



*concepts et réalité*

micHEL remize



# la gestion

# de contenu tout-terrain

**Avec la gestion de contenu, on s'émancipe définitivement du marché où se situait la Ged pour entrer dans une vision globale du management de l'information en entreprise.**

**Les éditeurs s'y livrent une bataille féroce.**

**Quant aux utilisateurs, ils doivent en être les premiers bénéficiaires, ayant entre les mains des plates-formes diversifiées, de mieux en mieux intégrées et progressant dans la résolution de leurs problématiques métiers.**

▶ Qu'est-ce qu'une donnée ? Une information ? Une connaissance ? Hier et aujourd'hui, des discours, des thèses sont venus éclairer ces concepts. On en retient souvent une construction sous forme de poupées gigognes ; en simplifiant à l'extrême : des données sont incluses dans une information et des informations dans une connaissance. Et le document ? Il en est l'expression formelle. De l'informaticien au knowledge manager, chacun recourt aux définitions dont il a besoin. C'est une question d'échelle, d'intention. Et voilà que l'on parle aussi de contenu. Mais ici, point de définition. On s'aperçoit que définir le contenu, en soi ou par rapport à l'information ou à la connaissance, n'est pas essentiel. L'intérêt se porte sur la gestion du contenu ou content management, de tout genre – texte, image, son – et de tout format – structuré ou non. Avec la gestion de contenu, on est face à une famille de technologies, non à un concept ou à une technique de gestion de l'information.

## une place bien acquise

Aujourd'hui, force est de constater que la gestion de contenu est entendue très largement. La gestion électronique de documents (Ged ou *imaging*) ouvre sur le document qu'il faut numériser et

indexer. Son territoire est quasiment le territoire physique du document. En revanche, un système de gestion de contenu, selon l'AIIM (1) – association phare du domaine – permet de gérer des *contenus de types traditionnels*, tels qu'images, documents bureautiques, graphiques, dessins – ce qui ne le distingue pas d'une Ged –, ainsi que des flux d'impression, et en même temps *les nouveaux objets électroniques* que sont les pages web, les e-mails et les contenus nativement numériques, dont par exemple la vidéo. Ce système suppose une gestion du cycle de vie du contenu – une gestion des versions en est parfois un élément – et s'appuie sur un workflow de publication. Aussi, un moteur de recherche d'entreprise, apte à indexer la globalité de son contenu, constitue une partie intégrante du système de gestion de contenu. *Contenus de types traditionnels* et *nouveaux objets électroniques*, voilà qui est très englobant et a le mérite d'être évolutif. On imagine facilement, vu l'évolution des récentes années, que de nouveaux objets ne manqueront pas d'apparaître. La gestion de contenu se déclare d'entrée de jeu apte à les prendre en main.

## transparence pas encore totale

En fait, la définition de la gestion de contenu semble s'étendre et s'enrichir au fur et à mesure que la technologie progresse. Les briques fonctionnelles se multiplient sans compliquer l'interface utilisateur. Idéalement, la gestion de contenu voudrait arriver à un point où l'utilisateur travaille sur son ordinateur selon son besoin métier, sans jamais se soucier de l'application ou du module dont il se sert : récupérer numériquement de l'information sur un document papier, échanger sur un projet avec ses collaborateurs, rechercher de l'information ou publier sur un site intranet.