

CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS  
École Management et Société-Département CITS

INTD

MEMOIRE pour obtenir le  
Titre professionnel "Chef de projet en ingénierie documentaire" INTD  
niveau I

Présenté et soutenu par  
Coline Haupais

le 25 octobre 2011

De l'image au langage  
Enjeux de la gestion et de l'organisation des  
connaissances audiovisuelles dans un service de  
documentation d'une grande entreprise de luxe

Jury  
Claire Scopsi  
Sylvie Breton

**Promotion 41**

*A Jérémy, à mes parents et à Ninon, Louise et Andréa  
Merci d'être là*

# Remerciements

Je tiens à remercier ma directrice de mémoire Claire Scopsi pour sa disponibilité et ses conseils.

Je remercie également ma directrice de stage, Sylvie Breton pour avoir pris le temps de me former, de répondre à mes questions de me soutenir dans ma mission, ainsi que pour sa gentillesse.

Je remercie également toute l'équipe de l'Achat d'Art : Vanessa, Laure, Juliette et Séverine qui m'ont accueillie si chaleureusement, ont pris le temps de répondre à toutes mes questions et ont permis que je mène à bien ma mission de stage.

Un grand merci également à tout le groupe 2, qui a été d'un grand soutien durant cette année intense et chargée.

Merci à ma famille pour tout le soutien qu'elle m'a apporté durant ces dernières années.

Merci enfin à Jérémy, pour tout.

# Notice

HAUPAIS Coline. De l'image au langage, enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans un service de documentation d'une grande entreprise de luxe. 2011. 100 p. Mémoire, titre professionnel Chef de Projet en Ingénierie Documentaire, niveau I, INTD, 2011.

## Résumé

Ce mémoire rend compte des liens unissant gestion et organisation des connaissances. Il souligne les enjeux et problématiques propres à la mise en place d'un tel projet, d'après l'élaboration d'un vocabulaire commun au sein d'une grande entreprise de cosmétique de luxe.

Dans une première partie, ce mémoire présente les enjeux et particularités d'un projet de knowledge management et plus précisément des problématiques qu'induisent la gestion de connaissances audiovisuelles. Il s'agit ici de définir la notion de connaissances, de présenter les spécificités d'un projet de gestion des connaissances ainsi que ses méthodes.

Dans une seconde partie, ce mémoire s'attache à présenter les liens unissant gestion et organisation des connaissances audiovisuelles au travers de trois grands axes de réflexion : l'interrogation spécifique d'un fonds d'image, la problématique de l'harmonisation des vocabulaires d'indexation et de recherche ainsi que la question de l'intégration de tels projets dans un contexte métier.

En troisième partie, ce mémoire présente une démarche d'élaboration d'un thésaurus au sein d'une grande entreprise de cosmétiques de luxe.

## Mots-Clefs

Gestion de la connaissance, organisation des connaissances, image fixe, photo, publicité, thésaurus, langage documentaire, langage naturel, langage d'interrogation, besoin d'information, travail collaboratif, terminologie.

# Table des matières

Table des matières.....	5
Liste des tableaux.....	9
Liste des figures.....	10
Introduction.....	11
Première partie : Knowledge management, gestion de contenus et organisation des connaissances : définitions, enjeux, méthodes. ....	15
1 Définir le contexte : la connaissance comme enjeux stratégique de l'entreprise.....	16
1.1 Knowledge management, gestion de contenu et organisation des connaissances : définitions et enjeux.....	16
1.2 Auteur/Gestionnaire/Lecteur : l'image au cœur d'un système de connaissance et d'information complexe.....	20
2 Définir l'objet « connaissance ».....	24
2.1 Définitions.....	24
2.2 Définir c'est désigner.....	29
3 Définir une méthode pour un projet de gestion des connaissances.....	33
3.1 Méthodes du KM.....	33
4 Conclusion de la première partie.....	37
Deuxième partie : De l'image au langage , comment exploiter les ressources de l'image fixe ? .....	38
5 Exploiter le contenu visuel de l'image.....	39
5.1 Un capital d'informations à exploiter.....	39
6 Coordonner, harmoniser et régler les problèmes de sens.....	46
6.1 Langages documentaires : comparatifs et possibilités.....	46
6.2 Langage de recherche et langage d'indexation.....	50
7 Replacer la connaissance et un projet de KM dans son contexte métier.....	53
7.1 La notion de sujet.....	53
7.2 Approche métier d'un projet.....	54
7.3 Travail collaboratif .....	55
8 Conclusion de la deuxième partie.....	57
Troisième partie : organisation des connaissances et travail sur le vocabulaire métier d'une grande entreprise de cosmétiques de luxe.....	58

9 Analyse de l'existant : fonctionnement et spécificités.....	59
9.1 Présentation de l'entreprise.....	59
10 Analyse des besoins.....	66
10.1 Demande du service documentation.....	66
10.2 Enquêtes et retour d'entretiens.....	67
10.3 Bilan de l'analyse de l'existant et des besoins.....	70
11 Élaboration du thésaurus et mise en place de la solution.....	75
11.1 Élaboration du Thésaurus.....	75
Conclusion.....	81
Bibliographie.....	83
Annexes.....	92
Annexe 1 : Fonctionnalités d'un système de GED [5, p. 49].....	93
Annexe 2 Tableau comparatif des systèmes d'organisation des connaissances [24 ; 25].....	94
Annexe 3 Grille d'analyse des logiciels de gestion de thésaurus et d'ontologies.....	96
Annexe 4 Retours d'entretiens Petit Palais – Picture Tank.....	101
Annexe 5 Questionnaire entretiens Thésaurus externes (Petit Palais & Picture Tank).....	103

## **Liste des tableaux**

Tableau 1 : Présentation du fonds de l'entreprise X [16].....	59
Tableau 2 : Table des fonctions de service attendues et des spécifications fonctionnelles....	69

## Liste des figures

Illustration 1: Processus de diffusion de l'image fixe.....	20
Illustration 2: Schéma des différents types de transmission des connaissances [16].....	25
Illustration 3 : Les 4 phases du cycle de vie de l'image vu par fonctions [5, p.44].....	37
Illustration 4 : Les différents niveaux de lecture d'une image.....	39
Illustration 5 : Workflow de l'image fixe dans l'entreprise X [7].....	62



# Introduction

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

« Un petit dessin vaut mieux qu'un long discours ». Traditionnellement, nous opposons image et langage comme deux supports de transcription du monde totalement incompatibles. L'idée de plus en plus présente que nous vivons dans une société de l'image tend à indiquer que nous avons quitté celle de l'écrit et qu'il n'existe aucun pont entre ces deux sociétés. [14] Le fait est que les progrès techniques ont rendu la production visuelle de plus en plus aisée et que ce support a progressivement pris ses marques dans le domaine de l'entreprise autant que dans le domaine privé.

La photographie, comme l'écriture avant elle, est un moyen de fixer durablement un objet sur un support. Le décodage de cette marque nécessite une interprétation de lecture, de même que la lecture de son support peut nécessiter un médium technique. L'interprétation, elle-même trace orale ou écrite d'une lecture subjective, témoigne d'une volonté de compréhension de l'objet qu'elle décode. De ce fait, image et langage ne paraissent plus si opposés. Ils sont au contraire intimement liés, deux moyens de fixer un objet, une pensée, une vision du monde.

En documentation audiovisuelle, l'indexation – processus par lequel on repère les éléments significatifs d'un document – est un moyen de transcrire l'image et d'en faciliter l'échange et la diffusion. Elle est également un moyen de conserver les différentes interprétations de l'image et ses différents sens. La gestion de ces interprétations relève alors de la conservation de la mémoire et des connaissances de l'entreprise. Elle permet de contextualiser l'image dans des démarches, des processus métiers qui participent de l'insertion durable de ces connaissances dans le patrimoine immatériel de l'entreprise.

Mais l'indexation est également un moyen de décrire et de définir un objet documentaire. C'est la base même de la documentation que de définir un objet pour s'assurer de sa bonne gestion et de sa bonne diffusion. Or, la description d'un objet est subjective et nécessite la verbalisation d'une pensée, elle aussi éminemment subjective. Choisir les termes décrivant un document, une photographie, constitue donc un enjeu majeur dans le processus documentaire. Le travail sur le vocabulaire utilisé, sur son harmonisation et sur son utilisation est au cœur du processus de description d'un objet documentaire. Plus encore, il se situe au cœur de la question de la gestion des connaissances, puisque, comme nous venons de le voir, avant d'être gérée, une connaissance se doit d'être définie.

Nous envisageons donc ici la question de travail terminologique comme une étape importante d'un projet de gestion des connaissances. Au travers des caractéristiques de

l'image, de la gestion des connaissances, du travail collaboratif et de la construction d'un vocabulaire commun, il s'agit bien de comprendre tous les enjeux et les implications théoriques et pratiques propres à un projet de gestion des connaissances.

Le cas de l'entreprise X traité dans ce mémoire tient de ces différents points. Les besoins exprimés de l'entreprise étaient d'une part de régler des problèmes de recherche d'images liés à des problèmes de vocabulaire d'indexation et de recherche mais aussi de capitaliser les particularités des différents vocabulaires métiers dans un souci de mémoire d'entreprise et de communication entre les services.

Dès lors, la question des liens unissant l'image et ses interprétations, mais aussi la codification de ces interprétations et leur inscription dans une démarche globale de sauvegarde du patrimoine industriel se pose. Comment travailler sur la retranscription textuelle d'une image tout en conservant sa lecture visuelle ? Est-il possible de normaliser un vocabulaire propre à l'image ? Est-il possible de construire un vocabulaire commun sur la base de différentes interprétations de l'image ? Quels sont les enjeux d'une telle démarche ? Ses contraintes ?

Nous aborderons dans une première partie la notion de gestion des connaissances et ses liens avec la gestion de contenu et l'organisation des connaissances. Nous verrons ce qu'une telle démarche implique et en quoi le support image peut constituer une caractéristique d'importance, nécessitant l'adaptation des méthodes et des outils.

En seconde partie nous aborderons trois grands axes de réflexion découlant de la mission effectuée durant ce stage. Il nous a paru plus pertinent d'insérer cette partie avant celle de présentation et d'analyse de la mission car elle permettait une plus grande théorisation des concepts abordés et une mise en perspective de l'analyse de la situation et des solutions envisagées. Cette partie s'axe autour de la question de la mise en œuvre technique et des outils existant. Ces trois grands axes de réflexion découlent des particularités liées à la gestion d'un fonds audiovisuel et à la particularité d'entamer une démarche de normalisation du vocabulaire d'indexation et de recherche. Ils portent sur la question de l'exploitation du contenu visuel de l'image, ses problématiques et les outils existant ; la question de l'harmonisation des différentes interprétations de l'image et de comment régler les différents problèmes de sens ; enfin, de la question de l'intégration de ce type de démarche dans une approche métier.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

Enfin, en troisième partie, nous présenterons le travail effectué durant la mission de stage, qui consistait en l'harmonisation du vocabulaire métier de différents services à la recherche et à l'indexation, ainsi que l'amélioration de la recherche d'image et de la communication entre ces services. Nous verrons les éventuels problèmes rencontrés et les solutions mises en place.

# **Première partie : Knowledge management, gestion de contenus et organisation des connaissances : définitions, enjeux, méthodes.**

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

# 1 Définir le contexte : la connaissance comme enjeux stratégique de l'entreprise

---

## 1.1 Knowledge management, gestion de contenu et organisation des connaissances : définitions et enjeux

Le knowledge management, la gestion de contenu et l'organisation des connaissances sont trois notions que l'on retrouve fréquemment dans la description de projet portant sur la terminologie et la linguistique.

La présentation que nous nous proposons de faire dans ce mémoire n'est pas une définition générique, mais une définition prenant en compte les spécificités de l'image.

### 1.1.1 Définitions

#### 1.1.1.1 Le knowledge management (KM)

Le knowledge management (ou la gestion des connaissances) se définit de la sorte<sup>1</sup> :

*Il s'agit de l'ensemble des initiatives, des méthodes et des techniques permettant de percevoir, d'identifier, d'analyser, d'organiser, de mémoriser et de partager les connaissances entre les membres d'organisation, en particulier les savoirs créés par l'organisation elle-même ou acquis de l'extérieur, en vue d'atteindre un objectif fixé.*

Cette définition souligne différents points capitaux de la mise en place d'un système de knowledge management.

Elle souligne tout d'abord que le KM relève d'une méthode ( « ensemble des initiatives, méthodes et techniques ») qui s'inscrit dans un contexte ( « atteindre un objectif fixé » dans le cadre de l'entreprise). Elle montre également qu'il repose sur un ou des objets ( les « connaissances », « savoirs créés » de l'entreprise ou « acquis de l'extérieur ») et enfin souligne les enjeux qu'il induit (« percevoir, identifier, analyser, organiser, mémoriser et partager »).

La gestion des connaissances se présente donc comme un concept vague. Elle est au carrefour de plusieurs disciplines [21, p.16] :

- sciences sociales

---

<sup>1</sup> Article Wikipédia consulté le 26/09/2011 : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Gestion\\_des\\_connaissances](http://fr.wikipedia.org/wiki/Gestion_des_connaissances)

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

- sciences de l'information
- sciences cognitives
- sciences de la communication...

De ce fait, elle revêt différents aspects selon l'angle d'approche où elle est pratiquée. Pour définir globalement la gestion des connaissances (ou knowledge management) il faudrait prendre en compte l'ensemble de ces points. Quatre types d'approche permettent de concevoir plus globalement la knowledge management [21, p. 17] :

- approche utilitaire ( l'information doit être obtenue au moment où on en a besoin. La gestion des connaissances se situe donc sur l'ensemble de la chaîne de production et de gestion du document)
- approche fonctionnelle ( basée sur le cycle de vie des documents et sur une approche plus « logicielle » du knowledge management)
- approche opérationnelle (basée sur la combinaison de savoirs et de savoirs-faire dans l'entreprise et sur une idée de collaboration)
- approche économique (basée sur une volonté de valoriser le capital intellectuel de l'entreprise)

#### **1.1.1.2 La gestion de contenus**

La gestion de contenus, elle s'attache à rationaliser le cycle de vie d'un document. Elle permet d'organiser, gérer et diffuser les informations sous la forme de documents papier ou électroniques (GED) [19, p.14]

Elle repose sur 4 étapes [voir annexe 1] :

- l'acquisition des documents
- le classement des documents
- le stockage des documents
- la diffusion des documents.

Dans de nombreuses définitions, la gestion de contenus est présentée comme un élément du Knowledge management.

#### **1.1.1.3 L'organisation des connaissances**

L'organisation des connaissances admet – selon une définition large – l'ensemble des systèmes permettant l'organisation de données relatives à un domaine particulier. Elle permet de structurer et de normaliser les connaissances. [24]

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

Elle s'appuie sur divers outils (vocabulaires contrôlés, structures linguistiques...) que nous analyserons plus en détail plus tard.

L'organisation des connaissances est également définie comme une partie de la gestion des connaissances.

Ces trois domaines s'attachent à gérer différents aspects de la gestion des connaissances : la capitalisation des savoirs, la rationalisation de leur gestion et la structuration des données qui les constituent. La notion de KM englobe celle de gestion de contenus et de système d'organisation des connaissances, même si ces dernières peuvent exister en dehors d'un projet de knowledge management.

## **1.1.2 Enjeux de la gestion des connaissances**

### **1.1.2.1 Les connaissances comme capital de valeur pour l'entreprise**

La gestion des connaissances s'appuie sur la connaissance et le savoir de l'entreprise. Ce savoir peut-être formel (Ex : un document) ou informel (Ex : savoir-faire d'un employé):

*Capitaliser sur les connaissances de l'entreprise, c'est considérer les connaissances utilisées et produites par une entreprise comme un ensemble de richesses constituant un capital, et en tirer des intérêts contribuant à augmenter la valeur de ce capital. [21, p.19 citant GRUNDSTEIN<sup>2</sup>]*

La connaissance est donc bien une richesse pour l'entreprise qu'il faut savoir faire fructifier, au même titre qu'un capital économique.

La gestion des connaissances permet de valoriser ce capital. Mais c'est un processus relativement long et coûteux et peu connu des entreprises. En outre, il est difficile, encore aujourd'hui, de réellement quantifier la valeur ajoutée d'un tel processus.

Cependant, lorsque l'on parle de « gestion des connaissances » il n'est pas fait mention du type de connaissance qu'un organisme a à gérer. Il convient donc de définir ces connaissances et de les analyser. Nous verrons comment il est possible de les définir un peu plus loin dans ce mémoire.

---

<sup>2</sup>GRUNDSTEIN Michel. Le Management des Connaissances dans l'entreprise : problématique, axe de progrès, orientations. In Actes du Colloque « Capitalisation des connaissances et Innovation ». Noisy-le-Grand, ISIEE, 07 décembre 2001, 21 p.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe



### **1.1.2.2 Finalités de projet de knowledge management**

Il est possible de déterminer la finalité d'un projet de gestion des connaissances et les besoins réels auxquels elle peut répondre.

Selon une étude réalisée par l'éditeur de logiciel Knowings (sur les pratiques des utilisateurs), le KM est principalement développé pour [22] :

- la recherche et développement (55% des répondants)
- la vente et la relation client (49%)
- les fonctions de production (43%)

En outre, l'étude montre également que ce type de projet est motivé par une volonté :

- de capitaliser le savoir
- de partager les bonnes pratiques
- de mettre en place les bases d'un travail plus tourné vers le collaboratif
- de développer des communautés de pratiques et des groupes de réflexion métier au sein des entreprises.

Ces indications nous montrent que le KM est perçu à la fois comme un besoin interne et externe et comme une réelle démarche relevant de la stratégie, de la qualité et de la productivité. De manière plus globale, il est possible de voir que la gestion des connaissances est un domaine transverse, touchant autant à l'économie, l'organisationnel, les ressources humaines ou la documentation [21, p. 21].

D'un point de vue plus fonctionnel, la gestion des connaissances permet [21, p.21] :

- d'optimiser les processus
- de développer l'innovation
- d'optimiser le cycle de décision
- d'optimiser et de développer les capacités d'apprentissage
- de réduire la subjectivité liées aux connaissances

Ce dernier point nous intéresse tout particulièrement dans le cadre d'un projet de gestion des connaissances audiovisuelles. En effet, nous le verrons, l'image véhicule bon nombre d'interprétations et de points de vue qu'il est primordial de savoir gérer afin de réduire le risque de perte d'information. Avant cela, il convient de s'interroger sur la spécificité qu'apporte la caractéristique audiovisuelle dans un fonds dans la gestion des connaissances.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

## **1.2 Auteur/Gestionnaire/Lecteur : l'image au cœur d'un système de connaissance et d'information complexe**

### **1.2.1 Notions clés**

#### **1.2.1.1 L'image fixe**

Étymologiquement parlant, l'image fixe est une représentation du monde. La définition du terme « image » du Larousse offre deux niveaux de lecture :

- reproduction d'un objet par une surface réfléchissante (que l'on pourrait qualifier de représentation naturelle de l'objet)
- reproduction d'un objet par la photographie ou une technique apparentée sur un support donné ( que l'on pourrait qualifier de technique)

La notion de support est donc au cœur de celle de l'image. Elle implique que l'image, en reproduisant un objet physique sur un support extérieur, induit une double référence à l'objet représenté : dans le réel d'une part et dans le signe, l'image. Cette distinction est au cœur de toutes les définitions données de l'image fixe, et notamment de l'image en tant qu'objet documentaire. [29, p. 14]

L'image fixe peut donc désigner à la fois une photographie, un dessin, un plan...Elle est toute représentation non textuelle d'une chose.

#### **1.2.1.2 L'image numérique**

Lors de la journée ADBS sur les images numériques, Sabine André définissait l'image fixe ainsi :

*L'image numérique est définie par le nombre de pixels qui la composent (longueur x largeur). Sa résolution s'exprime en points par pouce (dpi), relie sa taille (en pixels) à sa dimension physique. [6]*

L'avènement du numérique a donc transformé l'image fixe en fichiers informatiques aux caractéristiques complexes, comme nous le montre cette définition. La multiplicité de ses critères de description est une caractéristique essentielle du document visuel. Ils montrent que l'image est un tout, dont la lecture ne saurait être segmentée. Cela n'est pas le cas du

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

document textuel qui peut être segmenté selon sa structure hiérarchique (titres, sous-titres..)

### 1.2.1.3 La photographie

Le Larousse toujours, donne comme définition de la photographie celle d'un procédé, une technique. Ce procédé permet d'enregistrer la lumière sur un support à l'aide de composants chimiques (pour la photographie argentique) ou électronique (pour la photographie numérique).

La photographie désigne également la reproduction de l'image obtenue.

Comme tout vecteur, la photographie renvoie à la fois à l'objet qu'elle représente et à sa représentation. Elle est donc au cœur de tout un enjeu d'interprétations [29, p. 14]

## 1.2.2 Gestion et diffusion de l'image fixe

### 1.2.2.1 Processus de diffusion de l'image fixe

Le processus de création/gestion/diffusion de l'image peut être représenté en 4 étapes :

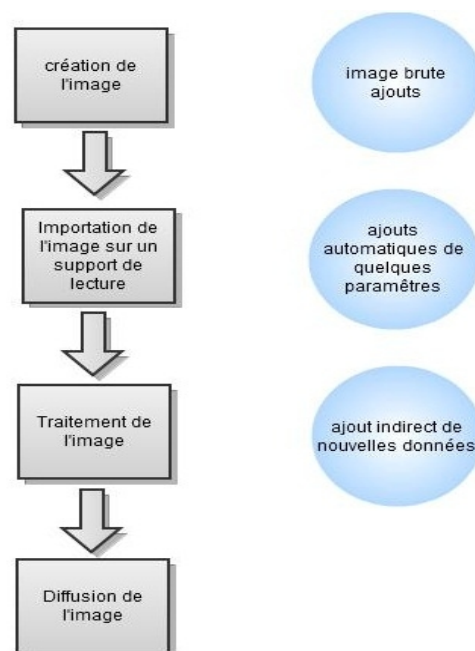


Illustration 1: Processus de diffusion de l'image fixe

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

Ces étapes soulignent plusieurs particularités. D'une part, elles induisent que pour analyser une image de manière exhaustive, il est indispensable de prendre en compte [4] :

- son contexte de production
- sa description
- l'interprétation possible que peuvent ou que pourront en faire les gestionnaires et utilisateurs finaux de l'image.

Cela souligne également l'importance des métadonnées ajoutées automatiquement ou non et qui insistent sur l'aspect technique de l'image et sur son ambiance (ce qu'elle nous montre et ce qu'elle cherche à montrer) [4]. Ces métadonnées sont indispensables à la gestion de l'image qui ne peut être traitée ou gérée sans elles. Sans métadonnées exprimant tout l'environnement contextuel de l'image, on peut imaginer comme il serait difficile de retrouver un document sur la simple description de ce qu'il représente. Pour l'expérience, il suffit de taper un terme générique comme « pot » dans Google et de voir le nombre hétérogène et très important d'image qui en ressort : sans métadonnées contextuelles, on se retrouve avec des pots de fleurs, des pots au feu, des pots d'échappement, mais aussi des images de différents formats, de différentes tailles, couleurs, dates...

### **1.2.2.2 Acteurs de l'image fixe**

Ce processus induit au moins 3 types d'acteurs :

- l'auteur
- le gestionnaire
- le destinataire

La gestion d'un fonds photo induit presque systématiquement une différenciation entre ces trois personnes. Ces trois acteurs sont autant de regards différents sur l'image. Aussi, avant d'analyser une image, il est important de la replacer dans ce processus de création.

Le gestionnaire, lors du traitement de l'image doit prendre en compte ces spécificités :

- la globalité de l'image ( ce qu'elle représente effectivement)
- les caractéristiques techniques de l'image
- ce que l'auteur a voulu montrer (parfois indiqué dans une légende)
- les possibles interprétations ou analogies que l'image appelle (ce que l'image ne montre pas)
- la spécificité des destinataires qui peut donner à l'image un sens particulier.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

L'image et le traitement de l'image se situe donc au carrefour de plusieurs subjectivités. [29, p.13]

Or, nous avons vu que la gestion des connaissances avait pour finalité de normaliser les connaissances et de réduire leur aspect subjectif. Contrairement à une gestion des connaissances textuelles, une gestion des connaissances audiovisuelles devra prendre en compte ces différents aspects.

Une démarche de knowledge management n'est pas forcément évidente à théoriser. Plus encline à se révéler dans la pratique, il est néanmoins possible de mettre en lumière ses enjeux et ses finalités. Analyser une démarche de gestion des connaissances revient aussi à analyser la connaissance en elle-même. Nous avons pu voir ici à quel point les savoirs d'une entreprise pouvait constituer un capital d'importance.

Mais il est étonnant de constater deux lacunes dans les diverses définitions et spécificités croisées dans ce chapitre. Peu évoquent le caractère collaboratif intrinsèque d'une démarche de gestion des connaissances. Autre constat : s'il est reconnu que ces démarches sont souvent pluridisciplinaires, c'est plus souvent pour évoquer différentes approches parallèles et non combinatoires. Or l'enjeu d'une démarche de knowledge management – et cela est particulièrement visible dans le cadre d'une gestion des connaissances audiovisuelles – réside aussi dans la combinaison de plusieurs points de vues et de plusieurs approches.

## 2 Définir l'objet « connaissance »

---

Le concept de « gestion des connaissances » amène forcément celui de la connaissance en elle-même. Avant même de commencer à gérer ces connaissances, les trier, les organiser, il faut les définir, baliser leur domaine, établir leurs limites et les liens qui les lient.

### 2.1 Définitions

La notion de connaissance induit également celle d'information et de documents. Ces trois notions clés de la documentation se doivent d'être définies avant tout travail d'analyse et d'organisation. Quels sont leurs points communs, leurs différences ?

#### 2.1.1 Notions clés

##### 2.1.1.1 Qu'est-ce qu'une connaissance ?

Le concept de « connaissance » est assez vague. En anglais, « knowledge » renvoie au savoir et à la connaissance, au singulier comme au pluriel. En entreprise, cela peut concrètement se traduire tant par la connaissance explicite, transmise, que par le savoir-faire implicite ou encore les échanges sociaux entre employés.

Les connaissances peuvent alors être : [16, p.17]

- statiques (c'est à dire cantonnées à un domaine particulier, théorique)
- dynamique ( liées aux conditions d'exécution d'une tâche, c'est à dire à la pratique de cette tâche)

Dans le cadre d'une entreprise, la connaissance est fortement liée au concept et à l'enjeu de la transmission des savoirs d'un individu A à un individu B. On la caractérise alors de deux manières [16, p. 18] :

- tacite, c'est à dire non formalisée
- explicite, c'est à dire formalisée et soumise à une procédure établie de transmission

##### 2.1.1.2 Qu'est-ce qu'une information ?

Une information est un élément de la connaissance. L'information est la donnée brute qui, dans la gestion documentaire, est mise en forme, normée et présentée à l'utilisateur . Tout

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

objet peut potentiellement être porteur d'information. Mais celle-ci, pour être exploitable, doit-être décryptée et retranscrite. [31, p.10]. Sur ce point, le cas de la photographie est particulièrement problématique : porteuse d'informations visuelles, la photographie doit être décryptée et retranscrite de manière textuelle pour être exploitée. Nous verrons à quel point le passage de l'un à l'autre peut s'avérer périlleux.

La connaissance est l'ensemble des informations comprise, assimilée et utilisée dans le cadre de la pratique professionnelle. Gestion de l'information et gestion des connaissances sont deux facettes d'une même pièce. Toutes deux tendent à gérer et exploiter des données de nature différentes. Mais là où la gestion de l'information reste en amont sur la gestion et la diffusion des données, la gestion des connaissances, elle, prend de la hauteur afin de donner un sens, une finalité au processus. Selon les mots de Bernadette Ferchaud, « la gestion des connaissances mets l'accent sur les personnes et non sur le système » [20]

### **2.1.1.3 Qu'est-ce qu'un document ?**

Information et connaissance induisent la notion de support. Elles n'existent pas en elle-même, il leur faut être retranscrite via un support (oral, écrit, pictural...) pour être exploitées. Le document est une unité d'information correspondant à un contenu singulier. Il est le support de l'information et de la connaissance. [31, p.11]

Il peut être de différentes natures :

- textuel (texte, facture, notes de procédure...)
- visuel (image)
- audio (enregistrement)
- filmique
- numérique (c'est à dire qu'il nécessite l'utilisation d'un outil spécifique pour être lu)

## **2.1.2 Structures et mode de transmission des connaissances**

### **2.1.2.1 La transmission des connaissances**

Nous avons vu que les connaissances étaient soit tacites, soient explicites. Elles sont donc créés soit à partir du savoir faire des employés, soit à partir de la mémoire d'entreprise. Leur circulation et leur transmission dépendent de ces deux caractéristiques.

Quatre modèles de transmission des connaissances existent et cohabitent en entreprise. [16, p. 20]

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

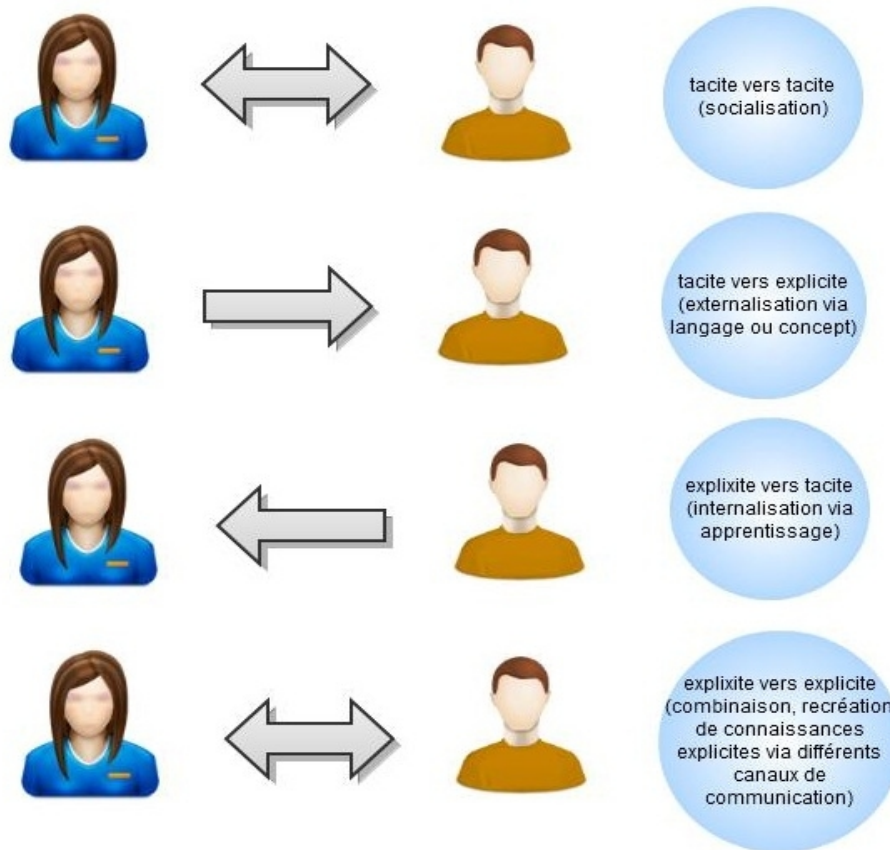


Illustration 2:

Schéma des différents types de transmission des connaissances [16]

Ces types de transmissions sont autant de moyens de faire circuler les connaissances. Ils se complètent.

Les connaissances communes et individuelles sont un enjeu primordial pour le suivi des projets et la bonne marche d'une entreprise. Ainsi, la mémoire d'entreprise – dont la conservation est un enjeu du KM comme nous l'avons vu précédemment – est constitué en partie de ce capital immatériel [17, p. 237]. Il permet d'éviter la perte d'information, le doublonnage des tâches ou encore le ré-apprentissage de techniques spécifiques à un domaine. L'entreprise X où j'ai pu effectuer mon stage, par exemple, a depuis quelques années mis l'accent sur la préservation de la mémoire patrimoniale de ses produits. Ceux-ci

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe



étant assez nombreux et certains ayant une durée de vie très courte, il n'est pas rare de voir leur nom tomber dans l'oubli. Retrouver ces noms et la spécificité des produits grâce aux connaissances des employés les plus anciens constitue un enjeu très important dans la conservation de ce patrimoine historique. Mais l'entreprise X voit également cette préservation comme un moyen de formation des nouveaux employés. La connaissance, ici conservée comme information historique, devient alors connaissance transmise officiellement.

### **2.1.2.2 La structuration des connaissances audiovisuelles**

Ainsi que l'a démontré Laura Phirmis dans son mémoire de fin d'étude, la démarche de gestion et d'organisation des connaissances part du principe de leur modélisation [21, p. 26]. Or pour ce faire, connaître la structure des connaissances gérées est primordial.

Nous verrons plus tard dans le mémoire les différents outils existants pour modéliser et organiser ces connaissances. Ce qui nous intéresse plus particulièrement ici, c'est bien la structuration particulière des connaissances audiovisuelles.

Dans son article « Notes sur la structure informationnelle de la photographie », Patrick Peccatte appelle à ne plus penser la photographie numérique comme un objet (par exemple : un fichier informatique) mais comme une structure informationnelle, c'est à dire une source d'informations. [4]

La composante visuelle s'oppose à d'autres composants, comme par exemple les caractéristiques et paramètres décrivant l'image elle-même. Ces derniers sont soit générés automatiquement, soit rajoutés indirectement. Ils sont généralement élaborés sous la forme de métadonnées textuelles.

La photographie (et à plus grande échelle : l'image) comporte donc une structure à double niveau :

- l'image en elle-même
- les données additionnelles souvent ajoutées sous la forme de métadonnées textuelles

Dans le cas de l'entreprise X, l'image publicitaire, sur laquelle j'ai été amenée à travailler, comportait différentes strates d'informations et de connaissances :

- le nom du produit représenté
- le nom de la campagne publicitaire dans laquelle elle s'insérait
- le nom du photographe et/ou du mannequin représenté...

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

Ici, l'image était en elle-même une connaissance à transmettre. Un tout. Mais pour gérer cet amas de connaissance, il était important de les définir.

L'image n'échappe pas à cette règle. Gérer un fonds d'image nécessite forcément de définir ce que l'on souhaite valoriser, l'histoire de ce fonds, ses utilisateurs finaux... Très vite, il est apparu que si, globalement, l'objet connaissance (ici l'image publicitaire) était unanimement reconnu et connu de tous, il était en revanche beaucoup plus difficile pour les employés de le définir à l'aide de mots. Le concept était compris, la désignation l'était beaucoup moins. La réflexion autour de la désignation verbale de l'objet comme moyen de le définir s'est donc imposée, de même que la question de savoir si ce lien était dû à la nature du fonds ou si la désignation était un passage obligé de la définition d'une connaissance.

## **2.2 Définir c'est désigner**

L'entreprise X, nous le verrons plus en détail plus loin, avait relevé des incohérences concernant le nommage des connaissances. Ces incohérences portaient soit sur le nommage des objets (nom de code, abréviation concernant les produits...) soit sur le nommage des fichiers.

### **2.2.1 Normes et standards**

#### **2.2.1.1 Norme IPTC**

La norme IPTC a été établie par l'organisation IPTC – International and Telecommunication Council – en association avec la NAA - Newspaper Association of America – afin de développer et promouvoir des standards d'échange de données initialement à destination du secteur de la presse.

Reprise et développée par l'entreprise Adobe, elle désigne 33 métadonnées internes – c'est à dire stockées et embarquées dans le document lors de l'échange – qui permettent de décrire des images à l'aide de champs. [13]. Cette norme permet de décrire les images de façon très précise et à la source sur des informations portant par exemple sur :

- son nom
- son support physique
- son contenu
- sa structure

### **2.2.1.2 Standard XMP**

Ce standard a été créé par l'entreprise Adobe. C'est une version simplifiée du standard RDF ( Ressource Description Framework) qui s'appuie sur le langage XML. Ses caractéristiques ( extension du format des métadonnées, possibilité d'exploiter les métadonnées sans avoir recourt au logiciel d'origine) en font un outil adaptable. Cependant, XMP n'est pas encore normalisé.

Comme la norme IPTC, il repose sur une logique de métadonnées internes qui facilitent l'échange et l'exploitation des images. [13]

### **2.2.1.3 Le format EXIF**

Le format Exif – Exchangeable image file – définit les informations techniques contenues dans les fichiers images.

Développé par le JEIDA – Japan Electronic Industry Development Association - , il n'est pas soutenu par une organisation internationale de normalisation. [13]

La plupart des métadonnées Exif portent sur les caractéristiques techniques de l'image :

- fabricant
- modèle de l'appareil
- hauteur et largeur d'images
- date et heure de prise de vue...

La pluralité de ces normes illustrent la pluralité des information qu'il est nécessaire de définir pour analyser une image et de la nécessité de normer ces appellation pour optimiser les échanges de fichier, leur gestion, leur interprétation et leur diffusion.

## **2.2.2 Lecture et analyse de l'image fixe**

### **2.2.2.1 Polysémie de l'image**

On a longtemps reproché à l'image sa polysémie. Un individu A ne fera pas parler une image de la même manière qu'un individu B. L'exemple typique reste ces dessins à double sens où l'on voit tantôt une vieille femme, tantôt une jeune fille, tantôt un canard ou tantôt un lapin. Ces images cristallisent (à dessein !) la polysémie de l'image.

Où porte la polysémie ? Dans une image, ce n'est pas tant ce qui est représenté qui pose soucis que les analogies qui en découlent. Une image de table représentera toujours une

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

table. Mais elle pourra évoquer le dîner chez l'un, la cuisine chez l'autre... Selon Michel Melot, l'image n'est pas polysémique dans le sens où elle n'existe pas en elle-même. Dans le cadre d'un fonds documentaire spécialisé par exemple, le documentaliste saura quel sens donner à ses images en fonction de ses thématiques et de ses utilisateurs. Ce seront donc les questions que l'on pose à l'image qui constitueront l'enjeu du nommage et non l'image en elle-même. Michel Melot évoque également la cohérence des fonds audiovisuels. Selon lui, l'image n'existe jamais seule. Elle ne prend son sens que dans la pluralité d'un lot. C'est dans une série que l'on voit apparaître ce qu'il appelle « la syntaxe de l'image » et que l'on peut faire dire à l'image ce qu'elle ne montre pas. [3]

C'est l'interprétation qui donne son sens à l'image et non son contenu [29, P.15]

### **2.2.2.2 Sémiologie de l'image**

La sémiologie (de *semios* = signe et *logos* = discours) est la science des signes et, en linguistique plus exactement, la science des systèmes de signe exprimant des idées.

La sémiologie de l'image est l'étude des modes de signification de cette dernière [29, p.16].

Elle distingue d'une part les signes iconiques (ou icônes), qui renvoient aux objets du monde, et les signes plastiques, qui produisent des significations dans ses trois types de manifestation que sont la couleur, la texture et la forme<sup>3</sup>.

La sémiologie prend également en compte la dialectique de l'expression d'un signe, que l'on retrouve souvent dans l'image [14, p. 27] :

- ce qui nous est montré (la présence) / ce qui ne nous est pas montré (l'absence)
- ce qui se manifeste/ ce qui est latent

Toute la problématique de l'analyse documentaire de l'image repose sur ces principes : dire à la fois ce que montre l'image et ce qu'elle sous-entend et faire la part des choses entre signifiant et signifié.

### **2.2.2.3 Images et langages**

Outre celle de la polysémie, la question de la relation image/langage pose question, notamment dans le cadre d'une réflexion globale sur le nommage. Définir c'est désigner, certes, mais comme désigner un objet visuel avec un langage textuel ? Il est parfois difficile

---

<sup>3</sup>Article wikipédia consulté le 26/09/2011 : [http://fr.wikipedia.org/wiki/S%C3%A9miologie#S.C3.A9miologie\\_visuelle](http://fr.wikipedia.org/wiki/S%C3%A9miologie#S.C3.A9miologie_visuelle)

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

de poser des mots sur une image. Comment définir son ambiance par exemple ? Comment choisir les mots ?

Selon Michel Melot, nous avons trop tendance à vouloir lire l'image comme un texte, ce qu'elle n'est pas. L'image serait alors irréductible au langage. Il serait donc impossible de la définir objectivement [3]. Comment, alors, rendre explicite ce qui ne peut être désigné ? Comment rendre objectif et utilisable par le plus grand nombre ce qui reste fondamentalement subjectif ?

L'entreprise X a posé cette problématique au cœur de ma mission de stage et du projet plus global dans lequel elle s'inscrivait. Des éléments ont déjà été pris en compte dans le travail quotidien de gestion du fonds documentaire. L'indexation des images, par exemple, prend déjà en compte le vocabulaire et le point de vue de différents services. Mais elle se heurte à une série de problèmes causés notamment par le rapport entretenu entre les salariés et ce fonds documentaire et entre leur langage propre et le langage documentaire utilisé à l'indexation. Travailler sur l'appellation s'est donc imposé comme une nécessité d'une part pour améliorer l'accès à l'information mais également pour rendre explicite des connaissances divers qui ne l'étaient pas.

La question de la relation image/langage, enfin, force à repenser l'image comme un mode de signification à part entière. Au delà du constat qu'il est en effet compliqué de lier image et langage, la question de l'image comme mode de communication prend tout son sens [29, p. 16]

Afin de traiter ces spécificités au moyen d'outils spécialisés, il est d'abord nécessaire de définir une approche, une méthode permettant de prendre en compte tous ces aspects tout en établissant leurs limites.

## 3 Définir une méthode pour un projet de gestion des connaissances

---

### 3.1 Méthodes du KM<sup>4</sup>

#### 3.1.1 Démarches du KM

Nous avons vu que les objectifs du knowledge management reposent sur 3 piliers :

Afin de réaliser ces objectifs, une démarche de Knowledge management doit prendre en compte 3 dimensions simultanément :

- individuelle (échelle humaine)
- organisationnelle (échelle de l'entreprise)
- technique

Combiner ces trois dimensions permet d'adapter la démarche de KM aux besoins réels de l'entreprise.

Souvent affilié à une démarche projet, la démarche de gestion des connaissances se construit de manière similaire. 3 phases distinctes peuvent être découpées [21, p.39] :

- phase d'analyse du projet
- phase de mise en œuvre (test)
- phase de déploiement et de réajustement

Il n'est bien sûr pas possible de définir une méthode dans l'absolu, applicable de façon générique à toute démarche de gestion des connaissances. Par essence, ces dernières sont adaptées aux besoins spécifiques d'une entreprise. En outre, une démarche de knowledge management ne sera pas menée de la même manière suivant qu'elle est menée sur l'ensemble de l'entreprise (démarche Top-Down) ou en mode pilote sur un seul service (démarche Bottom-Up). [21, p.41]

---

<sup>4</sup>Cette partie présentera un rapide panorama des méthodes possibles du KM. Pour plus de précision, se reporter au très complet mémoire de Laura Phirmis « Capitaliser et partager les connaissances pour une meilleure gouvernance associative » [21]

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

### **3.1.2 Méthodes du KM**

Néanmoins, il est possible de détacher plusieurs phases ou méthodes distinctes pouvant être appliquées et adaptées suivant le besoin de l'entreprise [21, p.32] :

- Capitalisation de retours d'expériences
- Analyse des flux de connaissances et des processus de traitement
- méthodes d'aides à la décision
- conceptualisation de la mémoire d'entreprise

On constate ainsi que deux approches se démarquent [17, p.248] :

- l'analyse d'une situation ( audit)
- la récupération directe des informations ( enquêtes)

La plupart du temps, ces deux approches sont utilisées de manière combinatoire dans les projets de KM. Elles permettent de confronter les expériences vécues avec la réalité des processus de travail quotidien.

### **3.1.3 Outils de KM**

#### **3.1.3.1 Analyse fonctionnelle et technique des outils de KM**

D'un point de vue fonctionnel, un outil de KM doit pouvoir gérer :

- les connaissances déjà existantes
- les connaissances produites ou découverts durant la démarche de gestion des connaissances

Il doit en outre comprendre la dimension informationnelle des connaissances (leur contenu) et leur dimension individuelle.

Les outils de gestion de connaissances sont des moyens de gestion mais aussi d'apprentissage. Ils doivent pouvoir être utilisés dans le cadre de la restitution des connaissances autant que dans le cadre de leur capitalisation. Ils sont également au cœur du déploiement collaboratif de la démarche KM.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

Bernadette Ferchaud a établi une typologie des outils de gestion des connaissances. Ce sont donc des outils [20] :

- de création de connaissances explicite
- de recherche
- de push (d'alerte)
- collaboratifs
- personnalisables
- d'analyse linguistique
- de statistique

D'un point de vue technique, ces outils présentent une architecture « en couche » [21, p.30] La segmentation en différentes strates permet une approche personnalisée de l'outil et permet également d'intégrer une approche métier.

### **3.1.4 Deux exemples de fonctions majeures du KM : la recherche et l'échange**

#### **3.1.4.1 La recherche**

Concrètement la prise en compte des connaissances existantes et produits se traduit par deux fonctions majeures :

- la fonction de recherches
- la fonction d'échanges

La fonction de recherche repose principalement sur la technologie du moteur de recherche. Ce dernier traduit une demande d'un utilisateur par une requête informatique qui lui permet de faire remonter un certain nombre de résultats. <sup>5</sup>

Ex : je recherche « produit D campagne X 2010 ». le moteur de recherche traduira par : « produit D » ET « Campagne X » ET « 2010 » et fera remonter les documents comprenant ces trois informations. Suivant le degré de précision, il pourra, ou non, faire remonter également les documents comprenant ces trois informations séparément.

La fonction de recherche fonctionne principalement grâce à l'indexation des documents qui permet de faire ressortir de manière condensée les principales informations pertinentes.

---

<sup>5</sup>Article wikipédia consulté le 26/09/2011 : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Moteur\\_de\\_recherche](http://fr.wikipedia.org/wiki/Moteur_de_recherche)



L'enjeu d'une démarche de gestion des connaissances sur cette fonction repose sur l'optimisation et le gain de temps à la recherche, la pertinence des résultats et la facilité d'utilisation.

Dans le cadre de cette étude de cas, l'objectif était d'optimiser la recherche sur un moteur de recherche nouvellement installé.

#### **3.1.4.2 La fonction collaborative**

La fonction collaborative, elle, peut prendre différents aspects : portail, forum, plateforme... Elle peut également interagir avec la fonction de recherche. Ainsi, de plus en plus, les techniques de folksonomie et d'indexation collaboratives se déploient en entreprise.

La fonction collaborative comporte une fonction de capitalisation et de socialisation. Elle permet entre autre de :

- capitaliser la mémoire des employés sortants
- former les nouveaux arrivants
- créer une culture d'entreprise
- associer des profils de postes ou de projets complémentaires
- etc...

La fonction de capitalisation permet de fédérer la gestion des ressources d'une entreprise [18 p. 39].

La fonction de socialisation est au cœur de l'aspect collaboratif du KM. Elle permet l'échange de savoirs entre les salariés d'une entreprise en interne. Elle est particulièrement apprécié dans les entreprises d'envergure possédant plusieurs sites et regroupant sur chacun les même types de métiers.

Ainsi, ces outils permettent de rendre l'information de plus en plus accessible aux utilisateurs et permettent l'échange et la valorisation de connaissances en entreprise.

Ils évoluent de plus en plus avec la technologie du Web qui met l'accent sur la simplicité des interfaces et la participation active des utilisateurs.

Cependant, il est à noter que ces outils, aussi performants soient-ils, ne constituent pas une réponse en soi aux besoins d'un entreprise. Ils doivent être intégrés à une démarche et à un projet plus global. Un outil seul ne vaut rien. C'est la capacité des acteurs à l'adapter à une situation donnée qui crée sa réelle richesse.

## 4 Conclusion de la première partie

---

Il est assez compliqué de théoriser et de présenter de manière exhaustive les particularités d'une démarche de KM, car elle relève généralement dans la pratique de différents contextes, différentes disciplines, différents domaines.

À travers différents exemples de mise en oeuvre, il est néanmoins possible de voir émerger des démarches et méthodes « types » que nous avons tenté d'analyser ici. Cependant, il convient de noter que bien souvent, ces démarches s'adaptent à la gestion de documents textuels. La notion de « gestion des connaissances audiovisuelles » n'intervient qu'après et elle est d'autant moins théorisable qu'elle est moins pratiquée.

L'enjeu d'une démarche de KM pour un fonds audiovisuel réside dans la prise en compte des caractéristiques intrinsèques de l'image, mais aussi dans l'adaptation des démarches à ces caractéristiques.

La mise en place d'une démarche de gestion des connaissances via l'harmonisation d'un vocabulaire met en lumière ces spécificités et des axes de réflexions qui accompagnent sa mise en place. Il convient de les examiner avant d'aborder l'analyse de la situation ayant menée à ce mémoire.

## **Deuxième partie : De l'image au langage , comment exploiter les ressources de l'image fixe ?**

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

## 5 Exploiter le contenu visuel de l'image

### 5.1 Un capital d'informations à exploiter

#### 5.1.1 Cycle de vie de l'image fixe

En documentation, une image est un capital d'informations très hétérogènes. Nous l'avons vu, à la fois œuvre et support, l'image – et plus précisément la photographie – est au cœur d'un système de production, gestion et diffusion spécifique.

Comment exploiter de tels documents ? Comment respecter ses spécificités ? Quels outils sont aujourd'hui à notre disposition ?

Selon Antoine Raulin, le cycle de vie de l'image contient 4 phases distinctes pouvant être figurées de la sorte : [5, p. 44]

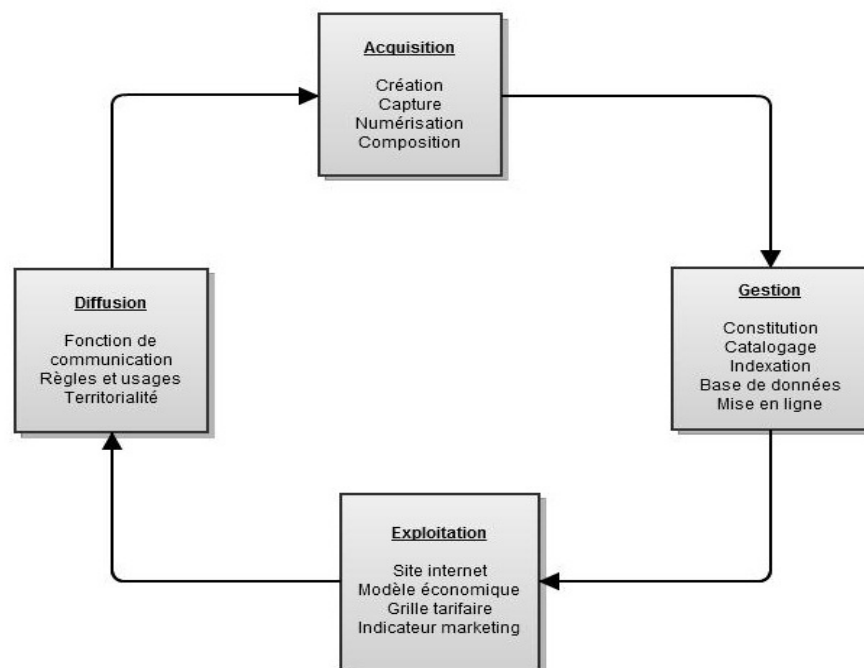


Illustration 3 : Les 4 phases du cycle de vie de l'image vu par fonctions [5, p.44]

Nous pouvons voir qu'à chaque étape correspondent des fonctions et des usages particuliers. Ces fonctions ont pu être rationalisées et automatisées en partie, grâce aux

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

avancées technologiques de ces dernières années (robotisation de la numérisation, indexation automatique, indicateurs de suivis...) mais aussi grâce à l'évolution des formats d'images (du notamment à l'avènement du numérique). Outre ces aspects techniques propres à la création, la gestion et la diffusion des fonds audiovisuels, ces avancées techniques ont permis de gérer parallèlement aux images, un certain nombre d'informations. Nous l'avons vu en partie I, ces métadonnées constituent à présent un pan important des informations que doivent traiter les documentalistes.

Deux conséquences découlent de ces divers avancées techniques [6] :

- d'une part la fameuse augmentation du nombre d'images produite qui incite à une réflexion sur la rationalisation des processus de gestion et de diffusion
- d'autre part l'indissociabilisation des métadonnées et de l'image ne formant à présent qu'un seul gros bloc d'informations.

### **5.1.2 Les différents niveaux de lecture de l'image fixe**

Ce dernier point nous intéresse particulièrement. En effet, dans son article, Antoine Raulin expose la théorie suivante : plus une image est source d'information, plus les informations contextuelles la décrivant seront alors nécessaires à sa gestion et à sa diffusion[5, p44]. Dès lors, la lecture d'une image pourra porter [4] :

- soit sur l'image en elle-même (1er niveau de lecture, l'aspect visuel de l'image)
- soit sur l'image et ses métadonnées (2e niveau de lecture, aspect textuel et contextuel de l'image)

Il serait même possible de pousser la dissection des niveaux de lecture d'une image encore plus loin. Quatre niveaux de lecture serait alors possible, renvoyant<sup>6</sup> :

- soit au caractère dénotatif de l'image (c'est à dire ce à quoi rapporte l'image directement)
- soit à son caractère connotatif (c'est à dire tous les éléments de sens pouvant s'ajouter à cette référence)

---

6 Article wikipédia consulté le 26/09/2011 : [http://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9notation\\_et\\_connotation](http://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9notation_et_connotation)

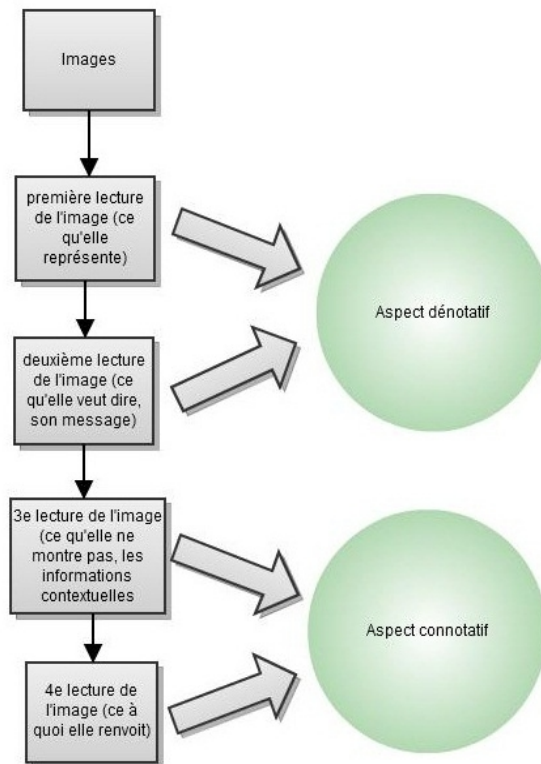


Illustration 4 : Les différents niveaux de lecture d'une image

Il va de soit que le choix de l'un ou l'autre de ces niveaux de granularité de lecture d'image dépend amplement du contexte et de l'usage de l'image. Cependant, cette question d'une possible double analyse de l'image (visuelle et textuelle) amène la question de la gestion technique de cette lecture. Peut-on dès lors exploiter le contenu purement visuel de l'image, indépendamment de ses métadonnées textuelles ? Peut-on le faire sans l'usage du verbe ? Et plus encore : ces éventuelles possibilités techniques sont-elles des réponses à un besoin réel de la gestion d'image ou, au contraire, sont-ils une porte vers la création de nouvelles attentes et de nouveaux besoins ?

#### 5.1.2.1 Problèmes liés à la recherche d'images

Ainsi que l'a démontré Frédéric Bayle dans son mémoire de fin d'étude, rechercher une image suppose de [29, p. 40] :

- savoir ce que l'on cherche

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

- savoir comment chercher

Il est possible de rechercher une image :

- soit par texte via ses métadonnées
- soit par similarité visuelle via l'utilisation d'images référentes (cette techniques est encore peu usité, nous verrons à quel point elle peut constituer un enjeu pour la recherche d'images)

La recherche via les métadonnées accumule les limites soulignées par la définition de l'image fixe et de ses caractéristiques. Les métadonnées ont un côté figé qui ne correspond jamais exactement à ce que représente l'image [32]. En outre, afin qu'elles puissent remplir leur rôle, il faut qu'elle aient pris en compte les divers caractéristiques de l'image : contexte de production, objet représenté, sous-entendu...Le problème de la recherche d'image via métadonnées, réside dans ce que le texte fonctionne par signes (le langage) là où l'image fonctionne par analogie.

Enfin, bien souvent, les utilisateurs se souviendront de l'ambiance d'une image, de ce qu'elle leur a évoqué plutôt que ce qu'elle représentait en réalité. Il est donc extrêmement difficile de retranscrire en requête informatique une demande d'images d'utilisateurs.

### **5.1.3 Diverses solutions pour gérer ce capital et améliorer la recherche**

Différents types de logiciels permettent à présent de prendre en compte les spécificités des documents électroniques en général et de l'image fixe en particulier.

Deux familles de logiciels se détachent : celle de la GED (gestion électronique des documents) et celle des DAM (Digital asset management)

#### **5.1.3.1 Les logiciels de GED**

Ces logiciels comportent le plus souvent une interface de production et de diffusion des documents. La particularité d'un tel système est qu'il se base sur une exploitation multiple du document en séparant ses caractéristiques principales : son contenu, sa forme, son architecture, sa présentation...Il met en outre l'accent sur le cycle de vie du document et le workflow le caractérisant. Il est alors possible de replacer le document dans un contexte plus global. [5, p. 49] (voire annexe 1)

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

### **5.1.3.2 Les logiciels de DAM**

Ces logiciels sont une spécialité au sein de la GED. Il partagent avec elle beaucoup de caractéristiques mais sont spécialisés dans la gestion de contenu multimédia (image fixe ou animée, son...). Ils intègrent donc les spécificités liées à ce support tant dans sa gestion que dans sa diffusion. Cette partie de la gestion de contenu est l'une des plus dynamiques actuellement sur le marché. [9, p. 17]

Les logiciels de DAM ou de GED permettent à l'entreprise de gérer l'ensemble de son fonds sur l'ensemble de la chaîne de diffusion. Ces solutions « sur mesure » sont souvent présentées sous forme de modules adaptables aux besoins de l'entreprise.

Leur intérêt principal est de rendre « intelligible et exploitable » des contenus multimédia pour l'Homme comme pour la machine ». [9, p.17] Ce dernier point est même au cœur des enjeux stratégiques du domaine. Selon Bruno Bachimont : « les nouveaux outils renouvellent les modalités d'exploitation et d'interprétation des documents ».

Or, nous l'avons vu, l'exploitation du contenu purement visuel de l'image n'est pas des plus simples. Pour que ce contenu soit interprétable pour le plus grand nombre, il faut qu'il se prête à l'analyse et à la manipulation documentaire. [1]

### **5.1.4 Automatiser une partie de la gestion : l'indexation et la recherche**

Allant dans ce sens, les logiciels de gestion de contenu proposent de nouvelles fonctionnalités améliorant la possibilité de manipulation. Ces fonctionnalités se situent principalement sur l'indexation des documents et leur recherche.

#### **5.1.4.1 Attribuer automatiquement des métadonnées « images »**

Attribuer automatiquement des métadonnées aux contenus entrants est le terrain de prédilection d'avancer technologique des différents logiciels. Toutes les métadonnées ne se prêtent pas à l'automatisation. Les métadonnées portant sur le contenu de l'image sont le plus souvent entrées manuellement. Les métadonnées « techniques » (format, résolution) peuvent être attribuées automatiquement, de même que les métadonnées « logiques » (sur les associations entre différents contenus).[9, p.18] Cependant, il est à noter que cet automatisme caractérise principalement les données contextuelles à la photographie et non son aspect visuel.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe



Dès lors, comment évoluer ? La reconnaissance automatique des photos constituerait une avancée majeure. Une photographie serait segmentée en plusieurs parties (forme, couleur, texture..) ce qui permettrait de lui attribuer une « signature » unique. Un tel procédé permettrait par exemple de repérer des doublons, de lier des photos entre elles selon un thème commun, un logo, une couleur, etc. Plus encore, il permettrait une amélioration de la recherche d'image et de la visualisation des résultats. [8, p.21]

Antoine Raulin a analysé les 6 principes de base de ces nouvelles technologies [5, p. 52] :

- l'analyse pixellique de l'image
- la prise d'empreinte de l'image avec encodage des formes, des textures et des couleurs
- la création d'une base de connaissance d'images
- la récupération automatique d'images
- la détection d'images clones
- le couplage possible avec des filtres d'analyse.

Ces principes, appliqués à l'indexation comme à la recherche, permettrait d'effectuer des recherches à partir de nouvelles données (couleur, texture, forme...). Ils permettraient également d'effectuer des recherches d'image à partir d'une image source. Cependant, ce type de recherche reste très couteux et difficile à mettre en place.

#### **5.1.4.2 Améliorer la recherche**

Ces moyens techniques doivent, bien évidemment reposer sur une amélioration des techniques de recherches des utilisateurs. Ces améliorations passent par une meilleure connaissance des outils et des spécificités de la recherche d'image. Elles résident en plusieurs points [29, p. 44]

- une définition exacte de l'objet recherché
- une bonne connaissance de ou des outils de recherche
- une bonne connaissance des spécificités de la recherche d'image
- une capacité à analyser les résultats

Une dernière question se pose alors. Ces avancées répondent-elles à des besoins existants ou en créent-elles de nouveaux ? Bien sûr, la réponse se situe entre ces deux approches. Exploiter le contenu purement visuel de l'image répond à des attentes existantes. Les

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

logiciels actuels, bien que performants, se heurtent à de nombreuses limites et notamment à celles de la subjectivité de l'image. Contrairement au texte, l'image ne peut être découpée ou structurée de façon objective. Là où un texte comprend des parties, des sous-parties et des paragraphes, l'image comporte des pixels. Prendre en compte ce particularisme relève aujourd'hui du besoin le plus primaire. Le travail se situe sur la nécessité d'extraire les concepts visuels de l'image pour apprendre au moteur de recherche à les reconnaître [32]

Cependant, ces avancées seront également autant de moyen de faire évoluer nos pratiques et notre rapport à l'image. Si l'image devient recherchable par son contenu visuel, que deviendra son contenu textuel et contextuel ? Sera-t-il toujours opportun d'attribuer des mots clefs aux images fixes entrantes ? A partir de là, la question de la relation entre image et langage harmonisé prend sa réelle ampleur. Ainsi que l'a montré Frédéric Bayle dans son mémoire de fin d'étude, repenser l'image comme un mode de transmission à part entière – et ce notamment en développant des outils capables d'exploiter son contenu visuel ou à défaut en développant un langage textuel adapté à ses spécificités – permettrait une optimisation de sa gestion et de sa diffusion. [29, p. 45 ]

## 6 Coordonner, harmoniser et régler les problèmes de sens

---

### 6.1 Langages documentaires : comparatifs et possibilités

Le second grand axe de réflexion porte sur les problèmes de sens inhérents à l'image que nous avons abordés en première partie. Dans le cas de cette mission de stage, il était primordial d'y apporter une solution. L'installation d'un nouveau moteur de recherche et sa programmation induisait forcément un travail sur la terminologie. Comment harmoniser le vocabulaire de recherche ? Comment optimiser et rendre plus pertinent les résultats de recherches ? Comment indexer une image afin qu'elle soit utilisable et trouvable par le plus grand nombre ?

#### 6.1.1 Définition

L'indexation des documents, textuel ou picturaux, repose sur soit un langage documentaire contrôlé, soit sur un langage libre. Nous verrons un peu plus loin la définition de ces langages et leurs spécificités. Face à des fonds importants, l'utilisation d'un langage contrôlé est presque obligatoire. Il permet d'assurer une certaine objectivité dans la description des contenus et surtout il permet de garder une ligne directrice fiable. En effet, le temps passant, il est difficile de garder une logique d'appellation stable. Aussi, il est important de normaliser cela via un langage contrôlé. [23, p.19]

Les langages documentaires sont des langages contrôlés et artificiels basés sur la définitions de concepts et de liens entre ces concepts. [32, p. 17 citant CACALY<sup>7</sup> ]. Ils se divisent en plusieurs catégories :

- les langages à structures hiérarchiques (type classification)
- les langages à structure combinatoire (type thésaurus)

On appelle « ingénierie linguistique » la science qui s'applique à étudier ces différents types de langage.

---

<sup>7</sup>CACALY Serge (Dir). Dictionnaire encyclopédique de l'information et de la documentation. Paris, Nathan, 1997. 634 p. ISBN 2-09-190528-3

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

### **6.1.1.1 Finalités de l'ingénierie linguistique**

L'ingénierie linguistique peut reposer sur 3 finalités :

- c'est un moyen de limiter un domaine de connaissances et d'en définir les frontières
- c'est un moyen d'optimiser la communication et l'échange entre salariés
- c'est un moyen d'améliorer les performances techniques d'un logiciel

L'ingénierie linguistique et les langages documentaires revêtent également une fonction d'ajustement, c'est à dire qu'ils permettent à l'utilisateur – via les liens établis entre des concepts – de se rapprocher de la cible de sa recherche. Ces analogies linguistiques peuvent être une aide à la définition d'un sujet ou d'un domaine. De même, ils peuvent intervenir à posteriori, comme aide de sélection des résultats [31, p. 17].

Enfin l'ingénierie linguistique permet de palier aux limites inhérentes au langage naturel : homonymie, synonymie...

L'ingénierie linguistique est donc à la fois un produit et une ressource documentaire sur laquelle s'appuyer.

### **6.1.1.2 Typologie des systèmes d'organisation des connaissances**

Il nous a semblé peu intéressant de revenir ici sur l'historique des langages documentaires (déjà abondamment traités dans de nombreux mémoires traitant de ce thème). De même, il m'a semblé plus intéressant de me baser sur la typologie effectuée par Manuel Zacklad concernant les systèmes d'organisation des connaissances, plutôt que sur la fameuse typologie de Jacques Maniez. La typologie de Zacklad a ceci d'intéressant qu'elle intègre dans son classement les nouveaux types de système d'organisation (folksonomie, web socio-sémantique) mais surtout qu'elle se présente comme une typologie comparative. Elle permet donc une vision relativement exhaustive et éclairée sur l'ensemble des systèmes d'organisation des connaissances (y compris les langages documentaires).

Il existe 6 grandes familles de SOC [24] :

- les classifications universelles (CDD, CDU...)
  - basées sur une approche épistémologique, leur première finalité est de faciliter le classement physique des documents selon des divisions universelles. Manuel Zacklad intègre dans cette catégorie le système de classification à facette de Ranghanathan.
- les langages documentaires et Thésaurus

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

- Ces outils d'aide à la recherche d'information sont basés sur la sélection d'un seul descripteur pour décrire un concept. Contrairement aux classifications, il est possible d'utiliser plusieurs descripteurs pour décrire le contenu d'un document. Le thésaurus est un langage à la fois contrôlé, structuré et combinatoire [23]. Les termes d'un Thésaurus sont reliés entre eux par différents systèmes de relations (associatives, hiérarchiques...). Le Thésaurus est souvent construit d'après l'indexation des documents et est fortement lié au discours et à la langue, même si des thésaurus iconographiques existent.
- les ontologies
  - Une ontologie est l'ensemble des termes structurés d'un domaine de connaissances. Les ontologies se sont développées avec l'apparition du Web sémantique. Elles sont un moyen de modéliser un ensemble de connaissances. Contrairement aux thésaurus, les liens entre les termes d'une ontologies ne possèdent pas de définitions créés à priori. Les relations entre les termes sont créées selon le domaine de connaissance auquel appartiennent les termes. [23]
- les approches combinées (ex : le web socio-sémantique, qui repose à la fois sur une analyse statistique et sémantique des résultats)
  - Le web socio-sémantique s'oppose à la modélisation formelle des connaissances. Il s'appuie sur un certain nombre de langages documentaires (les ontologies sémiotiques, les approches à facettes locales...). Le web socio-sémantique, s'appuie sur un concept d'échange structuré par des documents et une approche structurée de l'information. [24]
- les index automatiques de moteurs de recherche
  - Ces index sont généralement invisibles pour l'utilisateur. Ils sont utilisés pour programmer un moteur de recherche à reconnaître des mots, des expressions ou des lemmes. Ils reposent sur une analyse plus statistique du document (récurrence d'un terme) que sur une analyse sémantique (rattachement d'un terme à un champs sémantique plus large). [24]
- Les folksonomies
  - Ce sont des systèmes de classements collaboratifs où l'indexation des documents est effectués par des non-spécialistes du domaine et de la documentation. Le concept de folksonomie est apparu récemment, avec l'essor du Web 2.0. De plus en plus de sites communautaires proposent ce type d'indexation (parfois appelé « tag »). Un des exemples les plus connus est le site Flickr, où les photos des internautes postées et visibles par tous, sont

« taguées » par la communauté. La construction de ce type de système est beaucoup moins structurée que les langages documentaires traditionnels, l'intérêt du système reposant non sur sa structure mais sur son aspect collaboratif. [26]

### **6.1.1.3 Analyse comparative**

La classification de Zacklad est intéressante en cela qu'elle permet de visualiser rapidement dans quelles situations ces différents types de langages documentaires peuvent être adaptés. Mais elle reste incomplète. Elle ne met pas en relation, notamment, les disciplines connexes auxquelles peuvent faire appel la mise en place de ces systèmes d'organisation des connaissances. Ainsi, les taxonomies ou le système de crowdsourcing ne sont pas cités dans cette analyse. Le crowdsourcing notamment peut être rattaché à la folksonomie, puisqu'il s'agit d'externaliser une partie des tâches annexes à un projet en les faisant traiter par des personnes extérieures. Ce concept a été repris par le Web 2.0. Patrick Peccatte en a notamment souligné l'intérêt pour la gestion de corpus d'images. Il a relevé 6 points sur lesquels le crowdsourcing pouvait aider à la gestion d'images : la constitution du corpus, le relevé d'erreurs, l'identification l'indexation libre ou contrôlée, et la redocumentarisation. [4]

En nous appuyant sur les travaux de Manuel Zacklad, nous avons essayé d'établir un tableau comparatif de ces SOC permettant de visualiser leurs possibilités et leurs limites [24 ; 25]. (voir annexe 2)

Ce tableau montrent qu'en théorie, ces systèmes peuvent apporter beaucoup dans la gestion documentaire et dans l'ingénierie des connaissances d'un domaine, et ce quelque soit le contexte de mise en place. Cependant, leur mise en place est beaucoup plus chaotique et le choix relativement compliqué, une même situation pouvant renvoyer à diverses caractéristiques. Ainsi, la mise en place d'un thésaurus ou d'une ontologie nécessite tout d'abord une réelle analyse du fonds et une mise en place longue et couteuse. La réunion des musées nationaux par exemple a souhaité il y a deux ans créer un thésaurus commun à l'ensemble des musées de l'association. Ce Thésaurus iconographique compte aujourd'hui plus de 49 000 termes. L'une de ces responsables déclarait à posteriori que le projet était bien plus lourd que prévu et qu'elle n'en voyait pas les apports immédiats, deux ans après sa mise en route. (voir annexe 4)

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

En outre, beaucoup de spécialistes s'accordent pour dire que ce type de solution reste assez rigide et que l'originalité et la capacité à les adapter reste le meilleur moyen de les rendre plus performants [30, p.45 ; 23, p.26].

#### **6.1.1.4 Limites des SOC**

Au final, l'étude comparative de ces solutions souligne deux de leur limites intrinsèques . D'une part, il est réellement compliqué de faire adopter une même conceptualisation à un groupe de personne. Ces outils fonctionnent au choix, mais devrait pouvoir prendre en compte les différents points de vue pour fonctionner de façon optimale. Les SOC reposant sur un travail collaboratif répondent en partie à cette exigence, mais le problème de l'homonymie et de la synonymie dans ces systèmes perdure, augmentant ainsi le risque de bruit [28]. D'autres part, ces systèmes reposent sur une analyse du vocabulaire à l'indexation. Or, pour répondre à l'exigence précédente, c'est sur le langage de recherche que les efforts devraient se concentrer [30, p.45]. Pourquoi ? Parce que l'utilisation de ces systèmes restent relativement abscons pour les utilisateurs. Les interfaces souvent peu accueillantes et l'usage d'un vocabulaire trop spécialisé rendent leur utilisation compliquée. La combinaison de ces deux types de langages, outre une adaption et une utilisation plus aisée de ces outils permettrait enfin de considérer les SOC autrement que comme des outils à vocation uniquement documentaire. Ils participeraient également de la construction de domaines de connaissances commun.

## **6.2 Langage de recherche et langage d'indexation**

### **6.2.1 Émergence de la notion de langage d'indexation et de recherche : notions clés et limites**

Nous l'avons vu, concernant l'indexation, il est possible de faire appel soit au langage contrôlé, soit au langage naturel.

Les langages contrôlés peuvent avoir deux approches [30, p. 44] :

- ils peuvent être développés après une étude basé sur le langage des producteurs du document
- ils peuvent être développés après une étude basée sur le langage des utilisateurs du document.

Cette dualité fait émerger la notion de langage d'indexation (plus proche du langage des producteurs du document) et du langage de recherche (propre aux utilisateurs). Afin de remplir son rôle, un vocabulaire contrôlé doit prendre en compte ces deux aspects.

Plusieurs limites peuvent cependant apparaître :

- le langage naturel, bien que subjectif, reste beaucoup plus riche que le langage contrôlé. Or, dans le cas de la recherche d'image, la richesse du vocabulaire conduit à une meilleure description de l'image. On constate d'ailleurs bien souvent – et c'est le cas de l'entreprise X – de la coexistence des deux types de langages à l'indexation. Le langage contrôlé renseigne les champs « fixes » concernant souvent les caractéristiques techniques de l'image et le langage naturel permettant de renseigner les champs plus abstrait (ambiance, analogies...)
- avec le développement du web et des moteurs de recherche grand public, l'usage du langage naturel à la recherche s'est totalement inscrit dans les modes de fonctionnement des utilisateurs. Il est très difficile de faire évoluer cela : un moteur de recherche performant est un moteur de recherche répondant au langage naturel
- Concernant l'image fixe, force est de constater que le développement de langages contrôlés iconographiques ne s'est pas affirmé comme une réussite ces dernières années. De nombreuses tentatives de thésaurus ont vu le jour, mais leur forme trop rigide et surtout la difficulté à prendre en compte les spécificités de l'image continue d'être un frein à ce développement.

### **6.2.2 Langage métier**

Parallèlement à cela, le concept de vocabulaire métier pourrait être une réponse à une demande de précision et d'adaptation des langages contrôlés.

Le vocabulaire métier est propre à un domaine. Il est un langage partagé par des personnes exerçant le même type de fonctions. De ce fait, la coexistence de plusieurs corps de métier et donc de plusieurs vocabulaire métiers est problématique. Ainsi, un mot pourra recouvrir différente réalité et surtout différentes fonctions suivant qu'il est employé par des services différents [19, p. 26]].

Cette notion de « vocabulaire » ou de « contexte métier » a été récurrente durant cette mission de stage et a été, nous le verrons, un élément de réflexion très important dans la démarche de normaliser le vocabulaire et d'organiser les connaissances du service artistique de l'entreprise X.



### **6.2.3 Quelques mots de conclusion**

Travailler sur les vocabulaires en entreprise c'est donc coordonner ces trois langages caractéristiques :

- le langage d'indexation, normé, qui présente le contenu du document suivant une approche structurée
- le langage de recherche, pouvant être utilisé de façon combinatoire avec le langage d'indexation et qui souvent comprend une partie du langage naturel
- le langage métier, construction structurée mais non normée utilisée comme langage naturel dans l'entreprise.

Le travail sur le vocabulaire est un travail sur les données d'un document et non sur le document en lui-même. [18, p.6] Il est donc important de le replacer dans un contexte plus global : celui du document dans lequel il s'insère, celui du service, du projet, de l'entreprise. Cette pluri-dimension du vocabulaire permet d'envisager ce travail comme un projet de gestion des connaissances : il ne s'agit plus de travailler sur des mots, mais bien sur leur utilisation, sur leurs fonctions, et sur leur portée.

Dans le cadre du travail sur l'image cette dimension de contextualisation est très importante. Le mot, en lui-même, n'est rien s'il n'est pas rattaché à l'image. C'est pourquoi, tout travail sur le vocabulaire propre à l'audiovisuel doit partir de l'image et non du mot. C'est la garantie d'assurer la contextualisation nécessaire à une construction structurée et normée du vocabulaire. [2, p. 24]

## 7 Replacer la connaissance et un projet de KM dans son contexte métier

---

### 7.1 La notion de sujet

Dans son mémoire de fin d'étude, Orélie Desfriche-Doria faisait intervenir une réflexion sur la notion de sujet. Cette notion est apparue comme particulièrement intéressante pour l'évolution de la réflexion autour de cette mission de stage.

La définition du terme nous renvoie à plusieurs concepts [Larousse] :

- le sujet peut être une question, une interrogation
- le sujet peut renvoyer à la thématique principale d'une œuvre
- le sujet peut être ce qui fournit matière à réflexion, à une discussion
- le sujet peut-être ce qui est représenté sur une œuvre graphique ou une photographie
- le sujet peut être une personne, ou une focalisation dans le rapport à un objet, une pensée

Cette réflexion autour de la problématique de la définition du sujet m'a paru intéressante si l'on tente de l'appliquer à la photographie et plus particulièrement à la photographie créative et de publicité, type de document sur lequel j'ai travaillé durant la mission de stage.

D'une part parce que le sujet tel qu'il est décrit ici renvoie soit à une personne soit à un contenu traité de manière subjective [31, p.15].

D'autre part, parce que la photographie créative peut donc, selon cette définition renvoyer à plusieurs sujets :

- ce qu'elle représente
- l'ambiance, la thématique générale qu'elle créé

Ces différents niveaux forcent donc à contextualiser tout objet photographique et renvoie à la difficulté de rendre la réalité d'un objet photographique lors de l'indexation.

Concernant la recherche, Jacques Maniez indiquait que l'intérêt de la notion de sujet résidait dans le fait qu'elle permettait « d'établir un pont entre celui qui veut en savoir davantage et celui qui sait, entre l'usager qui interroge et l'auteur qui publie pour faire partager son

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

savoir. » [31, p.15 citant MANIEZ<sup>8</sup>] Ce pont, c'est la contextualisation de la recherche. La formulation de la recherche et du sujet de la recherche amène forcément à la contextualisation de la demande, et donc, à la contextualisation de l'objet demandé.

La formulation du sujet passe par le contenu du document. L'analyse de ce dernier constitue donc la clé de voute de la construction d'un sujet de recherche. La formulation de l'indexation et celle de la demande de recherche sont donc la représentation du lien entre indexeur et utilisateur. Elles sont « le canal par lequel vont transiter les informations entre l'indexeur et l'utilisateur. » [31, p. 16]

Ces notions ont paru intéressante dans le processus de contextualisation métier des documents et du projet d'organisation des connaissances. Elles permettent de mettre en perspective les différents acteurs et les différentes notions clés que nous avons pu voir précédemment.

## 7.2 Approche métier d'un projet

La réflexion autour du vocabulaire métier que nous avons pu voir précédemment, amène celle du remplacement du projet dans un contexte plus global et un contexte métier.

D'un point de vue projet, « un système ne sert à rien s'il ne sert pas un utilisateur ». [12] Comme nous l'avons vu précédemment, un outil n'est pas une fin en soit. Il doit être le canal de l'accompagnement au changement des habitudes de travail.

De ce fait, comment prendre en compte les particularités métier de chacun tout en proposant une solution adaptée pour tous ?

Replacer l'information dans un contexte métier c'est la replacer au sein de processus de production. Les contenus comportent souvent des informations métiers. Mais la pluralité des contenus se situant à différents niveaux des informations métiers force à identifier dans quels types de processus ils s'insèrent [18, p.10] Nous avons pu voir quels étaient ceux propres à l'image. D'une façon plus globale, l'entreprise peut se retrouver face à deux types de processus :

- prédéfinis
- flous (c'est à dire que le processus possède un objectif à priori mais que sa circulation n'a pas été prédéfinie)

---

<sup>8</sup>MANIEZ Jacques. Actualité des langages documentaires, Les fondements théoriques de la recherche d'information. Paris, ADBS Éditions, 2002. 395 p. ISBN 2-84365-060-7 ISSN 1160-2376

Il s'agit donc à partir de là de restituer l'information et la connaissance afin de mobiliser les acteurs et de définir de nouvelles façon de travailler.

Dans le cadre du travail sur l'image fixe, il s'agit bien d'extraire l'image de son contexte documentaire afin de la restituer dans un contexte plus global.

Enfin, recontextualiser l'information c'est aussi faire des choix, hiérarchiser les besoins et les apports de chacun. Les besoins trop annexes ou trop spécifiques ne seront pas forcément traduits dans une démarche globale pour pourront être adaptés à un sous projet spécifique à un service.

### **7.3 Travail collaboratif**

Le travail collaboratif repose « sur l'interaction, la mutualisation et la définition d'un objectif commun » [15, p. 25 ]. La notion de collaboration peut donc constituer une réponse au besoin évoqué de recontextualiser l'information.

Le travail collaboratif permet de :

- confronter les points de vue
- réquisitionner les expertises de chacun dans le but de mutualiser les connaissances

Les outils que nous avons pu étudier précédemment permettent la mutualisation des connaissances. Mais ils ne permettent pas de créer des liens entre ces contenus. [18, p. 6] Le travail collaboratif de personnes permet cette mise en perspective. Ainsi, un outil de gestion d'image pourra créer des regroupements par lots thématiques. Mais la création conceptuelle de ces lots et surtout leur validation se fera via les expertises métier de chacun. Lors de la mission de stage par exemple, la question s'était posée de regrouper les images de parfums par fragrance (fruitée, boisée...) dans le but de faciliter la recherche de ces images. Une rapide enquête auprès des services de marketing, communication et formation parfum a permis de noter que ce type de regroupement ne servirait à rien. Le regroupement par fragrance aurait été aisé via l'analyse des métadonnées des images. Mais seule la confrontation de cette possibilité technique avec les réels besoins des utilisateurs permet de mesurer la valeur ajoutée de ces projets.

Ainsi, il en découle que pour mettre en œuvre un projet métier collaboratif, il faut tout d'abord analyser et connaître bien son public.

Un travail de linguistique induit indubitablement l'émergence d'un travail collaboratif. La sémantique, ainsi que la décrit Manuel Zacklad est « intrinsèquement liée et dépendante des

interactions entre des communautés d'action, des finalités de ces interactions et des problèmes de coordination qu'ils sont susceptibles de rencontrer ». [24] Ces trois niveaux de lecture s'ajoutent à ceux propres à l'image que nous avons pu voir précédemment. Le travail sur la terminologie métier accompagne un projet collaboratif. Mais leurs limites restent floues. Ainsi prenons l'exemple de la folksonomie. La folksonomie est un travail d'indexation collective. Nous nous trouvons donc bien là sur le terrain du travail collaboratif où chacun peut apporter sa vision et son expertise dans le but de décrire au mieux un objet. Cependant, très rapidement, on peut constater dans ce type d'indexation des redondances, des homonymies. Il est donc nécessaire avant toute chose de définir les limites de la folksonomie (son contexte métier) pour réduire le risque de pollution à l'indexation.

Les démarches de GED ou de KM sont bien souvent transverses dans une entreprise. Il est rare qu'elles se cantonnent à un seul domaine de compétences. Aussi, la recontextualisation des informations, des connaissances, des processus et du projet en lui-même, permet de rationaliser et d'optimiser leur restitution.

## 8 Conclusion de la deuxième partie

---

Ces trois axes de réflexions permettent de mettre en avant les caractéristiques d'un travail d'harmonisation du vocabulaire et plus globalement d'un travail de gestion des connaissances audiovisuelles.

Les progrès techniques permettent de plus en plus de répondre à certaines de ces problématiques. Mais comme nous l'avons vu, ils drainent également autant de nouvelles questions, de nouvelles attentes.

La difficulté de présenter ces questionnements réside dans la forme même du mémoire. Ces trois grands axes de réflexions sont présentés ici de manière séparée mais ont été traité conjointement durant la durée de stage. Ils perdent de ce fait un peu de leur profondeur à être présentés de la sorte.

Ces réflexions doivent également être mises en perspective avec l'analyse de la situation de l'entreprise X et avec les solutions mises en place durant la mission de stage.

# **Troisième partie : organisation des connaissances et travail sur le vocabulaire métier d'une grande entreprise de cosmétiques de luxe**

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

## 9 Analyse de l'existant : fonctionnement et spécificités

---

### 9.1 Présentation de l'entreprise

#### 9.1.1 Une grande entreprise de cosmétique de luxe

L'entreprise X est une grande entreprise de luxe internationale dont le siège est basé en France. Elle compte près de 32 adresses dans le monde et près de 3000 employés.

Mon stage s'est déroulé dans la branche cosmétique de l'entreprise qui se divise en trois grands axes :

- les parfums
- le soin
- les produits cosmétiques

Ces trois grands axes constituent la colonne vertébrale de cette branche et se retrouvent dans chaque corps professionnel de l'entreprise : marketing, communication, vente, recherche...

##### 9.1.1.1 La direction artistique (DA)

La direction artistique est le service en charge de tout l'aspect créatif et publicitaire de l'entreprise. Plusieurs domaines d'activité le composent :

- les graphistes
- les architectes
- le service Achat d'Art...

Le service gère toute la chaîne de production créative de l'image, depuis sa conception jusqu'à sa conservation. Il est au cœur de l'activité créative de l'entreprise. C'est au sein de ce service qu'est conservé et géré le fonds photographique publicitaire de l'entreprise.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe



### **9.1.1.2 Le service achat d'art**

Le service achat d'art fait partie intégrante du service artistique. Il a pour mission de gérer le fonds photographique issu des différentes campagnes publicitaires et de communication de la DA. Cette mission passe par plusieurs activités :

- création de visuels
- mise à disposition des visuels
- gestion des droits
- conservation des images

Le service documentation fait partie de ce service. Son rôle consiste à gérer et conserver le fonds photo. Les documentalistes effectuent également des audits réguliers et des veilles technologiques afin d'adapter les outils mis à disposition des publics aux besoins réels qu'ils énoncent. Elles doivent en outre se renseigner sur les divers aspects métiers des publics ayant accès à leur base afin de prendre en compte leur particularités.

La particularité du service achat d'art et du service documentation est de se trouver au cœur du processus créatif de l'image. Le cycle de vie de l'image étant ici complètement géré dans un seul service, la visibilité de la création et de ses finalités est totale. Cette position particulière témoigne de la place importante de l'image au sein de l'entreprise X.

Autre particularité, le caractère transverse des activités de l'achat d'art et de la direction artistique. L'activité de création et de conservation des photographies s'effectue en partenariat avec d'autres services de l'entreprise, comme le marketing et la communication interne et externe. En résulte la confrontation de différentes approches métier de l'image et de différentes méthode de gestion que nous analyserons un peu plus loin.

## **9.1.2 Le fonds documentaire**

### **9.1.2.1 Présentation et volumétrie**

Le fonds documentaire se compose actuellement de près de 22 000 visuels et de 100 animés. Il s'enrichit chaque année d'environ 1500 photographies.

	Images fixes		Image animées
	Photographies parfum/soin/maquillage	Photographies architecture	films
Date	De 1950 à nos jours	De 1991 à nos jours	De 1970 à nos jours
Volumétrie	22000 visuels env.	2850 visuels <sup>9</sup>	NC
Accroissement naturel	1200	200	NC

Tableau 1 : Présentation du fonds de l'entreprise X [16]

Le fonds est entièrement dématérialisé et géré via un système de DAM. Une partie des anciens supports a été conservée. Ils se présentent sous la forme d'ektas<sup>10</sup> et ont été numérisés au fur et à mesure. Les Ektas et une épreuve papier de chaque photographie numérique (utilisée comme épreuve test pour la vérification des couleurs) sont stockées dans un local à archives depuis 2008. Elles sont classées chronologiquement, par axe et par type de campagne.

### 9.1.2.2 La photographie publicitaire

La majeure partie du fonds, et celle sur laquelle j'ai travaillé durant ma mission, est donc constituée de photographie publicitaires.

Une étude menée par Ipsos en 2005 détermine les caractères communs de la communication des grandes maisons de luxe. Cette étude note par exemple l'éloignement de plus en plus marqué du marketing de luxe (discrétion, sélectivité..) et l'utilisation de plus en plus massive de la publicité de luxe.

Cette utilisation repose sur des messages émotionnels forts véhiculés par la photographie. (ex : Fauchon vend de la gourmandise, Hermès de la liberté... ) [11] Plus que le produit, c'est tout l'univers de la marque qui est vendu via la photographie publicitaire.

<sup>9</sup> Ce fonds n'a pas été intégré au projet de travail sur le vocabulaire. Cette indication volumétrique date de la dernière étude effectuée sur ce fonds, en 2010.

<sup>10</sup> Photographie dont l'émulsion positive permet sa lecture directe.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

Deux conséquences à cela :

- d'une part la création d'une identité visuelle de la marque de plus en plus affirmée
- d'autre part une place de référence accordée à la photographie au sein de ces entreprises

La finalité de la photographie publicitaire est de faire vendre le produit qu'elle représente. La photographie devient alors un vecteur commercial. Cependant, elle revêt également un caractère éminemment créatif. En effet, depuis toujours, les grandes maisons de luxe font de plus en plus appel à des grands noms de la photographie ou du cinéma pour signer leurs campagnes : Mondino, Scorsese, Newton, Lynch... Dès lors, la photographie publicitaire de luxe revêt un aspect artistique très fort, privilégiant l'esthétique, et la forme au contenu et au réalisme. [29, p. 18]. Suivant cette définition, la photographie publicitaire de luxe est donc une émanation de la représentation que se fait sont « auteur » (le photographe) du produit que l'entreprise souhaite commercialiser. On distingue alors deux types de photographies publicitaires :

- la photographie « produit » (qui présente uniquement le produit, souvent sur fonds blanc et de face et donc portant plus sur le contenu)
- la photographie « créative » ( qui met en scène le produit, travaille ses effets visuels et porte plus sur l'affect que produira la photo)

### **9.1.3 Traitement de la photographie publicitaire au sein de l'entreprise X**

#### **9.1.3.1 Le « DAM »**

Le fonds photographique est géré via un outil de Digital Asset Management communément désigné par l'équipe de documentation sous le nom de DAM. Il s'agit du logiciel d'un des plus grands éditeurs du marché.<sup>11</sup>

Cet outil offre la possibilité de gérer :

- les différents formats de fichier
- les droits d'auteur
- le bilinguisme

Il permet en outre de rajouter des spécificités d'utilisation selon les besoins et les finalités d'utilisation des visuels.

---

<sup>11</sup> Pour des raisons de confidentialité, il n'est pas possible d'inscrire ici le nom du logiciel.

Ce logiciel offre deux interfaces. Une interface back office à laquelle n'ont accès que les gestionnaires et quelques personnes autorisées et une interface front office accessible via l'intranet de l'entreprise accessible aux personnes qui en font la demande. L'interface front office est appelée la «Box». Elle présente un nombre restreint de photographies (celle dont les droits d'utilisation sont encore en cours). Les photographies sont accessibles sous la forme d'un fichier basse définition, mais il est possible d'effectuer une commande afin d'obtenir les fichiers en haute définition. Cette interface est celle utilisée par la plupart des services internes, en France comme à l'international. Elle est la vitrine des campagnes de publicité en cours ou à venir et est le garant de la cohérence visuelle de la marque dans le monde.

#### **9.1.3.2 Le cycle de vie de la photographie au sein de l'entreprise X**

Le processus de création des photographies publicitaires de l'entreprise X débute avec le lancement d'un nouveau produit. Sont alors conçues une ou des campagnes publicitaires thématiques.

*(voir schéma page suivante)*

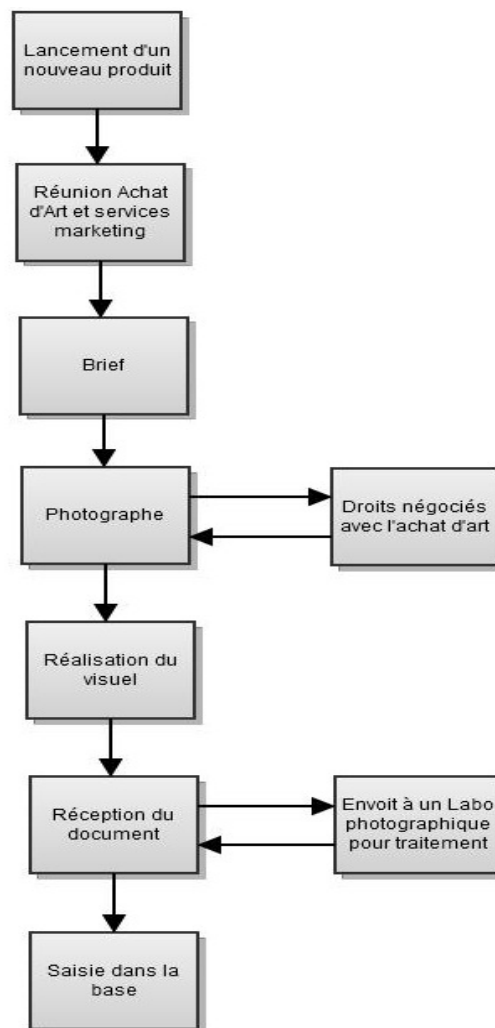


Illustration 5 : Workflow de l'image fixe dans l'entreprise X [7]

Ce processus montre que la photographie intègre une série d'acteurs, interne ou externes à l'entreprise. Comme nous avons pu le voir, cette série d'acteurs et les traitements qu'ils appliquent à l'image sont autant de subjectivités à prendre en compte dans le traitement documentaire du visuel.

### 9.1.3.3 Place de la photographie au sein de l'entreprise X

Quelques points de bilan doivent être soulignés quand à l'analyse de l'existant nécessaire à tout projet. Il est tout d'abord possible de constater que la photographie est ici considérée à la fois comme un produit de vente et à la fois comme un produit documentaire. Ce double

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

aspect est très important dans la mise en place du projet sur la terminologie demandé par l'entreprise X, nous le verrons plus tard.

Il est important également de souligner l'appartenance du service documentation à la direction artistique. Cette place lui offre la possibilité d'avoir une vision large sur l'ensemble du processus créatif mais aussi sur l'ensemble des acteurs y participant. Cette visibilité a une répercussion directe sur le travail des documentalistes qui ont très tôt pris l'initiative d'insérer des champs métiers dans son indexation. La mention des laboratoires par exemple concerne plus particulièrement les créateurs des images, alors que les types de campagne (en fonction des axes parfum, maquillage ou soin) concerne plutôt les services marketing.

Enfin, la qualité créative de la photographie est ici d'importance, puisqu'elle sous entend l'importance de l'atmosphère, de l'ambiance et de la signature de la photographie. Cet aspect particulier de la photographie publicitaire a été une contrainte récurrente du traitement de la mission de stage.

## 10 Analyse des besoins

---

### 10.1 Demande du service documentation

#### 10.1.1 Constat ayant amené à la création de la mission

La demande initiale du service de documentation était de travailler à une harmonisation du vocabulaire. Les documentalistes avaient noté des problèmes à la recherche sur l'interface front office de la base de données portant sur :

- un taux de bruit trop élevé du à une présence trop forte d'homonymie et de synonymie dans le langage d'indexation et de recherche
- un taux de silence trop élevé du à l'utilisation d'un langage de recherche trop éloigné du langage d'indexation et qui se traduit par une difficulté des utilisateurs à trouver ce qu'ils recherche.

Ces deux points prennent chez l'entreprise X une nature particulière car la mémoire d'entreprise et la réutilisation des images en interne entraîne une connaissance du fonds audiovisuel particulière. En effet, les utilisateurs connaissent et se souviennent des images présentes dans la base. Ils savent donc ce qu'ils cherchent et peuvent mesurer le silence créé par leurs recherches. Les problèmes rencontrés ne se situent donc non pas dans le fait de *trouver* les visuels, mais bien de les *retrouver*. Il ne s'agit pas de *chercher*, mais de *rechercher*.

En outre, les documentalistes rencontraient elles-mêmes des problèmes quant à l'interprétation des demandes des utilisateurs. Ces derniers utilisaient fréquemment des termes spécifiques ou nom de code pour désigner les produits ou les visuels. Ces termes pouvaient aller de la simple abréviation à un nom de produit ou de campagne ayant été changé mais n'ayant pas été notifié à l'ensemble des services. Un travail préliminaire était donc nécessaire à l'interprétation des demande et était d'autant plus long qu'il était difficile de localiser les personnes pouvant expliciter ce vocabulaire et que les changements de nom ou nuance de vocabulaire changeaient d'un service à un autre.

#### 10.1.2 Une demande double

La demande du service de documentation était donc double :

- d'une part harmoniser le vocabulaire et proposer un vocabulaire commun utilisable à l'indexation comme à la recherche

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

- d'autre part collecter les vocabulaires métier des différents services, les comparer entre eux et centraliser en un lexique les termes spécifiques et ce pour des fins diverses (formation des nouveaux arrivants, amélioration de la communication entre les services, aide à l'indexation...)

Ce projet s'insérait également dans un projet plus global. En septembre 2011 allait être lancée une nouvelle interface front office du DAM ainsi que l'intégration d'un nouveau moteur de recherche. Il s'agissait donc également de proposer des solutions d'intégration du vocabulaire au moteur de recherche ainsi que des propositions d'utilisation.

L'idée finale de ce projet, enfin, était de mettre en valeur ce vocabulaire commun et les vocabulaires spécifiques et de les présenter comme un moyen de conserver la mémoire et la spécificité de l'entreprise.

## **10.2 Enquêtes et retour d'entretiens<sup>12</sup>**

Lors de la mission de stage, deux séries d'entretiens ont été réalisés auprès des utilisateurs de la « Box ». La première série d'entretiens portait sur les méthodes de recherche des utilisateurs et la seconde, sur le vocabulaire utilisé à la recherche.

Ces enquêtes ont permis de recentrer le projet et d'en déterminer les besoins premiers. Elles ont également permis de mettre en relation les besoins du service de documentation et ceux des utilisateurs de la « Box ».

Dans un souci de précision, ces enquêtes ont été menées auprès d'un panel d'utilisateurs représentatifs. Trois services ont été mobilisés : la direction artistique, le marketing et la communication (interne et externe). Auprès de ces services, un représentant de chaque axe a été sélectionné sur la base du volontariat (axe : parfum masculin et féminin, maquillage yeux, lèvres et teint, et soin).

### **10.2.1 Méthodes de recherche des utilisateurs**

Du point de vue de la recherche, ces entretiens ont montré que :

---

<sup>12</sup> Dans un respect de confidentialité des noms de produits et de l'identité de la marque, les questionnaires et retours d'entretiens ne seront pas présentés ici.



- les utilisateurs savent exactement ce qu'ils cherchent. Il n'effectue pas de recherche vague ou globale. Le plus souvent, la recherche porte sur un produit ou une campagne en particulier.
- Les utilisateurs élaborent des méthodes de recherche différentes selon les services. Le marketing recherche plus spontanément via les nom de campagne, la DA sur le style de la photographie et le nom du produit.
- Les utilisateurs préfèrent se confronter à trop de résultats plutôt que pas assez, quitte à trier par la suite les résultats.
- Les utilisateurs déclarent ne pas vouloir avoir à réfléchir à leur requêtes. Ils désirent un outil intuitif qui traduit leur demande presque instantanément.

Du point de vue du vocabulaire :

- les utilisateurs utilisent des mots clefs et rarement des expressions exactes. Ces mots clefs dépassent rarement un ou deux terme.
  - Ex : « pinceau » utilisé à la recherche au lieu de « Grand pinceau plat »
- les utilisateurs utilisent des abréviations au quotidien, mais rarement à la recherche
- les utilisateurs utilisent le vocabulaire de l'outil proposé et s'adaptent à son fonctionnement
- les utilisateurs utilisent des termes dans un contexte métier.
  - Ex : yeux renvoie à un produit et non pas à une partie du corps.

Les utilisateurs savent comment chercher. Habitué à l'outil, ils le présentent comme « un outil de consultation, de vérification et de travail ».

Jeunes, ils font également partie de la génération internet et attendent d'un outil informatique qu'il soit performant et pertinent. Beaucoup ont demandé la mise en place d'un outil « type Google » pour leur recherche, c'est à dire un outil fiable, intuitif, proposant des résultats pertinents et permettant d'affiner les résultats.

Les sentiments actuels induits par l'outil de recherche sont :

- la frustration
- la colère
- l'impatience
- le découragement (la recherche est abandonnée dans la majorité des cas au bout de 2 ou 3 requêtes non abouties)

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

Le système mis en place devra donc :

- faciliter la recherche (proposer des termes à la recherche, possibilité d'affiner les résultats...)
- être précis (éviter la remontée de résultats totalement incohérent avec la requête effectuée)
- éviter le silence (apprendre à l'outil à reconnaître les termes clefs et à faire remonter les bons résultats)
- simplifier le vocabulaire métier Info-doc au profit d'un vocabulaire commun

### **10.2.2 Émergence d'une nouvelle conception de l'image**

Ces enquêtes ont également mis en lumière une nouvelle conception de l'image au sein de l'entreprise X.

Les services marketing et communication ont décrit l'image publicitaire de l'entreprise comme un produit à part entière, et non comme une simple image. « Pour moi, la « Box » n'est pas un moteur de recherche. C'est une bibliothèque de produits. On vient y chercher de l'information » notait l'un des utilisateurs.

Cette façon de se représenter l'image est apparemment nouvelle et n'était jamais apparue aussi clairement dans les enquêtes précédentes effectuées par le service de documentation. Outre de nouvelles pratiques de recherche, cette perception creuse l'écart avec la perception documentaire de l'image. La documentation applique un vocabulaire très spécifique à l'image, très technique. Elle décrit l'objet physique avant de décrire l'objet figuré. Les usagers, eux, décrivent un produit. Ils vont donc y appliquer un vocabulaire tiré du commercial et de la vente.

Cette disparité avait déjà été en partie prise en compte à l'indexation. Mais tout le vocabulaire n'est actuellement pas à jour et surtout, l'addition de termes aussi disparates génère beaucoup de bruit.

Cette perception produit de l'image amène également un mélange des genres dans l'appellation qui en est faite. Le vocabulaire oral, métier, côtoie le vocabulaire de recherche, plus normalisé et stylisé. Mais aucune équivalence n'est actuellement appliqué pour naviguer de l'un à l'autre.

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

## **10.3 Bilan de l'analyse de l'existant et des besoins**

### **10.3.1 Besoins fonctionnels**

(Voir tableau ci-dessous)

	<b>Fonction de service attendue (pour que)</b>	<b>Caractérisation de la fonction (il faut que)</b>	<b>Moyens (au moyen de)</b>	<b>Spécifications des moyens (par)</b>
<b>Recherche</b>	Pouvoir utiliser des sigles et des abréviations	Établir un système de relation entre un sigle et le terme intégral	Élaboration d'une table d'équivalence Sigles/descripteurs	Intégration de cette table au moteur de recherche existant
	Permettre une marge d'erreur orthographique	Établir un système de relation entre différentes orthographes de terme et un descripteur	Élaboration d'une table d'équivalence descripteurs/orthographes	Intégration de cette table au moteur de recherche + Élaboration d'un système de correction automatique des termes
	Être guidé dans la conception de la recherche	Établir un système d'auto-complétion du moteur de recherche	Élaboration d'un index des termes	Intégrer cet index au moteur de recherche existant et développer un système d'auto-complétion des champs
	Être guidé dans la recherche	Établir une arborescence dans laquelle les utilisateurs pourront directement chercher	Élaboration d'une arborescence hiérarchisée et dynamique	Intégration et mise en ligne de l'arborescence sur la « box »
	Être accompagné dans la recherche	Établir un guide d'utilisation et d'aide à la recherche	Définir les principaux éléments de la recherche et les principaux problèmes rencontrés	Intégrer un guide en ligne ou une FAQ
	Réduire le risque de bruit	Isoler les concepts synonymes et les expressions exactes	Définir les termes pouvant être décomposé par le moteur de recherche et ceux relevant d'une expression exacte.	Intégration au moteur de recherche d'une table d'homonymie et de synonymie exploitable à la recherche (« do you mean...? »)
	Réduire le risque de silence	Isoler les concepts trop précis, ou trop récents pour avoir été intégrés à l'indexation	Ajouter ces concepts à l'indexation ou établir une équivalence avec un terme existant	Recherche statistique des requêtes vides
<b>Indexation</b>				
	Faciliter l'indexation	Adapter le projet d'organisation des connaissances avec la politique d'indexation actuelle	Harmonisation des vocabulaires d'indexation et de recherche	Élaboration d'outil de vocabulaire contrôlé et d'organisation des connaissances

	Éviter les écueils de synonymie et d'homonymie	Gérer les relations d'homonymie et de synonymie des descripteurs	Établir une politique de choix et une grille de sélection des descripteurs	Élaboration d'outil de vocabulaire contrôlé et d'organisation des connaissances
	Retrouver et gérer facilement les vocabulaires spécifiques des services	Mise à jour et consultation rapide du vocabulaire	Interface optimisée et facile d'utilisation	Élaboration d'un processus de mise à jour et d'une politique de consultation de l'outil.
<b>Autre</b>	Améliorer la communication entre les services	Isoler les termes métier spécifiques et les contextualiser (définitions, exemples...)	Lexiques métiers accessibles	Intégration et visibilité de ces lexiques sur l'interface de recherche ou l'intranet
	Préserver le patrimoine immatériel de l'entreprise en conservant les spécificités métiers des services	Mise à jour des lexiques et possibilité de correction des termes retenus	Lexiques métiers	Mise ne commun des lexiques métiers et leur mise à jour (collaborative ou non)
	Faciliter la transmission des informations, notamment dans un but de formation	Utiliser les lexiques dans un cadre de formation	Lexiques métiers accessibles et définitions des termes les composant	Intégration et visibilité de ces lexiques sur l'interface de recherche ou l'intranet

Tableau 2 : Table des fonctions de service attendues et des spécifications fonctionnelles

## 10.3.2 Solution mise en place

### 10.3.2.1 Choix de la solution<sup>13</sup>

Les besoins portant sur la constitution d'un vocabulaire contrôlé et harmonisé, mais aussi sur l'amélioration de la communication entre les services et de la valorisation de la mémoire des produits de l'entreprise X, la solution d'une mise en place d'un système d'organisation des connaissances s'est imposée.

Reprenant le classement de Zacklad, certains SOC ont été écartés :

- plan de classement : la reprise du classement physique des documents ou de la création d'une nouvelle arborescence ne s'est pas posée. Les utilisateurs étant satisfaits de celle existante, cette solution a été écartée.
- Index de moteur de recherche : cette solution a été mise en place, nous le verrons, mais elle s'est révélée insuffisante. Une analyse sémantique des termes était nécessaire. Aussi cette solution a été envisagée comme une solution préalable mais pas comme une finalité.
- Folksonomie : le caractère collaboratif de la folksonomie avait ceci d'intéressant qu'il permettait une mise à jour efficace et dynamique du système. Cependant, la mise à contribution des utilisateurs ne se posant pas dans l'immédiat, et leur contribution à l'indexation n'étant pas envisagée, cette solution n'a pas été retenue.

Restaient donc les solutions de Thésaurus ou d'Ontologie. Ces deux systèmes, voisins sur bien des points, présentaient divers avantages intéressants pour le projet. Le choix s'est finalement porté sur le thésaurus et ce pour plusieurs raisons. D'une part parce que la visée web de l'ontologie ne correspond pas au projet, d'autre part parce que la vision organisationnelle et fonctionnelle du thésaurus, de même que sa capacité à prendre en compte l'aspect iconographique des documents répond à de nombreux besoins du projet. Il permet d'intégrer une certaine rigueur à l'indexation ainsi que la coordination de la recherche et de l'indexation, mais aussi de dynamiser la recherche grâce à différents niveaux de description et une navigation associative et sémantique.

---

<sup>13</sup>Pour des raisons de confidentialité, tous les besoins abordés dans le tableau précédent ne seront pas repris dans cette partie dédiés aux solutions découlant de ces besoins.

### **10.3.2.2 Démarche**

Le temps imparti à la mission de stage étant relativement court (3 mois) il a rapidement été entendu qu'il fallait parer au plus pressé. Il a donc été décidé dans un premier temps et dans le but d'intégrer une première partie du travail au moteur de recherche en septembre 2011 de focaliser le travail sur :

- la collecte des termes
- l'établissement d'un système d'équivalence
- la hiérarchisation sémantique d'une partie des termes
- l'étude de moyens pour intégrer ces aspects au moteur de recherche.

# 11 Élaboration du thésaurus et mise en place de la solution

---

## 11.1 Élaboration du Thésaurus

### 11.1.1 Collecte des termes

La collecte des termes s'est effectuée via:

- l'étude du vocabulaire utilisé à l'indexation
  - Cette étude a été réalisée grâce à l'extraction d'une partie des termes utilisés à l'indexation et géré dans le DAM via des index et des listes contrôlées. Ces termes portaient principalement sur :
    - les noms de produits
    - les noms de campagne
    - les types de produits
    - les types de packaging
    - les noms des photographes, laboratoires, mannequins...
    - les types de visuels
    - les droits d'utilisation des visuels
- les deux enquêtes effectuées auprès des utilisateurs
  - Cette étude a permis de confronter les termes utilisés à l'indexation avec ceux utilisés à la recherche. Le logiciel de DAM ne possédant pas d'outils statistiques, il n'a pas été possible de les confronter avec les requêtes effectuées directement sur le moteur de recherche.
- l'analyse d'une série de visuels représentatifs du fonds
  - Cette analyse a permis de récolter une partie des termes utilisés lors de l'indexation en langage libre des photos. Ils portent principalement sur :
    - la position physique des mannequins sur la photographie (allongé, debout...)
    - la description de l'ambiance générale de la photographie
    - la description des décors



3000 termes ont ainsi été récoltés avant d'être analysés, triés et hiérarchisés. Ils ont ensuite été divisés par grands domaines sémantiques :

- Parfum
- Soin
- Maquillage
- Photographie
- Droits

### **11.1.2 Équivalences**

Un travail de réduction du vocabulaire a été nécessaire pour épurer la liste des 3000 termes trouvés. Ce travail de réduction est en partie passé par une mise en équivalence de certains termes. Ces équivalences ont été validées soit par le service de documentation, soit par les utilisateurs eux-mêmes. Trois types d'équivalences ont ainsi été établies :

- Abréviation/mot complet
  - Ex 1 : RAL = Rouge à lèvres
  - Ex 2 : VAO = Vernis à ongles
- Anglais/Français
  - Ex : Fragrance = Parfum
- Synonymie
  - Ex : Vaporisateur de sac = Vaporisateur

Ce travail a également permis de mettre en lumière certaines redondances dans l'indexation. Ainsi, ont été retirées de la liste des descripteurs potentiels :

- les noms de campagne ayant le même nom qu'un produit existant (le nom du produit étant systématiquement favorisé)
- les noms de campagne dont seule l'année était modifiée
  - Ex : Campagne lèvres 2003, Campagne lèvres 2004, etc... = Campagne lèvres

Suite à ce travail, 1250 termes ont été retenus. Un fichier de 200 termes et leurs équivalences a également été créé, à part, dans le but d'être intégré directement au moteur de recherche.

### **11.1.3 Hiérarchisation des termes**

Une partie de la hiérarchisation des termes a pu être effectuée durant la mission de stage. Cependant, le temps a manqué pour la mise en test et sa validation définitive. Un test des termes et de leur hiérarchie sur un panel d'images serait nécessaire à la suite de l'élaboration du thésaurus.

La hiérarchisation du thésaurus s'est effectuée selon le processus Terme générique (TG) > Terme spécifique (TS), les termes spécifiques représentant une partie des termes génériques.

Ex : Maquillage lèvres (TG)

- Rouge à lèvres (TS)
- Gloss (TS)
- Produit X (TS)

La hiérarchisation s'est faite selon 6 domaines (ou « Top Term ») représentant le plus haut degré de classification des termes :

- Produits
- Campagnes
- Caractéristiques du produit
- Droits du visuel
- Caractéristiques du visuel
- Noms de personnes

Deux limites à l'élaboration de cette hiérarchie doivent être ici soulignées :

- l'absence d'un logiciel de création et de gestion de thésaurus lors de la mission de stage
- le manque de temps

Ces deux facteurs n'ont pas permis la mise en test totale du travail, son affinage et sa validation définitive.

### **11.1.4 Spécificité du Thésaurus**

Les caractéristiques du fonds et des publics ont orienté certains choix conceptuels et sémantiques et ont donné à ce thésaurus des caractéristiques qu'il convient de noter ici :

- Aucune limite du nombre de descripteurs ou du nombre de niveaux de hiérarchie n'a été donnée.
- Les concepts du thésaurus ont été choisis en fonction de l'orientation produit des visuels et de leurs caractéristiques techniques
- L'utilisation se devait d'être simple. Si le plan de classement n'a pas été repris pour la hiérarchisation des termes, la façon dont les utilisateurs percevaient la hiérarchisation des produits a cependant été prise en compte (notion de « gammes de produits », de « lignes ».)
- Au final, le thésaurus prendra en compte à la fois l'aspect connotatif et dénotatif de l'image
- Au vue de la spécificité créative de certains services, les termes techniques propres à l'image n'ont pour le moment pas été insérés dans une liste additive, mais bien dans le corps même du thésaurus.
- La question de la pré ou post coordination des termes (combinaison des termes se faisant au niveau de l'indexation ou de la recherche) s'est posée rapidement. Afin de ne pas avoir trop de termes à gérer et d'éviter une trop grande rigidité du thésaurus, la post-coordination a été favorisée.
- Contrairement aux recommandations de certains normes et afin de respecter la spécificité du fonds, il a été décidé d'ajouter au vocabulaire de ce thésaurus : des noms (singulier ou pluriel), des noms propres, des adjectifs et des verbes.
- Actuellement, le parti a été pris de ne pas insérer trop de termes subjectifs, notamment dans la partie « caractéristiques de l'image » qui comporte les termes décrivant l'ambiance du visuels. Ont été favorisés les termes décrivant : les couleurs, les formes, les objets, les décors...

### **11.1.5 Intégration du Thésaurus**

#### **11.1.5.1 Recherches préliminaires**

Dans le but d'optimiser l'intégration du thésaurus au logiciel de recherche, une phase d'analyse et de recherche sur les logiciels et pratiques existantes a été effectuée.

Une étude des logiciels existants et de leur fonctionnalités a permis d'aboutir à la création d'une grille comparative (voir annexe 3). Cette grille comparative a ensuite servi de support à l'adaptation du logiciel choisi aux besoins exprimés.

Deux entretiens ont également été effectués auprès de personnes et d'organismes ayant développé des thésaurus iconographiques : le Petit Palais et l'agence de photographes Picture Tank. Ces entretiens ont permis de confronter les démarches, les besoins, de prendre des avis professionnels, mais aussi de tester l'utilité d'un tel projet sur le long terme. (voir annexe 4 et 5)

#### **11.1.5.2 Intégration**

Le choix du logiciel s'est finalement porté sur le logiciel intégré à la solution de recherche proposée. La grille comparative de logiciels a néanmoins permis d'adapter cette solution aux besoins exprimés, en demandant l'ajout de certaines fonctionnalités :

- Association entre les termes
- Possibilité d'intégrer des notes
- Gestion des homonymies
- Navigation en arborescence ou par termes

Cette phase d'adaptation étant assez longue, il a été décidé d'intégrer tout d'abord la gestion des équivalences au moteur de recherche. Une liste normalisée a donc été effectuée et importée dans le module de gestion des requêtes du moteur. Après une importation test, l'ensemble des équivalences a été importée. A la fin de la mission, quelques points posaient encore problème et étaient en phase de réglage :

- la lémmatisation primait systématiquement sur l'équivalence (ce qui générerait un taux de bruit important)
- certains termes n'étaient pas reconnus par le moteur de recherche
  - ex : les contenances : 15ml, 20ml.

Un retour sur le fonctionnement de cette importation est prévu pour octobre à partir des requêtes effectuées par les utilisateurs, des statistiques et des requêtes vides.

#### **11.1.5.3 Possibilités d'évolution du thésaurus**

La mission ne s'étant pas achevée sur l'élaboration complète du thésaurus, plusieurs solutions sont envisageables :

- l'arrêt du projet à la seule gestion des équivalences. Cette solution est envisageable dans le cas où aucun moyen humains et financiers ne seraient mis en place pour la continuation du projet.
- La transformation du projet thésaurus en un projet de moindre envergure. Cette solution peut être envisagée comme une solution à court terme. Au vu de ce qui a

été effectué, il serait possible d'envisager la suite du projet dans une moindre envergure : création d'un lexique ou d'un glossaire, créations d'index... Cette solution permettrait de conserver l'ambition de gestion des connaissances du projet.

- la continuation du projet. Cette solution est la plus coûteuse et la plus longue, mais elle constitue un moyen de gérer durablement les problèmes liés au vocabulaire et à la gestion des connaissances. Elle impliquerait un travail sur la hiérarchisation des termes, les associations possibles entre eux, la mise en place d'une politique de gestion du thésaurus et l'intégration totale du thésaurus au moteur de recherche.

# Conclusion

Le développement des techniques photographiques a entraîné depuis quelques années l'augmentation nette du nombre de photographies produites et du nombre de documents visuels à traiter en entreprise. Les entreprises du luxe sont particulièrement touchées par ce phénomène, avec une utilisation de plus en plus massive de la photographie comme support publicitaire. Deux conséquences en découlent : la nécessité de gérer et de conserver ces patrimoines audiovisuels, ainsi que l'augmentation de la valeur informationnelle que ces patrimoines acquièrent.

Cependant, la gestion documentaire de ces fonds ne constitue pas souvent une priorité dans les démarches de knowledge management des entreprises. On peut constater que les outils et démarches de ce domaine sont plus souvent axés vers le document texte que vers le document visuel. Un manque de cohésion existe entre les outils de gestion de l'image, de KM et de recherche. En découle une certaine difficulté à prendre en compte les spécificités de l'image fixe dans de tels projets.

La principale difficulté de ces projets est de prendre en compte les caractéristiques visuelles de l'image tout en les retranscrivant de manière objective et compréhensible par tous. Un travail sur le vocabulaire d'indexation et de recherche est alors nécessaire pour favoriser cela. Ce travail est également indispensable pour parvenir à décrire les images, en extraire ses informations et les connaissances, le tout en inscrivant ces processus dans une démarche sur le long terme.

Ces types de projets sont longs et coûteux, et rebutent souvent les entreprises. Ils constituent cependant une réelle valeur ajoutée pour les services. L'élaboration d'un thésaurus et à plus grande échelle la mise en place d'un système de gestion des connaissances quel qu'il soit permettent de conceptualiser les spécificités d'un fonds photographique, d'en souligner les caractéristiques et d'en modéliser les aspects métiers. C'est un réel atout dans la gestion et la diffusion des photographies. C'est également un point central dans une démarche d'optimisation des processus et de la communication interne.

Nous avons pu voir durant ce mémoire les nombreuses difficultés et les nombreux points à prendre en compte dans la gestion d'un tel projet. Bien qu'extrêmement précis, il est nécessaire de savoir le replacer dans une démarche plus globale de gestion des connaissances, au risque de perdre une partie de ses atouts. Il est également nécessaire de bien penser ses aspects techniques et son intégration au risque de ne pas parvenir aux besoins réels des usagers.

# Bibliographie



La bibliographie présentée ci-dessous se présente en deux parties. En premier figurent les ouvrages cités dans ce mémoire, classés par thèmes, puis par ordre alphabétique d'auteurs. Le numéro entre [] présent avant le nom de l'auteur est celui figurant dans le corps du texte et renvoyant à la référence de l'ouvrage cité. Il est suivi de la page d'où est tirée la citation ou le concept présenté. Certaines citations ont été tirées d'ouvrages citant d'autres auteurs. Dans ces cas précis, la référence de l'auteur source a été indiquée en note de bas de page. Ex : [12, p.32 citant X<sup>2</sup>]

En seconde partie, nous avons choisi d'insérer la liste des ouvrages n'ayant pas été cités dans le corps de ce mémoire, mais ayant participé à l'élaboration de la réflexion qui le compose. Il nous a semblé intéressant pour le lecteur d'avoir accès à ces références pour approfondir sa réflexion s'il le souhaite. Ces références sont également classées par thème puis par ordre alphabétique d'auteur.

## Ouvrages cités dans ce mémoire

### A. L'image fixe

#### A.1 Généralités

[1] BACHIMONT Bruno. Image et audiovisuel : la documentation entre technique et interprétation. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne], juin 2005 Vol. 42 p. 348-353. [consulté le 9 septembre 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-348.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-348.htm).

[2] GERVEREAU Laurent. Le sens du regard. BBF, 2001, N°5, Tome 46, p. 22-25.

[3] MELOT Michel. L'image n'est plus ce qu'elle était. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne] juin 2005 Vol. 42, p. 361-365. [consulté le 9 septembre 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-361.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-361.htm).

[4] PECCATTE Patrick. Notes sur la structure informationnelle de la photographie. In Du bruit au signal (et inversement) [blog]. publié le 5 août 2008 [consulté le 25 juillet 2011].

<http://blog.tuquoque.com/post/2008/08/05/Notes-sur-la-structure-informationnelle-de-la-photographie>

[5] RAULIN Antoine. Image numérique et nouvelles technologies. In GFII, MARTINEZ Ruth. Des clichés et des clics : le poids de la photographie dans la société de l'information. ADBS Edition. Paris. ADBS. 2007. Chapitre 4. Collection sciences et techniques de l'information. 113 p. ISBN 978-2843650949

## **A.2 Gestion d'un fonds photographique**

[6] ANDRE Sabine. Journée d'étude ADBS. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne] juin 2003 Vol. 40, p. 382-386. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2003-6-page-382.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2003-6-page-382.htm).

[7] BARBIER SAINTE-MARIE. La conservation des fonds photographiques : enjeux et perspectives pour les entreprises, l'exemple d'une entreprise de produits de luxe. 2007. 1 volume, 86p. Mémoire Titre 1, sciences de l'information-documentation, INTD, 2007.

[8] BREBION Patrick. Reconnaissance automatique des photos. Archimag, 2010, N°232, p. 21.

[9] DUTHEIL Christophe. Les DAM gagnent la gestion de contenu. Archimag, mars 2010, N°232, p. 17-19.

## **A.3 L'image fixe publicitaire**

[10] ARCHAMBAULT Florence. Le traitement intellectuel de la photographie publicitaire : le cas d'une entreprise de cosmétique et de joaillerie de luxe. 2010. 1 volume, 72p. Mémoire licence professionnelle, sciences de l'information-documentation, INTD, 2010.

[11] IPSOS. Le marketing du luxe : enjeux pour les marques en 2006. Ipsos. [document PDF en ligne]. Décembre 2005, 16 p. [consulté le 12 septembre 2011].

[http://www.ipsos.fr/sites/default/files/old/articles/1747/marketing\\_du\\_luxe.pdf](http://www.ipsos.fr/sites/default/files/old/articles/1747/marketing_du_luxe.pdf)

De l'image au langage : enjeux de la gestion et de l'organisation des connaissances audiovisuelles dans le service de documentation d'une grande entreprise de cosmétique de luxe

## **A.4 Traitement de l'image fixe**

[12] GROS Patrick. Description et indexation automatiques des documents multimédias : du fantasme à la réalité. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne] Juin 2005 Vol. 42, p. 383-391. [consulté le 10 septembre 2011] [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-383.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-383.htm).

## **A.5 Normes et formats**

[13] PECCATTE Patrick. Métadonnées : une initiation. In Soft experience [site web] publié en août 2002, mise à jour en décembre 2007 [consulté le 25 juillet 2011].  
<http://peccatte.karefil.com/Software/Metadata.htm#EXIF>

## **B. Sémantique**

[14] JOLY Martine. L'Image et les signes, Approche sémiologique de l'image fixe. Armand Colin Cinéma. Paris. Armand Colin. 2005. 192 pages. ISBN 978-2200341800

## **C. Organisation et management des connaissances**

### **C.1 Généralités**

[15] AUGER Emmanuelle. La gestion de contenu à travers une démarche collaborative : fiabiliser l'information d'une base de données d'images. 2010. Mémoire licence professionnelle, 1 volume, 63 p. INTD, 2010

[16] BALMISSE Gilles. Gestion des connaissances, outils et applications du Knowledge Management. Vuibert. Paris. 2002. 208 pages. ISBN 978-2711786978

[17] BOGHZALA Imed, ERMINE Jean-Louis. Management des connaissances en entreprise. Hermès science publication. Paris. 2004. Lavoisier. 310 p.

[18] CHASTENET DE GERY Gonzague. La gestion globale des contenus d'entreprise : le projet ECM, une nouvelle approche de la gestion de l'information. ADBS Editions. Paris. ADBS. Collection L'essentiel sur.... 2010. 63 p. ISBN 978-2843651229

[19] DOIGNIES Vanessa. La gestion électronique de photographies : l'indexation de type métier pour couvrir les besoins des créatifs et du marketing. 2009. Mémoire licence professionnelle, 1 volume, 55 p. INTD, 2009.

[20] FERCHAUD Bernadette. De la gestion de l'information à la gestion des connaissances. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne] 2001, N°1, Vol. 38, p. 43-45. [consulté le 1er septembre 2011] [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2001-1-page-43.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2001-1-page-43.htm).

[21] PHIRMIS Laura. Capitaliser et partager les connaissances pour assurer une meilleure gouvernance associative. Le cas de la mise en oeuvre d'un système de veille au Service Actions Diabète de l'Association Française des Diabétiques. 2009. 1 volume, 122 p., Mémoire Titre 1, sciences de l'information-documentation, INTD, 2009.

[22] TEXIER Bruno. Gestion des connaissances : son efficacité gagne à être connue. Archimag [article en ligne]. 2006, N°196 [consulté le 26 août 2011] <http://www.archimag.com/article/gestion-des-connaissances-son-efficacit%C3%A9-gagne-%C3%A0-%C3%AAtre-connue>

## **C.2 Langages documentaires et organisation des connaissances**

[23] MENON Bruno. Les langages documentaires : un panorama, quelques remarques critiques et un essai de bilan. Documentaliste-Science de l'information [article en ligne], 2007, N°1, vol. 44, p. 18-28. [consulté le 9 septembre 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-18.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-18.htm).

[24] ZACKLAD Manuel. Évaluation des systèmes d'organisation des connaissances. Les Cahiers du numérique. 2010, N°3, Vol. 6, p. 133-166. [consulté le 5 septembre 2011] [www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2010-3-page-133.htm](http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2010-3-page-133.htm).

[25] Zacklad Manuel. Classification, thésaurus, ontologies, folksonomies : comparaisons du point de vue de la recherche ouverte d'information (ROI). In Partage de l'information dans un monde fragmenté : Franchir les frontières. 35e Congrès annuel de l'Association Canadienne des Sciences de l'Information, CAIS/ACSI Montréal. 2007. Archive Sic. Mis en ligne le 6 janvier 2008. [consulté le 10 septembre 2011].

[http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/20/24/40/PDF/cais-acsi\\_zacklad\\_-\\_avec\\_ref.pdf](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/20/24/40/PDF/cais-acsi_zacklad_-_avec_ref.pdf)

### **C.3 Folksonomie**

[26] DURIEUX Valérie. Collaborative tagging et folksonomies, l'organisation du Web par les internautes. Les Cahiers du numérique [article en ligne]. 2010, N°1, Vol. 6, p. 69-80.

[consulté le 10 septembre 2011] [www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2010-1-page-69.htm](http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2010-1-page-69.htm)

### **C.4 Crowdsourcing**

[27] PECCATTE Patrick. Une typologie du crowdsourcing appliqué aux images. In D bruit au signal (et inversement) [blog] mis en ligne le 15 novembre 2009 [consulté le 25 juillet 2011]

<http://blog.tuquoque.com/post/2009/11/15/Une-typologie-du-crowdsourcing-images>

### **C.5 Ontologie**

[28] CHAUMIER Jacques. Les ontologies, antécédents, aspects techniques et limites. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne] 2007, N°1, Vol. 44, p. 81-83.

[consulté le 1er septembre 2011] [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-81.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-81.htm).

### **C.6 Thésaurus**

[29] BAYLE Frédéric. Conception d'un thésaurus iconographique dans le cadre du développement d'une agence de photographies créatives sur Internet, Le cas de l'agence photos VOZ'IMAGE. 2008. 1 volume, 141pages, Mémoire Titre 1, sciences de l'information-documentation, INTD. 2008.

[30] DALBIN Sylvie. Thésaurus et informatique documentaires, partenaires de toujours ? Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne]. 2007, N°1, Vol. 44, p. 76-80.

[consulté le 25 juillet 2011] [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-42.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-42.htm).

[31] DESFRICHES-Doria Orélie. La Recherche d'information du grand public : L'évolution des langages documentaires ou l'avenir des ontologies, Création d'un thésaurus dynamique pour le site de l'assistance en ligne de France Télécom Orange. 2008. 1 volume, 115 pages, Mémoire Titre 1, science de l'information-documentation, INTD. 2008.

## **D. La recherche d'information**

[32] TOLLARI Sabrina. Exploitation du contenu visuel pour améliorer la recherche textuelle d'images en ligne. Document numérique [article en ligne].2010, N°1,Vol. 13, p. 187-209.

[consulté le 3 septembre 2011] [www.cairn.info/revue-document-numerique-2010-1-page-187.htm](http://www.cairn.info/revue-document-numerique-2010-1-page-187.htm)

## **II. Ouvrages et articles annexes, non cités dans le mémoire**

### **A. L'image fixe et animée**

#### **A.1 Généralités**

REGIMBEAU Gérard. L'image d'art entre analyse critique et analyse documentaire. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne]. 2007, N°2 (Vol. 44), p. 130-137. [consulté le 26 août 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-2-page-130.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-2-page-130.htm).

SCOPSI Claire. Les nouveaux territoires de la vidéo. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne].2010, N°4, Vol. 47, p. 42-53.[consulté le 26 août 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2010-4-page-42.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2010-4-page-42.htm).

#### **A.2 Gestion d'un fonds photo**

KATTNIG Cécile. Conception et gestion d'un fonds d'images. Armand Colin. Paris. Armand Colin. 2005. 128 p. Collection 128. ISBN 978-2200344344 .

KATTNIG Cécile. En quoi les nouvelles technologies renouvellent-elles le traitement intellectuel de l'image ? In CDIDOC-FR, Deuxièmes rencontres nationales [rapport de conférence ; document en ligne], Lyon, 23-24 octobre 2003. [consulté le 24 juin 2011] <http://www.cndp.fr/savoirscdi/la-liste-cdidoc-fr/les-actes-des-rencontres-savoirscdi/place-et-role-de-limage-dans-leducation/en-quoi-les-nouvelles-technologies-renouvellent-elles-le-traitement-intellectuel-de-limage.html>

TRONCY Raphaël. Nouveaux outils et documents audiovisuels : les innovations du web sémantique. Documentaliste-Sciences de l'Information [article en ligne]. 2005, N°6, Vol. 42, p. 392-404. [consulté le 24 juin 2011] [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-392.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-392.htm).

## **B. Organisation et gestion des connaissances**

CHAUDIRON Stéphane. Terminologie, ingénierie linguistique et gestion de l'information. Langages [article en ligne]. 2005/1, n° 157, p. 25-35. [consulté le 4 septembre 2011] [www.cairn.info/revue-langages-2005-1-page-25.htm](http://www.cairn.info/revue-langages-2005-1-page-25.htm).

MAHE Sylvain. Gestion des connaissances et systèmes d'organisation de connaissances. Document numérique [article en ligne]. 2010, N°2, Vol. 13, p. 57-73. [consulté le 6 septembre 2011]. [www.cairn.info/revue-document-numerique-2010-2-page-57.htm](http://www.cairn.info/revue-document-numerique-2010-2-page-57.htm).

MANIEZ Jacques. Langages documentaires et outils linguistiques : principes, usages, perspectives. Rupture ou continuité ? Documentaliste-Sciences de l'information. [article en ligne]. 2007, N°1, vol. 44, p. 12-16. [consulté le 6 septembre 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-12.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-1-page-12.htm).

## **C. Usages et usagers**

LE COADIC Yves. Usages et usagers de l'information. Armand Colin. Paris. ADBS. 128 p. ISBN 978-2130547495.

PICAULT Coralie. Usages et pratiques de recherche des utilisateurs d'une banque d'images : l'exemple de l'agence de photographie de presse Gamma. Documentaliste - Sciences de l'information [article en ligne]. 2007, N°6, vol. 44, p. 374-381. [consulté le 4 septembre 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-6-page-374.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2007-6-page-374.htm).

RANJARD Sophie. Quels usagers ? Quels usages ?. Documentaliste-Sciences de l'Information[article en ligne]. 2009, N°3, Vol. 46, p. 46-57. [consulté le 26 août 2011]. [www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2009-3-page-46.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2009-3-page-46.htm).

## **D. Logiciels**

### **D.1 Généralités**

ISAAC Antoine, TRONCY Raphaël. DOE : une mise en œuvre d'une méthode de structuration différentielle pour les ontologies. In 13th Journées Francophones d'Ingénierie des Connaissances (IC'02). [document PDF en ligne] Rouen. 28-30 mai 2002, pages 63-74. [consulté le 14 juin 2011]. <ftp://ftp.inrialpes.fr/pub/exmo/publications/troncy2002a.pdf>

### **D.2 Présentations de logiciels**

DALBIN Sylvie. Logiciel de création et maintenance de thésaurus. In Descripteurs [blog]. Mis en ligne le 10 août 2005, mis à jour en avril 2011, [consulté le 24 juin 2011] [http://dossierdoc.typepad.com/descripteurs/2006/01/logiciel\\_de\\_thesaurus.html](http://dossierdoc.typepad.com/descripteurs/2006/01/logiciel_de_thesaurus.html)

TAXO TOOL. Liste d'outils de taxonomie et d'organisation des connaissances. In Taxocop.wikispace. [consulté le 24 juin 2011] <http://taxocop.wikispaces.com/TaxoTools>



# Annexes

## Annexe 1 : Fonctionnalités d'un système de GED [5, p. 49]

	Fonctionnalités
Acquisition de documents	Intégration de documents existants Production de documents électroniques Échange de documents électroniques
Indexation de documents	Indexation classificatoire Indexation statistique Indexation par concepts
Stockage des documents	Support de stockage Organisation du stockage Définition de la durée de conservation
Recherche	Recherche par critères avec un langage de requête sur combinaison de mots-clés définis durant la phase d'indexation.
Restitution	Définition des méthodes de restitution des documents de travail collaboratifs (restitution à l'écran, condition d'impression...)
Archivage	Actions, outils et méthodes de conservation à moyen et long terme pour l'exploitation des informations : garantir l'authenticité du document, la pérennité du système de stockage à court et long termes, la confidentialité et l'inviolabilité avec un système de verrouillage des documents archivés avec accès restreint.

## Annexe 2 Tableau comparatif des systèmes d'organisation des connaissances [24 ; 25]

	<b>Classification et approches à facettes universelles</b>	<b>Thésaurus</b>	<b>Ontologies formelles et web sémantique</b>	<b>Index</b>	<b>Folksonomies et annuaires de ressources internet collaboratifs</b>	<b>Web socio-sémantique, ontologies sémiotiques et approches à facettes locales</b>
<b>Type de personnes ou organismes impliqués dans la conception</b>	Conception par les professionnels des bibliothèques, de l'information ou de l'informatique	Conception par les professionnels des bibliothèques, de l'information ou de l'informatique	Conception par les ingénieurs de la connaissance avec des experts du domaine	Conception par les professionnels des bibliothèques, de l'information ou de l'informatique (et possiblement par des experts du domaine)	Conception participative grand public non régulée	Conception participative régulée ou par des groupes d'utilisateurs restreints
<b>Source de la description et point de vue</b>	Modélisation des contenus d'un document	Modélisation des contenus d'un document	Modélisation d'une situation ou d'un domaine de connaissances	Modélisation des contenus d'un document	Modélisation des contenus d'un document	Modélisation d'une situation ou d'un domaine de connaissances
<b>Types d'association entre les termes ou les concepts</b>	Associations thématiques	Associations sémantiques	Associations sémantiques	Association statistiques	Association statistiques	Association sémantiques
<b>Degré de formalisation du langage</b>	Théorie disciplinaire	Théorie disciplinaire	Théorie disciplinaire	Pas de théorie explicite du domaine	Pas de théorie explicite du domaine	Théorie confrontant divers points de vues potentiellement conflictuels.
<b>Nature des sources utilisées</b>	Basé sur un fonds bibliographique	Basé sur un fonds bibliographique	Structuration du domaine empruntant d'autres sources d'informations	Basé sur un fonds bibliographique	Basé sur un fonds bibliographique	Structuration du domaine empruntant d'autres sources d'informations
<b>Mises à jour</b>	Mises à jour rares et complexes (maintien de la cohérence)	Mises à jour systématique régulée par l'évolution du fonds	Mises à jour rares et complexes (maintien de la cohérence)	Mises à jour progressives	Mises à jour fréquentes, faciles et immédiates	Mises à jour progressives

<b>Systèmes de consultation</b>	Vue dépliée permettant l'interprétation des descripteurs	Vue dépliée permettant l'interprétation des descripteurs	Vue de type « formulaire » ou liée à l'interopérabilité entre programmes	Système de navigation hypertexte	Système de navigation hypertexte	Système de navigation hypertexte
---------------------------------	--	--	--	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

## Annexe 3 Grille d'analyse des logiciels de gestion de thésaurus et d'ontologies

	<b>Autonomy Business Console</b>	<b>Bagheera</b>	<b>PMB</b>	<b>ITM T3</b>	<b>Tema Tres</b>	<b>COGNATRIX</b>	<b>Thesaurus builder</b>
<b>LOGICIEL</b>							
<b>Nom du groupe</b>	Autonomy	Propixo solution		Mondeca	Diego Ferreyra	LGOsystem	
<b>Mono/multi utilisateur ; client/serveur...</b>	client/serveur	client/serveur	Multi-poste ET mono-poste ; client/serveur	client/serveur	client/serveur	Mono et multi-utilisateur (à décider à l'achat)	
<b>Prix</b>			Licence libre	open source	Open ource (licence GPL)	499\$ (mono-utilisateur) ; 149\$ (multi-utilisateurs)	Golden Eye (libre) ; Etudiant (195\$) ; Light (2000\$) ; Professionnel (3500\$)
<b>Système d'exploitation</b>	Tomcat 5.5 and later or WebSphere 6.1 and later	Pas d'installation sur postes (Mac, PC ou Linux) configuration LAMP (Linux, Apache, MySql, PHP)	Windows, MacOS, Linux et tout Unix		Windows (nécessite PHP, HTTP Web serveur et Database serveur (comme MySQL)	MAC OS X.5 et suivants	Windows XP/2000/2003 ,Pentium II 300MHz, 64MB of ram, 100MB disk space and 800x600 or larger screen resolution
<b>Langue</b>	Anglais	français	français	Français	espagnol, anglais, français, allemand, et portugais	Anglais	Anglais
<b>Type de vocabulaire contrôlé pris en compte (thésaurus, taxonomie, ontologie, liste de synonymes, lexique...)</b>	Taxonomy	thesaurus		Thésaurus, Taxonomie et Ontologie	thesaurus	Thésaurus	Thesaurus

<b>Normes ou standards pris en compte</b>		?	Norme UNIMARC et recommandation 995	RDF, SKOS, OWL, BS, 8723, ISO 25964	SKOS-Core		ISO 5964
<b>Nombre de vocabulaires gérés</b>		?		1 et +			illimité
	<b>Autonomy Business Console</b>	<b>Bagheera</b>	<b>PMB</b>	<b>ITM T3</b>	<b>Tema Tres</b>	<b>COGNATRIX</b>	<b>Thesaurus builder</b>
<b>DESCRIPTION DU VOCABULAIRE</b>							
<b>Longueur maximum des termes</b>		illimité	illimité	Illimité	illimité	Illimité	illimité
<b>Longueur minimum des termes</b>		illimité	illimité	Illimité	illimité	Non défini	illimité
<b>Notes</b>	non	oui	oui	oui	oui	Oui (illimitées. Elles ne sont pas prédéfinie. Il faut les paramétrer)	
<b>Statut des termes</b>	non	oui (prédéfinis)	oui (prédéfinis et/ou paramétrable par le gestionnaire)	oui	oui (défini par gestionnaire)	Oui (tous les attributs sont définis par le gestionnaire)	oui (candidats, approuvés, provisoires, non validé)
<b>Prise en compte des caractères spéciaux</b>	oui				?	Oui	oui
<b>Attributs prédéfini ou créés pas utilisateurs</b>					?		
<b>Identifiant unique par terme</b>					oui	Oui	oui
<b>Relations entre les termes</b>	hiérarchique (hyperonymie et	hierarchique,	hiérarchique ; équivalence ;	Oui (enrichissable par le	équivalence, hierarchique,	Oui	associative,

	hyponymie) et équivalence	équivalence	association	gestionnaire)	associative		hiérarchiques
<b>Nombre de niveaux hiérarchiques</b>	non spécifié				Illimité (plus possibilité de polyhiérarchie)	Illimité	illimité
<b>Indication des termes orphelins</b>			oui			Oui	
<b>Equivalences</b>	oui	oui (synonymes)	oui	Oui	oui	Oui	oui
<b>personnalisation</b>	oui		Types de relations paramétrable	Tout type d'associations sémantiques définies dans un modèle personnalisé		Les relations entre les termes sont prédéfinies. Il n'est pas encore possible pour l'ide créer des nouveaux types de relations.	possibilité de personnaliser les relations
	<b>Autonomy Business Console</b>	<b>Bagheera</b>	<b>PMB</b>	<b>ITM T3</b>	<b>Tema Tres</b>	<b>COGNATRIX</b>	<b>Thesaurus builder</b>
<b>multilinguisme</b>	oui (via index séparés)	oui	oui	Oui (y compris alphabets, arabe, chinois, latin et cyrillique)	oui	Oui à partir de la version 1.6	oui (y compris vers d'autres alphabets)
<b>Importation de données</b>	oui			Oui (format XLS, XML, SKOS et Topic Map)		Oui	
<b>Saisie directe d'un ou plusieurs termes</b>	oui			Oui		Oui	oui
<b>Suivi et alertes</b>				Oui	oui	Oui	oui
<b>Unicité des termes (doublons)</b>	non	oui	oui	Oui	oui	Optionel	oui

<b>fonction de termes (un non-descripteur ne peut pas être affilié à un descripteur)</b>				Oui	oui	Oui	oui
<b>réciprocité des relations-cohérence de la hiérarchie</b>				Oui		Oui	oui
<b>Supression d'un terme</b>	oui	oui	oui				
<b>Suppression d'une relation</b>	oui	oui	oui				
<b>ERGONOMIE</b>							oui
<b>Vue hiérarchique</b>	oui		oui	Oui	oui	Oui	oui
<b>Vue alphabétique</b>			oui	Oui		Oui	
<b>Facettes</b>						Non renseigné	
<b>Scroll et ergonomie de navigation</b>						Oui : Précédent, suivant.	
<b>Hypertext</b>				Oui		Oui	
<b>possibilité d'impression</b>				Oui		Oui	
	<b>Autonomy Business Console</b>	<b>Bagheera</b>	<b>PMB</b>	<b>ITM T3</b>	<b>Tema Tres</b>	<b>COGNATRIX</b>	<b>Thesaurus builder</b>



<b>Formats d'export</b>	XML		XML	Oui (format XLS, XML, SKOS et Topic Map)	oui (XML Zthes, RDF SKOS-Core, TopicMap)	XML	Collexis™ .PSF format, RDF , XML
<b>Ergonomie de présentation</b>	profils d'utilisateurs (auteur ou lecteur) ; import de taxonomies déjà existantes	profil d'utilisateurs ; En cas de changement d'un mot clé, pas besoin de ré-indexation (en revanche, rien n'est dit sur la suppression ou l'ajout d'un terme)	pas de possibilité d'intégrer des candidats descripteurs (possibilité de l'indiquer uniquement par notes) ; peu de choix dans les types de relations	Profils d'utilisateurs, gestion du workflow, gestion des espaces de travail ; mise à jour automatique des référentiels ; connecteur aux moteurs de recherche	Mise à jour automatique du logiciel; profil d'utilisateurs, nombre illimité d'utilisateur, gestion de profils.	Facilité d'installation, interface utilisateur, création simultanée de termes et de relations	sauvegarde automatique ; analyse lexicographique des thésaurus
<b>Aide</b>	oui (en ligne)	oui				Oui en ligne + manuel	oui (en ligne)
<b>Fonction panier pour sélectionner les termes</b>	non				?		
<b>Intégration à un logiciel</b>	oui				?		
<b>Lien direct entre termes et notices</b>	non		oui	Oui	oui	Oui	
<b>Indicateur de position (fil d'Ariane)</b>					non		
<b>AUTRE</b>							
<b>Collaboratif</b>	oui			Oui		Non	
<b>Application Web</b>	oui	oui	oui	Oui	oui	Non	oui

## Annexe 4 Retours d'entretiens Petit Palais – Picture Tank

	Petit Palais	Picture Tank
<b>Statut</b>	Musée	Coopérative de photographes (regroupant et gérant les œuvres de 150 photographes)
<b>Nombre de descripteurs</b>	49 000	
<b>Personnes ou organisme à l'origine du projet</b>	Petit Palais et Réunion des musée nationaux	Picture Tank
<b>Date de début du projet</b>	2009	2005
<b>Fonds</b>	Art XIXe et XXe siècle (peinture, objets...)	Photographies
<b>Statut du Thésaurus</b>	Commun au Petit Palais et aux autres musée de la réunion des musées nationaux (RMN).	Interne à Picture Tank et utilisé sur le site public comme aide à la recherche
<b>Logiciel de gestion documentaire</b>	Ad Lib (collections pré XXe siècle) ; Videomuseum (collections post XXe siècle)	Propre à Picture Tank (construit sur mesure)
<b>Logiciel de gestion du Thésaurus</b>	Logiciel propre à Ad Lib	Propre à Picture Tank (construit sur mesure)
<b>Projet global dans lequel s'insère le projet de Thésaurus</b>	Projet de portail documentaire public commun aux musées de la RMN et mise en ligne de photographie des œuvres présentées dans les musées. (février 2011 : 10 000 œuvres en ligne)	Projet de mise en ligne du catalogue de photographies.
<b>Niveaux de hiérarchie maximum</b>	5	?
<b>Multilinguisme</b>	Oui (Anglais, Français)	Oui (Anglais, Français, Espagnol)

<b>Utilisation de s normes</b>	Oui (Afnor)	Oui (Afnor)
<b>Méthode de collecte des termes</b>	Reprise de thésaurus externe (Garnier) et collecte à partir des métadonnées	A partir des photographies et des métadonnées
<b>Problèmes ou questionnements rencontrés</b>	Jusqu'à quel degré de granularité doit-on aller ?  Pas d'entrée de dates dans le Thésaurus	Thésaurus construit pour la recherche et non pour l'indexation. Plus proche du langage naturel que du langage contrôlé.
<b>Mise à jour du Thésaurus</b>	Une fois par semaine, documentalistes font un point sur l'avancée des notices et de l'indexation (chacun le fait pour son musée). Permet de faire un point et de faire évoluer le thésaurus.	Au fur et à mesure
<b>Retour à postériori</b>	Bon projet, mais projet beaucoup plus lourd que prévu. Manque de stabilité d'Ad lib et donc manque de stabilité du Thésaurus	Bon projet, très utile

## **Annexe 5 Questionnaire entretiens Thésaurus externes (Petit Palais & Picture Tank)**

1. D'où est venue l'idée du projet (à quelles problématiques répondait-elle exactement ? Quelles étaient les demandes des usagers ? Des gestionnaires de l'information ?)
2. Pourquoi le choix d'un Thésaurus/d'une ontologie ? (et pas d'une autre forme de langage contrôlé, des gestion des connaissances...)
3. Le particularité du corpus (images fixes et animées) a-t-elle été une contrainte ? Comment l'avez-vous prise en compte dans l'élaboration de l'ontologie et du logiciel ?
4. Comment s'est déroulé la construction ? Le vocabulaire a-t-il été collecté d'après les métadonnées existantes ? D'après les usagers ? D'après un thésaurus externe ?
5. Avez-vous effectué une phase de test ? A l'indexation ? A la recherche ? Sur combien de temps ?
6. Êtes-vous satisfait de l'outil après intégration ? Fonctionne-t-il ? Remettez-vous en cause le choix d'un tel outil pour votre structure (à posteriori) ?
7. Le thésaurus/l'ontologie est-elle mise à jour ? Si oui tout les combien de temps ? Comment gérer vous la maintenance de l'outil ?
8. Combien de descripteurs comptez-vous dans votre thésaurus ?
9. Quels en sont les grandes thématiques ?