.

Il est important de souligner qu'aucune des personnes gérant les médias sociaux pour les services d'archives ne porte le titre de *community manager* dans son intitulé de poste, et que toutes portent plusieurs responsabilités.

Pourquoi les Archives se sont-elles lancées sur les médias sociaux ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

La présence des Archives municipales et métropolitaines de Brest a commencé de manière classique avec la création d'un site Internet en 2004. En 2008, la mise en ligne de la base de données avec l'iconographie et un certain nombre de registres puis, en 2011 la refonte du site Internet font évoluer l'offre et amènent à une réflexion sur l'étape suivante : la présence sur les médias sociaux. Passée l'interrogation de la direction Communication sur la pertinence de notre présence, le lancement de la page Facebook a lieu fin août 2012 puis sur Twitter, par un biais détourné au départ (en attente d'accord), puis de manière officielle en juin 2015.

C'est une expérience parmi d'autres, mais avec une particularité pour Brest : situation géographique au bout de l'Europe, dans le département du « Finistère » (au sens étymologique du terme). De fait on ne « passe » pas à Brest pour aller ailleurs (hormis Ouessant) on « vient » à Brest. Brest est en outre, depuis sa création, une ville de marins, de militaires. Beaucoup de familles ont vécu à Brest pour cette raison, puis se sont éparpillées par la suite (la « diaspora » bretonne à Paris par exemple).

De ce fait, nous avons ressenti (peut-être plus que d'autres) la nécessité d'être présents sur Internet puis sur les réseaux sociaux. Comme pour tous, au début, il a fallu démontrer le pourquoi de notre présence sur ces réseaux. Lors de la première demande faite à la direction Communication, la réponse a d'abord été une question : la collectivité a un compte Facebook, pourquoi les Archives veulent-elle leur page en propre ? Il nous fallait convaincre nos interlocuteurs de notre spécificité. La validation est arrivée au bout de quelques mois sous réserve d'un bilan dans les six mois. Ce point ne fut finalement pas nécessaire.

Le compte Twitter a été plus compliqué. L'utilité d'un nouveau média social n'apparaissait pas à nos collègues de la collectivité. Nous sommes passés par le compte personnel d'un des membres de l'équipe dans un premier temps. Après deux ans, nous avons pu le faire au nom des Archives.

Archives départementales de la Manche :

Nous avons lancé notre site Internet en juillet 2010 en faisant le choix de mettre en ligne des ressources variées, l'état civil, bien entendu, mais aussi des

inventaires, le catalogue de la bibliothèque, des archives sonores et des milliers de documents iconographiques. Un peu naïvement, nous pensions alors que le monde entier se rendrait sur notre site Web mais, au bout de quelques mois d'utilisation, après avoir dressé le bilan des fréquentations, nous avons constaté que la presque totalité des consultations concernaient les ressources généalogiques.

Le service a donc entamé une réflexion pour faire connaître ses collections numérisées et orienter les internautes vers les ressources autres que généalogiques. Dans un premier temps, nous avons donc développé les contenus rédactionnels sur notre site (guides et fiches de recherches, billets culturels, dossiers pédagogiques et expositions virtuelles) ; ces contenus renvoyant le plus possible vers les inventaires, les ouvrages et les documents iconographiques. En décembre 2010, cette stratégie a été complétée par un investissement du service sur les médias sociaux. L'idée était alors d'aller chercher les usagers virtuels là où ils se trouvaient et de les amener vers nos collections numérisées.

Les médias sociaux possèdent des codes qui leurs sont propres : mot-dièse, ton... Quels usages spécifiques ou opérations spéciales en faites-vous ? Quelles sont les différences avec le site Internet des services et les autres canaux ? Comment les articulez-vous ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

Aux archives de Brest nous avons un site double : un site portail, classique, pour rester dans la charte de communication de la collectivité, et notre base de données en ligne. L'un des objectifs de notre présence sur les médias sociaux est bien de « rapatrier » les lecteurs vers notre site (voire notre salle de lecture). Nous avons des actualités avec du contenu sur nos médias sociaux. En revanche, si les lecteurs veulent plus, ils doivent entamer une recherche. De manière un peu provocatrice, on peut dire que l'on « frustre » le lecteur sciemment pour l'inciter à s'appropriier les documents et la (les) recherche(s) à mener à partir de ceux-ci.

Archives départementales de la Manche :

Développer et diversifier sa fréquentation est une chose mais encore faut-il réussir, dans un second temps, à fidéliser ces nouveaux usagers. Pour ce faire, nous avons fait le choix du dialogue mais aussi d’embrasser les usages et les codes des médias sociaux, autrement dit d’adopter leur ton décalé, leur langage et aussi les formats privilégiés par ces médias (vidéos, iconographie). Les plus beaux exemples de cette ligne éditoriale sont bien entendu notre album de photographies qui détournait les images de la Libération en y insérant des personnages de *Stars Wars* à l’occasion de la sortie du dernier opus de la célèbre saga (décembre 2015) ou bien nos Gif’s animés publiés sur Facebook, Twitter et Pinterest.

Quelle organisation avez-vous adoptée pour gérer les médias sociaux ? Existe-t-il un contrôle de la part de la hiérarchie ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

La mise en ligne des actualités est l’œuvre d’une équipe de cinq agents du service. Une réunion hebdomadaire d’un quart d’heure permet de faire le point et d’intégrer dans notre planning sous Excel les actualités et informations. Cette organisation a de nombreux avantages de notre point de vue : mises en ligne en dépit des congés ou absences, gains de temps, plus d’idées car plus de regards, travail d’équipe. Les autres membres du service ou des partenaires extérieurs interviennent pour certaines actualités ou certains rendez-vous récurrents.

Archives départementales de la Manche :

Au début de notre présence sur les médias sociaux, nous avons instauré une réunion mensuelle de rédaction dont le but était de fixer un planning de publication. Mais, très vite, cette pratique a été abandonnée car ce programme n’était jamais respecté. En effet, les publications s’adaptant à l’actualité et se voulant spontanées – le secret de la réussite sur Internet –, ce mode d’organisation s’est vite avéré être inadapté. De la même façon, une validation *a priori* de la hiérarchie aurait été totalement contreproductive face à des usages participatifs, collaboratifs et donc opposés au mode de fonctionnement, parfois unilatéraux, de nos organisations.

En interne, comment est perçue la présence du service sur les médias sociaux ? Se traduit-elle par un recrutement, une sensibilisation ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

Aux archives de Brest nous n'avions pas envisagé comme public celui de l'intérieur. Les services se sont assez vite révélés une partie de notre public. Nous avons été suivis tout d'abord puis sollicités par des services aussi différents que les sports, patrimoines ou mairies de quartiers mais aussi des élus pour relayer leurs animations ou effectuer des rétrospectives (par exemple : salle Cerdan-match Arena).

La visibilité des Archives en interne s'est non seulement développée mais a changé de nature. Les Archives ne sont plus seulement le service où l'on dépose des documents, mais nous sommes interpellés dans les couloirs pour connaître en avance le document du mois par exemple. La présentation des agents des Archives, prévue au départ pour notre public Facebook, a été utilisée sur le site Intranet de la collectivité et a remporté un beau succès également.

Archives départementales de la Manche :

Il faut rappeler que les Archives de la Manche ont investi les médias sociaux en 2010, à une époque où Facebook avait mauvaise presse et pouvait encore être assimilé à un site de rencontre. On ne peut donc pas nier qu'il y ait eu des oppositions en interne. Néanmoins, depuis lors, l'ensemble du service a vu les avantages que l'on pouvait tirer de cet investissement, en termes d'image, de fréquentation mais également de co-production de contenus.

Quelles sont, selon vous, les retombées qualitatives de votre présence sur les médias sociaux ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

De nouvelles relations avec le public se sont instaurées depuis notre présence sur les médias sociaux. Nous avons de nombreux lecteurs très réguliers avec de nombreux échanges (sous formes de commentaires le plus fréquemment).

Des liens nouveaux se sont également noués avec des partenaires anciens ou nouveaux. La relation avec nos « partenaires historiques » a évolué. Ainsi, la

Société d'études, avec qui nous avons des liens classiques (société savante locale), nous demande de publier ses événements, et certains de ses membres participent à plusieurs de nos albums récurrents (la rue brestoise du mois par exemple). L'audience de notre page nous a également amené de nouveaux partenaires, comme l'USAM Voile (Union Sportive des Activités Mer et Voile) qui nous a sollicités pour une rétrospective sur leur lieu d'implantation et leurs activités, concrétisée par un album de trois épisodes (après sélection par l'USAM sur notre base en ligne).

Les relations avec la presse ont été différentes de celles que nous avons imaginées. Nous avons ainsi découvert dans la presse locale certaines de nos publications. Désormais, nous ne sommes plus obligatoirement demandeurs d'articles : la presse elle-même utilise nos ressources directement.

Le retour sur investissement s'exprime également par des dons plus importants. Lors des opérations de collecte autour de la Première Guerre mondiale, puis celle menée sur le département en 2015 sur la Seconde Guerre, l'essentiel des propositions est venu des médias sociaux, alors que ces grandes campagnes (nationales ou départementales) n'ont pas eu le même impact sur notre site Internet traditionnel.

Archives départementales de la Manche :

La principale retombée est incontestablement une meilleure visibilité de nos collections sur le Web. C'est grâce aux médias sociaux que la mise en ligne du fonds Alexis de Tocqueville a bénéficié d'une large audience dans les médias classiques. C'est encore grâce à notre présence sur Facebook et Twitter que l'Institut culturel de Google nous a proposé un partenariat autour de nos collections liées au Mont Saint-Michel. Lancées en juillet 2015, les trois expositions virtuelles de ce projet ont généré en un week-end 16 000 visites sur notre site Internet.

Quelles retombées quantitatives avez-vous notées ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

Par rapport à d'autres services (départementaux ou communaux), les Archives de Brest restent modestes. Le bilan en mars 2016 peut s'établir ainsi : plus de 1 000 j'aime au bout d'un an, plus de 3 500 j'aime à l'heure du colloque et plus

de 700 abonnés sur Twitter.

En 2015, plus de 487 000 personnes ont été atteintes par nos publications, 2725 partages, 2125 commentaires, plus de 108 000 clics.

Nous sommes sur un changement d'échelle par rapport aux anciens sites portail ou même par rapport à la mise en ligne d'archives numérisées : nous pouvons avoir un nombre important de personnes visualisant un seul document en peu de temps. On observe une démultiplication des connexions, des publics qui ne seraient jamais venus aux Archives et des échanges qui permettent une certaine proximité avec des lecteurs. On a ainsi pu avoir plus de 60 000 personnes atteintes en deux jours pour une photographie, quand on ne pourra jamais obtenir un tel résultat sur un site traditionnel : nous n'aurons jamais 60 000 généalogistes en deux jours sur une seule et même page.

Archives départementales de la Manche :

Outre l'opération Google, Facebook génère un peu plus de 1 000 visites par mois sur notre site. Or, plus de 50 % de ces visiteurs sont des nouveaux usagers qui n'étaient jamais venus auparavant sur notre moteur de recherche.

Avez-vous pu constater une réappropriation des contenus diffusés sur vos comptes par les internautes ? Une diffusion de vos informations par les usagers s'opère-t-elle ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

De nouveaux usages des archives ont été développés à partir de notre présence sur les médias sociaux. Nous avons été mis en contact avec des utilisateurs de nos ressources et nous avons transformé ces relations en véritables collaborations. Quelques exemples concrets :

- les créations de Forban : nous avons découvert par le biais de Facebook le travail de Forban, un photographe qui utilise le procédé de *matching* des photographies mélangeant des vues avant/après. Nous lui avons transmis un certain nombre d'images pour son travail et nous avons fait appel à lui pour deux photographies exposées dans une exposition ;
- le peintre Debaste : il a trouvé des plaques de verre à la fin des années

1990 lors d'une promenade dans un lieu désaffecté. Il nous les a transmises des années plus tard, nous les avons alors numérisées et mises en ligne. Lorsqu'il les a (re)découvertes sur Facebook, il a eu l'idée de reprendre ces images sous forme de tableaux monumentaux (2m/1m) et d'en faire une exposition ;

- certains de nos fans Facebook, comme Gildas Priol, de simples lecteurs, sont peu à peu devenus de véritables chercheurs en salle de lecture, mais aussi pourvoyeurs de documents, « veilleurs » Internet et partenaires culturels (conférences, expositions) ;

- les lecteurs nous aident également dans notre travail de base : enrichissement de nos notices avec amélioration des analyses, des dates. Par exemple, la photo du quartier Saint-Michel, le jeu du mois avec une réponse six mois après. Nous avons essayé cette méthode sur notre site Internet mais, ici, les résultats sont beaucoup plus rapides et impressionnants.

Archives départementales de la Manche :

Une réappropriation ? C'est difficile à dire. En revanche, concernant la diffusion des informations, nous avons constaté que certains internautes, notamment sur Twitter, meilleur outil de veille que Facebook, se faisaient les ambassadeurs de nos ressources annonçant nos mises en ligne.

Nous avons pu constater des aspects extrêmement positifs de votre stratégie d'investissement des médias sociaux. Or nous savons qu'il existe aussi des couacs, des ratés plus ou moins surprenants, sur lesquels nous réfléchissons pour modifier nos actions éditoriales futures. Auriez-vous de tels exemples ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

Certaines actualités, comme les feuilletons que nous avons imaginés, ne fonctionnent pas, ou pas autant que nous l'avions envisagé, quand certaines actualités assez banales fonctionnent voire « explosent » les scores. Toutefois nous conservons l'idée de présenter des actualités ou des albums qui vont plus loin qu'une simple mise en ligne d'images. Il faut apporter un peu de plus-value pour donner aux usagers l'envie d'aller plus loin en découvrant notre base en ligne. En revanche, si les lecteurs veulent plus, ils doivent entamer une

recherche. De manière un peu provocatrice, on peut dire que l'on « frustre » le lecteur sciemment pour l'inciter à s'appropriier les documents et la (les) recherche(s) à mener à partir de ceux-ci.

Archives départementales de la Manche :

Il existe une très forte segmentation des publics sur Facebook : beaucoup de Japonais sont abonnés à notre page pour le Mont-Saint-Michel, tandis que les Américains nous suivent pour les photographies du Débarquement. Si ça ne marche pas, c'est la faute aux Américains...

Pourriez-vous partager avec nous vos coups de cœur dans votre expérience des médias sociaux pour vos services d'archives ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

Nous souhaitons finir par deux belles histoires parce qu'elles nous ont touchés et qu'au-delà de leur aspect anecdotique elles témoignent aussi du nouveau rapport à l'utilisateur.

En septembre 2015, à l'occasion de la foire Saint-Michel, un événement récurrent et un peu mythique à Brest, nous avons publié une photographie des années 1970 que nous trouvions assez banale, avec les couleurs baveuses de l'époque. Nous avons été surpris par son succès (notre meilleur score, plus de 60 000 personnes atteintes). Mais le plus surprenant est le commentaire d'une dame qui a découvert cette image grâce au partage d'une amie. Nous préférons lui laisser la parole : « je viens de visionner une photo postée sur votre page [...] avec une DS blanche en bas à gauche. Incroyable photo puisque j'y suis dans cette DS avec mon frère ; lorsque je l'ai vue j'ai halluciné » (et pour tout dire les archivistes brestois ont également « halluciné » !).

À l'automne 2015, les Archives ont récupéré des affiches peintes sur bois témoignant des expositions de la bibliothèque municipale pour toute la première moitié des années 1970. Nous ne connaissions malheureusement pas l'auteur de ces véritables « œuvres » et envisagions une enquête dans la mémoire interne de la collectivité. En janvier 2016, nous avons présenté plusieurs de ces « affiches » dans notre rubrique « Document du mois », en choisissant parmi les mieux calligraphiées. Dans la journée le fils du peintre a

reconnu l'œuvre de son père (peintre durant 40 ans aux services techniques mais également peintre amateur et en lien avec le milieu culturel brestois de l'époque dont l'archiviste). Il a prévenu sa sœur qui voyant la graphie de son père nous a gratifiés de ce touchant commentaire : « les lettres de mon père, quelles surprise et émotions, j'ai vécu dans les pots de peinture et il m'a passé la passion des couleurs ». Elle est depuis venue aux Archives revoir les documents mais également nous en transmettre d'autres, dont des photographies de l'équipe de peintres de la ville dans les années 1950.

Archives départementales de la Manche :

Je crois que l'un de mes meilleurs souvenirs restera les fameuses « battles » de Marvel et Gif's animés, menées avec Gallica sur Twitter. Concrètement, dans le premier cas, il s'agissait de trouver dans nos collections des personnages ayant une ressemblance plus ou moins grande avec des personnages Marvel. Dans le second cas, nous nous défions successivement à travers des Gif's animés réalisés à partir de documents mis en ligne sur nos sites respectifs. À la clef : une bonne rigolade, une meilleure image du service, moins vieille et poussiéreuse, mais aussi de nombreux *followers* aimant l'histoire, la généalogie, le patrimoine et bien sûr les archives !

Intervenant dans la salle : diffusez-vous sur les médias sociaux d'autres types de documents que les iconographiques ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest et Archives départementales de la Manche :

On ne met pas d'inventaire sur Facebook car c'est trop grand public. En revanche, ça marche sur Twitter car beaucoup de doctorants nous y suivent.

Intervenant dans la salle : comment modérer les propos sur vos profils ?

Archives municipales et métropolitaines de Brest :

L'une des craintes majeures face aux médias sociaux, pour des institutions comme les nôtres, et plus encore les collectivités dont nous dépendons,

s'appelle la modération. Dans les faits, elle se fait bien souvent naturellement entre usagers. Les Archives de Brest ont eu seulement deux interventions directes en trois ans et demi. Et les photographies sont libres de droit, de sorte que les gens puissent les réutiliser.

Archives départementales de la Manche :

Aux Archives de la Manche, en six ans, je n'ai eu à supprimer que deux messages seulement.

Conclusion

Pendant cette table ronde, plusieurs caractéristiques des médias sociaux se sont particulièrement illustrées à travers les témoignages de nos intervenants. La première est l'identification des services d'archives par les différents publics en ligne. Les autres se rapportent toutes à la richesse des résultats engrangés par une stratégie *social media* : l'apport des internautes, le *crowdsourcing* et la relation avec les publics.

Hugues COURANT
Archives historiques
Archives municipales et métropolitaines de Brest

Jérémie HALAIS
Responsable de l'action culturelle
Archives départementales de la Manche

Chantal RIO
Directrice
Archives municipales et métropolitaines de Brest

Julie SCHEFFER
Responsable Internet et médias sociaux
Service interministériel des Archives de France