

## point de vue



**Frédéric Martinet** est consultant indépendant. Il a lancé Actulligence Consulting fin 2009 après huit années d'expériences professionnelles comme chargé de veille et responsable intelligence économique. Il accompagne aujourd'hui les entreprises dans la mise en place de leurs systèmes de veille concurrentielle, de veille sectorielle et de plus en plus fréquemment de veille image. Il a créé et anime depuis 2001 *Actulligence.com*, un blog dédié aux professionnels de l'information et de l'e-réputation.

frederic.martinet@actulligence.com

# La curation d'aujourd'hui n'est pas celle dont je rêve

**M**ettre en scène l'information, la sélectionner, la partager, l'enrichir : une définition séduisante de la curation ! Étoffer la matière première en la rapprochant d'autres informations, mettre en avant des sources d'informations primaires, des auteurs, aborder l'espace écran de façon éditoriale, valoriser certaines informations plus que d'autres... Imaginons même que le curateur apporte son propre commentaire à la dite information, ajoute son grain de savoir pour apporter une cohérence à sa « ligne éditoriale ». La curation vue et pratiquée comme cela, ce serait une aberration de dire qu'elle n'a pas d'intérêt !

Le problème, c'est que j'ai beau parcourir le Web, la curation ne ressemble pas à cela aujourd'hui. C'est plutôt, dans la grande majorité des cas, l'appropriation de contenus qui ne vous appartiennent pas à des fins de valorisation de sa propre marque. C'est du *personal branding* de bas étage où l'usurpateur occupe l'espace web en y déversant des contenus sous son propre label pour se mettre en avant. C'est principalement des solutions techniques qui, pour certaines d'entre elles, ont à cœur de ne respecter aucun des fondements sains et intéressants de la curation telle que décrite.

L'automatisation de la collecte d'information permet d'identifier les contenus sans fatigue. Les règles automatisées de publication rediffusent l'information sans que l'œil humain n'ait à la lire. Dans le meilleur des cas, le curateur n'aura qu'à cliquer pour publier le contenu dont le plus souvent il n'aura consulté qu'un court extrait et un titre.

L'espace est monolithique et uniforme, ne permettant que peu de variations dans l'agencement des

contenus. Les auteurs sont rarement mis en avant et que dire des droits de rediffusion, bafoués dans la plupart des cas ?<sup>1</sup> En rediffusant un article via une plateforme de curation, c'est le plus souvent le média ayant déjà relayé le contenu qui est cité comme auteur...

Tout est étudié pour générer une batterie de liens croisés, de contenus. Cette structure profite principalement à la plateforme de curation, dont les arguments trompent peu de monde : « *Nous valorisons les auteurs* », « *Le contenu se doit d'être partagé, les droits d'auteurs c'est has been* », « *Nous générons du trafic sur le site des auteurs* »...

Mensonges. Pour s'en convaincre, on lira les conditions générales d'utilisation de la plateforme de curation Scoop.it : toute idée que l'utilisateur publie sur le service ne lui appartient plus et Scoop.it<sup>2</sup> se réserve le droit de l'utiliser comme il l'entend.<sup>3</sup>

Je ne peux donc cautionner cette forme de curation imposée par les vendeurs de plateforme qui n'ont pour seuls objectif et motivation de monétiser, avec des solutions premiums ou publicitaire, du contenu qui ne leur appartient pas. Je ne peux cautionner des sociétés dont le seul but est de profiter de ceux qui s'investissent pour rédiger, créer, réfléchir et partager. Je ne peux non plus cautionner les utilisateurs qui, sous couvert de manque de temps, participent à l'appauvrissement d'un idéal de partage pour promouvoir leur propre notoriété. ●

<sup>1</sup> Pour rappel, même les contenus sous Licence Creative Commons sont soumis à un certain formalisme de rediffusion, dont le rappel de la licence initiale.

<sup>2</sup> Nulle volonté de stigmatiser un éditeur en particulier mais force est de constater que cette plateforme est représentative de tout ce que ne devrait pas être la curation.

<sup>3</sup> Article 19 : " *You agree that any and all User Ideas are non-confidential and non-proprietary and will and need not be treated as such.*", <http://www.scoop.it/terms-of-use>