

Mehdi Houas : le numérique est pris au sérieux par les politiques

p. 9



Christopher Kermorvant : la success-story de Teklia

p. 10



Anysia L'Hôtellier, des archives et des convictions

p. 35

mensuel & professionnel

archimag.com

[STRATÉGIES & RESSOURCES DE LA MÉMOIRE & DU SAVOIR]

n° 400

21 euros - décembre 2026 - janvier 2027

une publication du groupe serda

numéro spécial

400

[dossier]

relevez les défis de l'image !

quatre-cents !

Les journalistes d'*Archimag* ont préparé la grande rétrospective de ce 400e numéro comme des archéologues. Point d'IA pour nous aider à fouiller dans cette montagne éditoriale. Simplement armés de nos yeux affutés et d'une solide curiosité, nous nous sommes plongés dans nos archives pour vous proposer ce grand cahier spécial, en fin de numéro, qui croise la grande histoire des technologies de l'information avec celle d'*Archimag*.

Surprise ! Dès notre numéro 0, paru en 1985, il était déjà question d'IA, de langage naturel et de reconnaissance visuelle. À l'époque, le disque optique promettait de révolutionner le stockage documentaire. Le Minitel allait bientôt s'inviter dans les usages professionnels. Internet, le cloud, les réseaux sociaux, le big data et l'IA générative étaient encore dans les limbes du numérique. Relire quarante ans d'*Archimag*, c'est observer une longue série de bascules technologiques. C'est aussi constater que les défis posés aux professionnels de l'information se déplacent sans jamais disparaître : comment retrouver une information ? La décrire ? La conserver ? Comment savoir si elle est fiable, exploitable, pérenne ? Les outils changent, parfois brutalement. Les responsabilités restent. C'est ce fil, que nous avons voulu tirer dans ce numéro 400. Non pour célébrer une quelconque capacité à


Clémence Jost

Abel Vedrenne

prédire l'avenir (un peu facile, après coup), mais parce qu'*Archimag* a toujours eu pour mission de flairer les signaux faibles, d'observer les innovations quand elles commencent à modifier les pratiques et, surtout, d'en mesurer les conséquences concrètes pour les métiers.

image de confiance

L'image, objet de notre dossier de ce mois-ci, en témoigne. Une photographie ou une vidéo ne se résume plus à un fichier que l'on décrit, indexe, puis qu'on range et conserve. Il faut composer avec la 3D, la réalité augmentée, des volumes gigantesques, des formats qui vieillissent et des contenus générés ou modifiés par IA. Il faut documenter sa provenance, vérifier ce qu'elle montre, conserver ce qui doit l'être. Ce déplacement est révélateur. En 2011, *Archimag* écrivait déjà que la vidéo en ligne allait obliger les documentalistes à traiter un média appelé à se multiplier sur tous les écrans. En 2026, le problème n'est plus seulement de traiter l'image : il faut aussi établir sa confiance.

La continuité de ces 400 numéros est sans doute ici : les technologies se succèdent, les buzzwords aussi. Les métiers de l'information, eux, demeurent à la croisée des innovations et des méthodes. Depuis 1985, notre ambition est restée la même : comprendre ce qui arrive avant que cela ne devienne une évidence, et le partager avec celles et ceux qui devront, très concrètement, le pratiquer. Quatre-cents numéros plus tard, nous continuons donc à regarder devant. Avec curiosité. Et avec vous ! ■



Clémence Jost
[Rédactrice en chef]

nous faisons Archimag

Serda édition-IDP
24, rue de Milan, F-75009 Paris
Tél. : +33 (0)1 44 53 45 00
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, Éric Le Ven, Bruno Texier
nos correspondants
Arbido (Genève), Ikram Bouzikar (Tanger), Marie-Laurence Dubois (Belgique)
ont collaboré à ce numéro
Alain Bobant, Didier Frochot, Philippe Nieuwbourg
site web, newsletter
Sivagami Casimir
conception graphique
Julio Arias-Arranz, Amcoat
maquette
Bruno Dalèle
brunodalele.com
dessinateur
Vince (vince-cartoon.be)

publicité
directrice de la publicité
Cathy Potel
01 44 53 45 00
responsable de clientèle
Imane Erraoui
01 44 53 45 00
responsable marketing
Albane Perrichon
vente au numéro
service abonnement
Zamila Nguyen
zamila.nguyen@archimag.com
réclamation et informations
commandes@archimag.com
24 rue de Milan
F-75009 Paris
tarifs et conditions d'abonnement
valables jusqu'au 31/12/2027
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
N° de commission paritaire : 0127 T 85484
ISSN : 2260-166X
Dépôt légal à parution du numéro

crédits photos
Couverture : lucidzoal/Magnific
Intérieures : droits réservés, sauf mentions différentes.
annonceurs
Activo : 2e de couverture
IDP : encart, 2, 7, 33, 3e de couverture
Konica : 11
Luxtrust : 29
Serda : encart, 21, 4e 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.

© IDP décembre 2026

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 de la fatigue à la sécession informationnelle
05 IA : scandale en bibliothèque
06 archives audiovisuelles : l'urgence
07 l'IA pour explorer les données de recherche
08 flambée des fraudes par deepfakes
09 3 questions à Mehdi Houas
10 Teklia : la success-story du mois



Kosboot/Wikimedia Commons

06

[dossier]



12 relevez les défis de l'image !

L'image a radicalement changé de dimension. Aux photos et vidéos s'ajoutent les contenus en 3D, la réalité augmentée ou virtuelle, et bien sûr les productions générées par IA, qui finissent par brouiller les frontières. Les images prolifèrent par milliards dans des formats de plus en plus complexes. Collecter, décrire, indexer, vérifier, diffuser ou conserver : les gestes des professionnels doivent s'adapter.

Sommaire p. 13

[outils]

22 nouvelle mission : apprendre aux usagers à interroger l'IA
24 la Gec en mode tout-terrain
26 projet Iso/TS 24574-2 : la myopie probatoire du composant coffre-fort électronique
28 gouvernance, risques et conformité : les plateformes de GRC passées au crible
32 livrables : du bulletin au podcast, le nouveau kit de diffusion de la veille
35 Anysia L'Hôtellier, des archives et des convictions
36 les règlements intérieurs de médiathèques municipales
38 favoris : les salons de discussion communautaires



Magnific

27

[RÉTROspectives]

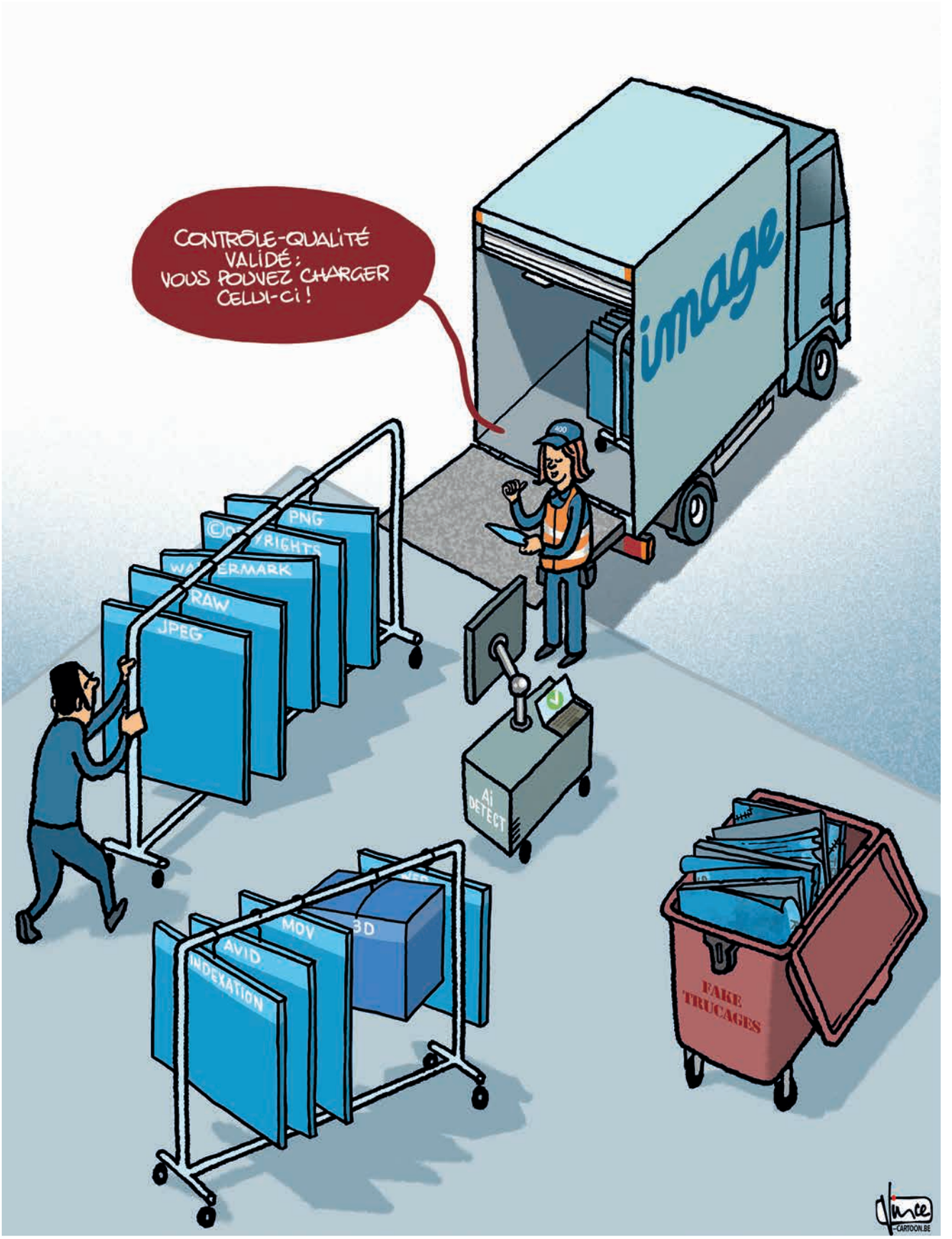
numéro spécial

39 Archimag fait les 400 coups !
40 1985-1994 : les premiers pas du document électronique
42 1995-2004 : la révolution d'internet
44 2005-2014 : l'ère du cloud
46 2015-2024 : l'or noir des data
48 2025-2026 : ruée sur l'IA



DR

39


CONTRÔLE-QUALITÉ VALIDÉ ; VOUS POUVEZ CHARGER CELUI-CI !
image
PNG
RIGHTS
ERMARK
RAW
JPEG
Ai DETECT
MOV
3D
AVID
INDEXATION
FAKE TRUCAGES
Vince CARTOON.BE

sommaire



13 la révolution de l'image
15 l'image en bibliothèque : montrer, comprendre, transmettre
16 documenter l'image à l'heure de l'IA
17 authentifier les images : les nouveaux enjeux
18 l'archivage des images : un chantier à plusieurs inconnues
19 Chantelle relève les défis du classement et de la diffusion
20 AFP, enrichir les métadonnées et supprimer le bruit documentaire

relevez les **défis** de l'**image** !

L'image a radicalement changé de dimension. Aux photos et vidéos s'ajoutent les contenus en 3D, la réalité augmentée ou virtuelle, et bien sûr les productions générées par IA, qui finissent par brouiller les frontières. Les images prolifèrent par milliards dans des formats de plus en plus complexes. Collecter, décrire, indexer, vérifier, diffuser ou conserver : les gestes des professionnels doivent s'adapter. Et il faut savoir douter ! Une image peut paraître crédible sans pour autant être vraie, être parfaitement indexée tout en étant totalement décontextualisée, ou encore être exploitable aujourd'hui, mais devenir illisible demain. Face à l'explosion des volumes, aux nouveaux formats et aux enjeux d'authenticité, chacun doit adapter ses pratiques.

Images de réalité augmentée, images de réalité virtuelle, images en trois dimensions… En quelques années, le travail des documentalistes a été bouleversé par l'irruption de nouveaux objets documentaires qui sont venus s'ajouter à ceux qui sont traditionnellement traités par les iconographes. Ce bouleversement n'est pas sans conséquences sur leur travail. La description de ces images est en effet bien plus complexe que celle des fichiers 2D. Elle doit reposer sur des métadonnées particulières : unité de mesure du maillage

la Gec en mode tout-terrain

Alors qu'elles sont progressivement déployées au sein des organisations, les solutions de gestion électronique de courrier (Gec) démontrent leur utilité dans la réduction des coûts de traitement. Elles doivent également être en mesure de travailler en mode multicanal.

18 milliards de plis en 2008, 9 milliards de plis en 2018. Les statistiques du Conseil d'État sont imparables : le volume du courrier physique distribué en France s'est effondré de moitié en dix ans et continue de se réduire à vue d'œil. Dans le même temps, les solutions de gestion électronique de courrier (Gec) s'installent progressivement dans les organisations, mais à un rythme lent. Selon une enquête réalisée par *Archimag* en 2022, 69 % d'entre elles n'avaient toujours pas mis en place de salle de courrier numérique.

Pourtant, les gains générés par une Gec ne sont plus à démontrer, selon Christophe Bastard, directeur avant-vente chez Efalia : *« Une gestion électronique de courrier réduit le coût de traitement du courrier en agissant sur l'ensemble de la chaîne. Elle permet d'abord de centraliser les différents canaux d'entrée : courriers papier numérisés, e-mails, courriers recommandés électroniques et formulaires web. Les documents sont ensuite qualifiés, indexés et orientés automatiquement vers le bon service ou le bon collaborateur. Cela limite les manipulations manuelles, les ressaisies, les erreurs d'aiguillage et les recherches de documents. »*

Autre atout qui joue en faveur des Gec, la réduction des coûts liée à la diminution des pertes, des oublis et des relances internes. *« Chaque courrier est associé à un gestionnaire, à une échéance et à un circuit de traitement »*. Les notifications, les rappels et les escalades évitent ainsi qu'une demande reste bloquée dans une boîte aux lettres ou sur un bureau. Sans oublier la prise en charge de tous les types de courrier : papier (après numérisation), électronique, les formulaires de contact web, et même les fax.



Les notifications, rappels et escalades proposés par les Gec évitent qu'une demande reste bloquée dans une boîte aux lettres ou sur un bureau.

iconsstudio123/Magnific

amélioration des délais de réponse

Du côté de Docaposte, autre éditeur de solution de Gec, on insiste sur le volet réglementaire : *« Sous le flot grandissant de documents papier et électroniques échangés, la Gec apporte une gestion optimisée de l'information en garantissant que celle-ci soit reçue, diffusée et archivée dans le respect des règles de sécurité et de confidentialité »*, explique Clothilde Bonnier, cheffe de produit.

À ses yeux, la Gec présente aussi l'avantage d'accomplir les fonctionnalités basiques de traitement des courriers : modèles de réponse, annuaires et bases de contacts, gestion des accusés de réception. Sans oublier les économies réalisées sur les frais d'impression, de reproduction, d'acheminement, et d'expédition.

Si tout le monde s'accorde à reconnaître des gains générés par une Gec, est-il possible d'en calculer précisément le retour sur investissement ? Plus difficile à dire qu'à faire, car tout dépend de la dimension et de la volumétrie des organisations. Pour la consultante Caroline Pichon, *« il est en général rapide et mesurable : amélioration des délais de réponse, gain de productivité, gain de temps, amélioration du circuit du courrier qui ne se perd plus, trouvabilité accrue des courriers (physiques ou électroniques) et de leur statut… »* Tout cela est rendu possible grâce aux métadonnées, qui doivent être définies avec un grand soin : typologie du courrier, émetteur, objet, date, références, mots-clés, etc.

quand l'IA s'en mêle

À l'image de ce que l'on observe dans le monde du logiciel documentaire, l'intelligence artificielle s'est bien entendu invitée dans les solutions dédiées au courrier. *« La Gec assistée par IA permet une automatisation plus poussée : résumé, suggestion du service destinataire, identification de la typologie de la demande, proposition de réponses, détection des urgences et anticipation des délais »*, constate Christophe Bastard. *« Quant aux tableaux de bord, ils donnent une vision précise des volumes, des délais et des points de blocage. »* La direction peut donc mieux répartir les ressources, anticiper les pics d'activité et améliorer les processus.