

be my media

Rapport de mission 2023-2024

© be my media, tous droits réservés – 2024

Sommaire

01

Présentation de l'entreprise..... 1

- 1.1 Le constat : face au brouillard informationnel..... 1
- 1.2 Notre démarche : proposer une boussole émancipatrice..... 3
- 1.3 Notre action : une galaxie pédagogique complète..... 5
 - a. La fresque de l'information..... 6
 - b. L'application be my media..... 6
 - c. Des ressources pour un scénario pédagogique hybride..... 7
 - d. L'académie be my media..... 8

02

Notre mission et le comité..... 9

03

La mesure d'impact..... 11

- 3.1 Démocratiser..... 12
- 3.2 Faire progresser..... 15
- 3.3 Faire pratiquer..... 21

04

Retour sur les engagements 2023..... 24

05

L'avis rendu par le comité de mission..... 27

06

Conclusion, engagements et remerciements..... 28

01

Présentation de l'entreprise

1.1 Le constat : face au brouillard informationnel

Depuis sa **fondation en 2018**, be my media a œuvré afin de rendre accessible l'abondante offre d'information qui caractérise nos sociétés actuelles. Le contexte informationnel brûlant dans lequel l'idée de cette démarche a germé n'est sûrement pas étranger à cette vocation. C'est, en effet, avec le **désir de rendre l'information accessible** et de permettre au plus grand nombre de s'informer de manière responsable que be my media a été lancée. Plus largement, c'est en cherchant à mobiliser l'information et ses incroyables opportunités face aux enjeux du XXI^e siècle que be my media se développe, depuis plus de cinq ans, dans plusieurs directions, mais autour d'une seule mission : rendre accessible une information éclairée et émancipatrice !

Alors que l'information n'a jamais été aussi accessible, s'informer semble n'avoir jamais été aussi complexe. Ce constat, aujourd'hui largement partagé par les acteurs institutionnels, de l'information et de l'éducation, trouve en grande partie sa source dans les très nombreuses mutations qu'a connues le champ de l'information ces dernières décennies. Incarnées dans l'avènement du numérique, et plus encore dans ses évolutions récentes (algorithmiques notamment), ces mutations ont entraîné de **profonds bouleversements** dans la manière de lire, de partager, de consommer ou encore de croire l'information. En 2023, 36 % des Français disent s'informer tous les jours à travers les réseaux sociaux et 37 % indiquent faire confiance aux médias sur les grands sujets d'actualité (Baromètre Kantar – La Croix 2023 sur la confiance des Français dans les médias). Dans le même temps, les 14-18 ans déclaraient aussi s'informer sur les réseaux sociaux pour 21 % d'entre eux, et sur YouTube pour 23 % d'entre eux. (Sondage Cluster 2017 – be my media/Le Point).

Ces profonds changements dans nos façons d'accéder à l'information ont un impact considérable sur la qualité de celle-ci. Bulles de filtres algorithmiques (70 % des vidéos visionnées sur YouTube le sont à partir de la recommandation artificielle selon le rapport de la commission Bronner de 2022), biais informationnels (41 % des utilisateurs de TikTok pensent qu'un influenceur ayant de nombreux abonnés est une source fiable selon une enquête Ifop 2023 pour la fondation Jean-Jaurès et la fondation Reboot) ou encore infobésité sont autant de notions, souvent méconnues du grand public, qui viennent détériorer **la pratique de l'information** qui nous nourrit et nous façonne en tant que professionnel et en tant que citoyen.

En France comme ailleurs, quasiment chaque sujet d'actualité a vu s'opposer ces dernières années aux acteurs professionnels de l'information, les tenants de théories alternatives, souvent nourries par la diffusion massive de fake news sur les réseaux sociaux (20 % des vidéos TikTok contiennent des allégations fausses ou trompeuses selon une étude NewsGuard 2022) rendue toujours plus facile par les intelligences artificielles (IA) génératives.

Le fort développement de la **désinformation et de la mésinformation**, de manière concomitante avec le développement d'Internet et des réseaux sociaux, représente un risque majeur pour notre capacité à faire société, comme cela a pu être illustré récemment à l'occasion de la crise sanitaire, des vagues d'attentats, ou encore des épisodes de réchauffement climatique. Surtout, les enquêtes les plus récentes décrivent une perméabilité forte à la désinformation des plus jeunes générations, à travers entre autres l'importante diffusion de certaines théories conspirationnistes (69 % des 18-24 ans croient au moins à une théorie du complot selon une enquête Ifop 2023 pour la fondation Jean-Jaurès et la fondation Reboot). Plus largement, ces biais et ces dangers viennent polluer le champ de l'information et tendent à faire peser un brouillard informationnel de plus en plus épais, source d'aliénation aux algorithmes et aux émotions, ainsi que de dépendance aux intérêts propres de différents acteurs du monde de l'information.

Pourtant, ces écueils ne doivent pas occulter les **opportunités incroyables** que peut représenter une pratique de l'information éclairée et émancipatrice. Dans sa publication Perspectives de l'OCDE sur les compétences 2021, Se former pour la vie (2021), l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) désigne l'esprit critique et la curiosité, et de façon générale les compétences informationnelles comme « compétences clés » du XXI^e siècle. De la même manière, 75 % des 18-24 ans considèrent que l'information est essentielle pour l'exercice de la citoyenneté, et 46 % des Français l'estiment tout à fait essentielle dans sa vie professionnelle (Sondage Cluster 2017 – be my media/Le Point). Le développement chez le plus grand nombre d'une pratique de l'information émancipatrice constitue, en effet, l'assurance d'une montée en compétence massive et tout au long de la vie en matière de culture générale, de culture professionnelle, mais aussi le développement d'une curiosité et d'un esprit critique aiguisé.

Or, à l'heure où nos sociétés sont confrontées à des défis environnementaux, sociaux, technologiques ou encore alimentaires qui remettent en cause leur existence même, ces compétences s'avèrent essentielles afin d'inventer et de proposer de nouvelles voies. Plus encore, dans un monde en perpétuelle mutation, les compétences informationnelles constituent un **prérequis essentiel** pour comprendre le monde qui nous entoure. C'est donc en ce sens que be my media s'attelle depuis sa création à mettre l'information au service des enjeux et des défis de demain. C'est aussi en intervenant auprès de tous les publics, et spécifiquement auprès des plus jeunes et des citoyens de demain, que be my media espère faire de l'information un levier d'amélioration du quotidien de toutes et tous.

1.2 Notre démarche : proposer une boussole émancipatrice

Initialement centrée sur l'accès à une information éclairée et plurielle, be my media s'est progressivement structurée et engagée dans l'éducation aux médias et à l'information pour répondre à un besoin de ressources pédagogiques adaptées. Cette évolution a marqué le début de la construction d'une **véritable expertise pédagogique**, visant à offrir des outils répondant aux besoins des enseignants et des apprenants pour cette éducation spécifique et parfois sensible.

Un travail de fond a été mené pour rendre aussi accessible que possible une **application** permettant de s'informer et de progresser dans sa pratique de l'information, principalement pour les **publics de 15 à 25 ans**. La première version de l'application met à disposition les articles de plus de 500 sources d'informations vérifiées, apparaissant au moyen d'un algorithme éthique et pédagogique. Un comparateur de points de vue et la possibilité de créer des revues de presse visent à sensibiliser à la pluralité des traitements de l'information.

En cherchant à proposer une **approche ludique adaptée aux usages des jeunes**, be my media a ensuite enrichi son offre avec un serious game, la « Fresque de l'Information », ainsi qu'une formation de formateurs pour animer le jeu. Le parcours pédagogique complet va de la prise de conscience des enjeux à une maîtrise avancée de l'information, promouvant une pratique émancipatrice et responsable. Cette évolution a enfin conduit be my media à s'affirmer comme un acteur pionnier de l'EdTech en matière d'éducation aux médias et à l'information, œuvrant tant sur l'accompagnement pédagogique des apprenants que sur la formation des formateurs.

Désormais membre d'une structure majeure de l'univers EdTech qui œuvre à accompagner des publics variés dans leur maîtrise des compétences essentielles, be my media a tenu à poursuivre la dynamique engagée. Pour ce faire, l'ouverture de l'académie be my media permet dorénavant de doter les formateurs de ressources encore plus poussées, sur le fond comme sur la méthodologie, afin de leur permettre d'accompagner au mieux les apprenants vers une pratique responsable et émancipatrice de l'information. Aussi, la mise à disposition de l'application web be my media (auparavant disponible uniquement sur smartphone), permet une accessibilité accrue des contenus pédagogiques ainsi qu'une meilleure prise en main pour les apprenants comme pour les formateurs.

Aujourd'hui, ce sont donc près de **10 244 utilisateurs** qui bénéficient de l'application en 2024 et **30 244 personnes** accompagnées sur le parcours e-learning depuis son lancement. En plus de l'application, 7638 personnes ont aussi été sensibilisées grâce aux près de 1000 parties de la Fresque de l'Information et aux conférences que nous avons animées.

Le travail pédagogique mené par be my media a toujours été associé à un effort de démocratisation des enjeux liés à l'information. be my media a alors inscrit dans ses statuts la promotion de solution pour **rendre l'information accessible** au plus grand nombre. L'objectif poursuivi depuis cette structuration est donc de contribuer au développement d'une information de plus grande qualité grâce à la promotion de l'éducation aux médias et à l'information.

Cette sensibilisation s'effectue en premier lieu auprès du grand public. L'organisation de la première édition du **Concours national d'esprit critique** sous le patronage de la Commission nationale française pour l'Unesco vers la fin de l'année 2023 a d'ailleurs constitué un moment fort en faveur de cette démocratisation. Avec près de 4000 participants répartis dans 150 établissements et 600 revues de presse envoyées pour sa première édition, ce concours a vocation à devenir un événement pérenne, de tout premier plan dans le monde de l'éducation aux médias et à l'information.

Ce travail de sensibilisation s'effectue aussi en direction des acteurs de l'éducation, du numérique, ou encore de l'information et des médias pour faire prendre conscience de l'importance sociétale des enjeux de l'éducation aux médias et à l'information, et plus largement des compétences essentielles à la citoyenneté et à l'employabilité dans une société en perpétuel mouvement. Plus largement, c'est aussi la conception de dispositifs publics ambitieux en matière d'éducation aux médias et à l'information que cette sensibilisation vise, afin de doter le plus de personnes possible de la boussole nécessaire face au brouillard informationnel qui ne cesse de s'épaissir. À ce titre, **le baromètre be my media/Le Point** a vu le jour en octobre 2024 afin d'alimenter le débat public d'un état des lieux fiable et factuel quant à la pratique de l'information des 15-25 ans en France.

Enfin, ce travail de longue haleine a également conduit be my media à s'engager sur de nouveaux sentiers venant nourrir et compléter la démarche pédagogique première et sa promotion de l'éducation aux médias et à l'information. À ce titre, be my media a pu s'engager dans différents projets de recherche à l'instar d'un contrat de recherche avec l'équipe de recherche **Elico**, ainsi que d'un contrat de recherche et de partenariat avec le **Conservatoire national des arts et métiers** (Cnam) en faveur des compétences essentielles. Pour autant, l'engagement de be my media dans de nombreuses voies reste constamment structuré autour d'un constat et de sa mission : mettre l'information et les compétences essentielles au service des enjeux du XXI^e siècle en rendant l'information accessible et émancipatrice.

1.3 Notre action : une galaxie pédagogique complète

be my media propose une **galaxie de ressources pédagogiques**, afin d'accompagner tous les publics, et notamment les lycéens et les étudiants, dans le développement d'une pratique éclairée de l'information. Celle-ci est constituée de différentes ressources, listées ci-dessous.

UN SERIOUS GAME

La **Fresque de l'Information**, pour découvrir les enjeux d'une information responsable et émancipatrice.

UNE RESSOURCE PÉDAGOGIQUE NUMÉRIQUE

L'**application be my media**, pour s'informer et progresser dans sa pratique de l'information.

DES RESSOURCES POUR UN SCÉNARIO PÉDAGOGIQUE HYBRIDE

Un **guide d'activités** à réaliser en présentiel, la web app, la boîte à questions, le point actu.

L'ACADÉMIE BE MY MEDIA

Avec un **module d'accompagnement** au déploiement de l'application et la formation de formateurs digitalisée, pour permettre aux professionnels de sensibiliser les publics auprès desquels ils travaillent aux enjeux de l'information.

a. La Fresque de l'Information

Accompagner le développement d'une **pratique plus éclairée de l'information**, régulière, plurielle et responsable impose de provoquer une prise de conscience. Pour cela, be my media a imaginé la Fresque de l'Information, un serious game conçu pour découvrir, par le jeu et l'intelligence collective, les grands enjeux des médias et de l'information.

Ce **jeu de 40 cartes** dans sa version classique, et de 24 cartes dans sa version junior permet d'appréhender et de connecter les notions clés du circuit de production et de diffusion de l'information, puis de sa réception et de son partage dans un contexte digitalisé, où la désinformation s'appuie notamment sur les algorithmes et nos biais cognitifs pour prospérer.

b. L'application be my media

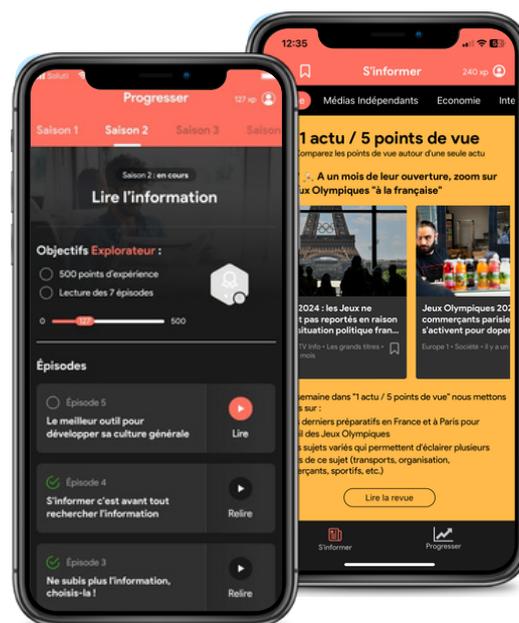
L'application be my media est une **ressource pédagogique numérique d'éducation** aux médias et à l'information, qui permet de développer les compétences informationnelles par une pédagogie ludique du faire. Elle engage dans une pratique régulière et contribue à ancrer durablement une nouvelle routine informationnelle. Une grande épreuve finale offre l'opportunité à l'apprenant d'obtenir une certification en fin de parcours.

S'informer

Une **solution de pratique de l'information**, regroupant 560 sources dans 60 fils d'actualité thématiques pour s'informer de manière plurielle.

Un algorithme éthique et pédagogique, **sans utilisation des données** personnelles.

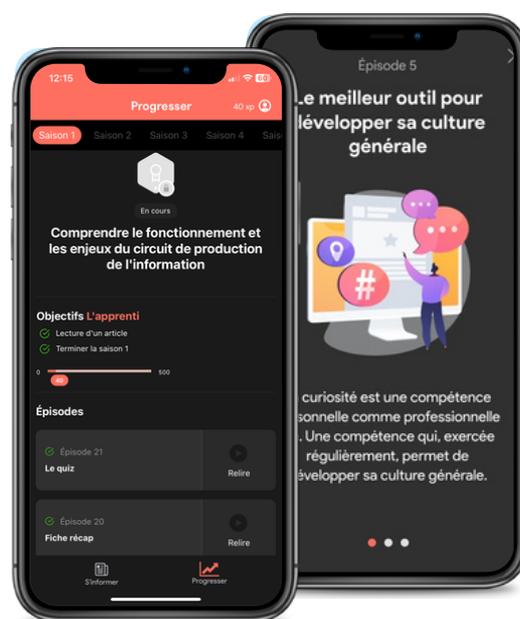
Deux revues de presse hebdomadaires, "une actu, cinq points de vue" et les "Inap'perçues de la semaine", pour développer l'esprit critique, la curiosité et la culture générale.



Un **parcours e-learning** organisé sous la forme d'une série, comprenant 5 saisons de 20 épisodes, pour couvrir en 5 blocs de compétences l'ensemble des référentiels de l'éducation aux médias et à l'information de la seconde au niveau bac +5.

Un système **d'évaluation** assis **sur la gamification**, permettant de nourrir l'engagement et de bénéficier d'une solution d'évaluation de la pratique.

Des contenus pédagogiques variés : textes, infographies, podcasts, **activités pratiques, challenges, fiches récap, quiz...** pour une montée en compétences quotidienne.



c. Des ressources pour un scénario pédagogique hybride

Il nous est apparu important de développer des **ressources à utiliser en présentiel** afin de favoriser l'utilisation et l'engagement des utilisateurs et l'appropriation des contenus par les enseignants. Cela permet aux enseignants de construire un scénario pédagogique hybride et de proposer une utilisation collective et individuelle.

Ainsi, nous avons créé un **guide de 5 activités** qui correspond au contenu des 5 saisons, blocs de compétences à valider. Chacune d'entre elles se base sur la revue de presse, qu'elle soit produite par be my media ou par les élèves. En effet, il s'agit d'une application concrète de pratique responsable et éclairée de l'information.

La revue de presse est une **activité complète** qui permet de :

Comparer
les différents
points de vue

Se forger
sa propre opinion

Exercer
son esprit critique

Argumenter
ses choix

Nous proposerons également à la rentrée la **version web** de l'application afin de faciliter l'utilisation des ressources be my media en classe et ainsi promouvoir l'engagement des apprenants.

Nous avons également créé « **la boîte à questions** ». À la fin de chaque saison, l'enseignant aura à sa disposition dix questions afin de vérifier la compréhension des apprenants et d'approfondir certains concepts et enjeux.

Toujours à la rentrée 2024, nous intégrons une fois par mois « **le point actu** », un **quiz portant sur les quatre revues de presse** « 1 actu 5 points de vue » et les « inap'perçues » du mois. L'objectif est de s'assurer de l'utilisation de l'application et de ces apports : la comparaison des points de vue, la curiosité, l'esprit critique et la culture générale.

d. L'académie be my media

Elle sera le centre ressource des enseignants. Ils auront accès à tous les supports et contenus leur permettant d'être accompagnés au mieux dans le déploiement de l'application et dans la formation à l'animation de la fresque s'ils souhaitent la proposer au sein de leurs établissements. Elle sera disponible par l'intermédiaire du back-office qui redirigera son contenu vers Moodle.

Le **module d'accompagnement au déploiement de l'application** comporte une première partie plus théorique où l'on revient sur les enjeux de l'éducation aux médias et à l'information que nous avons identifiés et la pédagogie qui en découle. Il nous paraît nécessaire de revenir sur ces points pour une meilleure appropriation des enjeux et donc de la ressource par les enseignants.

La seconde partie contient les tutoriels de prise en main de l'application, de la web app, du back-office, la manière d'intégrer be my media dans les enseignements notamment à travers l'évaluation, le guide des activités pratiques, les tutoriels pour créer une revue de presse. Nous présentons également nos différents événements et nous donnons accès à nos précédents webinaires et ressources documentaires.

La formation de formateur a pour objectif de permettre aux enseignants d'organiser et d'animer en autonomie la Fresque de l'Information au sein de leur établissement. Plus généralement, la formation s'adresse aux enseignants, formateurs, documentalistes, intervenants, coachs... souhaitant être en capacité de sensibiliser leurs publics aux grands enjeux de l'éducation aux médias et à l'information et d'en mieux maîtriser les contenus.

Cette formation est dispensée en présentiel pour des groupes 7-8 participants. Cette année, nous avons digitalisé cette formation pour que des enseignants en « individuel » et sur tout le territoire, puissent y avoir accès.

02

Notre mission et le comité

Depuis sa création, be my media poursuit une raison d'être et 3 engagements inscrits dans ses statuts.

1 raison d'être

Alors que l'information n'a jamais été aussi accessible, s'informer n'a jamais été aussi complexe. Nous accompagnons chaque individu dans le **développement de sa curiosité et de son esprit critique** face à l'information, afin d'accompagner son émancipation et sa capacité à être acteur de la société.

Et si, ensemble, nous changions le monde avec une pratique éclairée de l'information ?

3 engagements statutaires

pour la mettre en oeuvre

1 Démocratiser

L'Education aux Médias et à l'Information auprès des professionnels au contact des publics.

2 Faire progresser

Les publics dans leurs compétences informationnelles.

3 Faire pratiquer

Aux publics l'information de manière éclairée.

Le comité de mission

Le comité de mission est un « allié critique ». Son rôle est, à la fois, de vérifier la cohérence entre les déclarations de l'entreprise, ses objectifs et leur mise en œuvre. À ce titre, il doit évaluer le respect des finalités d'ordre social ou environnemental que s'est fixé statutairement l'entreprise et doit aussi la pousser à être plus ambitieuse dans une vision prospective et de préconisations.

Le comité de mission se réunit chaque année afin d'évaluer l'action de l'entreprise au regard de la mission qu'elle s'est fixée. À l'issue de cette réunion, un rapport des travaux menés et des discussions est envoyé à l'assemblée générale de l'entreprise et est rendu public.

Collège "Experts"



Sciences cognitives

Sandrine BELIER
Docteure en Psychologie Cognitive et coach
Humans Matter



Philosophie de l'esprit critique

Baptiste CANAZZI
Philosophe et consultant
Noetic Bees



Sciences sociales

Laurent CORDONIER
Docteur en Sciences Sociales, Directeur de la recherche
Fondation Descartes



Journalisme

David LACOMBLE
Président de la
Villa Numeris



Journalisme

Raphaëlle Rérolle
Grand reporter
Le Monde



Information et communication

Angèle STALDER
Maîtresse de Conférences
Université Lyon 3

Collège "Parties prenantes"



Formation professionnelle

David ALONSO
Directeur
GRETA de Grenoble



Enseignement IUT

Sabine CORNUDET
Enseignante
Information-communication
IUT Créteil-Vitry



Enseignement BTS

Clément DUPECHER
Réfèrent pédagogique national BTS
EduService



Représentante des actionnaires

Raphaël FRANCES
Co-fondateur / Associé
AWAYKE



Education Nationale

Iris IRIU
Coordonatrice CLEMI et référente EMI
Académie de Lyon



Enseignement supérieur privé

Marie-Pierre OUKIL
Secrétaire Générale
HEP Education



Recherche

Adrian STAIL
Professeur des universités et directeur adjoint
Université Lyon 3 - Labo Elico



Présidente du comité - Enseignement sup public

Justine VALETTE
Maître de conférences
Université de Montpellier



Représentante des actionnaires

Mélanie VIENOT
Présidente
Eloquence

03

La mesure d'impact

Une étude d'impact vise à apprécier les **conséquences** (positives, négatives, directes, indirectes...) **des activités d'une organisation** sur ses parties prenantes externes, sur son territoire et sur la société en général. Elle permet d'appuyer le comité pour réaliser sa vérification au regard de l'engagement sociétal ou environnemental de l'entreprise et de contrôler sa mise en œuvre.

Pour mener cette étude, l'entreprise be my media a fait le choix de traduire ses engagements statutaires par des objectifs opérationnels (voir ci-dessous) et de différencier des indicateurs qui relèvent de l'action (les moyens, le « comment ? ») ; et ceux relevant de ce que l'on produit in fine, notre impact (les résultats). Cette mesure est également l'occasion de modéliser l'activité de l'entreprise et d'outiller son pilotage en ancrant la mission sur le terrain et dans les équipes. À long terme, elle permet de suivre et d'apprécier l'évolution de l'entreprise, tout en gardant un cap clair.

3 engagements, 9 objectifs opérationnels

Démocratiser

l'Education aux Médias et à l'Information auprès des professionnels au contact des publics.

Faire progresser

les publics dans leurs compétences informationnelles.

Faire pratiquer

aux publics l'information de manière éclairée.

Faire connaître les **enjeux de l'EMI** à différents écosystèmes

Faire prendre conscience des **enjeux des médias** et de l'information

Ancrer une **pratique plus régulière** et durable de l'information

Contribuer aux réflexions et aux travaux de nos institutions

Consolider un socle commun de **compétences** informationnelles

Nourrir une **pratique curieuse** et plurielle de l'information

Accompagner les enseignants dans la prise en compte des enjeux de l'EMI

Sanctionner toutes les compétences **acquises**

Favoriser une **pratique critique** et responsable de l'information

3.1 Démocratiser

Le premier engagement est de démocratiser l'éducation aux médias et à l'information (EMI) auprès des professionnels au contact avec des publics. Il se compose de 3 engagements : faire connaître les enjeux de l'EMI à différents écosystèmes, contribuer aux réflexions et aux travaux de nos institutions et accompagner les enseignants dans la prise en compte des enjeux de l'EMI.

RETOUR SUR L'ANNÉE ÉCOULÉE

Nous avons mis en place **plusieurs actions** afin de concourir à cet objectif telles que les webinaires, le projet REEMI, le concours national d'esprit critique et la contribution aux États généraux de l'information. Cette année, ce sont plus de 7 638 personnes qui ont été sensibilisées aux enjeux d'une pratique de l'information responsable et émancipatrice. Cette démocratisation s'est notamment opérée grâce à la participation de be my media à **12 événements** et à la rencontre de **28 acteurs institutionnels**. Be my media conforte ainsi sa place dans le paysage institutionnel de l'EMI pour lui permettre de faire connaître les enjeux de l'EMI à un nombre d'acteurs significativement plus important.

Le projet REEMI qui s'est déroulé cette année a contribué à développer les actions en direction des publics éloignés de l'EMI et à nouer de nouvelles relations avec les organismes de formation, France Travail et le monde universitaire avec le laboratoire Elico. Nous y reviendrons plus en détail dans l'engagement « faire progresser ».

C'est pour élargir son engagement dans le développement d'une pratique éclairée de l'information chez tous nos concitoyens que be my media a organisé du 15 au 29 novembre 2023 le premier **Concours national d'esprit critique** sous le patronage de la Commission nationale française pour l'Unesco. Ouvert gratuitement aux lycéens, apprentis et étudiants, ce défi inédit propose à plusieurs milliers de jeunes d'aiguiser leur esprit critique sous la forme d'un concours de revue de presse autour de la thématique de l'Objectif de développement durable (ODD) no4 de l'ONU : « Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie. » À l'issue, les 3 meilleures revues de presse de chacune des catégories (enseignement secondaire, bac+3, bac+5) ont été récompensées lors d'une cérémonie de clôture qui s'est déroulée à l'IUT de Créteil Vitry. Le concours a mobilisé 4000 participants, issus de près de 150 établissements, a donné à lire au jury plus de 600 revues dont certaines ont été particulièrement remarquées.

Cette année, **le concours se déroulera du 12 novembre au 10 décembre 2024** avec le patronage de la Commission nationale française pour l'Unesco. Il portera sur l'ODD no16 de l'ONU : « Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable. »

À l'occasion des **États généraux de l'information**, be my media a adressé une contribution écrite au comité de pilotage ainsi qu'au groupe de travail « Éducation, citoyenneté et démocratie ». Cette contribution portait des éléments forts de constat et de solution en faveur d'une éducation aux médias et à l'information pour tous, tout au long de la vie. Différentes modalités concernant l'approche à déployer ont aussi été spécifiées dans cette contribution, comme notamment l'importance de l'intervention de professionnels de l'éducation auprès des apprenants pour des sujets aussi complexes. En parallèle, be my media a également organisé en collaboration avec les services de l'Académie et de la métropole de Lyon, la contribution de deux collègues (collège Paul Éluard à Vénissieux et collège Gilbert Chabroux à Villeurbanne).

Deux heures durant, deux classes de 4e de chacun de ces collèges ont pu participer au mois de mars à la Fresque de l'Information, ainsi qu'à la formulation de pistes de proposition concernant l'information de demain. L'ensemble de ces contributions portées par be my media et témoignant notamment d'un **fort besoin d'éducation aux médias** en parallèle du débat sur la régulation se retrouve largement dans les travaux du comité de pilotage des États généraux de l'information à travers les deux premières préconisations formulées : « Faire de l'éducation à l'esprit critique et aux médias à l'école une priorité » et « neutraliser la désinformation par une sensibilisation préventive ».

LA MESURE DE L'IMPACT

74
lycées et MFR

Nos **115** établissements
(34 en 2022-2023)

41
établissements
d'enseignement supérieur

Objectif 1

Faire connaître les enjeux de l'EMI à différents écosystèmes

1 292
professionnels touchés cette année

28

conférences en ligne
organisées sur l'année
scolaire

666

inscrits aux différents
webinaires, 391 participants
(en direct + replay)

626

professionnels
sensibilisés dans
d'autres contextes

Objectif 2

Contribuer aux réflexions et aux travaux de nos institutions

63

acteurs rencontrés (28 en 2022-2023)

5

contributions

Objectif 3

Accompagner les enseignants dans la prise en compte des enjeux de l'EMI

216

adultes participant à des fresques (projet REEMI et documentalistes)

24

enseignants formés à l'animation de la fresque de l'information

144

administrateurs d'organisation et 128 administrateurs de communautés (95 en 2022-2023)

LES PERSPECTIVES 2024-2025

Les podcasts de l'EMI

Deux premiers épisodes pilotes du podcast ont été enregistrés en fin d'année universitaire. Le choix a été fait finalement de ne pas centrer le thème sur le sujet de l'info-anxiété, mais de l'élargir à l'ensemble des enjeux de l'éducation aux médias et à l'information. Nous avons donc commencé par un premier épisode baptisé « Philosophie et esprit critique » avec Baptiste Cannazi puis un deuxième « Sciences cognitives et désinformation » avec Sandrine Bellier. Ce podcast s'adresse spécifiquement à l'ensemble des professionnels ciblés par cet engagement de sensibilisation, ainsi qu'à l'ensemble des professionnels, enseignants, formateurs, animateurs, administratifs... au contact des publics. L'objectif poursuivi est de donner les clés de compréhension indispensables pour agir efficacement dans son activité d'éducation aux médias et à l'information.

Le baromètre be my media

Le 3 octobre 2024 est paru le **baromètre 2024** sur la pratique de l'information des jeunes en France. Ce baromètre inédit est réalisé par be my media avec Le Point. Il analyse les pratiques informationnelles des 15-25 ans en France impliquant **10 000 lycéens et étudiants**, avec plus de **2,3 millions d'articles lus** en 2023-2024. Vous trouverez ci-dessous les 3 grands enseignements tirés de cette étude :

- ➔ **Le factuel et le recul face à l'émotion** : sans distribution biaisée de l'information, la part des titres sollicités et suscitant l'émotion représente entre un quart et un tiers seulement des articles lus.
- ➔ **Les sources de presses** « traditionnelles » restent largement plébiscitées : les sources de presses dites « traditionnelles » restent plébiscitées comme des marqueurs et des repères de confiance. Néanmoins, la part de médias « non traditionnels » dans les cinquante articles les plus lus ne peut être ignorée et témoigne d'une grande perméabilité de ces sources chez les publics les plus jeunes.

- **L'ouverture sur l'actualité internationale** : avec une répartition presque égale entre les articles traitant de l'actualité nationale ou issus de sources françaises, et les articles issus de sources étrangères ou traitant d'actualité étrangère, une quête et une recherche d'ouverture de la population la plus jeune semblent s'observer dans cette étude. Toutefois, il est important de relever que cette ouverture ne se réalise en grande partie qu'au sein de l'aire culturelle occidentale (Union européenne et États-Unis).

À la suite de la parution du baromètre, un **sondage fut réalisé par Cluster17** pour Le Point en partenariat avec be my media afin de fournir des données objectives quant aux usages informationnels. 1 487 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus ont été interrogées. Il relève que les usages des 18-24 ans diffèrent nettement de ceux des autres tranches d'âge, notamment par un usage bien plus marqué des réseaux sociaux, en particulier YouTube et les influenceurs.

Bien que les jeunes soient plus critiques et conscients des dangers de l'information, ils éprouvent des difficultés à appliquer cette vigilance à leur propre usage quotidien. Paradoxalement, ils sont aussi plus sensibles aux opportunités citoyennes et professionnelles offertes par l'information. Malgré cette conscience critique, une formation plus approfondie en éducation aux médias semble nécessaire pour toutes les tranches d'âge, car tous peinent à ancrer durablement ces apprentissages dans leurs usages.

3.2 Faire progresser

Notre deuxième engagement est de faire progresser les publics dans leurs compétences informationnelles et se traduit par 3 objectifs : faire prendre conscience des enjeux de l'EMI, consolider un socle commun de compétences informationnelles et sanctionner toutes les compétences acquises.

RETOUR SUR L'ANNÉE ÉCOULÉE

Nous avons permis un accès facilité à l'application pour les lycéens avec le référencement pass Culture. Nous avons également développé des ressources en présentiel. Avec le projet REEMI, nous pouvons « faire pratiquer » le public adulte accueilli au sein des organismes de formations. Pour cette rentrée 2024, nous avons poursuivi le travail sur le premier baromètre des pratiques de l'information des jeunes avec le journal Le Point et enregistré nos premiers podcasts. Nous poursuivrons par ailleurs notre travail sur la modalité présenteielle avec notamment la web app.

Le pass Culture

En novembre 2023, be my media a aussi eu le plaisir de se voir notifier son référencement pour le pass Culture, **l'application qui favorise et finance l'éducation artistique et culturelle**. Ce référencement permet à be my media de proposer son parcours pédagogique complet, aux lycées, sous la forme d'une offre collective sur la plateforme du pass Culture. Cela permet aux professeurs de financer des activités d'éducation artistique et culturelle pour leurs classes. Ce volet s'applique aux élèves de la 4e à la terminale des établissements publics et privés sous contrat. Cela concerne 11 établissements.

Un scénario pédagogique hybride

Afin d'augmenter l'utilisation, l'engagement et ainsi la progression des apprenants, nous souhaitons que nos ressources soient appréhendées comme des supports de cours pour les enseignants. Pour cela, nous mettons en place des **actions intégrant la modalité présentielle**. Il s'agit du guide des activités pédagogiques à réaliser en classe.

Le projet REEMI

Nous avons été sélectionnés dans le cadre de l'appel à projets du Plan d'investissement dans les compétences (PIC) de France compétences pour mener à bien le **projet REEMI** – Renforcer l'Employabilité par l'Éducation aux Médias et à l'Information. Il s'agit d'agir en faveur du développement des compétences de littératie numérique, d'esprit critique et de curiosité des publics PIC, qui constituent 3 compétences transversales clés recherchées par les employeurs et indispensables dans le cadre du suivi d'un parcours de formation ou d'accompagnement.

Il s'est déroulé de janvier à décembre 2023, en deux phases principales : une **phase de diagnostic des pratiques d'information** et une **phase d'expérimentation des ressources pédagogiques** adaptées. Il visait à explorer les pratiques d'information d'actualité des apprenants dans trois organismes de formation partenaires – l'École de la deuxième chance (E2C), WebForce3 et le Greta – et à développer des ressources pédagogiques innovantes en lien avec ces pratiques.

PHASE DE DIAGNOSTIC

La première phase s'est concentrée sur une enquête **quantitative** menée auprès de 115 apprenants afin de comprendre leurs pratiques d'information. Il en est ressorti que plus de la moitié des répondants s'intéressaient à l'actualité, mais que les pratiques actives d'information (comme chercher activement des sources d'information) restaient peu fréquentes. Les réseaux sociaux, la télévision et les moteurs de recherche constituaient les principales sources d'information. Malgré une utilisation généralisée des médias numériques, il n'a pas été observé de dépendance excessive à un média particulier.

Les liens entre actualité et employabilité étaient globalement bien perçus par les apprenants, notamment pour connaître les secteurs d'activité et s'intégrer dans le monde du travail. Enfin, une ouverture à des dispositifs d'accompagnement à l'information d'actualité a été constatée, avec une nette préférence pour des formats vidéo courts, en cohérence avec leurs habitudes de consommation de contenus.

Cette enquête quantitative a été complétée par **28 entretiens qualitatifs** approfondis. Ces entretiens ont confirmé que les pratiques d'information des apprenants étaient majoritairement passives (c'est-à-dire recevoir de l'information plutôt que la chercher activement), surtout à l'E2C. Dans les autres centres, une pratique mixte (passive/active) était plus répandue. Les réseaux sociaux sont apparus comme la principale source d'information, confirmant l'intérêt pour des formats visuels et interactifs.

À partir de ces résultats, un **référentiel de compétences** centré sur la notion de « culture de la source » a été élaboré. Il s'agissait de définir un cadre pour l'acquisition de compétences liées à la recherche et à l'analyse des sources d'information. Ce référentiel a servi de base à l'élaboration de scénarios pédagogiques destinés à renforcer l'éducation aux médias et à l'information des apprenants.

Nous avons développé la **version web de l'application** qui s'est révélée indispensable, tant pour offrir une autre modalité d'accès à la ressource par les stagiaires en autonomie et de manière individuelle, que pour faciliter son usage par les formateurs dans le cadre de temps collectifs et présentiels. La web app bénéficie également aux autres programmes et publics de be my media.

Une **bibliographie** sélective a également été réalisée, rassemblant des travaux sur les pratiques informationnelles, l'employabilité et la vérification des informations. Elle identifie des travaux réalisés en France et à l'international sur diverses thématiques en relation avec le projet, dont la culture de l'information et les pratiques informationnelles, les pratiques informationnelles des publics éloignés (stratégies d'acteurs et enjeux), les pratiques informationnelles en lien avec l'employabilité (études existantes et caractéristiques), les pratiques informationnelles juvéniles (généralités et caractéristiques), les pratiques de vérification de l'information (professionnelles, juvéniles et ordinaires), etc. Elle nous permet d'avancer sur l'état de l'art de ces différents enjeux.

PHASE D'EXPÉRIMENTATION

La phase d'expérimentation a commencé en septembre 2023 avec l'organisation de plusieurs formations de formateurs et l'animation de 7 ateliers au sein des trois organismes de formation partenaires. Ces ateliers visaient à tester deux ressources pédagogiques principales : le serious game « **fresque de l'information** » et **l'application mobile be my media**. Environ 63 stagiaires ont participé à ces premières sessions d'expérimentation.

Cependant, des défis logistiques ont limité la portée de l'expérimentation. L'un des établissements partenaires a dû cesser ses activités en raison de difficultés financières, et un autre a été touché par de nombreuses alertes à la bombe, perturbant les sessions prévues. Enfin, dans le troisième établissement, une organisation d'entrées et de sorties permanentes des apprenants a compliqué l'expérimentation complète des outils pédagogiques auprès d'une même cohorte. Malgré ces obstacles, près de 40 apprenants ont pu expérimenter l'application be my media, bien que l'absence de suivi et d'accompagnement par les formateurs n'ait pas permis d'évaluer pleinement son impact. Cette phase a néanmoins permis de dégager des enseignements précieux et des recommandations, consolidés en partenariat avec le laboratoire Elico, notamment pour améliorer le format du serious game.

Malgré les difficultés rencontrées, ce projet a jeté les bases d'une **expérimentation pédagogique prometteuse**. Les premiers résultats ont permis de confirmer l'intérêt des apprenants pour l'actualité et la pertinence d'un dispositif d'accompagnement à l'information d'actualité.

Nous avons ainsi conçu le troisième programme pédagogique d'éducation aux médias destiné aux adultes et pour la première fois dans une démarche de recherche et développement menée en partenariat avec un laboratoire de recherche.

LA MESURE DE L'IMPACT

Objectif 1

Faire prendre conscience des enjeux des médias et de l'information

7 638

participants à des fresques et conférences

1 211

lycéens

6 148

étudiants

63

adultes (projet REEMI)

Objectif 2

Consolider un socle commun de compétences informationnelles

10 244

utilisateurs de l'application (80.5 % comptes actifs)

2 099

lycéens (74.4 % comptes actifs)

8 145

étudiants (82 % comptes actifs)

47 %

des utilisateurs actifs ont terminé le module d'EMI (+ 2 % vs 2022-2023)

Pas de badge

Badge 1

Badge 2

Badge 3

Badge 4

Badge 5

Grande Epreuve

29 %

8 %

4 %

5 %

7 %

11 %

36 %

Objectif 3

Sanctionner toutes les compétences acquises

2 257

attestations délivrées, soit 36 % des utilisateurs actifs

50

attestations délivrées aux lycéens,
soit 4 % des utilisateurs actifs

2 207

attestations délivrées aux étudiants,
soit 43 % des utilisateurs actifs

LES PERSPECTIVES 2024-2025

Poursuivre l'hybridation du parcours

Toujours dans la perspective de favoriser l'engagement des apprenants et des enseignants, nous proposerons à la rentrée 2024 la **version web** de l'application. Cette initiative promet de transformer l'accès et l'usage de nos ressources pédagogiques, répondant ainsi aux besoins d'un public toujours plus large et diversifié. Avec cette version web, nous visons à rendre nos ressources pédagogiques encore plus accessibles et adaptées aux usages, tant pour les enseignants que pour les élèves et étudiants. Cela permettra de tirer parti des avantages offerts par de plus grands écrans et d'assurer une utilisation optimale en milieu scolaire, universitaire et éducatif.

Nous avons par ailleurs conçu 2 nouveaux supports que les enseignants peuvent utiliser en présentiel : « la boîte à questions » et « le point actu » détaillés plus haut.

Pour finir, nous intégrons la possibilité d'un **parcours libre**. Aujourd'hui, les élèves doivent avancer épisode par épisode, saison par saison. Cela rend difficile le travail en classe sur les contenus de l'application. À la rentrée, les apprenants auront accès à l'ensemble des épisodes. Les conditions d'évaluation quant à elles restent inchangées. Ainsi, un enseignant qui souhaite faire travailler sur certains épisodes ou saisons en particulier pourra aisément le faire sans attendre que ses élèves aient atteint le niveau demandé.

L'académie be my media

Par ailleurs, nous mettons également en place, à la rentrée 2024, **l'académie be my media**. Il s'agit d'un module support pour les enseignants leur apportant des connaissances actualisées sur l'éducation aux médias et à l'information et ses enjeux. Ils y retrouveront l'ensemble des ressources pour suivre et accompagner leurs apprenants (tutoriels de prise en main de l'application et du back-office, l'intégration de be my media dans leur module, les activités présentiels, les événements et webinaires organisés).

3.3 Faire pratiquer

Faire pratiquer aux publics l'information de manière éclairée est notre troisième engagement et se décompose en 3 objectifs : ancrer une pratique plus régulière et durable, nourrir une pratique curieuse et plurielle et favoriser une pratique critique et responsable de l'information.

RETOUR SUR L'ANNÉE ÉCOULÉE

Afin de favoriser la pratique de la l'information, nous avons mis en place le challenge xp'dition et connecté l'application au gestionnaire d'accès aux ressources (GAR) qui accompagne le développement des usages des ressources numériques à l'école. Il garantit la protection des données à caractère personnel des élèves, des enseignants et des autres personnels.

L'une des préconisations du comité de mission 2023 était la formation d'un groupe de travail sur l'engagement des apprenants. Ainsi, Clément DUPECHER (réfèrent pédagogique national BTS Eduservice), David LAPOSSE (proviseur, lycée Charlie Chaplin) et Aurélie GINEY (responsable pédagogique Be my media) ont échangé le 16 janvier 2024 et produit des axes de travail que vous retrouverez plus bas, dont certains ont pu être mis en œuvre tels que le **challenge xp'dition**.

Ce défi, qui s'est déroulé du 1er au 30 avril 2024, visait à encourager les élèves à s'informer de manière régulière et éclairée à travers notre application. L'objectif était de récompenser les 3 établissements qui ont obtenu le plus de points d'xp sur cette période proportionnellement à leur nombre d'élèves. L'INSEEC Bachelor Bordeaux, l'IUT Avignon et l'ESPL Angers-Campus des Écoles sont les 3 lauréats de ce challenge.

Depuis la rentrée scolaire de septembre 2023, be my media a largement œuvré afin de rendre ses ressources et sa démarche accessibles au public lycéen. En ce sens, la ressource pédagogique numérique de be my media a été raccrochée au **GAR**, permettant ainsi un déploiement par les enseignants et une utilisation par les élèves en totale conformité avec les différentes règles posées par l'Éducation nationale concernant les ressources numériques. Les élèves et les enseignants accèdent à toutes leurs ressources numériques depuis leur Espace Numérique de Travail (ENT) ou médiacentre ÉduGAR. C'est un prérequis pour que les lycées publics accèdent à notre ressource. Il est gage de protection des données des élèves et des enseignants, d'accroissement des usages et de simplification de la gestion dans les établissements et les écoles. Cela concerne 61 établissements pour cette année scolaire.

LA MESURE DE L'IMPACT

Objectif 1

Ancrer une pratique régulière et durable de l'information

2 234 298

articles ont été lus
(+ 211 % vs 2022-2023).

soit **352**
articles lus par
utilisateur actif

8 h38

est le temps moyen
passé par utilisateur et
par an.

52 737 520

de points d'xp au total

soit **8 312**
points d'xp moyen par
utilisateur, soit 42 jours de
pratique de l'information par
utilisateur actif

Objectif 2

Nourrir une pratique curieuse et plurielle de l'information

Catégories les plus consultées	Les grands titres	International	Mon actualité en anglais	Politique	Economie	Ecologie
Nbre articles lus	637 626	353 754	335 113	146 716	130 642	127 023
Pourcentage	28,5 %	16 %	15 %	6,5 %	5,8 %	5,6 %

Fonctionnalités plébiscitées par les utilisateurs	Le comparateur	La recherche	La lecture des RDP be	La création de RDP	Le partage	Autre
Pourcentage	35,8 %	25 %	22,1 %	9,9 %	6,9 %	0,3 %

* résultats issus du questionnaire de satisfaction

Objectif 3

Favoriser une pratique critique et responsable de l'information

5 910

revues de presse créées
(+15 % vs 2022-2023)

LES PERSPECTIVES 2024-2025

Nous collaborons depuis plusieurs années, notamment à travers des webinaires, avec la société **Cision-Europresse**. Nous sommes dans une nouvelle phase dans le partenariat avec la mise à disposition d'un bouquet de contenus Europresse dans be my media à compter de cette rentrée. Cela permet aux établissements également clients de Cision de bénéficier de l'accès dans notre application à une centaine de sources dans leurs versions abonnées, parmi notamment les plus grands médias nationaux et internationaux.

04

Retour sur les engagements 2023

Nous nous étions engagés, lors du comité 2023, à travailler avec les membres du comité sur **deux actions** :

- La **production d'une série de podcasts**. L'objectif de cette action était de permettre à différents acteurs, avec leurs expertises ou leurs expériences, de développer et d'éclairer un angle qui interroge la pratique de l'information dans toutes ses dimensions.

Dans le podcast avec **Sandrine Bellier**, docteur en psychologie cognitive et directrice de la recherche chez Humans Matter, nous avons exploré les liens entre sciences cognitives, psychologie, information et désinformation. Au cœur de nos échanges, la manière dont se construit notre confiance dans les sources d'information et le rôle des mécanismes cognitifs dans la propagation de la désinformation, notamment sur les réseaux sociaux. En analysant l'influence des biais cognitifs, des émotions et du facteur humain, nous avons cherché à comprendre comment ces dynamiques façonnent notre perception et notre jugement, révélant ainsi les défis auxquels nous faisons face dans un environnement saturé d'informations parfois contradictoires.

Pour le podcast de **Baptiste Canazzi**, philosophe expert des sujets touchant à l'exercice de l'esprit critique, nous avons exploré les intersections entre la philosophie et l'esprit critique d'un côté et l'information et l'intelligence artificielle générative d'un autre côté. Nous avons notamment abordé les enjeux éthiques, des défis cognitifs, des méthodologies activables et des opportunités que ces technologies soulèvent pour la pensée critique et la prise de décision éclairée. À travers des réflexions philosophiques et des exemples concrets, nous avons cherché à mettre en lumière comment l'IA générative redéfinit la manière dont nous comprenons la création de sens, la vérité et l'autonomie intellectuelle dans le monde contemporain.

- La seconde action était la mise en place d'un **groupe de travail** sur l'identification de nouveaux leviers d'engagement des jeunes dans un parcours d'éducation aux médias et à l'information. L'objectif de cette action était d'identifier de nouvelles stratégies et solutions pédagogiques pour renforcer l'attractivité des ressources développées par be my media, en travaillant notamment sur l'expérience ludique proposée et un nouveau système de récompenses. Il s'agit ici de réfléchir, collectivement, à d'autres leviers d'engagement que le seul levier d'évaluation du parcours.

Dans un premier temps, nous avons listé les éléments déjà présents et opérationnels favorisant l'engagement des utilisateurs et enseignants :

Actions sur l'engagement des apprenants

Participation

à la Fresque de l'Information pour la prise de conscience des enjeux et introduire l'application.

Gamification

système d'acquisition de points pour chaque action sur la partie « s'informer » et limitation des points par jour, obtention de récompenses, de badges pour chaque saison validée, attestation de réussite.

Prise en compte

de be my média dans l'évaluation du module.

Actions auprès des enseignants pour un meilleur engagement des apprenants

Version web

Développement de la version web pour une meilleure utilisation en classe.

Implication des enseignants

pour une meilleure participation des apprenants : suivi toutes les 6-8 semaines auprès des établissements, activités en présentiel et complémentaires à faire en classe.

Bloquer la grande épreuve

pour passation en présentiel avec l'enseignant, ce qui oblige les étudiants à avoir réalisé l'ensemble de la série.

Dans un second temps, nous avons échangé sur de nouveaux leviers permettant une meilleure implication.

En matière d'évaluation, il nous paraît important de pouvoir proposer une certification sous forme d'open badge afin de valoriser les compétences acquises.

La ludification pourrait également être renforcée. C'est pourquoi nous allons intégrer pour cette rentrée et **mensuellement des questions** sur les **4 revues de presse** réalisées. Nous avons conclu cette année le guide d'activités en présentiel et en groupe ainsi que la version web de l'application afin de favoriser l'utilisation de nos ressources en classe. Il nous est apparu également qu'il manquait un feed-back (retour) des performances pour les apprenants. En effet, la visibilité de la progression dans le parcours paraît insuffisante. Il en est de même pour le retour sur erreur concernant les questions de quiz et les entraînements. La solution à la question pourrait être complétée par la notification des épisodes à revoir.

D'autres préconisations sont apparues telles que **l'intégration d'un classement des étudiants**, une plus forte personnalisation des parcours, d'autres possibilités de collaboration en plus du partage d'articles ou de revues de presse. Le sujet des notifications a également été soulevé. Nous ne souhaitons pas mettre en place de simples notifications de rappel de connexion, mais des notifications qui proposent du contenu à valeur pédagogique. Ainsi, nous pensons à une notification lors de la parution des revues de presse be my media et d'un article selon le fil d'actualité choisi.

Enfin, nous avons envisagé de récompenser les plus assidus et les plus grands lecteurs avec un abonnement de trois mois à des médias partenaires.

05

L'avis rendu par le comité de mission

5.1 Notre évaluation de la réalisation de la mission de be my media

Le comité de mission exprime sa satisfaction quant à la clarification du modèle de mission et à sa traduction opérationnelle. La réduction du nombre d'engagements de 5 à 3 et des objectifs opérationnels de 15 à 9 a permis d'éliminer les éventuelles confusions entre les différents engagements et objectifs. Cette simplification facilite le suivi de l'exécution de la mission et permet une meilleure lisibilité des actions entreprises.

Les engagements pris lors du dernier comité de mission ont été respectés et ont donné lieu à des collaborations très intéressantes. Il y a une véritable continuité dans les discussions engagées avec le comité, accompagnée de réalisations concrètes. Les actions entreprises ont non seulement respecté les engagements, mais ont également permis de renforcer les liens avec divers partenaires institutionnels et éducatifs.

Sur l'année 2023-2024, l'entreprise a poursuivi sa mission en consolidant les actions précédemment entreprises, mais surtout en les enrichissant. Le comité considère que la mission est parfaitement exécutée.

Engagement "Démocratiser"

La mission est pleinement remplie. be my media participe activement et contribue aux événements et réflexions majeures sur l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI). L'entreprise joue ainsi son rôle d'acteur majeur du paysage institutionnel avec un rayonnement global. Le comité salue particulièrement la reconduction du concours national d'esprit critique et la parution du baromètre de l'information. Le concours national, ouvert à tous les élèves et étudiants, y compris ceux qui n'utilisent pas l'application, est devenu un événement phare pour promouvoir l'esprit critique parmi les jeunes et incarne véritablement la mission portée par l'entreprise. La parution du baromètre, basé sur les données d'utilisation de 2023-2024, ainsi que la réalisation d'un sondage, illustrent une contribution majeure à la meilleure compréhension des besoins et pratiques d'information des jeunes.

Engagement "Faire Progresser"

L'entreprise a mis en place de nombreuses actions pour faire progresser les compétences informationnelles des publics visés. Les indicateurs de résultat montrent clairement que be my media progresse en visant un public large, incluant les personnes éloignées de l'emploi, les lycéens et les étudiants, tant du secteur public que privé. Le comité est particulièrement satisfait du projet REEMI : Ce projet, soutenu par le Plan d'investissement dans les compétences (PIC) de France compétences, qui vise à renforcer l'employabilité par l'éducation aux médias et à l'information.

Il a permis de développer des ressources pédagogiques innovantes adaptées aux pratiques d'information des apprenants dans des organismes de formation partenaires. Même s'il a connu des difficultés de déploiement lors de cette première année, indépendant de l'entreprise, il semble très prometteur. Le référencement de be my media pour le Pass Culture est également une preuve forte de l'engagement de l'entreprise pour faciliter l'accès à l'éducation artistique et culturelle pour les élèves de la 4^e à la terminale.

Engagement "Faire Pratiquer"

Le comité salue la progression significative du nombre d'articles lus sur l'année 2023-2024. Le succès technique du raccordement au Gestionnaire d'Accès aux Ressources (GAR) permettra une plus grande diffusion de l'application, améliorant ainsi l'exécution de la mission. Par ailleurs, le challenge xp'dition, issu d'une réflexion entamée lors du dernier comité de mission, semble avoir été un succès quand il a été déployé et marque une piste intéressante pour renforcer l'engagement des apprenants.

5.2 Nos recommandations pour développer l'impact de be my media

Le comité de mission a fait part de plusieurs recommandations :

- 1. Mise en place d'open badges ou d'une autre forme de certification** : La création et l'intégration d'open badges, ou de toute autre forme de certification, permettraient de valoriser les compétences acquises par les utilisateurs de l'application. Ce système de certification numérique offrirait ainsi une reconnaissance officielle des compétences développées, tant pour les étudiants que pour les enseignants formés à la fresque de l'information, et contribuerait à renforcer la crédibilité et l'attractivité de be my media.
- 2. Évaluation de l'impact et des compétences transférables** : Il pourrait être intéressant de mettre en place une étude d'impact pour évaluer l'efficacité des outils pédagogiques de be my media sur différents établissements cibles. Le comité recommande de réaliser des études comparatives entre des groupes utilisant l'application et des groupes témoins, afin de mesurer l'évolution des compétences informationnelles et de l'esprit critique. Il suggère également d'évaluer la transférabilité des compétences acquises à d'autres domaines, même s'il reconnaît que ce n'est pas chose aisée.
- 3. Renforcement de l'éducation à l'image** : Le comité relève qu'un des points clés de l'EMI, mais qui est négligé, est l'éducation à l'image. L'analyse critique des images, notamment celles générées par l'intelligence artificielle, est cruciale pour développer une compréhension approfondie des médias contemporains. Il suggère de réfléchir à son intégration dans les parcours pédagogiques de Be my media et à la pertinence de développer des modules spécifiques sur l'éducation à l'image, en collaboration avec des experts du domaine.

4. Suivi et pérennisation des pratiques informationnelles : Le comité suggère de systématiser le suivi des pratiques informationnelles des utilisateurs après la période d'évaluation, qui s'arrête en général tôt dans l'année alors que l'application reste disponible jusqu'à fin août. Cela permettrait de mesurer la pérennisation de l'utilisation de l'application. Des enquêtes régulières et des focus groupes pourraient être mis en place pour comprendre comment les compétences développées sont maintenues et appliquées à long terme.

5.3 Le bilan du comité

L'année 2023-2024 a été particulièrement riche pour be my media , avec des résultats significatifs.

La démocratisation de l'éducation aux médias et à l'information a pris un nouvel essor avec le premier baromètre be my media/Le Point, qui offre une analyse inédite des pratiques des 15-25 ans. Ce baromètre a permis d'éclairer des tendances clés : l'importance des sources traditionnelles, la place croissante des réseaux sociaux et la conscience critique des jeunes face aux dangers informationnels. Par ailleurs, la deuxième édition du Concours national d'esprit critique confirme son rôle de levier majeur pour promouvoir l'analyse critique parmi les jeunes générations.

En matière de progression des compétences, le projet REEMI a démontré la capacité de be my media à s'adresser à des publics éloignés de l'emploi, en renforçant leur curiosité et leur esprit critique.

L'accès facile à l'application via des initiatives comme le Pass Culture témoigne également d'une volonté de rendre les outils pédagogiques accessibles au plus grand nombre.

Enfin, le volet pratique a été marqué par des innovations significatives, comme le challenge xp'dition, qui a encouragé l'utilisation de l'application.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : plus de 2,2 millions d'articles ont été lus, et la durée moyenne d'engagement par utilisateur a augmenté de manière notable. Ces résultats soulignent l'efficacité de nos approches gamifiées pour renforcer la pratique active de l'information.

Ces réussites ont été rendues possibles grâce à une méthodologie rigoureuse et des partenariats solides, qu'ils soient institutionnels, éducatifs ou de recherche. Elles confirment que be my media est bien positionné pour répondre aux défis informationnels de notre époque, tout en restant fidèle à sa mission d'accompagner chaque individu vers une pratique éclairée et émancipatrice de l'information.

Avec une base solide et des objectifs ambitieux pour l'année à venir, be my media est prêt à poursuivre son engagement et à consolider son rôle d'acteur clé de l'éducation aux médias et à l'information.

06

Conclusion, engagements et remerciements

Nous avons ainsi choisi, pour cette prochaine année, de travailler avec les membres du comité sur 3 actions relevées lors du comité :

- La mesure d'impact. Comme détaillé dans la partie précédente, l'objectif est de mettre en place soit une étude, soit des retours d'expérience afin de définir au mieux l'impact de nos ressources pédagogiques sur les pratiques informationnelles.
- Les open badges. Leur mise en place permet à la fois de certifier les compétences acquises et les valoriser et de participer à la mesure d'impact de nos ressources par un système d'évaluation précis. La démarche de certification concerne également les enseignants formés à la fresque.
- L'éducation à l'image. La production des images, notamment par l'IA, est un des enjeux de l'éducation aux médias trop peu traité de manière générale et dans les programmes de be my média. Il est donc nécessaire de l'inclure dans nos ressources pour la prochaine rentrée.

Nous tenons à remercier l'ensemble de l'équipe be. my media qui fait vivre la mission de l'entreprise au quotidien. Nous souhaitons également remercier chacun des membres de notre comité de mission, pour le temps qu'ils nous ont accordé et leurs contributions précieuses, qui nous permettent de continuer à développer notre mission. Nous remercions tout particulièrement Justine Valette, présidente du comité, pour son implication dans be. my media depuis ses débuts et qui continue, à travers ce nouveau rôle, à faire rayonner notre mission à nos côtés.