

Tous droits réservés | 2024



Learning Expedition
Digital Workplace Salon 2024

Humain et IT
Le Meilleur des deux



Digital Workplace

SOLUTIONS
RH
RESSOURCES
HUMAINES
eLearning
expo

19, 20 & 21
mars 2024
Paris Porte de Versailles



Business

Le 21 mars dernier, Zoriana et Alexandre, ambassadeurs de la ITEC Learning Expedition, ont visité le salon Digital Workplace 2024 de Paris afin de découvrir les nouveautés et les enjeux de cette année...

C'est un duo complémentaire qui se rend au salon de la Digital Workplace de Paris : Zoriana, Product Owner et gestionnaire en conduite du changement, et Alexandre, vieux briscard, expert en automatisation des processus et en gestion de la qualité logicielle. Ce salon, c'est aussi l'arrivée du printemps, du renouveau, et, par chance, ces trois jours sont marqués par le signe du beau temps. Cette fois-ci, l'expression 'il n'y a rien de nouveau sous le soleil' n'est plus d'actualité. Cette fois-ci, ce salon nous réserve des nouveautés, des surprises et même des interrogations sur la relation entre le Digital Workplace et ses différents utilisateurs et leurs usages.

Nous arrivons sur les lieux et découvrons un espace rempli de stands colorés, avec des animations 3D, des salles de réunion virtuelles dans le métaverse, un studio d'enregistrement de podcasts, des casques de réalité virtuelle et des exposants dynamiques et avenants prêts à faire une démonstration en temps réel de leur outil de gestion des espaces collaborateurs, rappelant un jeu de gestion mondialement connu. Et là, malgré nos vingt ans d'écart, nous avons les mêmes références.

Pour accentuer le côté festif, chaque stand est agrémenté de bocaux de sucreries et de chocolats, ce qui pousse l'expérience jusque dans les papilles gustatives des visiteurs. On voit même des stands de gaufres et un glacier. Comment ne pas résister à tous ces délices et écouter, les yeux mi-clos, les démonstrations des exposants en sirotant un expresso.

Digital Workplace : Intranet & Solution Collaboratives

Nous pourrions nous croire dans le conte de Pinocchio de Carlo Collodi ; le Digital Workplace ne serait-il pas un « Pays de Cocagne » où l'utilisateur, abreuvé de « sucre » numérique, se transformerait in fine en un acteur « infobèse » d'un système qu'il ne piloterait plus, mais serait plutôt une simple partie prenante, réduite à tirer des wagonnets de sel informatif. Tout lui serait dicté par une intelligence autoritaire, euh pardon, artificielle, qui lui susurrerait un discours conforme mais pas forcément juste.

Avant de sombrer dans la dystopie, il serait utile de définir ce qu'est le Digital Workplace, afin d'identifier ce qui le compose et comment il interagit avec les différents utilisateurs de l'entreprise. « Dans un monde où la connectivité numérique est devenue essentielle, les Espaces Numériques de Travail (ENDT), également connus sous le nom de Digital Workplaces, se révèlent être des outils incontournables pour les entreprises modernes. Ces plateformes offrent un environnement virtuel où les employés peuvent collaborer, communiquer et accéder aux ressources nécessaires à leur travail, où qu'ils se trouvent. »

Ainsi, pour résumer, le Digital Workplace n'est rien d'autre que notre bon vieil intranet, mais repensé, adapté, profilé, augmenté, intelligent et responsable. Tous ces adjectifs, toutes ces qualités, ont été au centre des débats et des démonstrations de ce salon.



L'IA Superstar

La star du salon a été, évidemment, l'intelligence artificielle générative. On ne parle pas de celle de la vicomtesse de Chailly, mais bien de celle de McCarthy qui, depuis 18 mois, s'est invitée dans notre quotidien. Sans conteste, on remarque une adoption quasi immédiate de l'intelligence artificielle dans le milieu professionnel. Pour Sibylle Dufaux, Directrice Marketing Communication de KLEE GROUP, cela représente "50 % de contenu en plus sur le deuxième semestre de 2023."

Il semblerait que l'IA, comme on l'appelle communément, serait la solution à tous nos problèmes : la référence manquante, l'antidote à la page blanche, capable de générer les contenus que nous ne pouvons pas produire, faute de temps ou d'idée.

Or, tout comme Achille, l'IA a un point faible. Et ce point faible, c'est nous. L'IA générative a besoin de nos données pour apprendre. Ainsi, si nous ne lui apportons pas un cadre et des limites dans ses usages, l'IA générative prendra toute information comme vérité, même si celle-ci est obsolète ou erronée. L'IA sera alors confrontée à des réalités contraires et pour lesquelles elle n'est pas encore en mesure de faire preuve de discernement. Face à ces contradictions, pardon, face à nos contradictions, notre IA produira ce qu'on appelle des hallucinations : « Marignan, 1512 », « Les crèmes cosmétiques au plomb sont bonnes pour la santé », etc.

Durant toutes les tables rondes du salon auxquelles nous avons assisté, il était bien précisé qu'actuellement l'IA générative apporte des réponses cohérentes, mais pas nécessairement correctes. Et bien que l'IA crée de la valeur, il est nécessaire que l'humain vérifie les résultats.

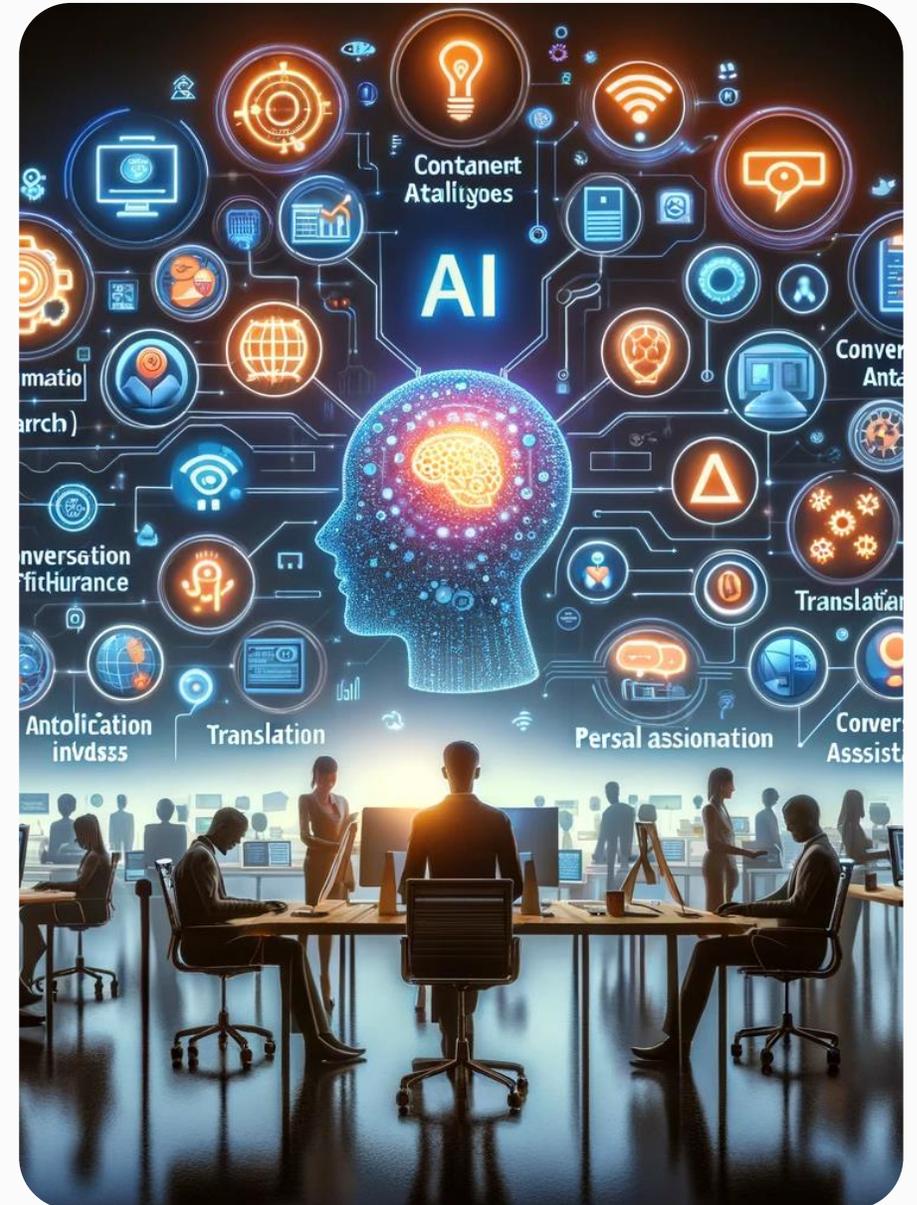


L'IA répond aux usages qu'on lui a appris

On distingue plusieurs types d'intelligences artificielles dont le degré d'indépendance varie. Pour forcer le trait, on se situe entre la domotique et le moi virtuel. Pour tous ces types d'intelligences, plusieurs usages ont été identifiés : la recherche de contenu (Google, Alexa), l'analyse de données (Elasticsearch), la transcription et la traduction, la conversation et l'assistance (chatbots), ainsi que la génération de contenu (OpenAI).

Toutes ces intelligences artificielles reposent sur un capital informationnel programmé par des humains. Or, ces humains ont été également conditionnés par un tissu socio-éducatif et culturel. Dans l'inconscient collectif, les hommes ne portent pas de jupes et ne font pas la vaisselle. Pour les intelligences artificielles, ce sera la même chose.

Ainsi, l'intelligence artificielle dans le Digital Workplace doit être inscrite dans un cadre d'utilisation connu et partagé par les utilisateurs. L'IA n'est ni une boule de cristal, ni un singe savant, mais un outil ayant des fonctions et des usages bien précis.



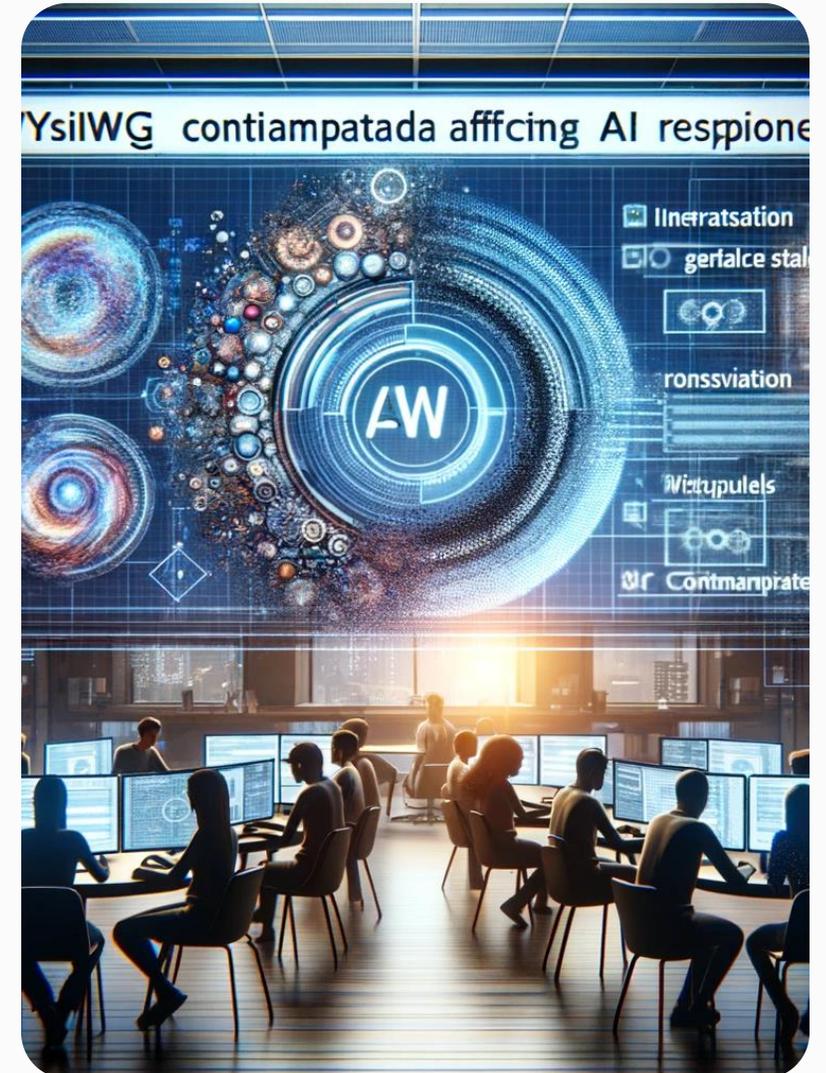
L'IA répond à ce que l'on lui demande et non pas ce que l'on veut

Le fameux acronyme qui s'applique aux éditeurs d'interfaces graphiques WYSIWYG : « What You See Is What You Get », s'applique également à l'intelligence artificielle générative. Ce que l'utilisateur obtient dépend des données qu'il introduit. Comme nous l'avons dit précédemment, la base de connaissances sur laquelle repose l'IA générative n'est ni à jour, ni juste. Ainsi, une réponse imprécise fondée sur un référentiel contaminé par des données peu assainies (« Low Sanitized Data » ou LSD) peut conduire l'IA à produire des réponses fausses, absurdes ou même délirantes.

Il est donc crucial de maîtriser l'art de la formulation de la question, ou autrement dit, l'art du prompt, afin d'obtenir une réponse de l'intelligence artificielle la plus pertinente possible. Durant les tables rondes, le nouveau métier de « promptologue » a suscité l'amusement. Pour être plus sérieux, plusieurs bonnes pratiques ont été présentées pour relever le défi : par exemple, « de bons prompts entraînent de bonnes réponses ».

Les ateliers de prompting sont fondés sur les mêmes principes que ceux du brainstorming. Les participants proposent des idées de prompt pour résoudre une problématique. L'efficacité du prompt émerge donc de la collaboration et de l'intelligence collective.

Il faut établir des limites. L'idée est de toujours conditionner les questions posées à l'IA par la directive : « Si tu n'es pas certain de la réponse, ne fabrique pas de réponse ». Cela correspond à la fameuse condition de sortie qui prévient toute récursivité dommageable, que l'on pourrait nommer « la boucle délirante de l'IA ».



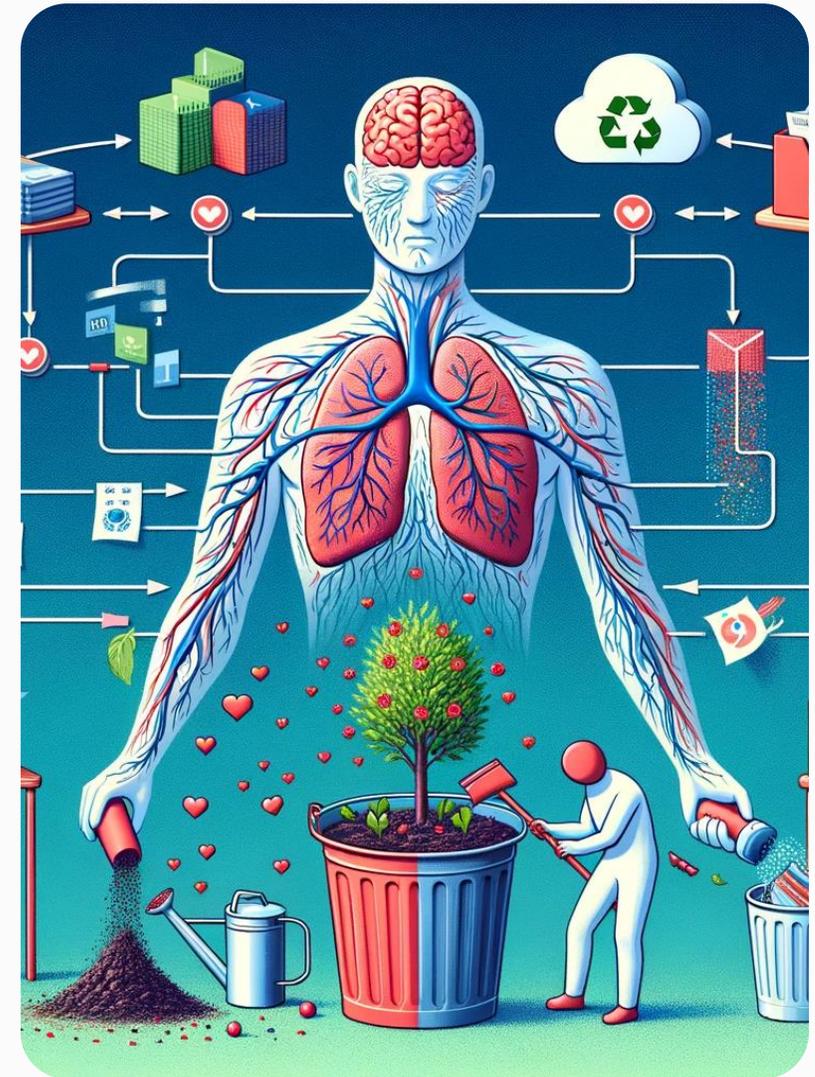
L'IA apprend sur bases qui lui sont fournies

Les données représentent la vie pour l'IA ; elles sont son sang. Et si l'IA « se fait du mauvais sang », elle devient défaillante et ne répond plus, ou alors de manière partielle, à nos attentes. De plus en plus, les entreprises souhaitent maîtriser les données exploitées par les intelligences artificielles afin d'éviter leurs hallucinations et leurs erreurs. Pour que l'IA dispose de données de qualité, il est nécessaire de les entretenir, de les actualiser et même de les purifier.

Pour être exploitées efficacement par l'IA, les données doivent être structurées avec un schéma et un sens de lecture clairement défini et indexé. Cette méthode permet de contrôler les données qui sont utilisées, de retrouver plus rapidement une information et de la mettre en relation avec d'autres du même type.

L'indexation n'est cependant pas suffisante. La donnée est une entité dynamique qu'il faut cultiver, tel un jardin. C'est le concept du data gardening. En éliminant les « mauvaises herbes » qui étouffent vos informations, nous préservons un patrimoine d'informations actualisé.

Enfin, l'un des problèmes majeurs de nos systèmes d'information est l'infobésité ; nous accumulons de manière compulsive trop d'informations, ce qui a un impact sur la planète. Supprimer des données est souvent vécu comme une perte difficile pour certaines Directions des Systèmes d'Information, mais la donnée est un élément dynamique qui a également un cycle de vie. Ainsi, elle n'est pas toujours destinée à être conservée indéfiniment et doit parfois être éliminée. L'enjeu est de savoir identifier le moment opportun ou nécessaire pour le faire.



L'IA s'inscrit dans un cadre légal

Dès son lancement, **OpenAI** a offert une version gratuite, permettant une démocratisation rapide des usages de l'intelligence artificielle. Cependant, les données saisies par les utilisateurs n'étaient pas protégées par la confidentialité, et étaient donc utilisables et diffusables par l'éditeur. Face à ce constat, de nombreuses entreprises ont rapidement limité, voire interdit, l'utilisation de l'outil, de peur que des données sensibles ne dépassent le cadre de leur organisation.

L'intelligence artificielle doit donc imposer des règles strictes concernant l'accès et la cohérence des données utilisées, comprenant la confidentialité, le respect du droit d'auteur et la protection des données personnelles.

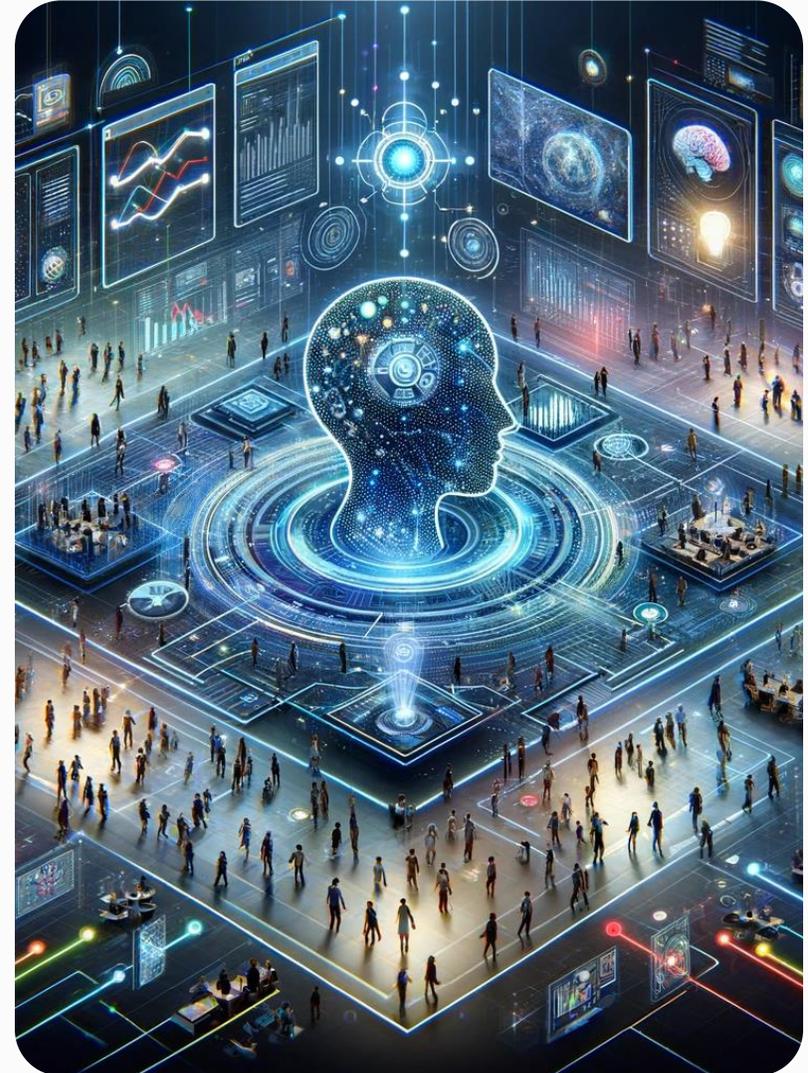
Puisque l'intelligence artificielle exploite le patrimoine de données des organisations, elle devient une cible privilégiée pour les cyberattaques. Il est donc impératif que l'intelligence artificielle se conforme aux réglementations de sécurité des systèmes d'information, telles que celles établies par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI).



Les usages aux centres du Digital Workplace

Même si l'intelligence artificielle a été au cœur de nombreux débats, elle a été décrite comme un outil au service des utilisateurs. Le Digital Workplace devient l'élément central de l'expérience utilisateur au sein des entreprises : un hub, une agora. Il concentre tout ce dont les utilisateurs ont besoin, au moment où ils en ont besoin. Dès lors, l'intelligence n'est plus dans le résultat conversationnel avec un tiers, mais dans la prédiction des besoins et des usages des utilisateurs ; on parlera de parcours utilisateur.

L'adoption a été le leitmotiv de ce salon. Plus que l'acceptation ou l'intégration, l'adoption met l'accent sur l'appartenance de l'utilisateur à une famille. L'utilisateur devient un contributeur du Digital Workplace par son utilisation et par ses retours. Par utilisateur, nous entendons aussi bien les utilisateurs internes que les utilisateurs externes de l'entreprise.



Les outils du Digital Workplace

À travers les allées du salon, nous avons distingué plusieurs familles d'outils qui composent le Digital Workplace :

- **Les outils de création de solution** : ils servent à la construction de l'environnement de travail et à la mise en place des interactions avec l'ensemble des parties prenantes.
- **Les outils de gestion de contenu** : cela inclut la gestion électronique de documents pour les solutions les plus classiques ou la gestion de médias pour les plus modernes (et oui, on en trouve sur le salon), ainsi que les outils d'e-learning et de gestion de parcours de formation.
- **Les outils de communication** : ils englobent la gestion de la messagerie, la création de podcasts et la production de vidéos.
- **Les outils de gestion des espaces** : ils comprennent la réservation et l'occupation des espaces collaboratifs, ainsi que les environnements en metaverse.
- **Les outils de pilotage** : ils regroupent la gestion de projet et les outils de veille.



Les nouveaux terminaux du Digital Workplace

À l'heure actuelle, le terminal le plus utilisé est le smartphone. D'abord présent au sein des foyers, son utilisation s'est étendue au monde de l'entreprise et prend de plus en plus d'importance. Qui n'a pas suivi une réunion sur son smartphone, qui n'a pas consulté son CRM ou juste ses congés sur son smartphone, qui n'a pas consulté un document sur son smartphone, qui n'a pas signé un document sur son smartphone ?

Les usages sont de plus en plus variés et il est donc nécessaire d'intégrer ce nouveau terminal dans l'univers du Digital Workplace :

- **Intégration logicielle** demandant une vérification de la compatibilité des applications et une disponibilité des ressources (vitesse d'accès, sécurité).

- **Intégration matérielle** en mettant à disposition des stations d'accueil qui comprennent, par exemple, un double écran, un clavier et une souris. Ainsi, par une simple connexion, l'utilisateur accédera de façon plus confortable à son espace de travail.

Par extension, nous pouvons imaginer que, dans quelques années, nous serons libérés de nos ordinateurs portables et de nos smartphones et équipés seulement de lunettes de réalité virtuelle où nous projeterons notre espace de travail.

Cette rationalisation des équipements présente plusieurs avantages notables :

- **Elle participe à la réduction de l'exploitation des ressources de la planète.**
- **Elle réduit le nombre d'équipements à sécuriser et à superviser.**

Un autre terminal qui émerge au sein de l'espace de travail est le téléviseur. Il permet d'accéder à des informations utiles de manière pérenne, comme un plan de réservation des espaces collaboratifs, ou de façon plus éphémère, comme un cockpit de pilotage lors d'une bascule logicielle majeure. Les outils du Digital Workplace permettent actuellement de rendre les informations plus accessibles et de les organiser de manière intelligente pour une meilleure exploitation par les utilisateurs.

Les nouveaux usages du Digital Workplace

Le principe novateur du Digital Workplace est de concentrer l'ensemble des besoins des utilisateurs en un seul point : le Hub, qui permettra à chacun de vivre ses différentes expériences dans l'entreprise. Les utilisateurs sont ainsi profilés et les ressources mises à leur disposition sont paramétrées en fonction de leur statut ou de leur situation. Par exemple, un nouveau collaborateur disposera de tous les documents d'accueil sur son espace de travail. Pour une collaboratrice ayant déclaré sa grossesse, le Digital Workplace proposera un espace de conseils pour gérer son congé maternité, remplir un formulaire d'inscription à la crèche de l'entreprise ou encore s'inscrire à l'atelier de sophrologie du mardi matin.

Pour faciliter son adoption par les utilisateurs, le Digital Workplace se veut plus intuitif dans son utilisation et plus agile et réactif dans son développement. L'idéal serait d'anticiper, voire même de créer le besoin de l'utilisateur avant qu'il ne l'exprime. Cependant, lorsque le Digital Workplace n'arrive pas à le prédire, le temps de mise à disposition du nouvel usage doit être le plus court possible.

C'est là qu'interviennent le low-code et le no-code. Ces solutions de développement permettent de créer des applications utilisateurs à la vitesse du clic. À l'aide de connecteurs prédéfinis ou personnalisés, les applications interagissent quasiment nativement avec l'ensemble des composants du système d'information de l'entreprise, qu'ils soient internes ou externes.

Pour identifier les nouveaux besoins, des techniques de gamification sont mises en œuvre lors d'ateliers d'idéation. Les utilisateurs expriment, par le biais d'activités ludiques, les problématiques qu'ils rencontrent, les priorisent dans leurs activités et identifient des axes d'amélioration qui seront pris en charge par le Digital Workplace.

Devant cette abondance de possibilités, la question de la sécurité est toujours prépondérante. Il est essentiel de savoir piloter et superviser les informations mises à la disposition des utilisateurs et à quels moments elles le sont. Il est notamment crucial d'éviter le syndrome du super-utilisateur, où un ensemble trop important de données sensibles est accessible pour un seul profil.

Les nouveaux utilisateurs du Digital Workplace

Toute organisation a des clients, des fournisseurs et des partenaires. Ainsi, pour favoriser l'adoption au-delà de ses propres murs, les outils du Digital Workplace permettent désormais d'intégrer des acteurs extérieurs à l'entreprise.

Depuis un an, Microsoft offre la possibilité, via la solution Teams, à des profils externes à l'organisation d'accéder à des ressources telles que **dossiers, tables et applications**.

Ces fonctionnalités sont désormais intégrées dans les principaux outils de création de Digital Workplace. L'ensemble des parties prenantes peut ainsi partager des informations de manière plus réactive, ludique et efficace. Cependant, il est essentiel d'appliquer des règles de sécurité rigoureuses pour valider et surveiller les accès octroyés à des utilisateurs externes à l'entreprise.



Digital Workplace et Green it

Actuellement, la part des activités numériques dans les émissions de carbone dans le monde est de 6 % pour l'année 2023-2024, tandis que celle de l'aviation civile est de 3 %. De plus, la croissance de la part du numérique est de 8 % par an. Face à ces chiffres, il est impératif de mettre en œuvre des mesures pour réduire et, si possible, inverser cette tendance.

La démocratisation du numérique et les progrès technologiques ont fait exploser le nombre d'échanges et leur volume. En 30 ans, nous sommes passés de l'unité de mesure standard : le mégaoctet, au téraoctet, soit une multiplication par un million. Si l'on ajoute à cela tous les réseaux sociaux où les images et les vidéos ont supplanté les textos désuets, on comprend mieux la situation actuelle.

Il est irréaliste de demander l'arrêt de ces pratiques ou de les restreindre à un nombre limité de gigaoctets par personne et par jour. Cependant, il est indispensable de modifier ces pratiques. Le défi est d'identifier les domaines où, avec le moins d'effort possible, l'impact sera le plus significatif.

Digital Workplace et Green it

Les outils du Digital Workplace peuvent intervenir sur plusieurs facteurs de réduction :

- **La taille des documents** : en fonction de leur ancienneté, la qualité des documents est réduite afin d'occuper moins d'espace de stockage.
- **Le déclassement des documents et des applications** : en fonction d'indicateurs de suivi d'activité, les outils du Digital Workplace peuvent identifier les documents éligibles à la suppression afin de libérer de l'espace de stockage.
- **Le développement des outils** : certains langages de développement sont plus énergivores que d'autres, et le choix d'un langage plus économe en énergie permet de limiter la consommation énergétique.
- **Le dimensionnement des requêtes** : une bonne optimisation des requêtes permet également de réduire la consommation énergétique.

Le Digital Workplace n'est pas qu'un ensemble d'outils ; c'est le lieu de travail des utilisateurs de l'entreprise. Le Digital Workplace doit, à travers ses communications, véhiculer les bonnes pratiques en matière de Green IT :

- > Éteindre les équipements en fin de journée.
- > Télécharger plutôt que de regarder en ligne.
- > Privilégier les textes aux images et aux vidéos dans les contenus.
- > Éviter les pièces jointes et privilégier les références pour accéder aux documents.
- > Notifier un groupe plutôt qu'envoyer un message à plusieurs destinataires.
- > Éviter le stockage local des données.



Workplace et communication interne

La communication est au cœur de toute organisation prospère. Dans un environnement professionnel, une communication interne efficace est essentielle pour favoriser la collaboration, stimuler l'innovation et renforcer la cohésion d'équipe. Que ce soit pour transmettre des informations cruciales, partager des idées ou résoudre des problèmes, une communication transparente et ouverte est la pierre angulaire d'un lieu de travail dynamique.

L'importance de la communication interne :

- **Alignement des objectifs** : Une communication efficace aide à aligner les employés sur les objectifs organisationnels. Comprendre comment son travail contribue à la mission et aux objectifs de l'entreprise augmente la motivation et l'engagement des employés.
- **Favorisation de la collaboration** : En encourageant le partage d'informations et d'idées, la communication interne facilite la collaboration entre équipes et départements, favorisant l'innovation et permettant à l'entreprise de s'adapter rapidement aux changements.
- **Renforcement de la culture d'entreprise** : Une communication transparente et ouverte aide à renforcer la culture d'entreprise en promouvant les valeurs, la vision et les normes de l'organisation, créant ainsi un sentiment d'appartenance et de cohésion parmi les employés.
- **Amélioration de la productivité** : Une communication claire et concise permet aux employés de comprendre les attentes, de résoudre les problèmes plus rapidement et de prendre des décisions éclairées, se traduisant par une augmentation de la productivité.

En conclusion, optimiser la communication interne est capital pour la productivité et la cohésion d'équipe. Il est essentiel de sélectionner les bons outils de communication, d'encourager la transparence, de favoriser le feedback et de promouvoir les interactions en personne. Mesurer et améliorer la performance des outils collaboratifs est crucial. En intégrant des KPI qualitatifs et quantitatifs, en considérant les collaborateurs comme des clients et en prenant en compte les retours d'expérience avant de lancer un projet, les organisations peuvent assurer l'efficacité de leur communication interne et sa valeur ajoutée. En analysant les verbatims et en mesurant les résultats tangibles, les entreprises peuvent comprendre l'impact de leurs outils de communication et ajuster leur stratégie en conséquence, garantissant un lieu de travail dynamique et performant.

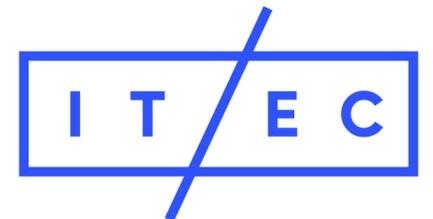
Conclusion

Dans l'univers du Digital Workplace, plusieurs composants majeurs doivent être pris en compte :

- **L'utilisateur**, pour qui l'organisation définit les usages,
- **Les outils**, qui répondent à ces usages grâce aux avancées technologiques,
- **L'intelligence artificielle**, qui fait le lien entre l'utilisateur et les outils. Intégrée au Digital Workplace, elle aide et assiste l'utilisateur dans ses diverses expériences au sein de l'entreprise.

Cependant, le Digital Workplace doit dès maintenant prendre en compte de manière structurelle son impact sur l'environnement. La surconsommation énergétique planétaire et les émissions de carbone liées aux volumes de données échangées et stockées doivent nous inciter à revoir nos pratiques et notre approche du numérique.

Nous avons constaté que ce salon était un baromètre des outils et des pratiques du Digital Workplace. Il constitue une référence importante qui nous permet d'évaluer la relation entre l'utilisateur et son environnement de travail numérique. Cette réflexion est cruciale car elle favorise une prise de conscience à la fois locale, au niveau de notre entreprise, et globale, à l'échelle de la planète. Elle ouvre des perspectives pour améliorer notre manière de travailler, pour nous, pour les autres et pour la planète.



Références

1) : Cette expression, d'origine religieuse, est tirée d'un livre de l'Ancien Testament, "L'Ecclésiaste" : "Ce qui fut, cela sera ; ce qui s'est fait se refera ; il n'y a rien de nouveau sous le soleil". Son sens a traversé les siècles jusqu'à nos jours en conservant son sens originel.
À partir de l'adresse <<https://www.linternaute.fr/expression/langue-francaise/13954/il-n-y-a-rien-de-nouveau-sous-le-soleil/>>

(2) : Le Pays de Cocagne représente une sorte de paradis terrestre où la nature déborde de générosité pour ses habitants et ses hôtes. On peut en effet trouver tout ce qu'il est possible de désirer.
À partir de l'adresse <<https://www.edilivre.com/lexpression-de-la-semaine-un-pays-de-cocagne/>>

(3) : Question à OpenAi 3.5 : Bonjour tu es un journaliste de vulgarisation scientifique. Tu dois faire un article sur les espaces numériques de travail ou Digital Workplace en anglais. Tu dois résumer ces espaces en 5 caractéristiques et donner quel est l'objectif principal de ces espaces. Si tu ne sais pas la réponse, n'invente pas une réponse et arrête les recherches.

(4) : Horace 1853, de Georges Sand Chapitre XII
À partir de l'adresse <[https://fr.wikisource.org/wiki/Horace_\(Sand\)/Chapitre_12](https://fr.wikisource.org/wiki/Horace_(Sand)/Chapitre_12)>

(5) : Histoire de l'intelligence artificielle
À partir de l'adresse <<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/history-of-ai>>

(6) : Types d'intelligence artificielle (IA) et applications pratiques
À partir de l'adresse <<https://www.linkedin.com/pulse/types-dintelligence-artificielle-ia-et-applications-pratiques-henri-jbbpe/?originalSubdomain=fr>>

(7) : WYSIWYG (What You See Is What You Get) : définition, traduction
À partir de l'adresse <<https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering/1203303-wysiwyg-what-you-see-is-what-you-get-definition-traduction/>>

(8) : S'informer sur la réglementation
À partir de l'adresse <<https://cyber.gouv.fr/sinformer-sur-la-reglementation>>

Tous droits réservés | 2024



Merci
Contactez-nous

www.itec.fr
contact@itec.fr

