Jérôme Ribeiro : mettre l'IA au service de l'humanité

p. 08

Juliette Pinçon : de l'Enssib promo DCB 25 à la Bulac

p. 43

David Chavalarias : plateformes sociales et démocraties

p. 44

mensuel & professionnel

archimag.com

[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]

n° 363

20 euros - avril 2023

une publication du groupe serda

[dossier]

commercialiser les archives : un tabou ?

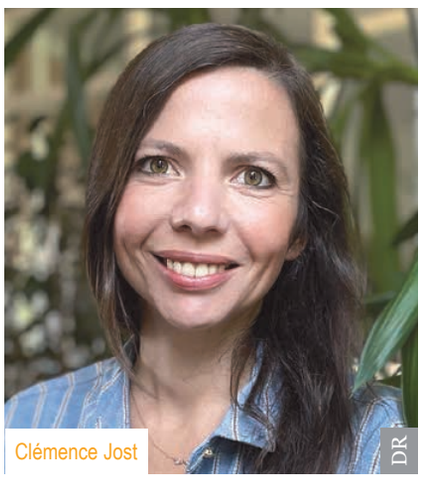
les archives : une bonne affaire ?

« *L'homme se désigne comme l'être qui estime des valeurs, qui apprécie et évalue* », écrivait Nietzsche, le qualifiant même d'« *animal estimateur par excellence* ». Certes, nous avons coutume d'accorder de la valeur à une chose si celle-ci répond à nos besoins, est utile ou parce qu'elle produit des effets appréciables sur nous. Cette valeur est donc subjective.

En matière d'archives, point de subjectivité : leur valeur patrimoniale a été universellement célébrée par l'Unesco qui a posé comme principe en 2011 que « *les archives constituent un patrimoine unique et irremplaçable transmis de génération en génération* » et qu'elles « *jouent un rôle essentiel dans le développement des sociétés en contribuant à la constitution et à la sauvegarde de la mémoire individuelle et collective* » (1). Quant à leurs valeurs juridique, administrative et sociale, celles-ci sont tout autant reconnues.

rencontre entre l'offre et la demande

Fortes de ces valeurs inestimables, les archives publiques ne peuvent être vendues. Mais pour les autres, sont-elles des objets patrimoniaux comme les autres ? Cette question avait été posée par Bénédicte Grailles, alors maîtresse de conférence en archivistique à l'Université d'Angers, dans *la Gazette des Archives*, en 2014 (2). Celle-ci prenait pour exemples les débats autour de l'open


Clémence Jost
DR

data, de l'offensive commerciale des sites de généalogie ou encore des prix atteints par certains fonds d'archives : rappelez-vous notamment de l'acquisition par la Bibliothèque nationale de France (BnF) du fonds d'archives de Michel Foucault, en 2013. L'affaire posait alors des questions aussi bien éthiques que financières : il avait fallu que l'institution débourse 3 millions d'euros, grâce à ses mécènes, pour boucler l'acquisition de ce « *trésor national* ». Le journal *Le Monde* s'interrogeait alors : « *s'agit-il d'une bonne affaire* » ? En juillet 2021, la BnF réalisait une nouvelle transaction record avec l'acquisition du manuscrit des « *Cent vingt journées de Sodome* », rédigé en 1785 par le marquis de Sade lors de son incarcération à la Bastille. Son montant ? 4,5 millions d'euros ! L'une des plus chères de l'histoire.

La commercialisation d'archives, parfois à des prix très élevés, a fait naître un marché là où il n'en existait guère il y a plus de dix ans. Et si marché il y a, c'est bien parce qu'il y a rencontre entre une offre et une demande qui s'accordent sur un prix en fonction de l'analyse du fonds (intérêt, état, conditionnement, complétude d'une collection) et du contexte de l'acquisition (stratégie de l'établissement, négociations, concurrence entre institutions, etc.). En la matière, la frontière entre les notions d'archive et d'œuvre semble ténue. ■

Clémence Jost
[Rédactrice en chef]

(1) Déclaration universelle sur les archives

(2) « *Les archives sont-elles des objets patrimoniaux ?* », par Bénédicte Graille, Gazette des archives n° 233, 2014.

nous faisons Archimag

Serda édition-IDP
24, rue de Milan, F-75009 Paris
Tél. : +33 (0)1 55 31 92 30
Fax : +33 (0)1 44 53 45 01
infos@archimag.com
www.archimag.com
contacts e-mail
prenom.nom@archimag.com
rédaction
directeur de la publication
Pierre Fuzeau
directrice de la rédaction
Louise Guerre
rédactrice en chef
Clémence Jost
l'équipe de rédacteurs
Fabien Carré-Marillonnet, Sivagami Casimir, Elisabeth Hutin-Baillot, Édouard Lesca, Éric Le Ven, Claire Martinez, Bruno Texier
nos correspondants
Arbido (Genève), Ikram Bouzikar (Tanger), Philippe Laurent (Bruxelles), Élisabeth Lavigueur (Montréal)
ont collaboré à ce numéro
Éric Barbry, Anne Beaufumé, Jérôme Bondu, Jérôme Coutou
site web, newsletter
Sivagami Casimir
conception graphique
Julio Arias-Arranz, Arncoat
maquette
Artistyck (Aline Paumard)
dessinateur
Vince (vince-cartoon.be)
publicité
directrice de la publicité
Cathy Potel
01 44 53 45 14

chef de publicité
Imane Erraoui
01 44 53 45 06
responsable marketing
Albane Perrichon
vente au numéro
service abonnement
Zamila Nguyen
zamila.nguyen@archimag.com
réclamations infos
commandes@archimag.com
24 rue de Milan - 75 009 Paris
tarifs et conditions d'abonnement
valables jusqu'au 31/12/2023
France : 1 an, 149 euros
France : 2 ans, 256 euros
tarif étudiant : 1 an, 32 euros
tarif demandeur d'emploi : 1 an, 70 euros
vente au numéro : 20 euros
France : 1 an,
Pack abo : 375 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
1re de couverture : Freepik
P. 46 : Casey Horner/Unsplash
Intérieures : droits réservés, sauf mentions différentes

annonceurs
Einden : 19
Hyland : 2
IDP : encart, 2e de couverture, 2, 7, 21
Le printemps des DPO : 3e de couverture
Lively Software : 33
SantExpo : 4e de couverture
Serda : encart, 11

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 : 01 44 53 45 14, cathy.potel@archimag.com
et Imane Erraoui : 01 44 53 45 06, imane.erraoui@archimag.com

sommaire

[actualités]

04 alerte sur l'impact environnemental du numérique
05 transcription collaborative d'archives
06 l'ABF publie un mode d'emploi de la loi Robert
07 BelgicaPeriodicals en recherche plein texte
08 3 questions à Jérôme Ribeiro
09 une justice zéro papier en 2027
10 la start-up du mois : Docubiz

06 Olivier Sampson/ABF

[dossier]

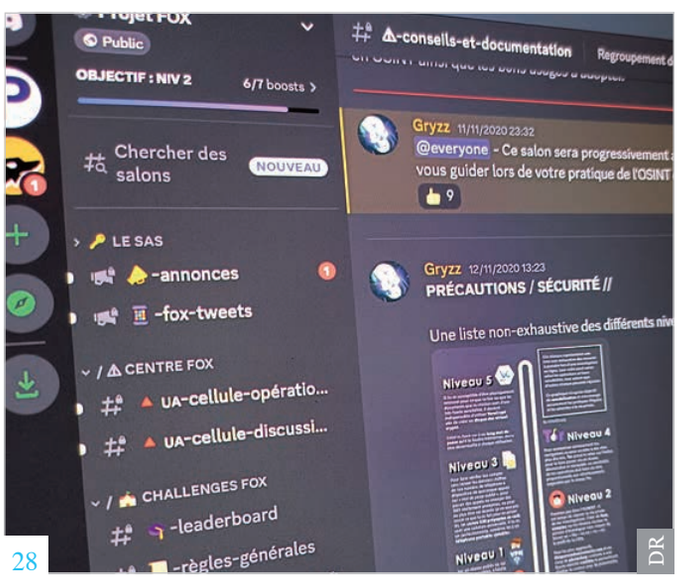
12 commercialiser les archives : un tabou ?

Si les valeurs administratives, juridiques et patrimoniales des archives sont indiscutables, qu'en est-il de leur valeur marchande ? Les entreprises l'ont compris : valoriser leur patrimoine, voire le commercialiser, permet d'en tirer des bénéfices. Quelles sont les clés pour créer de la valeur à partir de vos archives et comment s'organise la gestion des droits ?

Sommaire p.13

[outils]

22 ChatGPT, Bard… les IA génératives vont-elles bouleverser vos métiers ?
26 désherbage en bibliothèques : la seconde vie des collections
28 l'Osint est-il l'avenir de la veille ?
30 la donnée au cœur d'Inforum 2022
31 data mesh : quel est l'intérêt de cette approche ?
32 cloud et télétravail : les solutions collaboratives s'adaptent
38 la plus grande révolution de toute l'histoire de l'humanité
40 dématérialisation du dossier des agents publics : enjeux et perspectives
42 favoris : créer un CV original en ligne
43 Juliette Pinçon, de l'Enssib promo DCB 25 à la Bulac



28 DR

[perspectives]

44 David Chavalarias : «les plateformes sociales font courir un risque systémique aux démocraties»
46 archimag store : applis, cadeaux, beaux livres…
48 dans les archives d'Archimag, avril 2003

46 DR

alerte sur l'impact environnemental du numérique

Dans un rapport remis au gouvernement le 6 mars 2023, l'Ademe et l'Arcep estiment que l'empreinte carbone du numérique pourrait tripler à l'horizon 2050. Les deux institutions plaident pour la généralisation de l'écoconception des terminaux.

« à l'horizon 2050, si rien n'est fait, l'empreinte carbone du numérique pourrait tripler par rapport à 2020. » En remettant leur rapport au gouvernement, l'Agence de la transition écologique (Ademe) et l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep) ont décidé de sonner le tocsin sur l'impact environnemental du numérique. À plus court terme encore, d'ici 2030, et au rythme actuel, l'empreinte carbone du numérique en France devrait s'accroître de 45 % par rapport à 2020 pour atteindre 25 $MtCO_2$eq.

Dans le même temps, la consommation de ressources abiotiques (métaux et minéraux) augmentera de 14 % et la consommation électrique finale en phase d'usage accusera une hausse de 5 % pour atteindre 54 TWh par an.

Le rapport rappelle que l'empreinte carbone du numérique dépend essentiellement des équipements et de leur fabrication : *« avant même que nous n'utilisions notre dernier smartphone, téléviseur ou ordinateur flambant neuf, il a déjà produit près de 80 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) qu'il émettra durant sa (trop courte) vie. »* L'utilisation quotidienne de ces terminaux compte pour environ 20 % des émissions de GES alors que son acheminement (depuis l'Asie la plupart du temps) représente 1 %.

une tonne de matériaux utilisée par personne et par an

À hauteur d'individu, les chiffres sont encore plus significatifs. En moyenne, c'est environ une tonne de matériaux qui est utilisée par personne et par an pour ses usages numériques. Pour parvenir à ce résultat, les auteurs de l'étude ont pris en compte l'utilisation des ressources abiotiques (matériaux, énergie fossile…), la biomasse (matière organique d'origine végétale, animale, bactérienne ou fongique, utilisable comme source d'énergie), et les déplacements de terre et d'eau.

À l'échelle française, l'étude recense plus de 800 millions de terminaux (année 2020) constitués majoritairement de petits objets connectés (245 millions de montres connectées, bracelets…), de dispositifs de stockage externe (110 millions de disques durs, clés USB…), de smartphones (70 millions), de téléviseurs (63 millions), et d'ordinateurs portables (59 millions). Sans compter les tablettes, imprimantes et ordinateurs fixes.

Parmi ces équipements, les smartphones et les téléviseurs apparaissent comme les deux principaux moteurs des émissions de gaz à effet de serre. Tous terminaux compris, leur part d'émission approche les 79 % alors que les data centers et les réseaux comptent pour 21,6 % des émissions de GES.

une durée de vie allongée de 1 ou 2 ans grâce à l'écoconception

Après avoir posé ce constat, l'Ademe et l'Arcep esquissent une série de recommandations qui touchent aussi bien à la fabrication des terminaux qu'à leur utilisation par les Français. Leur rapport estime que la durée de vie des équipements pourrait être allongée de 1 ou 2 ans grâce à l'écoconception, la réparation ou un usage plus sobre du numérique. *« L'écoconception des services numériques permet une intégration systématique des aspects environnementaux dès la conception et le développement de produits (biens et services, systèmes) »*, expliquent les deux institutions qui rappellent cependant *« qu'appliquer cette stratégie d'écoconception nécessite de repenser nos modes de production de biens et services en ayant toujours pour base une réflexion sur la minimisation de leurs impacts environnementaux. »*

Autre piste, la substitution progressive des équipements les plus gourmands en ressources, notamment par la baisse du parc des téléviseurs au profit des vidéoprojecteurs. De même, le recours aux produits reconditionnés est recommandé, mais cette dernière hypothèse risque de buter sur un écueil : les logiciels les plus récents sont parfois incompatibles avec le matériel reconditionné.

L'étude se livre à un exercice prospectif avec plusieurs scénarios d'évolution dont le plus optimiste, baptisé *« Génération frugale »*, repose sur un avertissement : *« la transition est conduite principalement grâce à la frugalité par la contrainte et par la sobriété. »* ■

Bruno Texier

serda formation

DES COMPÉTENCES DURABLES
POUR VOTRE MÉTIER

Dates de formation :

Savoir utiliser les IA génératives avec ChatGPT : 19/04/2023

Tirer le meilleur de ChatGPT pour gérer son cycLe de veille : 20/04/2023

NOUVEAU

DISTANCIEL

Nous avons créé **deux nouveaux stages** pour explorer les possibilités offertes par **ChatGPT**

SAVOIR UTILISER LES IA GÉNÉRATIVES AVEC CHATGPT

Ce stage vous permettra d'aborder l'outil dans sa globalité et d'aborder tous les aspects de compréhension technique et méthodologique pour en tirer le meilleur dans vos activités au quotidien.

TIRER LE MEILLEUR DE CHATGPT POUR GÉRER SON CYCLE DE VEILLE

Ce stage vous permettra de découvrir comment utiliser ChatGPT et ses dérivés dans votre veille au quotidien.

INSCRIVEZ VOUS SUR WWW.FORMATION-SERDA.COM

SERDA FORMATION EST UNE MARQUE DE serda compétences

CHUT...!
CHUT!
CHHHT!
CHUT!
CHUT!
CHUT!
CHHHT!
POHUT!
BONJOUR : JE CHERCHE LES ARCHIVES PAYANTES ...
CHUT!
CHHUT!
...CHUT..
CHUT!
CARTOONBASE

+ sommaire

16 les clés pour créer de la valeur à partir de vos archives : Philippe Sartori, responsable du département Distribution & Solutions professionnelles de l'Ina, livre ses conseils

18 commercialiser des archives : des droits à respecter. Zoom sur les droits et les obligations juridiques à respecter

20 comment M6 est parvenu à monétiser ses archives : le groupe a lancé un portail de vente de ses archives audiovisuelles

commercialiser les archives : un tabou ?

Si les valeurs administratives, juridiques et patrimoniales des archives sont indiscutables, qu'en est-il de leur valeur marchande ? Les entreprises l'ont compris : valoriser leur patrimoine, voire le commercialiser, permet d'en tirer des bénéfices. Et si le principe de la gratuité de la réutilisation des archives publiques a été confirmé il y a moins de dix ans, le (gros) mot *« marketing »* ne doit pourtant pas être absent des services, pour faire la promotion de la fonction archives ou pour décrocher des budgets. Mais comment s'y prendre ? Quelles sont les clés pour créer de la valeur à partir de vos archives et comment s'organise la gestion des droits ? Des experts livrent leurs conseils et une entreprise témoigne.

C'est l'un des principes fondateurs qui régissent l'accès aux archives en France : *« les archives publiques sont, sous réserve des dispositions de l'article L. 213-2, communicables de plein droit »*, rappelle le Code du patrimoine. Une bonne nouvelle ne venant jamais seule, le Portail France Archives précise que *« l'accès aux archives publiques est gratuit. Seuls des frais de reproduction et d'envoi postal peuvent être facturés au demandeur. Ces frais sont par ailleurs encadrés. »*

« Le droit français interdit la vente d'archives publiques », insiste Corinne Porte, directrice des Archives nationales du monde du travail (ANMT) ; *« je rappelle qu'en France, l'accès aux salles d'archives est gratuit, l'accès aux inventaires est gratuit, et l'accès aux documents est gratuit. »*

Ce principe de gratuité est-il intangible ? En 2014, le sénateur Alain Richard (Val-d'Oise) n'avait pas hésité à ruer dans les

ChatGPT, Bard… les IA génératives vont-elles bouleverser vos métiers ?

1. ChatGPT, un perroquet approximatif ? C'est plutôt juste…

Jean-Gabriel Ganascia est spécialiste de l'intelligence artificielle, ex-président du Comité d'éthique du CNRS et membre du conseil scientifique de l'Observatoire B2V des Mémoires.

Jean-Gabriel Ganascia. DR

Vous menez des recherches en intelligence artificielle depuis plusieurs décennies. Les robots conversationnels posent-ils un problème d'un point de vue éthique ?

Ils posent en effet un certain nombre de questions sur les usages qu'on peut en faire : la triche aux examens, la désinformation, les cyberattaques, les tromperies en tous genres… Ces usages sont un reflet de notre société. Dans le monde de la recherche par exemple, les critères d'évaluation sont devenus dominants, avec notamment le concept de facteur d'impact : or, si les scientifiques recourent à ces agents conversationnels pour écrire leurs articles plutôt que de poursuivre leur quête de connaissances, cela risque de poser des problèmes.

Souvenez-vous également de la mésaventure qui est arrivée en juillet 2022 à un ingénieur de Google, Blake Lemoine, qui a été licencié pour s'être demandé publiquement si le programme de langage neuronal conversationnel LaMDA avait une âme. Alors qu'il a lui-même contribué au développement de ce programme, sa déclaration fracassante lui a valu d'être renvoyé.

« ChatGPT n'est qu'un perroquet approximatif », expliquait récemment Jean-Noël Barrot, le ministre chargé du Numérique. Partagez-vous son point de vue ?

Son propos est très intéressant, car j'avais moi-même repris, l'année dernière, le concept de *« perroquet stochastique »* forgé par une universitaire américaine. Ce concept désigne des machines qui, avec des techniques statistiques, sont capables de reproduire nos facultés de langage, mais sans aucun sens derrière.

Le propos du ministre est donc plutôt juste, car ChatGPT répète des paroles comme un perroquet. Il peut faire illusion pendant un moment, mais il n'a aucun sens des réalités. On pourrait ajouter que ChatGPT est menteur comme un perroquet, mais cela n'est même pas vrai, car il n'a pas le sens de la réalité !

Dans un entretien que vous aviez accordé à Archimag en 2017, vous évoquiez la théorie de la singularité technologique selon laquelle la technologie progresse tellement vite qu'un jour les machines deviendront plus intelligentes que les humains. Y sommes-nous parvenus ?

Pas du tout, car la singularité technologique postulait qu'un jour nous pourrions transporter notre conscience sur une machine. Or les agents conversationnels n'ont que la faculté de générer du texte. Cette génération de texte est d'ailleurs réalisée avec des mécanismes assez élémentaires et sans connaissance de la langue, mais avec d'immenses bases de connaissances.

Rappelons que le langage s'acquiert par répétition et par imprégnation, mais qu'il est décorrélé de la faculté de compréhension.

« les plateformes sociales font courir un risque systémique aux démocraties »

Directeur de recherche au CNRS, David Chavalarias dirige également l'Institut des systèmes complexes de Paris Île-de-France. Il est l'auteur de *« Toxic Data »*, paru en mars 2022 chez Flammarion.

Comment s'organise la désinformation et pourquoi les réseaux sociaux en sont un terrain favorable ?

Sur les réseaux sociaux, les échanges sont très différents de ceux que l'on pratique *« hors ligne »*. On s'adresse souvent à des personnes que l'on n'a jamais vues et dont on ignore l'identité réelle, sans frontières géographiques. Dans ces espaces, on assiste à une massification des interactions et à une instantanéité de la circulation de l'information. La plupart du temps, on ne sait pas vraiment dans quel contexte ni dans quelles conditions une information a été produite. Toutes ces caractéristiques — déspatialisation, massification et instantanéité — font des réseaux sociaux un terrain de prolifération des fausses informations.

De plus, un groupe peut produire sur les réseaux sociaux beaucoup d'informations, ou même démultiplier ses présences (en créant de faux comptes ou en payant des entreprises pour poster un type de message) et influencer l'opinion. Cette tactique de propagande qui usurpe des mouvements citoyens afin de soutenir des intérêts particuliers s'appelle l'astroturfing.

« en fonction de ses propres intérêts financiers, une plateforme comme Facebook, Twitter ou Instagram, ne vous montrera qu'un faible pourcentage de ce que produit votre entourage »

Sans compter que ces espaces numériques ne sont pas passifs, puisqu'ils organisent la circulation de l'information. C'est d'ailleurs ce sur quoi repose leur modèle économique : en fonction de ses propres intérêts financiers, une plateforme comme Facebook, Twitter ou Instagram, ne vous montrera qu'un faible pourcentage de ce que produit votre entourage. Cela constitue une couche supplémentaire de distorsion de l'information.

Vous citez dans votre livre plusieurs chiffres issus du Politoscope. De quoi s'agit-il ?

Le Politoscope est une initiative de l'Institut des systèmes complexes de Paris Île-de-France. Il s'agit d'un dispositif d'observation de l'espace politique numérique en ligne que l'on a développé à partir de 2016. Il vise à analyser l'ensemble des tweets produits par les militants politiques tout au long de l'année, et particulièrement durant les périodes électorales. Notre objectif : comprendre comment les différents groupes de militantismes politiques se forment, quels sont les rapports entre eux, et quelles sont les stratégies qu'ils déploient lors d'une campagne présidentielle ou politique. De manière générale, le Politoscope nous sert à observer comment circule l'information dans ces nouveaux espaces numériques.

Comment les communautés se structurent-elles ?

En ligne, nous avons tendance à nous connecter à des personnes que nous apprécions à des échelles bien plus grandes que dans la vie réelle. À cette tendance s'ajoute celle de l'homophilie, c'est-à-dire notre attirance pour des personnes similaires à nous-mêmes. La recommandation algorithmique achève ensuite de créer des rapports sociaux très différents de ceux de la vie réelle : par exemple, des processus d'homogénéisation mènent à ce qu'on appelle des *« chambres d'écho »*, c'est-à-dire un ensemble d'individus densément connectés qui font circuler une information de manière assez homogène et très rapide. Ces chambres d'écho vont s'opposer les unes aux autres, polarisant et fragmentant ainsi l'opinion publique.

En quoi les « big tech » (Google, Apple, Facebook, Amazon) menacent-elles la démocratie ?

Selon moi, la démocratie n'est pas compatible avec le modèle économique

machines inédites

François Delarozière, directeur artistique de la compagnie de La Machine, à Nantes, et de la Halle de La Machine, à Toulouse, expose plus d'une centaine de dessins et de croquis inédits à l'origine des machines de spectacle. *« Dans les cartons »* revient sur le processus de création de ces araignées géantes, dragons enchantés et autres chimères mécaniques. Les visiteurs pourront aussi participer à la naissance de nouvelles machines.

→ **Exposition « Dans les cartons » — Halle de la Machine à Toulouse — Jusqu'au 30 août 2023**

faites entendre votre voix !

Vous êtes adepte du travail hybride ? Cette enceinte vous propose une qualité optimale et une autonomie prolongée pour vos conférences à distance. La gamme Jabra Speak2 est équipée de quatre microphones et d'une technologie de réduction du bruit de fond pour fluidifier vos expériences collaboratives.

→ **www.jabra.fr — À partir de 149 euros**

souris antidouleurs

La Wireless Vertical Mouse Pro de Sandberg est une souris ergonomique sans fil qui soulage la pression sur votre poignet et réduit le risque de douleurs et de lésions articulaires. Et pour vous fatiguer le moins possible, sa batterie rechargeable intégrée vous dispense même de changer les piles !

→ **sandberg.fr — 42,99 euros**

le jeu du mois

mots cachés

Saurez-vous retrouver les 16 mots du vocabulaire des projets de dématérialisation qui se cachent dans cette grille ?

G	W	F	N	S	I	X	A	Y	A	U	G	V	W	O
O	P	H	U	M	N	D	U	P	P	C	N	D	Z	E
U	R	O	M	É	T	V	T	L	P	O	C	E	É	C
V	O	G	É	T	E	Q	O	A	L	N	V	W	L	O
E	C	I	R	A	R	O	M	T	I	N	E	O	E	L
R	E	N	I	D	O	C	A	E	C	E	R	R	C	L
N	S	D	Q	O	P	L	T	F	A	C	S	K	T	A
A	S	E	U	N	É	O	I	O	T	T	I	F	R	B
N	U	X	E	N	R	U	S	R	I	E	O	L	O	O
C	S	A	H	É	A	D	A	M	O	U	N	O	N	R
E	I	T	D	E	B	T	T	E	N	R	I	W	I	A
T	L	I	N	L	L	Z	I	X	W	D	N	T	Q	T
W	L	O	N	N	E	P	O	O	A	K	G	P	U	I
M	T	N	J	D	Y	Z	N	U	X	Z	Q	W	E	F
M	D	É	M	A	T	É	R	I	A	L	I	S	E	R

application
automatisation
cloud
collaboratif
connecteur
dématérialiser
gouvernance
indexation
interopérable
métadonnée
numérique
plateforme
processus
versioning
workflow
électronique

ABONNEZ-VOUS AU MAGAZINE ARCHIMAG

CHOISISSEZ LA FORMULE QUI VOUS CONVIENT !

À renvoyer accompagné du règlement à Archimag - 24, rue de Milan F-75009 Paris
Tél : +33 1 55 31 92 30 - Fax : +33 1 44 53 45 01 Email : infos@archimag.com
www.archimag.com

OFFRE DÉCOUVERTE

L'ABO "ESSENTIEL" 1 an d'Archimag : 10 numéros + 1 à 4 accès numériques inclus

- ☐ **OUI**, je commande l'offre 100% numérique, au tarif de 133€ (tarif la première année)
- ☐ **OUI**, je commande l'offre papier, au tarif de 149€ (tarif la première année)

L'ABO "INTÉGRAL" 10 numéros d'Archimag + 3 Guides pratiques + 6 suppléments + 1 à 4 accès numériques inclus

- ☐ **OUI**, je commande l'offre 100% numérique, au tarif de 354€ (tarif la première année)
- ☐ **OUI**, je commande l'offre papier, au tarif de 375€ (tarif la première année)

..... Soit un total de ..... euros TTC

Retrouvez l'intégralité des offres d'abonnement sur le site https://www.archimag.com/abonnement/

NOM : .....
PRÉNOM : .....
FONCTION : .....
RAISON SOCIALE : .....
SECTEUR D'ACTIVITÉ : .....
COURRIEL : .....

ADRESSE : .....
.....
CODE POSTAL / VILLE : .....
PAYS : .....
TÉL : .....

Signature ou cachet :

agenda

Fic 2023
5-7 avril 2023, Lille, Grand Palais
Le Forum international de la cybersécurité est l'événement de référence en matière de sécurité et de confiance numérique. Avec exposition, conférences et ateliers.
→ **europe.forum-fic.com**

SantExpo
23-25 mai 2023, Paris, Porte de Versailles
L'événement de la Fédération hospitalière de France offre une vision à 360 degrés des technologies, services et solutions innovantes pour le système de santé.
→ **santexpo.com**

Journées Abes 2023
23-24 mai 2023, Montpellier, Palais des Congrès
Les Journées Abes sont un moment privilégié de rencontres entre les professionnels de la documentation, de l'IST et des bibliothèques de l'ESR. Avec conférences, forum et tutoriels.
→ **i-expo.net**

All for content
6-7 juin 2023, Paris, New Cap Event
Le salon du contenu de marques propose aux directions marketing et communication de découvrir toutes les composantes d'une stratégie de contenus réussie.
→ **www.allforcontent.fr**

Congrès de l'ABF
8-10 juin 2023, Dunkerque, Kursaal
Le 68e congrès de l'Association des bibliothécaires de France aura pour thématique : *« Collections, les bibliothécaires sortent de leurs réserves »*. Avec exposition et conférences.
→ **www.abf.asso.fr**

au prochain numéro

[dossier]
- Business intelligence : comment se lancer ?

[outils]
- Compte-rendu du salon Documation
- Le marché des fournisseurs de ressources numériques en bibliothèque
- Documents anciens et reconnaissance automatique d'écritures manuscrites
- Grande enquête formation et compétences
- Comparatif de solutions pour lutter contre la fraude documentaire

dans les archives d'Archimag, avril 2003

Il y a vingt ans, *Archimag* invitait ses lecteurs à un voyage inédit : direction le Brésil, à la découverte des bibliothèques scolaires de ce pays-continent. En 2003, la population brésilienne s'élevait à 169 millions d'habitants (contre 214 millions aujourd'hui) et son réseau de bibliothèques scolaires était à l'image du pays : *« inégal, où le meilleur et le pire se côtoient »*. Les écoles privées avaient la chance de disposer de nombreuses ressources documentaires, y compris numériques. En revanche, les établissements publics devaient se contenter de moyens bien plus modestes : seulement 43,4 % des écoles élémentaires possédaient une bibliothèque, les lycées étant mieux équipés avec un taux de 84,3 %.
Ironie de l'histoire, Luiz Iniaco da Silva dit Lula, qui est revenu à la présidence au mois de janvier dernier, venait de prendre ses fonctions de président pour un premier mandat. Suscitant de nombreux espoirs parmi les classes défavorisées, il avait pour objectif de doter l'éducation de moyens inédits. *« Son ministre de l'Éducation, Cristovam Buarque, songe à la création de bibliothèques domestiques, c'est-à-dire la livraison de livres à domicile par la poste, afin de développer la lecture dans le pays »*. Professeur de bibliothéconomie à l'université de Sao Paulo, Edmir Perrotti souhaitait alors renverser la table : *« je cherche à reconceptualiser la bibliothèque scolaire pour y intégrer le rôle d'apprentissage et de formation culturelle afin d'en faire une bibliothèque qui occupe la première place en matière de conservation historique, mais qui soit surtout un lieu de diffusion des connaissances et de dialogue »*.

Couverture d'*Archimag*, avril 2003. DR

confiance dans l'économie numérique

Notre numéro d'avril 2003 faisait également écho au projet de loi pour la confiance dans l'économie numérique qui venait d'être adopté à l'Assemblée nationale. Ce texte, qui visait la mise en conformité avec la directive européenne sur le commerce électronique, avait l'ambition de donner confiance aux différents acteurs du marché et de protéger le consommateur contre certaines pratiques du e-commerce : contenus illégaux, déficit d'information sur le site de vente, abonnement abusif aux lettres d'informations… *« Les sites commerçants devront fournir des informations comme la raison sociale ou l'adresse postale. En cas de litige, le consommateur saura donc contre qui se retourner »*, pouvait-on lire dans *Archimag*. Malgré ses bonnes intentions, ce projet de loi n'avait pas l'envergure nécessaire pour lutter contre un fléau qui, vingt ans plus tard, n'est toujours pas traité : la lutte contre la contrefaçon.

Bruno Texier

Retrouvez la collection *Archimag* 1985-2015, 290 numéros en texte intégral sur :
→ **collection.archimag.com**