



Coralie Philibert : face à l'IA, le contact humain a toujours été privilégié

p. 06



Maud Parat : le champ des possibles de la documentation

p. 43



David Fayon : l'information des IA génératives est probabiliste

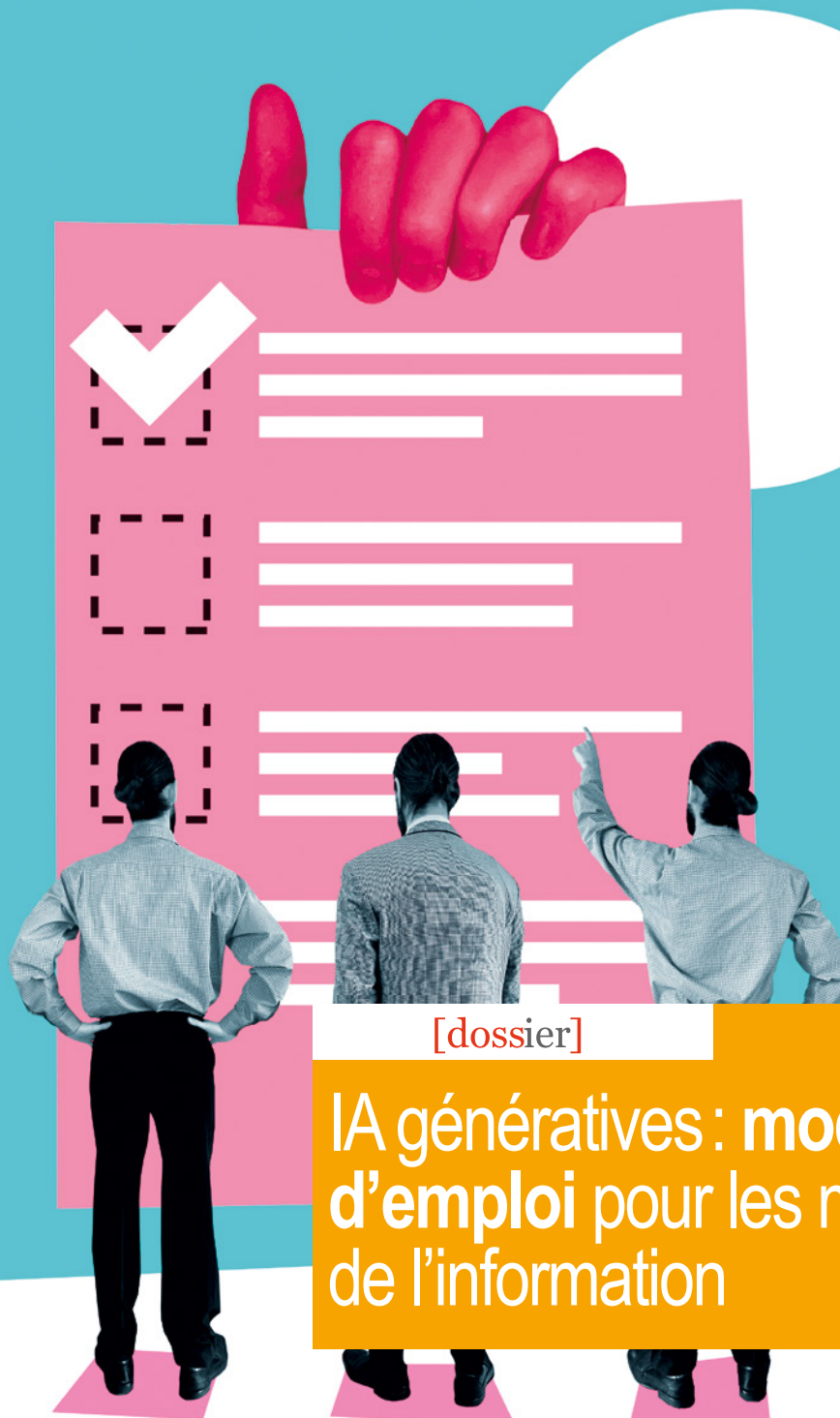
p. 44

archimag.com

[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]

n° 390

21 euros - décembre 2025 - janvier 2026



[dossier]

IA génératives : mode d'emploi pour les métiers de l'information

prendre le train de l'IA

Les salariés auraient-ils tendance à sous-estimer l'impact de l'IA sur leurs compétences et leur avenir professionnel ? La réponse est « oui », selon une étude réalisée dans une dizaine de pays par le cabinet de conseil en RH et en gestion des talents LHH (filiale du groupe Adecco). Son constat est sans appel : seuls 12,4 % des candidats à l'emploi déclarent que l'IA était la raison de leur licenciement, alors que 46 % des cadres dirigeants confirment avoir supprimé des postes en raison de l'IA. Selon LHH, « l'IA ne se contente pas de transformer les emplois. Elle redéfinit les carrières, la dynamique du marché du travail et ce que signifie être prêt pour l'avenir ». Par ailleurs, si 70 % des collaborateurs déclarent utiliser l'IA et acquérir progressivement des connaissances en la matière, seuls 10 % d'entre eux bénéficient pour cela d'un soutien formel de la part de leur employeur. Des chiffres qui témoignent du fossé grandissant entre les besoins en formation continue dans le domaine de l'IA et l'offre proposée.

transformer les compétences

À tort ou à raison, l'heure n'est pas encore à l'inquiétude chez les professionnels de l'information : 63,5 % d'entre eux perçoivent positivement l'impact des IA



Clémence Jost

DR

génératives sur l'avenir de leur métier. C'est ce que révèle une étude réalisée par Archimag cet été, dont les résultats seront publiés dans notre guide pratique n° 83, à paraître en février 2026 : « IA génératives : cas d'usage et retours d'expérience ». « Professionnelle des métiers de l'information depuis 25 ans, je me sens démunie et hors jeu, alors que j'aimerais prendre le train de l'IA », témoigne une bibliothécaire de collectivité territoriale dans notre enquête, déclarant parallèlement n'utiliser aucun outil d'IA dans le cadre de son travail, comme 15 % des répondants. Avec lucidité, nos lecteurs identifient en effet le besoin de transformer leurs

compétences comme la toute première conséquence de l'intégration des IA génératives sur leur métier (70 %). Un chiffre à mettre en écho avec un autre, que nous révélions en juin dernier : 76 % des professionnels de l'information estiment devoir renforcer leurs compétences en IA génératives, alors que seuls 12 % ont été formés sur ce sujet (3). Manque d'accompagnement, freins organisationnels, injonctions contradictoires de la part des directions... Les raisons qui expliquent cet inquiétant fossé sont multiples. Notre dossier de ce mois-ci espère le réduire, en proposant des modes d'emploi pratiques spécialement dédiés aux professionnels de l'information. Si l'IA redéfinit l'employabilité, il est alors grand temps de protéger la vôtre ! ■

Clémence Jost

[Rédactrice en chef]

(1) « The reinvention imperative : how AI is reshaping jobs, individual careers, and talent strategies », septembre 2025.

(2) « The public sector in the age of Gen AI », septembre 2025.

(3) Observatoire Archimag-Serda Compétences, juin 2025.

nous faisons Archimag

Serda édition-IDP
24, rue de Milan, F-75009 Paris
Tél. : +33 (0)1 44 53 34 00
Fax : +33 (0)1 44 53 45 01
infos@archimag.com
www.archimag.com

contacts e-mail
prenom.nom@archimag.com

redaction

directeur de la publication

Pierre Fuzeau

directrice de la rédaction

Louise Guerre

rédaçtrice en chef

Clémence Jost

l'équipe de rédacteurs

Mathilde Abad,

Kaëlig Alléaume,

Fabien Carré-Marillonnet,

Sivagami Casimir,

Élisabeth Hutin-Baillet,

Éric Le Ven, Bruno Texier

nos correspondants

Arbido (Genève),

Ikram Bouzakar (Tanger),

Marie-Laurence Dubois (Belgique)

ont collaboré à ce numéro

Jean-Philippe Accart,

Didier Frochot,

Philippe Nieuwbourg,

Guillaume Vola

conception graphique

Julio Arias-Arriaza, Amcoat

maquette

Aline Paumard (artystick.fr)

dessinateur

Vince (vince-cartoon.be)

publicité

directrice de la publicité

Cathy Potel

01 44 53 34 00

chef de publicité

Imane Erraoui

01 44 53 34 00

responsable marketing

Albane Perrichon

vente au numéro

service abonnement

Zamila Nguyen

zamila.nguyen@archimag.com

réclamations et informations

commandes@archimag.com

24 rue de Milan

F-75009 Paris

tarifs et conditions

d'abonnement

valables jusqu'au 31/12/2026

France : 1 an, 189 euros

France : 2 ans, 338 euros

tarif étudiant : 1 an, 36 euros

tarif demandeur d'emploi :

1 an, 74 euros

vente au numéro : 21 euros

France : 1 an,

Pack abo : 402 euros

imprimeur

Inore Groupe Impression

4, rue Thomas Edison

58640 Varennes Vauzelles

éditeur

IDP Sarl, au capital

de 40 000 euros

Information,

documentation, presse

Numéro de commission

paritaire : 0127 T 85484

ISSN : 2260-166X

Dépôt légal à parution

du numéro

crédits photos

1^{ère} de couverture :

KitohodkA/Freeipik.

Page 46 haut : benzoix/Freeipik.

Intérieures : droits réservés,

sauf mentions différentes.

annonceurs

IDP : encart, 2^e de couverture,

2, 7, 35 et 4^e de couverture

JLB Informatique : 11

Keepeek : 31

Serda : encart, 21

et 3^e de couverture

Les marques citées dans

le présent numéro sont

des marques déposées.



Accédez à nos réseaux sociaux via ce QR code



Archimag est une publication du groupe Serda. Toute adaptation ou reproduction même partielle des informations parues dans Archimag est formellement interdite sauf accord écrit d'IDP SARL.



Ce document est imprimé sur papier certifié PEFC (respect des fonctions environnementales, économiques et sociales des forêts)

Pour vous abonner, voir page 47 ou sur www.archimag.com/boutique

Annoncez-vous sur Archimag et Archimag.com

Contactez Cathy Potel : cathy.potel@archimag.com

Imane Erraoui : imane.erraoui@archimag.com et Angeline Piquery : angeline.piquery@archimag.com



sommaire

[actualités]

- 04 la filière logicielle française bascule dans l'ère de l'IA agentique
- 05 municipales 2026 : rappel sur le sort des archives
- 06 3 questions à Coralie Philibert
- 07 45 % d'erreurs pour l'IA
- 08 Digital Omnibus : entre protection et innovation
- 09 41 % de Français recourent à l'IA
- 10 la success-story du mois : Finovox



Standret/FreePik

04

[dossier]

12 IA génératives : mode d'emploi pour les métiers de l'information



Loin de remplacer l'humain, l'IA générative bouleverse le cœur des métiers de l'information. Les professionnels doivent se réinventer, avec un enjeu double et immédiat : booster leur productivité en automatisant les tâches qui peuvent l'être, tout en maîtrisant les risques liés aux biais, à l'éthique, à la fuite de données et à la conformité réglementaire.

sommaire p. 13

[outils]

- 24 le marketing documentaire en 2026 : IA, réseaux sociaux et expérience client
- 26 le document est mort ! Vive le document !
- 28 gestion de contenu et logiciels métiers : l'urbanisation du SI
- 30 prendre le pouls du Dam lors d'OnDAM 2025
- 33 vote électronique : choisir sa solution sécurisée
- 38 RGPD et archives : mini guide de survie
- 40 le CFC en pratique : 2. rigueurs du droit d'auteur
- 42 favoris : 3 sites pour télécharger gratuitement des ebooks
- 43 Maud Parat, le champ des possibles de la documentation



ksandphoto/FreePik

26

[perspectives]

- 44 David Fayon : « l'information produite par les IA génératives n'est pas exacte, elle est probabiliste »
- 46 archimag store : applis, cadeaux, beaux livres...
- 48 dans les archives d'Archimag, décembre 2005 - janvier 2006



46

DR

la filière logicielle française bascule dans l'ère de l'IA agentique

La 15^e édition de l'étude Numeum/EY confirme le rôle central joué par l'intelligence artificielle dans la conception des logiciels. Aux performances de l'IA générative succèdent désormais les promesses de l'IA agentique.

alors que l'environnement économique reste désespérément atone, les éditeurs français de logiciels parviennent à tirer leur épingle du jeu. Avec une croissance globale de 7,4 % en 2024, ils s'en sortent bien mieux que d'autres secteurs, même si cette croissance est moins élevée qu'en 2023 (9,1 %). Comme chaque année depuis quinze ans, l'étude annuelle menée par le syndicat professionnel Numeum et le cabinet EY prend le pouls de la filière numérique française. Le chiffre d'affaires constaté en 2024 s'établit à 23,1 milliards d'euros et présente une particularité : plus de la moitié est désormais réalisée à l'international à parts quasiment égales entre les Amériques et le reste du monde (hors Asie). « Ce chiffre est relativement stable depuis sept ans », précisent les auteurs de l'étude. « Il cache toutefois de fortes disparités, car l'internationalisation repose surtout sur quelques géants ». C'est ainsi que Dassault Systèmes, Criteo et Ubisoft réalisent à eux trois près de 9 milliards de chiffre d'affaires à l'international.

quand les logiciels agissent de manière autonome

Sans surprise, l'intelligence artificielle est devenue un actif incontournable pour les éditeurs, qui en font d'ailleurs le premier axe de leur développement. 61 % des entreprises interrogées déclarent avoir déjà intégré l'IA dans leurs solutions et 25 % prévoient de le faire au cours des douze prochains mois. « Cette adoption rapide illustre la montée en puissance de cette technologie dans les stratégies produit », constate l'étude. Plus surprenant, la formation des salariés à l'usage de l'IA



Le chiffre d'affaires des éditeurs de logiciels s'est élevé à plus de 23 milliards d'euros en 2024.

Standret/FreePik

générative accuse un certain retard, avec seulement 27 % des entreprises ayant formé plus de la moitié de leur personnel. Autre enseignement, les éditeurs restent très majoritairement dépendants de solutions tierces : 76 % d'entre eux achètent des modèles sur étagère et seuls 24 % développent leur propre IA générative.

logiciels documentaires

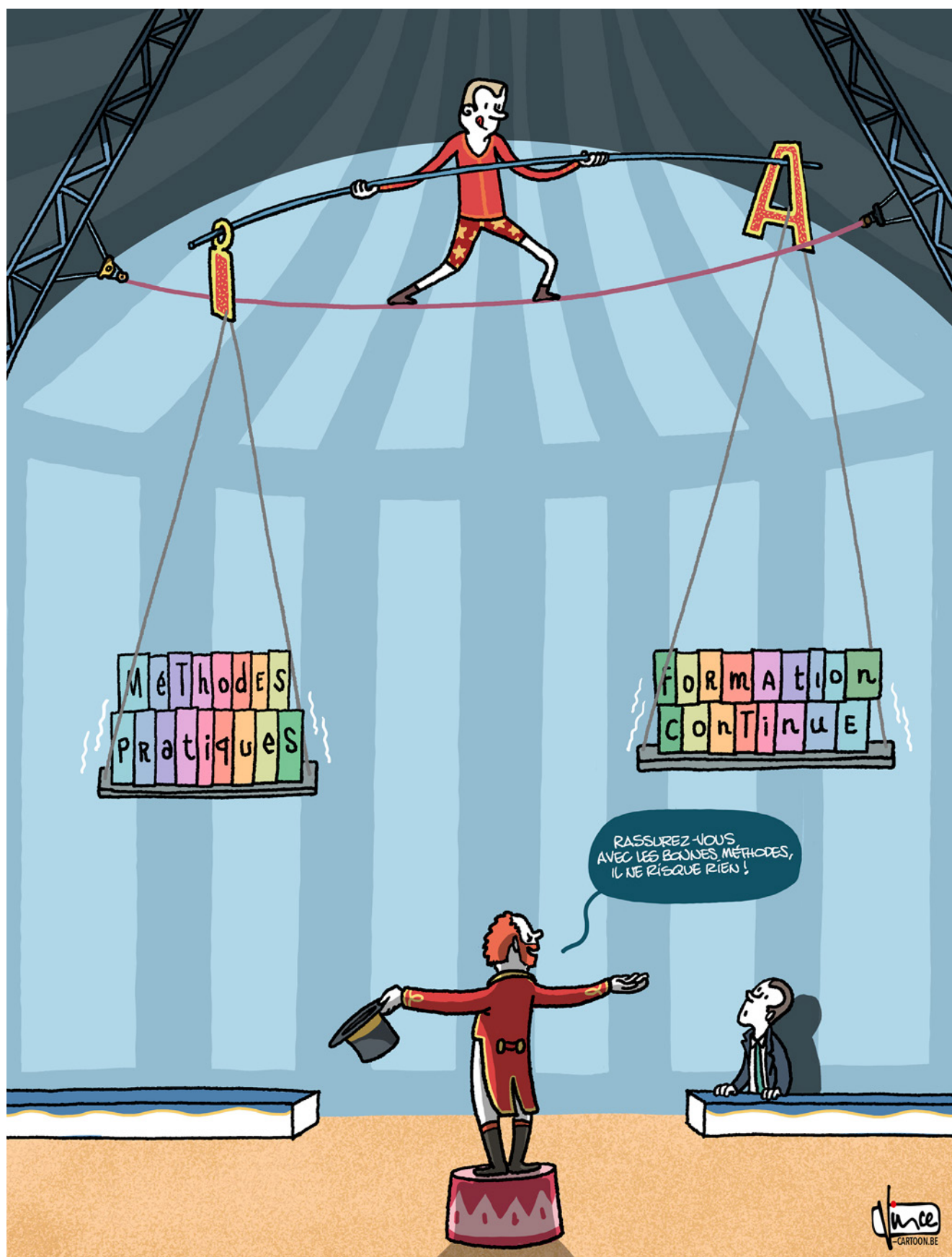
« Au-delà des chiffres, un nouveau cycle technologique s'ouvre », estime Jean-Philippe Couturier, président du collège « Éditeurs » au sein de Numeum.

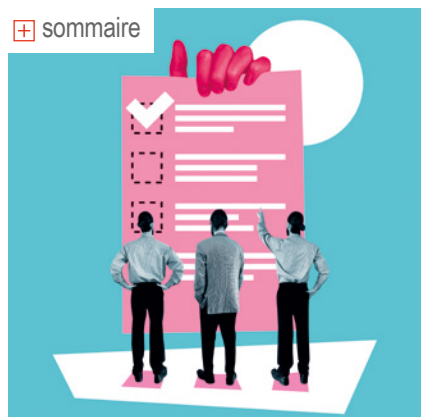
Après deux décennies marquées par le cloud et le SaaS, le secteur entre désormais dans l'ère de l'agentique : « celle où les systèmes logiciels ne se contentent plus d'automatiser, mais apprennent, planifient et agissent de manière autonome ». Ce basculement vers l'IA agentique devrait avoir pour conséquence d'affecter le produit logiciel dans son intégralité : de la conception technique à la relation client, de la gouvernance à la distribution.

L'étude Numeum/EY a également procédé au classement des 250 premiers éditeurs français à la lumière de leur chiffre d'affaires. Indétrônable numéro un, Dassault Systèmes affiche un CA supérieur à 6,2 milliards d'euros, loin devant Ubisoft Entertainment et Criteo (environ 1,8 milliard d'euros chacun). Il faut aller à la douzième place pour trouver un acteur du logiciel documentaire avec Docaposte (numérisation de documents, archivage électronique, signature électronique...), qui représente 879,4 millions d'euros.

Vient ensuite Quadient (facturation électronique, gestion de courrier...) à la 17^e place, puis ChapsVision en 26^e position (analyse de données, traduction automatique, détection de fraude...) et Tessi au 68^e rang (archivage électronique, gestion électronique de documents...). Plus loin dans le classement apparaissent Divalto, Iteso, Klee Group, Jalios, Neoledge, OpenBee, Archimed, Jamespot et Kentika. Le classement Numeum/EY est réalisé auprès d'éditeurs de logiciels exclusivement français sur la base du chiffre d'affaires correspondant à l'activité mondiale. Il écarte de fait les filiales françaises de groupes étrangers. ■

Bruno Texier





13	IA génératives : mode d'emploi pour les métiers de l'information
16	rechercher et traiter l'information avec les IA
17	préparer des données pour l'IA en 5 étapes
18	comment prompter efficacement ?
20	générer des médias avec l'IA : principes et outils
22	créer son premier agent IA conversationnel en 1 heure

IA génératives : mode d'emploi pour les métiers de l'information

Loin de remplacer l'humain, l'IA générative bouleverse le cœur des métiers de l'information. Les professionnels doivent se réinventer, avec un enjeu double et immédiat : booster leur productivité en automatisant les tâches qui peuvent l'être, tout en maîtrisant les risques liés aux biais, à l'éthique, à la fuite de données et à la conformité réglementaire. Mais alors, comment mettre à jour ses compétences ? Et quelles méthodes employer pour tirer profit, au quotidien, des outils d'IA générative ? Depuis la recherche et le traitement de l'information, jusqu'à la création d'un agent conversationnel, en passant par la maîtrise du prompt engineering ou encore par la création de médias, augmentez dès maintenant vos missions de curateur, de garant et de stratège de l'intelligence collective !

Voici un chiffre qui risque de refroidir l'enthousiasme lorsque l'on parle de l'intelligence artificielle générative. 45 % des réponses apportées par ChatGPT, Copilot, Gemini et Perplexity présentent au moins une faille significative. Selon

une étude de l'Union européenne de radio-télévision (UER), les IA les plus en vue du moment ont de sérieux problèmes lorsqu'elles sont interrogées sur l'actualité : 20 % d'entre elles posent des problèmes d'exactitude majeurs, notamment des détails hallucinants et des informations

obsolètes. La première association professionnelle internationale de médias de service public a en effet posé trente questions d'actualité à ChatGPT, Copilot, Gemini et Perplexity. Les résultats ont de quoi faire



comment prompter efficacement ?

Un prompt pour reformuler des e-mails, un autre pour monter sa politique documentaire ou encore pour produire des livrables de veille... Les exemples des apports de l'IA générative dans le quotidien des professionnels de l'information sont multiples ! Il est indispensable de maîtriser ou, du moins, de connaître les bases de l'art du dialogue avec les IA génératives pour les utiliser de manière efficace et productive.

1. déterminer les usages

La simplicité d'utilisation et d'accès, ainsi que l'ébullition médiatique qui s'opère autour de l'IA depuis sa démocratisation, jouent presque comme des injonctions à se servir de la technologie dans son quotidien professionnel. Pour autant, elle n'est pas adaptée ou nécessaire à toutes les tâches. « L'idée n'est pas d'utiliser l'IA à tout prix », confirme Alice Bernard, formatrice indépendante, « couteau suisse de la médiation



Alice Bernard, formatrice indépendante.

numérique » ayant travaillé près de quinze ans en lecture publique et ancienne directrice de l'Association des bibliothécaires de France (ABF). « Il faut toujours se demander si cela a réellement du sens et un intérêt. » À ce sujet, bien que cela reste marginal, de plus en plus d'organisations se dotent d'une charte d'utilisation de l'IA. C'est le cas, par exemple, du groupe Serda-Archimag, qui a rédigé la sienne en indiquant ses limites et responsabilités (1).

2. stratégie et coaching d'IA



Jean Gauthier, directeur de Serda Compétences.

Établir une stratégie pour prompter sur de bonnes bases est indispensable. « Il ne faut pas avoir peur de prendre le temps de rédiger ses instructions sur un fichier à part », explique Jean Gauthier, directeur de Serda Compétences. Les professionnels de l'information ont l'habitude de poser un champ sémantique, de préparer leur stratégie de recherche et d'interroger ensuite Google ou Bing pour trouver des résultats pertinents. « Avec les IA génératives, c'est un peu pareil, sauf qu'on le réalise en langage naturel. » Selon Jean Gauthier, se mettre dans la position de coach pour ne pas se laisser « porter par la machine » est également déterminant. « Il faut éviter d'avancer à tâtons, car les IA vont systématiquement générer des contenus structurés qui tiennent la route, mais qui ne répondent pas forcément à la problématique de départ. L'objectif est de se mettre dans un schéma mental pour garder la main. »

3. l'outil pertinent

Si ChatGPT domine largement les pratiques, il existe d'autres IA génératives généralistes (Gemini, Le Chat, Claude, Deepseek, Perplexity...) et des outils plus spécifiques, qui peuvent aussi répondre à des besoins. À l'image de Gamma, pour la réalisation de documents de présentation, ou encore de Notebook LM, qui permet de travailler sur un corpus de textes, de sons ou de vidéos. « Comparer différents outils sur une même requête est recommandé », souligne Alice Bernard. « Cela permet d'identifier le plus approprié et, parfois, de compléter nos informations. » Par ailleurs, il existe aussi de nombreux outils pour optimiser l'utilisation des IA